

cetic.br

TIC KIDS ONLINE BRASIL

Pesquisa Sobre o Uso da Internet por
Crianças e Adolescentes no Brasil

2017

ICT KIDS ONLINE BRAZIL

Survey on Internet Use
by Children in Brazil

egi.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil



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

Pesquisa Sobre o Uso da Internet por
Crianças e Adolescentes no Brasil

2017

ICT KIDS ONLINE BRAZIL

Survey on Internet Use
by Children in Brazil

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

São Paulo
2018

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 de Projetos de Pesquisa / Survey Project Coordination : Fabio Senne

Coordenação de Métodos Quantitativos e Estatística / Coordination of Statistics and Quantitative

Methods : Marcelo Pitta

Coordenação de Projetos Unesco / UNESCO Project Coordination : Tatiana Jereissati

Coordenação da pesquisa TIC Kids Online Brasil / ICT Kids Online Brazil Coordination : Luísa Adib Dino

Equipe Técnica / Technical Team : Alessandra Almeida, Ana Laura Martínez, Daniela Costa, Isabela Bertolini Coelho, Javiera F. Medina Macaya, José Márcio Martins Junior, Leonardo Melo Lins, Luana Thamiris de Oliveira, Luciana Piazzone Barbosa Lima, Luciana Portilho, Manuella Maia Ribeiro, Maria Eugenia Sozio, Mayra Pizzott Rodrigues dos Santos, Stefania Lapolla Cantoni e Winston Oyadomari

Gestão da Pesquisa em Campo / Fieldwork Management

Coordenação / Coordination : IBOPE Inteligência Pesquisa e Consultoria Ltda, Rosi Rosendo, Ana Cavalcanti, Gabriela Amorim, Guilherme Militão e 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., Grant Borowik, Isabela Ayub, Lorna Simons, Luana Guedes, Luísa Caliri e Maya Bellomo Johnson

Capa / Cover : Pilar Velloso

Projeto Gráfico / Graphic Design : DB Comunicação

Editores / Publishing : Grappa Marketing Editorial (www.grappa.com.br)

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 : TIC kids online Brasil 2017 = Survey on internet use by children in Brazil : ICT kids online Brazil 2017 [livro eletrônico] / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, [editor]. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2018.
3,700 Kb ; PDF

Vários colaboradores.
Vários tradutores.
Edição bilíngue: português/inglês.
Bibliografia
ISBN 978-85-5559-069-6

1. Escolas - Brasil 2. Internet e adolescentes 3. Internet e crianças 4. Internet (Rede de computadores) - Brasil
5. Tecnologia da informação e da comunicação - Brasil - Pesquisa 1. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. II. Título: Survey on internet use by children in Brazil : ICT kids online Brazil 2017.

18-19582

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 2017
Pesquisa sobre o Uso da Internet
por Crianças e Adolescentes no Brasil

*ICT Kids Online Brazil 2017
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 2018 / In October, 2018)

Coordenador / *Coordinator*

Maximiliano Salvadori Martinhão

Conselheiros / *Counselors*

Antônio José Barreto de Araújo Júnior

Demi Getschko

Eduardo Fumes Parajo

Eduardo Levy Cardoso Moreira

Flávia Lefèvre Guimarães

Francilene Procópio Garcia

Franselmo Araújo Costa

Henrique Faulhaber Barbosa

José Luiz Ribeiro Filho

Luis Felipe Salin Monteiro

Luiz Fernando Martins Castro

Marcos Dantas Loureiro

Nivaldo Cleto

Otávio Luiz Rodrigues Junior

Percival Henriques de Souza Neto

Rafael Henrique Rodrigues Moreira

Sérgio Amadeu da Silveira

Tanara Lauschner

Thiago Camargo Lopes

Thiago Tavares Nunes de Oliveira

Secretário executivo / *Executive Secretary*

Hartmut Richard Glaser

AGRADECIMENTOS

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2017 contou com o apoio de uma destacada rede de especialistas, sem a qual não seria possível produzir os resultados aqui apresentados. A contribuição deste grupo se realizou por meio de discussões aprofundadas sobre os indicadores, o desenho metodológico e também a definição das diretrizes para a análise de dados. A manutenção desse espaço de debate tem sido fundamental para identificar novas áreas de investigação, aperfeiçoar os procedimentos metodológicos e viabilizar a produção de dados precisos e confiáveis. Cabe ainda ressaltar que a participação voluntária desses especialistas é motivada pela importância das novas tecnologias para a sociedade brasileira e a relevância dos indicadores produzidos pelo CGI.br para fins de políticas públicas e de pesquisas acadêmicas.

Na sexta 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 Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebrap)

Graziela Castello

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

Miriam Von Zuben

Centro Universitário FIAM/FAAM

Juliana Doretto

Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef)

Ana Carolina Fonseca, Gabriela Mora e Mario Volpi

Instituto Alana

Isabella Henriques, Marina Pita e Renato Godoy de Toledo

Interactive Advertising Bureau (IAB Brasil)

Luciana Corrêa

InternetLab

Natália Neris

Ministério da Educação (MEC)/Fundação Roquette Pinto

Regina Alcântara de Assis

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br)

Kelli Angelini

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) – Representação Unesco no Brasil

Adauto Cândido Soares

Pesquisador independente

Danilo Doneda

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR)

Dilmeire Vosgerau

SaferNet Brasil

Juliana Cunha, Rodrigo Nejm e Thiago Tavares

Universidade Católica do Uruguai

Matías Dodel

Universidade de São Paulo (USP)

Claudemir Edson Viana, Drica Guzzi e Ismar de Oliveira Soares

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

Evelyn Eisenstein

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Inês Vitorino

Universidade Nova de Lisboa

Cristina Ponte e José Alberto Simões

ACKNOWLEDGEMENTS

The ICT Kids Online Brazil 2017 survey had the support of a notable network of experts, without which it would not be possible to deliver the results presented here. This group's contribution occurred through in-depth discussions about indicators, methodological design and also the definition of guidelines for data analysis. The maintenance of this space for debate has been fundamental for identifying new areas of investigation, refining methodological procedures, and enabling the production of accurate and reliable data. It is worth emphasizing that the voluntary participation of these experts is motivated by the importance of new technologies for the Brazilian society and the relevance of the indicators produced by the CGI.br to be used in policymaking and academic research.

For the 6th 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 specially thank the following experts:

Alana Institute

Isabella Henriques, Marina Pita and Renato Godoy de Toledo

Brazilian National Computer Emergence Response Team (Cert.br)

Miriam Von Zuben

Brazilian Network Information Center (NIC.br)

Kelli Angelini

Catholic University of Uruguay

Matías Dodel

Federal University of Ceará (UFC)

Inês Vitorino

FIAM/FAAM University

Juliana Doretto

Independent researcher

Danilo Doneda

Interactive Advertising Bureau (IAB Brazil)

Luciana Corrêa

InternetLab

Natália Neris

Ministry of Education (MEC)/Roquette Pinto Foundation

Regina Alcântara de Assis

New University of Lisbon

Cristina Ponte and José Alberto Simões

Pontifical Catholic University of Paraná (PUC-PR)

Dilmeire Vosgerau

Rio de Janeiro State University (UERJ)

Evelyn Eisenstein

SaferNet Brazil

Juliana Cunha, Rodrigo Nejm and Thiago Tavares

The Brazilian Center of Analysis and Planning (Cebrap)

Graziela Castello

United Nations Children's Fund (Unicef)

Ana Carolina Fonseca, Gabriela Mora and Mario Volpi

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco) – Brazilian Office

Adauto Cândido Soares

University of São Paulo (USP)

Claudemir Edson Viana, Drica Guzzi and Ismar de Oliveira Soares

SUMÁRIO / CONTENTS

- 5 AGRADECIMENTOS / ACKNOWLEDGEMENTS, 6
- 19 PREFÁCIO / FOREWORD, 153
- 21 APRESENTAÇÃO / PRESENTATION, 155
- 23 INTRODUÇÃO / INTRODUCTION, 157

PARTE 1: ARTIGOS / PART 1: ARTICLES

- 31 INFÂNCIA CONECTADA: DIREITOS E EDUCAÇÃO DIGITAL
CONNECTED CHILDHOOD: DIGITAL RIGHTS AND EDUCATION, 165
CHIARA SPADACCINI DE TEFFÉ E CARLOS AFFONSO SOUZA
- 41 INFLUENCIADORES MIRINS NO YOUTUBE BRASIL E O IMPACTO MERCADOLÓGICO
CHILDREN INFLUENCERS ON YOUTUBE BRAZIL AND MARKET IMPACT, 175
LUCIANA CORRÊA
- 49 NÃO FALE COM ESTRANHOS: RECURSOS INTERATIVOS E TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS EM APPS INFANTIS
DON'T TALK TO STRANGERS: INTERACTIVE RESOURCES AND PERSONAL DATA PROCESSING IN CHILDREN'S APPS, 183
FRANCISCO BRITO CRUZ, JACQUELINE DE SOUZA ABREU E MARIA LUCIANO
- 67 DISCRIMINAÇÃO ON-LINE ENTRE CRIANÇAS E ADOLESCENTES: DESAFIOS DA EDUCAÇÃO PARA PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE NA INTERNET
ON-LINE DISCRIMINATION AMONG CHILDREN: THE CHALLENGES OF EDUCATION TO PROMOTE DIVERSITY ON THE INTERNET, 203
JULIANA CUNHA E RODRIGO NEJM
- 75 MENINAS NA REDE: AS PERCEPÇÕES DE MENINAS SOBRE A VIOLÊNCIA ON-LINE DE GÊNERO
GIRLS ONLINE: THE PERCEPTIONS OF GIRLS ABOUT ONLINE GENDER VIOLENCE, 211
LUÍSA MARTINS BARROSO MONTENEGRO, LUANA FERREIRA ALVES, AMANDA CALIXTO SILVA E LARISSA GONÇALVES MANGABEIRA DA SILVA
- 83 O QUE DÁ MEDO NA INTERNET: INCÔMODOS RELATADOS POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO BRASIL ENTRE OS ANOS DE 2012 E 2014
WHAT SCARES CHILDREN ON THE INTERNET IN BRAZIL: RESPONSES OF CHILDREN IN BRAZIL BETWEEN 2012 AND 2014, 219
ZENA EISENBERG, LAURA CRISTINA STOBÄUS, ROSÁLIA DUARTE E CLARA DE MELO ARAUJO

PARTE 2: TIC KIDS ONLINE BRASIL 2017*PART 2: ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2017*

95 RELATÓRIO METODOLÓGICO – TIC KIDS ONLINE BRASIL 2017
METHODOLOGICAL REPORT – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2017, 231

111 RELATÓRIO DE COLETA DE DADOS – TIC KIDS ONLINE BRASIL 2017
DATA COLLECTION REPORT – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2017, 247

119 ANÁLISE DOS RESULTADOS – TIC KIDS ONLINE BRASIL 2017
ANALYSIS OF RESULTS – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2017, 255

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

287 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET
CHILDREN BY DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET

338 CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS JÁ ACESSARAM A INTERNET,
POR ÚLTIMO ACESSO
*CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS HAVE ALREADY ACCESSED THE INTERNET,
BY LAST ACCESS*

PARTE 4: APÊNDICES / PART 4: APPENDICES

347 LISTA DE ABREVIATURAS
LIST OF ABBREVIATIONS, 348

LISTA DE GRÁFICOS / CHART LIST

ARTIGOS / ARTICLES

- 45 CRESCIMENTO DA AUDIÊNCIA DO YOUTUBE, POR CATEGORIA (2015 - 2016)
GROWTH OF THE YOUTUBE AUDIENCE, BY CATEGORY (2015 - 2016), 178
- 69 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM ALGUÉM SER DISCRIMINADO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHO WITNESSED SOMEONE BEING DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS, 205
- 69 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADAS NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS, 205
- 86 PERCEPÇÃO DE RISCO PARA CADA FAMÍLIA DE INCÔMODOS CITADOS (2012 - 2014)
PERCEIVED RISK OF EACH CODE FAMILY MENTIONED (2012 - 2014), 222
- 87 PERCEPÇÃO DE SEXO NAS DIFERENTES FAIXAS ETÁRIAS (2012 - 2014)
PERCEPTION OF SEX-RELATED CONTENT IN DIFFERENT AGE GROUPS (2012 - 2014), 223
- 88 PREOCUPAÇÃO COM RISCO DE CONTATO – MENINOS X MENINAS (2012 - 2014)
CONCERN WITH RISK-RELATED CONTACT - GIRLS X BOYS (2012 - 2014), 224

ANÁLISE DOS RESULTADOS / ANALYSIS OF RESULTS

- 124 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES, POR ÁREA, SEXO, REGIÃO, ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS, FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL (2017)
CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET IN THE LAST THREE MONTHS BY AREA, SEX, REGION, EDUCATION OF PARENTS AND LEGAL GUARDIANS, AGE GROUP AND SOCIAL CLASS (2017), 260
- 126 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET (2012 - 2017)
CHILDREN BY DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET (2012 - 2017), 262
- 127 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET, POR CLASSE SOCIAL (2017)
CHILDREN BY DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET, BY SOCIAL CLASS (2017), 263
- 128 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA PARA ACESSAR A INTERNET (2012 - 2017)
CHILDREN BY DEVICE USED EXCLUSIVELY OR SIMULTANEOUSLY TO ACCESS THE INTERNET (2012 - 2017), 264

- 130 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONEXÃO UTILIZADA DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA PARA ACESSAR A INTERNET NO TELEFONE CELULAR, POR TOTAL E CLASSE SOCIAL (2017)
CHILDREN BY CONNECTIONS USED EXCLUSIVELY OR SIMULTANEOUSLY TO ACCESS THE INTERNET ON MOBILE PHONES, BY TOTAL AND SOCIAL CLASS (2017), 266
- 131 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET (2012 - 2017)
CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE (2012 - 2017), 267
- 132 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET (2012 - 2017)
CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS (2012 - 2017), 268
- 134 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – MULTIMÍDIA, ENTRETENIMENTO, DOWNLOADS E CONSUMO (2017)
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – MULTIMEDIA, ENTERTAINMENT, DOWNLOADING AND CONSUMPTION (2017), 270
- 136 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – CIDADANIA E ENGAJAMENTO (2017)
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – CITIZENSHIP AND ENGAGEMENT (2017), 271
- 139 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET – HABILIDADES MOBILE (2015 - 2017)
CHILDREN BY INTERNET SKILLS – MOBILE SKILLS (2015 - 2017), 274
- 142 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM ALGUÉM SER DISCRIMINADO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR TOTAL, SEXO, ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS, FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL (2017)
CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS, BY TOTAL, SEX, EDUCATION OF PARENTS AND LEGAL GUARDIANS, AGE AND SOCIAL CLASS (2017), 277
- 143 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE TIVERAM CONTATO COM ALGUM DESCONHECIDO NA INTERNET, QUE ENCONTRARAM PESSOALMENTE COM ALGUÉM QUE CONHECEU NA INTERNET E QUE SE SENTIRAM INCOMODADOS(AS) APÓS ENCONTRO COM DESCONHECIDO (2014 - 2017)
CHILDREN WHO HAD CONTACT WITH AN UNKNOWN PERSON ON THE INTERNET, WHO PERSONALLY MET SOMEONE THEY FIRST MET ONLINE, AND WHO FELT BOTHERED AFTER PERSONALLY MEETING AN UNKNOWN PERSON (2014 - 2017), 278
- 147 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO RECEBIDA DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA O USO DA INTERNET, POR IDADE (2017)
CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS AND LEGAL GUARDIANS ON INTERNET USE, BY AGE (2017), 281

LISTA DE TABELAS / TABLE LIST

ARTIGOS / ARTICLES

- 46 CATEGORIAS ANALISADAS NA PLATAFORMA YOUTUBE BRASIL (2015 - 2017)
CATEGORIES ANALYZED ON THE YOUTUBE BRAZIL PLATFORM (2015 - 2017), 179
- 50 LISTA DE APLICATIVOS SELECIONADOS
LIST OF SELECTED APPLICATIONS, 184
- 63 APLICATIVOS QUE ADMITEM UTILIZAR COOKIES
APPS THAT CONFIRMED THE USE OF COOKIES, 199
- 64 PRINCIPAIS ACHADOS DO ESTUDO
MAIN FINDINGS OF THE STUDY, 200
- 84 PERFIL DAS AMOSTRAS DAS PESQUISAS TIC KIDS ONLINE BRASIL (2012 - 2014)
PROFILE OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY SAMPLES (2012 - 2014), 220

RELATÓRIO METODOLÓGICO / METHODOLOGICAL REPORT

- 97 CLASSIFICAÇÃO DA CONDIÇÃO DE ATIVIDADE
CLASSIFICATION OF ECONOMIC ACTIVITY STATUS, 233

RELATÓRIO DE COLETA DE DADOS / DATA COLLECTION REPORT

- 111 ALOCAÇÃO DA AMOSTRA, SEGUNDO ESTRATO TIC
SAMPLE ALLOCATION BY ICT STRATA, 247
- 116 OCORRÊNCIAS FINAIS DE CAMPO, SEGUNDO NÚMERO DE CASOS REGISTRADOS
FINAL FIELD SITUATIONS BY NUMBER OF CASES RECORDED, 252
- 118 TAXA DE RESPOSTA, SEGUNDO UNIDADE FEDERATIVA (UF) E SITUAÇÃO DO DOMICÍLIO (%)
RESPONSE RATES BY FEDERATIVE UNIT AND HOUSEHOLD STATUS, 254

ANÁLISE DOS RESULTADOS / ANALYSIS OF RESULTS

- 125 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE NUNCA ACESSARAM A INTERNET, POR ÁREA, REGIÃO E CLASSE SOCIAL – TOTAL EM MILHÕES (2017)
CHILDREN WHO HAD NEVER ACCESSED THE INTERNET BY AREA, REGION AND SOCIAL CLASS (2017) – TOTAL IN MILLIONS, 261

- 138 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET, POR FAIXA ETÁRIA (2017)
CHILDREN BY INTERNET USE SKILLS BY AGE GROUP (2017), 273
- 145 ESTRATÉGIAS DE MEDIAÇÃO DO USO DA INTERNET, POR TIPO DE MEDIAÇÃO
INTERNET USE MEDIATION STRATEGIES, BY TYPE OF MEDIATION, 280

LISTA DE FIGURAS / *FIGURE LIST*

ARTIGOS / *ARTICLES*

- 51 PUBLICIDADE NO ONCE UPON A TOWER
ADVERTISING ON ONCE UPON A TOWER, 185
- 52 PUBLICIDADE NO POU
ADVERTISING ON POU, 186
- 53 PUBLICIDADE NO MY TALKING TOM
ADVERTISING ON MEU TALKING TOM, 187
- 54 COMPRAS NO POU
PURCHASES ON POU, 188
- 55 MECANISMO DE SEGURANÇA EM O SHOW DA LUNA
SAFETY MECHANISM IN SHOW DA LUNA, 190
- 56 DIRECIONAMENTO A OUTRAS REDES SOCIAIS NO MY TALKING TOM
DIRECTING CHILDREN TO OTHER SOCIAL NETWORKING WEBSITES ON MEU TALKING TOM, 191
- 57 COLETA DE CONSENTIMENTO DO SUPER MARIO RUN
OBTAINING CONSENT IN SUPER MARIO RUN, 192
- 59 POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO ONCE UPON A TOWER
ONCE UPON A TOWER PRIVACY POLICY, 194
- 60 POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO TOCA KITCHEN MONSTERS
TOCA KITCHEN MONSTERS PRIVACY POLICY, 195
- 61 POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO SUPER MARIO RUN
SUPER MARIO RUN PRIVACY POLICY, 196
- 62 COMPARTILHAMENTO DOS DADOS PESSOAIS DOS USUÁRIOS COM TERCEIROS
SHARING PERSONAL USER DATA WITH THIRD PARTIES, 198

RELATÓRIO METODOLÓGICO / *METHODOLOGICAL REPORT*

- 99 FONTES PARA O DESENHO AMOSTRAL DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL
SAMPLE DESIGN SOURCES FOR THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY, 235

ANÁLISE DOS RESULTADOS / *ANALYSIS OF RESULTS*

- 120 ENQUADRAMENTO TEÓRICO DA TIC KIDS ONLINE BRASIL
THEORETICAL FRAMEWORK OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY, 256

LISTA DE TABELAS DE RESULTADOS TABLES OF RESULTS LIST

INDICADORES SELECIONADOS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES

SELECTED INDICATORS FOR CHILDREN

- 287 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET
CHILDREN BY DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET
- 289 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONEXÃO UTILIZADA PARA ACESSAR A INTERNET NO TELEFONE CELULAR
CHILDREN BY TYPE OF INTERNET CONNECTION VIA MOBILE PHONE
- 290 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO
CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS
- 291 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET
CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET
- 295 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA PARA ACESSAR A INTERNET
CHILDREN BY DEVICES USED EXCLUSIVELY OR SIMULTANEOUSLY TO ACCESS THE INTERNET
- 296 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET
CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET
- 298 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET
CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE
- 300 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – EDUCAÇÃO E BUSCA DE INFORMAÇÕES
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – EDUCATION AND SEARCH FOR INFORMATION
- 302 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – COMMUNICATION AND SOCIAL NETWORKING WEBSITES
- 303 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – PRODUÇÃO E COMPARTILHAMENTO DE CONTEÚDO
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – CONTENT CREATION AND SHARING
- 304 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – MULTIMÍDIA E ENTRETENIMENTO
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – MULTIMEDIA AND ENTERTAINMENT
- 305 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – DOWNLOADS E CONSUMO
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – DOWNLOADS AND CONSUMPTION

- 306 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – CIDADANIA E ENGAJAMENTO
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – CITIZENSHIP AND ENGAGEMENT
- 307 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY PERCEPTIONS REGARDING THEIR INTERNET SKILLS
- 310 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY INTERNET SKILLS
- 314 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO RECEBIDA DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ON USING THE INTERNET
- 318 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE FORAM TRATADOS DE FORMA OFENSIVA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHO EXPERIENCED OFFENSIVE TREATMENT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 319 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE AGIRAM DE FORMA OFENSIVA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHO BEHAVED OFFENSIVELY ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 320 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM IMAGENS OU VÍDEOS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHO SAW SEXUAL-RELATED IMAGES OR VIDEOS ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 321 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ TIVERAM CONTATO COM ALGUÉM NA INTERNET QUE NÃO CONHECIAM PESSOALMENTE
CHILDREN WHO HAD CONTACT WITH SOMEONE ON THE INTERNET THEY DID NOT PERSONALLY KNOW
- 322 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ENCONTRARAM PESSOALMENTE COM ALGUÉM QUE CONHECERAM NA INTERNET
CHILDREN WHO HAVE MET SOMEONE IN PERSON THAT THEY MET ON THE INTERNET
- 323 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – SEGURANÇA E PRIVACIDADE
CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SAFETY AND PRIVACY
- 326 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONTEÚDO COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – AUTO-DANO E CONTEÚDOS SENSÍVEIS
CHILDREN BY CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SELF-HARM AND SENSITIVE CONTENT
- 328 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM ALGUÉM SER DISCRIMINADO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHO WITNESSED SOMEONE BEING DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 329 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 333 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE SE SENTIRAM DISCRIMINADOS NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHO FELT DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
- 334 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO SOFRIDA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION EXPERIENCED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

INDICADORES SELECIONADOS PARA PAIS OU RESPONSÁVEIS

SELECTED INDICATORS FOR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

- 338 CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS JÁ ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO
CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS HAVE ALREADY ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS
- 340 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET
CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
- 342 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET
CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
- 344 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE UTILIZAM A INTERNET COM SEGURANÇA, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
CHILDREN USING THE INTERNET SAFELY, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

PREFÁCIO

A governança da Internet no país tem se destacado pela consistência em sua estrutura multissetorial representada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), que orienta a expansão e o desenvolvimento da rede no território nacional. Esse modelo passou a ser citado por outros países como paradigma de gestão eficiente e adequada da Internet. A realização da conferência NetMundial, em 2014, deixou patente o reconhecimento da comunidade internacional sobre o modelo de governança que o Brasil segue desde 1995. Pontue-se que, com a edição e divulgação do “decálogo” do CGI.br, em 2009, e com a aprovação, em 2014, pelo Congresso, do Marco Civil da Internet, o modelo mostrou-se merecedor das loas internacionais que vem recebendo ao longo desse caminho.

Outra peculiar característica da gestão brasileira da rede foi sua capacidade de administrar e alocar os recursos provenientes da atividade de registro de nomes de domínio sob o .br, a cargo do Registro.br. Esses recursos são devolvidos à sociedade pela atuação do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), que, desde 2005, tem implementado um conjunto de projetos e atividades voltadas à melhoria contínua da Internet no Brasil, tais como as ações associadas à gestão do tráfego, estímulo e apoio na adoção do IPv6, medição da qualidade das conexões de banda larga, gestão dos incidentes de segurança, padrões para aplicações *web*, dados abertos e produção de dados estatísticos.

Ao longo de sua trajetória, o NIC.br tem produzido estudos e indicadores sobre a adoção das tecnologias de informação e comunicação (TIC), que contribuem para ampliar o conhecimento sobre quais as implicações sociais e econômicas da expansão da Internet na sociedade brasileira. Essa é a ação do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), que já possui 13 anos de atividade regular de produção e disseminação de indicadores TIC para o uso do governo, das empresas, da academia e da sociedade em geral. Os estudos do Cetic.br têm contribuído de maneira relevante para a elaboração de políticas públicas que promovam a inclusão social por meio do uso da rede, bem como o fortalecimento da economia digital.

Atuando desde 2012 como Centro Regional de Categoria II da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), o Cetic.br tem produzido estatísticas com sólidos fundamentos técnicos e promovido inúmeros eventos de capacitação na área de metodologia de pesquisas. O centro também apoia iniciativas que contribuem para qualificar e fortalecer a comparabilidade de estatísticas produzidas em países da América Latina e nações lusófonas da África.

No último ano, o Cetic.br colaborou com o monitoramento da agenda digital para a América Latina (eLAC), por meio da produção do relatório regional produzido em parceria com a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe das Nações Unidas (Cepal). Em outra frente de trabalho, o Cetic.br, em cooperação com o Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil (Cert.br), participou da criação do instrumento de coleta de dados para a medição de temas de segurança digital em empresas de todos os portes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). No âmbito da educação, houve avanço junto ao Instituto de Estatística da Unesco (UIS) na produção de um guia prático para a medição da adoção das TIC em escolas, visando a produção de dados comparáveis nos âmbitos regional e global.

Essas e outras ações internacionais justificam o reconhecimento obtido pelo modelo brasileiro de produção de estatísticas TIC, bem como a disposição do NIC.br de continuar a desenvolver estratégias que contribuam para uma Internet aberta e para todos.

Boa leitura!

Demi Getschko

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

APRESENTAÇÃO

Para colher os benefícios que a sociedade da informação e do conhecimento tem a oferecer – e também para enfrentar os possíveis riscos gerados pela revolução digital –, o Brasil deve se transformar com dinamismo, competitividade e inclusão. Esses são princípios fundamentais que regem a criação da Estratégia Brasileira para a Transformação Digital (E-Digital), lançada em 2018, e que oferece um amplo diagnóstico dos desafios a serem encarados, uma visão de futuro e também um conjunto de ações estratégicas e indicadores para monitorarmos o progresso no atingimento de nossos objetivos.

A E-Digital foi o produto de uma ação do governo federal, coordenada pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC). Essa estratégia foi formulada a partir de consultas públicas junto a inúmeros atores do setor público, do setor produtivo, da comunidade científica e da sociedade civil. A participação expressiva nos seminários e *workshops* realizados durante o processo de sua formulação, assim como na consulta pública ao texto-base, levou ao aperfeiçoamento do documento. O documento final se consolida como política pública a ser implementada em benefício da consolidação de novos paradigmas da transformação e da economia digital.

A efetividade de nossa Estratégia Digital, por sua vez, exige um monitoramento consistente e sistemático de cada uma das ações definidas pelo governo. Entre os atores fundamentais para esse acompanhamento está o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), que tem dado uma contribuição fundamental para a produção de estatísticas e indicadores sobre o acesso e uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) no país. Por meio do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) e do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), a adoção das TIC vem sendo monitorada em setores estratégicos, como é o caso dos domicílios, empresas, órgãos governamentais e em serviços públicos de saúde, educação e cultura, bem como o setor de provimento de acesso à Internet.

Os dados gerados pelo Cetic.br são importantes, não somente por possibilitarem o amplo acompanhamento de nossa agenda digital, mas também por permitirem um *benchmarking* internacional e o acompanhamento de agendas globais, como é o caso dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).

A presente publicação é mais um resultado do compromisso do CGI.br com a produção de informações relevantes para o desenvolvimento da Internet no Brasil e com a implementação de uma agenda que potencialize o fortalecimento inclusivo de uma economia digital.

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

INTRODUÇÃO

A disseminação das tecnologias de informação e comunicação (TIC) promoveu mudanças estruturais na sociedade e na organização do trabalho. Fenômenos emergentes potencializados pelo desenvolvimento das TIC – como Internet das Coisas, inteligência artificial e computação em nuvem – estão, progressivamente, mais presentes em áreas centrais da vida da população. A ampliação do acesso à informação e o ambiente produzido com o avanço da digitalização propiciam uma série de oportunidades para sociabilização, comunicação e para o mundo do trabalho. No entanto, o acesso aos dispositivos digitais e à Internet não garante o alcance dos potenciais benefícios que estes promovem. Para que os resultados positivos da utilização das tecnologias digitais sejam tangíveis, é fundamental desenvolver habilidades instrumentais, sociais e éticas para o seu uso.

Nesse sentido, centros de educação formal e espaços de ensino informal devem assumir a responsabilidade de formar cidadãos com habilidades para aprender e produzir no contexto da sociedade da informação. Os desafios colocados ao sistema de ensino são muitos e exigem o rompimento com estruturas tradicionais rígidas de transmissão e assimilação de conteúdos. Crianças e jovens devem ser estimulados em competências que os possibilitem selecionar, discernir e dar sentido a grande quantidade de informação a que são expostos, bem como, desenvolver habilidades que os permitam exercitar o pensamento crítico e que os preparem para lidar com riscos e com as novas necessidades colocadas pelo mercado de trabalho.

Além da escola, os pais e responsáveis também possuem papel fundamental no desenvolvimento de competências por crianças e adolescentes, para que estes lidem com as constantes mudanças decorrentes da transformação digital. O uso seguro e responsável da Internet deve passar por políticas públicas de educação equitativas e de qualidade e pela orientação e participação de pais e responsáveis na formação dos jovens.

Há um crescente reconhecimento por parte de organismos internacionais e governos de que as TIC são componentes fundamentais para o desenvolvimento socioeconômico e, conseqüentemente, para a consecução dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU). A adoção das tecnologias digitais torna-se uma variável relevante na agenda de desenvolvimento de longo prazo, sobretudo, na eliminação das possíveis fontes geradoras de contrastes e disparidades sociais estruturais, em particular nos países do sul global. Esse impacto revela-se ainda mais significativo quando a adoção dessas tecnologias ocorre de forma integrada a outras agendas, como educação, saúde e segurança.

A pesquisa TIC Kids Online Brasil, conduzida anualmente desde 2012 pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), tem como objetivo central mapear possíveis riscos e oportunidades *on-line*, gerando indicadores sobre acesso à Internet por crianças e adolescentes de 9 a 17 anos de idade e sobre os usos que eles fazem dela. Dessa forma, busca-se entender a percepção dos jovens quanto à experiência e à segurança *on-line*, bem como delinear as práticas de mediação de pais e responsáveis relacionadas ao uso da Internet. A pesquisa constata, anualmente, a tendência de crescimento no número de crianças e adolescentes conectados no Brasil. Em 2017, a pesquisa estimou que 85% da população entre 9 e 17 anos era usuária de Internet no país. O fato de a grande maioria das pessoas nessa faixa etária ter acesso à rede não elimina, no entanto, a necessidade de que sejam desenvolvidas políticas públicas de inclusão digital para mais de 4 milhões de crianças e adolescentes ainda desconectados. A elevada proporção de jovens usuários não minora também a importância de medidas que reduzam custos de banda larga e que possibilitem aos usuários de Internet um maior rol de oportunidades vivenciadas no contexto digital.

Outra tendência observada nas investigações sobre as TIC é o aumento do uso de telefone celular entre crianças e adolescentes. Assim como o estudo brasileiro¹, as pesquisas TIC Kids Online Chile 2016² e TIC Kids Online Uruguai 2017³ identificam os elevados índices de crianças e jovens que acessam a Internet por este dispositivo. Ao mesmo tempo que propicia a inclusão de numerosas parcelas da população no mundo *on-line*, a adoção de dispositivos móveis altera substancialmente a ecologia de acesso e o uso da rede, trazendo impactos para a formação de habilidades e a mediação dos riscos derivados desse uso.

No contexto brasileiro, além de ser o dispositivo mais difundido, o telefone celular é, em muitos casos, a única opção de acesso à Internet para população jovem, estando presente em áreas em que há maior dificuldade de acesso à banda larga fixa e a outros dispositivos. Isso ocorre, sobretudo, entre a população economicamente menos favorecida e que vive em áreas rurais, a qual dispõe de menor diversidade de alternativas de conectividade. Esse cenário representa, por um lado, a inserção de parcela da população no mundo *on-line*. No entanto, o uso exclusivo do telefone celular impacta as atividades realizadas e, conseqüentemente, o potencial desenvolvimento de habilidades múltiplas por crianças e adolescentes.

A série histórica da TIC Kids Online Brasil demonstra que, embora parcela significativa da população brasileira de 9 a 17 anos tenha acesso à rede, os benefícios decorrentes desse uso são distribuídos de forma desigual entre as regiões e classes sociais, o que pode reforçar as disparidades socioeconômicas que existem entre os indivíduos. Diante disso, além de políticas públicas de inclusão digital no nível do acesso às TIC, iniciativas que promovam o direito de crianças e adolescentes de usufruírem das oportunidades relacionadas ao acesso à informação, comunicação e participação *on-line* devem ser consideradas, evitando, assim, que sejam

¹ No Brasil, segundo a TIC Kids Online 2017, a proporção de usuários de Internet entre 9 e 17 anos que acessou a rede por meio de dispositivo celular foi de 93%. Já a pesquisa TIC Kids Online Chile 2016, identificou uma proporção de 92% de usuários na mesma faixa etária que utilizou o telefone celular, enquanto a TIC Kids Online Uruguai 2017 mostrou uma proporção de 83%.

² Cabello, P., Claro, M., Lazcano, D., & Antezana, L. 2018. La inclusión digital de niños y adolescentes chilenos desde la perspectiva de usos y habilidades. In E. Jiménez, M. Garmendia, M.A Casado (Coords.). *Entre selfies y whatsapps: Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada* (1ª ed., Cap. 15, pp. 259-277). Espanha: Gedisa.

³ Fundo das Nações Unidas para a Infância – Unicef 2018. *Niños, niñas y adolescentes conectados: Informe Kids Online Uruguay*. Montevideo: Unicef.

reforçadas, ou mesmo criadas, barreiras na forma como os jovens constroem suas identidades e se relacionam com seus pares. O crescimento do uso de dispositivos móveis também cria novos desafios aos pais, professores e educadores no que tange a mediação do uso da Internet por crianças e adolescentes para mitigação de riscos e potencialização das oportunidades *on-line*.

Quanto maior a intensidade do uso, maiores serão as chances de exposição de crianças e adolescentes a riscos, como exposição à publicidade infantil, *cyberbullying* e conteúdo de natureza intolerante. Assim, além de medidas de promoção, é essencial que sejam desenvolvidas políticas e ações que considerem o direito à privacidade e que protejam os dados de crianças e adolescentes na rede.

Diante das inúmeras oportunidades criadas pelo ambiente digital e dos riscos atrelados ao uso da Internet, é fundamental que sejam produzidos dados que orientem a compreensão acerca do complexo campo de intersecção entre tecnologia e juventude. O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) atua nesse sentido, produzindo estatísticas sobre acesso e uso das TIC no Brasil, a fim de fomentar políticas públicas a partir de evidências coletadas no campo.

Visando a possibilitar a comparação internacional, a TIC Kids Online Brasil adota o marco conceitual e metodológico desenvolvido pela rede europeia EU Kids Online. O mesmo referencial é adotado por novos projetos engajados na produção de estudos comparáveis sobre crianças e adolescentes *on-line*, como o Global Kids Online, uma iniciativa internacional desenvolvida pela London School of Economics e Unicef Office of Research. Também é o caso dos projetos conduzidos no âmbito da Kids Online América Latina, uma rede de pesquisadores criada com o objetivo de discutir abordagens metodológicas e apoiar a produção de indicadores e estudos quantitativos e qualitativos sobre crianças e adolescentes *on-line* em países da região. Para além de adaptar os instrumentos de investigação definidos no âmbito europeu, a rede da América Latina ainda possibilita a produção de estudos comparativos e a criação de uma agenda própria voltada aos desafios locais mais específicos.

Outra atividade relevante que vem sendo desenvolvida pelo Cetic.br é a estruturação de uma linha de trabalho direcionada à capacitação de pesquisadores, gestores públicos e representantes da sociedade civil e de organismos internacionais para a produção e uso de estatísticas TIC. Nos últimos anos, houve um aumento da nossa capacidade de realização de *workshops* voltados para esse tema, não apenas no Brasil, mas também na América Latina e em países lusófonos da África. Nesses eventos, são abordados conceitos teóricos e práticos em metodologias de pesquisa, além de ser estimulado o debate entre usuários e produtores 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 2017: OPORTUNIDADES PARA A CIDADANIA E ENGAJAMENTO

Considerando os diferentes tipos de uso que crianças e adolescentes estabelecem no ambiente *on-line*, a pesquisa TIC Kids Online Brasil centra parte da análise de sua sexta edição nas atividades que a população de 9 a 17 anos realiza na Internet, em especial aquelas que se relacionam à comunicação, participação cívica e educação. Os resultados da pesquisa sinalizam que se mantém a predominância de atividades ligadas à comunicação e ao entretenimento, entre elas: enviar mensagens instantâneas (79%), assistir a vídeos *on-line* (77%), ouvir música na Internet

(75%) e usar redes sociais (73%). Ainda que atividades de comunicação e entretenimento sejam predominantes, é possível identificar novas oportunidades de práticas *on-line*, como aquelas que consideram a participação social, educação e acesso à informação.

De maneira inédita, o estudo aponta que, em 2017, 40% das crianças e adolescentes conectados usaram a Internet para conversar com pessoas de outras cidades, países e culturas, 36% delas participaram de páginas ou grupos sobre assuntos de interesse, 28% buscaram informações sobre saúde e 22% sobre o que acontece na sua comunidade. Além disso, 12% das crianças e adolescentes conectados conversaram na Internet sobre política ou problemas da cidade ou país e 4% participaram de campanhas ou protestos na rede.

A TIC Kids Online Brasil 2017 revela um crescimento relevante no consumo de notícias *on-line* por crianças e adolescentes brasileiros de 9 a 17 anos: 51% dos jovens conectados leram e/ou assistiram a notícias pela Internet. Em 2013, essa proporção era de apenas 34%. Ainda no que diz respeito ao acesso à informação, outra atividade comum identificada foi pesquisar na Internet, seja para trabalhos escolares (76%), seja por curiosidade ou vontade própria (64%).

Com relação aos riscos a que crianças e jovens são expostos na rede, a TIC Kids Online Brasil 2017 aponta que 39% dos usuários de 9 a 17 anos declararam ter visto formas de discriminação na Internet no último ano. Diferenças de gênero e de idade são observadas quando considerado o contato a conteúdos sensíveis na rede. A menção a conteúdo de discriminação, por exemplo, é maior entre meninas (46%) do que entre meninos (32%). O mesmo ocorre entre adolescentes de 15 a 17 anos (54%) se comparado com crianças de 9 a 10 anos (13%). Entre os principais tipos de discriminação identificados, estão: cor ou raça (26%), aparência física (16%) e preferências sexuais (14%).

A pesquisa revela também que os indivíduos usuários de Internet com idades entre 11 e 17 anos estão expostos a conteúdos relacionados a ações sobre a aparência física, como formas de emagrecer (19%). Meninas detectam esse conteúdo em proporção (25%) maior que meninos (12%).

No que diz respeito ao uso seguro da rede, sete em cada dez crianças e adolescentes conectados utilizaram a Internet com segurança, segundo a declaração dos seus pais ou responsáveis – proporção estável em relação às edições anteriores da pesquisa. Estratégias de mediação empregadas por pais e responsáveis para o uso da Internet apresentaram crescimento importante ao longo das últimas edições da pesquisa. Entre elas, estão explicar o que os filhos podem fazer se alguma coisa na Internet os incomodar ou aborrecer (proporção que subiu de 37%, em 2012, para 73%, em 2017), ensinar formas de usar a Internet com segurança (56%, em 2012, e 79%, em 2017) e ensinar como se comportar no relacionamento com outras pessoas na Internet (58%, em 2012, e 84%, em 2017).

É importante destacar que o trabalho de condução das pesquisas TIC do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) é acompanhado por um grupo de especialistas, renomados pela competência e conhecimento na investigação do desenvolvimento das tecnologias. Esses profissionais – filiados a entidades acadêmicas e institutos de pesquisas ou pertencentes a instituições governamentais, a organizações internacionais ou ao setor não governamental – contribuem de maneira valiosa com as etapas de planejamento e análise do estudo, garantindo legitimidade ao processo e ampliando a transparência das escolhas metodológicas realizadas.

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. Nesta edição, os textos trazem discussões relevantes para a proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital, bem como sobre os desafios para a promoção da diversidade na Internet, com debates a respeito de questões de gênero, discriminação e violência *on-line*. Também são abordados o mercado de aplicativos destinados ao público infantil (seus recursos interativos e a maneira como tratam os dados pessoais dos usuários) e a atuação dos influenciadores digitais mirins.

Parte 2 – TIC Kids Online Brasil: apresenta o relatório metodológico, que inclui a descrição dos aspectos metodológicos que orientam a pesquisa; o relatório de coleta de dados, que registra os aprimoramentos metodológicos realizados em 2017; e a análise dos resultados obtidos pelo estudo.

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.

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

PARTE 1



ARTIGOS

INFÂNCIA CONECTADA: DIREITOS E EDUCAÇÃO DIGITAL

Chiara Spadaccini de Teffé¹ e Carlos Affonso Souza²

INTRODUÇÃO

No Brasil, a relação de crianças e adolescentes com a Internet é marcada pela conectividade e pela mobilidade no acesso à rede, principalmente por meio do uso do celular³. Ao mesmo tempo que a Internet oferece diversas possibilidades para a interação entre as pessoas, para a educação⁴ e para o acesso à informação, ela acaba facilitando a exposição de crianças e adolescentes a conteúdos inadequados e a pessoas dispostas a causar danos. Diante desse cenário, mostra-se relevante tanto destacar os principais riscos para os menores na rede – como alguns brinquedos conectados, conteúdos nocivos que estimulam violência e automutilação, o vazamento de imagens íntimas, o *cyberbullying* e o aliciamento sexual – quanto analisar os diversos instrumentos existentes para o desenvolvimento de mecanismos de proteção e conscientização para o uso seguro da Internet por esses sujeitos. No presente artigo, numa perspectiva de proteção à liberdade e à privacidade de crianças e adolescentes na Internet, pretende-se investigar problemas frequentes que envolvem a utilização de brinquedos conectados, bem como a comunicação e o envio de conteúdos indevidos para pessoas menores de idade.

¹ Doutoranda e mestre em Direito Civil pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Foi professora substituta de Direito Civil na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). É pesquisadora do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS Rio). Integra os conselhos executivos da revista eletrônica *Civilistica.com* e da revista do Instituto Brasileiro de Estudos de Responsabilidade Civil (IBERC).

² Professor da Uerj e da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC Rio), é doutor em Direito Civil pela Uerj e diretor do ITS Rio. Também atua como pesquisador afiliado ao Information Society Project da Faculdade de Direito da Universidade de Yale (Estados Unidos).

³ Na pesquisa TIC Kids Online Brasil 2016, verificou-se que cerca de oito em cada dez menores, com idades entre 9 e 17 anos, eram usuários de Internet, o que correspondia a 24,3 milhões de usuários no país. Entre eles, 91% acessaram a rede pelo celular (Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017, p. 97).

⁴ A TIC Kids Online Brasil 2016 revela que, entre as práticas de crianças e adolescentes na rede, mantém-se a predominância de atividades relacionadas à educação, à busca de informações e à comunicação. Nesse contexto, a pesquisa na Internet para fazer trabalhos escolares segue sendo a atividade mais praticada por esse público – 81% dos usuários de Internet entre 9 e 17 anos afirmaram realizá-la. Também merecem destaque a pesquisa *on-line* por vontade ou curiosidade própria (68%) e o consumo e leitura de notícias *on-line* (47%) (CGI.br, 2017, p.108-09).

INTERNET DOS BRINQUEDOS E PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

Cada vez mais, utiliza-se uma rede de objetos que se comunicam e interagem de forma autônoma por meio da Internet. É possível inclusive monitorar e gerenciar esses dispositivos, mesmo à distância, para aumentar a eficiência de sistemas e processos, além de melhorar a qualidade de vida da população. O incremento da utilização dessas funcionalidades e a incorporação da Internet das Coisas (do inglês, *Internet of Things* – IoT) na vida de adultos, adolescentes e crianças são visíveis. Relógios, geladeiras, leitores de digitais, detectores de movimento, câmeras, máquinas de café, peças de vestuário e brinquedos infantis já se encontram conectados à Internet e presentes nas casas e corpos das mais diversas pessoas, enquanto empresas coletam dados sobre movimentos, preferências e hábitos de seus usuários, que não têm, por vezes, nem mesmo plena capacidade civil.

Se, por um lado, a Internet das Coisas pode oferecer novas e importantes oportunidades para a educação, facilitar tarefas cotidianas, proporcionar uma interação inédita entre crianças e brinquedos, auxiliar em tratamentos médicos, aumentar a segurança de residências e melhorar a qualidade e a oferta de produtos e serviços, por outro, é possível verificar problemas relativos à segurança da informação e ao tipo de tratamento conferido à privacidade e aos dados pessoais de usuários. Há também questionamentos acerca do conteúdo que é indiretamente direcionado a quem interage com os dispositivos.

Esse cenário parecia ainda mais preocupante no Brasil em razão da ausência, até então, de uma lei específica para a proteção de dados. Entretanto, por demandas da sociedade brasileira e de instituições internacionais, bem como para acompanhar as normas do Regulamento Europeu sobre a Proteção de Dados⁵, foi sancionada a Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018, que dispõe sobre a proteção de dados pessoais de pessoas naturais. A norma prevê em seu rol de princípios disposições que preconizam, por exemplo, a necessidade de se observar a finalidade para a realização do tratamento de dados, que deverá ocorrer para propósitos legítimos, específicos, explícitos e informados ao titular; a adequação, devendo haver compatibilidade do tratamento com as finalidades informadas ao titular; a necessidade de o tratamento ser limitado ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos em relação às finalidades do tratamento de dados; a transparência, sendo necessário garantir aos titulares informações claras, precisas e facilmente acessíveis sobre a realização do tratamento e os respectivos agentes de tratamento, observados os segredos comercial e industrial; e a segurança, devendo ser utilizadas medidas técnicas e administrativas aptas a proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão.

Com relação aos brinquedos conectados, especialistas já ressaltaram as possibilidades de hackeamento dos mesmos e seu uso para espionagem do ambiente onde eles estão. Verifica-se também a falta de transparência de algumas empresas sobre a coleta e o tratamento dos dados pessoais de crianças e adolescentes que interagem com os brinquedos, bem como de terceiros que se encontram próximos a eles e podem ter seus dados coletados sem sequer terem conhecimento disso. Outro ponto que recebe críticas é a possibilidade de inserção de

⁵ Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016. Ou, em inglês, *General Data Protection Regulation* (GDPR).

publicidade implícita de produtos e serviços de parceiros comerciais durante as interações dos brinquedos com as crianças. Por fim, há quem se preocupe com o impacto que a relação com o brinquedo conectado pode gerar nas formas de comunicação e expressão das crianças. Como regra, a comunicação estabelecida com esses dispositivos é pouco complexa e, muitas vezes, realizada na forma de comandos, sendo desnecessário utilizar expressões como “por favor” e “obrigado” (Lemos, 2017). Isso poderia influenciar negativamente as formas de expressão das crianças, prejudicando a sua interação com outros seres humanos.

Em última instância, a diversão se transformou em um processo de criação de bases de dados. Quantas vezes a criança acessou o brinquedo? Quais informações ela trocou com ele? Quem tem acesso a essa comunicação e onde os dados são armazenados? O que pode ser feito com eles, além de melhorar a performance do brinquedo e do jogo? Existe um debate complexo sobre o consentimento dos pais e responsáveis para o tratamento de dados pessoais de seus filhos. Ainda que os pais tenham consentido com o uso do brinquedo e instalado um aplicativo que permite que eles controlem a brincadeira, há aspectos nebulosos nessa relação que precisam ser melhor debatidos. O que acontece se uma outra criança brincar junto e se comunicar com a boneca ou jogo? Enquanto cada vez mais brinquedos e jogos se conectam à rede, mais cedo as crianças também passam a utilizar a Internet. Duas certezas provenientes desse cenário são a transformação das práticas de diversão e os desafios constantes para a proteção da privacidade e dos dados pessoais.

Em fevereiro de 2017, a Alemanha proibiu tanto a venda quanto a propriedade de uma boneca interativa chamada My Friend Cayla, feita pela empresa norte-americana Genesis Toys, sob a alegação de que o brinquedo continha um dispositivo de vigilância escondido que violava os regulamentos federais sobre privacidade. A boneca estava equipada com um microfone e usava um aplicativo *bluetooth* para se conectar à Internet, o que permitia que o brinquedo conversasse e respondesse perguntas, ao mesmo tempo que trocava dados com uma empresa de *software* de reconhecimento de voz. Embora possa haver dúvida acerca da caracterização da boneca como um dispositivo de vigilância ou espionagem, a Alemanha não está sozinha nas preocupações sobre a segurança e a privacidade de seus cidadãos durante a interação com dispositivos como esse. Uma denúncia endereçada à Comissão Federal de Comércio dos Estados Unidos (Federal Trade Commission – FTC) por instituições de proteção à privacidade e ao consumidor afirmava que Cayla e um robô inteligente chamado i-Que violavam leis de proteção ao consumidor, sujeitavam crianças pequenas à vigilância contínua e estariam entrando em casas nos Estados Unidos sem quaisquer *standards* de proteção de dados significativos (Emery, 2017). As instituições criticaram o escopo daquilo que estava sendo captado pelos brinquedos e possíveis vulnerabilidades que eles apresentariam, as quais poderiam colocar em risco a segurança e a privacidade de seus usuários.

Anos antes, no caso da boneca Hello Barbie (Braga, 2016; Gibbs, 2015a), já havia sido alertado que o brinquedo apresentava vulnerabilidades e falhas de segurança, de modo que *hackers* poderiam ter acesso a informações pessoais do usuário e a arquivos de áudio armazenados, além de transformar o microfone da boneca em um dispositivo de vigilância. Ainda, apresentou-se preocupação com o uso da tecnologia para reconhecimento de voz, por enviar gravações de crianças a empresas para processamento, revelando possivelmente seus sentimentos e detalhes íntimos (Gibbs, 2015b). Tendo em vista que os dispositivos conectados estão cada vez mais complexos, inclusive com maior autonomia e comportamento imprevisível, e sendo direcionados também para menores de idade, é necessário que os desenvolvedores

tenham maior responsabilidade no momento da produção desses dispositivos, bem como empreguem maior atenção à fase de testes controlados antes que os produtos sejam destinados à comercialização.

REMOÇÃO DE CONTEÚDOS NOCIVOS A CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA INTERNET

Na rede, é possível encontrar os mais diversos conteúdos e nem sempre eles são indicados para crianças e adolescentes. Por tal razão, é aconselhável que o acesso à Internet seja inicialmente feito de forma supervisionada, com a devida orientação de adultos e com restrição de tempo. Verifica-se, por exemplo, a presença de conteúdos nocivos ou violentos, como aqueles que estimulam automutilação e suicídio, que propagam discursos discriminatórios e de ódio e que incentivam o uso de drogas e a realização de dietas para extrema magreza⁶. Diante disso, é comum o questionamento acerca da responsabilidade civil de provedores pela divulgação desses conteúdos quando são produzidos ou autorizados pela própria plataforma ou quando são inseridos por terceiros, por exemplo, em páginas de redes sociais. Na primeira hipótese, em razão de o provedor ter controle editorial pleno sobre o que é divulgado, como regra, ele responderá diretamente em caso de eventual dano causado. Já na segunda, o sistema de responsabilidade por conteúdo de terceiro será regido pelo Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965, 2014).

⁶ Na pesquisa TIC Kids Online Brasil 2016, destaca-se a proporção de usuários de 11 a 17 anos que viram na rede assuntos referentes a auto-dano ou outros conteúdos sensíveis. Na análise por tipo de conteúdo, verificou-se que cerca de um a cada cinco adolescentes usuários de Internet teve contato com assuntos relacionados a formas de ficar muito magro (20%), a formas de machucar a si mesmo (13%), experiências de uso de drogas (10%) e formas de cometer suicídio (10%). Os resultados evidenciam que as meninas estão mais expostas a esse tipo de conteúdo na Internet do que os meninos (CGI.br, 2017, p. 118). Outro tipo de risco na Internet é o contato com conteúdos de natureza intolerante e com discurso de ódio na rede. Em 2016, 41% dos usuários com 9 a 17 anos declararam ter presenciado alguém sendo discriminado na rede, percentual estável em relação a 2015 (40%) – o equivalente a 10 milhões de crianças e adolescentes no país. O testemunho de situações discriminatórias foi mais frequentemente citado por meninas (45%) do que por meninos (37%) e mais mencionado por adolescentes mais velhos – 15% dos usuários com 9 e 10 anos declararam ter visto conteúdos desse tipo na Internet, enquanto o mesmo ocorreu com mais da metade (53%) daqueles com idades de 15 a 17 anos (CGI.br, 2017, p. 120). Entre os diferentes tipos de discriminação testemunhados, o mais comum foi relacionado a cor ou raça, mencionado por 24% dos usuários de Internet com 9 a 17 anos. Outros tipos de discriminação foram pela aparência física (16%), por gostar de pessoas do mesmo sexo (13%) e pela religião (10%). Já o percentual de crianças e adolescentes usuários da rede que sofreram diretamente algum tipo de preconceito na Internet foi de 7% em 2016 (CGI.br, 2017, p. 121).

Em seu Artigo 19⁷, o Marco Civil apresenta a regra geral da responsabilidade civil do provedor de aplicações de Internet (por exemplo, Facebook, Twitter, YouTube, Snapchat e WhatsApp) por conteúdo de terceiros, a qual é de natureza subjetiva (isto é, depende de culpa) e oriunda do não cumprimento da ordem judicial que determinou a exclusão ou a indisponibilização de determinado conteúdo. A responsabilidade não deriva, assim, como regra, do descumprimento de uma notificação extrajudicial.

De forma a proteger a liberdade de expressão e impedir a censura privada, exige-se a análise judicial do conteúdo para, só então, fazer nascer a responsabilidade em caso de descumprimento. Parte-se da ideia de que somente uma adequada ponderação judicial dos interesses constitucionalmente tutelados – estando a liberdade de expressão como regra em um dos lados da balança – poderá assegurar uma Internet livre, plural e democrática.

Isso não quer dizer que provedores não possam remover conteúdos que violem seus termos de uso. Não existe no artigo 19 do Marco Civil da Internet um comando que impeça a remoção de conteúdos antes da ordem judicial. Todavia, caso optem por remover um material antes de qualquer pronunciamento pelo Poder Judiciário, os provedores correm o risco de serem responsabilizados não pelo conteúdo de terceiro, mas sim por um ato próprio, pois, ao removerem o conteúdo, podem eventualmente causar danos a quem publicou a foto, o texto ou vídeo e viu o seu conteúdo ser indevidamente removido. Mas quem é que vai dizer se a remoção (espontânea ou motivada por notificação de terceiros) foi irregular? Esse papel cabe ao Poder Judiciário. Os tribunais nacionais já reconhecem o seguinte equilíbrio inaugurado pelo Marco Civil da Internet: de um lado, ele dá segurança aos provedores de que eles não serão responsabilizados por conteúdos de terceiros contestados em sua plataforma até a ordem judicial, mas, de outro, ele traz a ideia de que, se os provedores quiserem ir adiante e remover um dado conteúdo, alegando violação aos seus termos de uso, eles poderão eventualmente, na gestão de sua plataforma, causar danos com remoções indevidas, o que poderá ensejar ações indenizatórias que serão apreciadas pelo Poder Judiciário.

Em diversas decisões, os tribunais já mostraram preocupação com uma ampla delegação para provedores das formas de controle do discurso na rede, já que isso poderia prejudicar a diversidade, a liberdade de expressão e a inovação na Internet. Entende-se, assim, que o controle que pode ser realizado pelos provedores deve ficar restrito às condições traçadas em seus termos de uso (e existe muito a ser aperfeiçoado em termos de transparência e informação sobre os critérios aplicados pelas empresas na gestão de suas plataformas). Nessa direção, como

⁷ Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário. § 1º A ordem judicial de que trata o *caput* deverá conter, sob pena de nulidade, identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente, que permita a localização inequívoca do material. § 2º A aplicação do disposto neste artigo para infrações a direitos de autor ou a direitos conexos depende de previsão legal específica, que deverá respeitar a liberdade de expressão e demais garantias previstas no art. 5º da Constituição Federal. § 3º As causas que versem sobre ressarcimento por danos decorrentes de conteúdos disponibilizados na internet relacionados à honra, à reputação ou a direitos de personalidade, bem como sobre a indisponibilização desses conteúdos por provedores de aplicações de internet, poderão ser apresentadas perante os juizados especiais. § 4º O juiz, inclusive no procedimento previsto no § 3º, poderá antecipar, total ou parcialmente, os efeitos da tutela pretendida no pedido inicial, existindo prova inequívoca do fato e considerado o interesse da coletividade na disponibilização do conteúdo na internet, desde que presentes os requisitos de verossimilhança da alegação do autor e de fundado receio de dano irreparável ou de difícil reparação (Marco Civil da Internet, Lei n. 12.965/2014, 2014).

dito, caso um conteúdo seja denunciado e o provedor entenda que ele viola expressamente seus termos de uso, não haverá impedimento no Marco Civil da Internet para que ele o remova, devendo-se ressaltar que, caso alguém se sinta lesado por tal conduta, ele poderá ingressar com uma ação judicial em face diretamente do provedor, questionando a remoção e pedindo até mesmo uma indenização financeira.

Caso fosse obrigatória a remoção de conteúdo da rede, mediante mera notificação extrajudicial, isso poderia implicar sério entrave para o desenvolvimento de novas alternativas de exploração e comunicação na Internet, as quais, muito razoavelmente, poderiam não ser desenvolvidas em razão do receio de futuras ações indenizatórias. Além disso, se, por receio da responsabilização, os provedores retirassem em massa conteúdos da rede, o resultado imediato disso seria a redução do número de casos em que o Poder Judiciário poderia atuar para traçar os limites da liberdade de expressão na Internet e reforçar a relevância desse direito fundamental.

O Poder Judiciário, em detrimento de empresas privadas que regulam tais plataformas, parece ser a melhor opção para analisar conteúdos e determinar quais informações devem permanecer na rede. Imagine, por exemplo, que fosse instituída a responsabilidade dos provedores de aplicações de Internet quando não removessem conteúdo após uma notificação extrajudicial. Haveria, muito possivelmente, o incentivo a uma censura privada, uma vez que, para evitarem o risco de uma responsabilização futura, os provedores provavelmente removeriam boa parte dos conteúdos denunciados. Por gozarem de isenção de responsabilidade antes da notificação judicial, pelas regras do Marco Civil da Internet, os provedores de aplicações devem tomar o exercício da liberdade de expressão como vetor de suas atividades e evitar, sempre que possível, utilizar medidas para filtrar ou limitar conteúdos na rede.

É preciso ter cuidado para que fatos isolados, como o desafio da Baleia Azul (O Globo, 2017; Evon, 2017), por exemplo, não sirvam de incentivo para a imposição de vigilância e censura nas mídias sociais e demais aplicativos. A Baleia Azul não foi a primeira nem a última ação que vai incentivar crianças e adolescentes a praticarem formas de lesão e violência consigo mesmos e terceiros (Teffé, 2017). Tentar eliminar a todo custo os riscos que crianças e adolescentes podem encontrar em espaços públicos como a Internet é praticamente impossível e pode tolher de forma desproporcional a liberdade e a privacidade deles.

Encontrar um equilíbrio entre as necessidades de proteção de crianças e adolescentes e a preservação da Internet como um espaço para a expressão livre e plural é um desafio que não será respondido apenas pelo Direito, seja por meio da edição de novas leis ou de decisões judiciais. De toda forma, juntamente de considerações que levem em conta aspectos tecnológicos, econômicos e sociais, é preciso refletir sobre o equilíbrio desejado e evitar que o Direito sirva como mecanismo para restringir direitos fundamentais em nome de uma suposta proteção ao público jovem.

É justamente nesse debate que se insere o papel da educação digital, buscando ampliar o acesso, por parte da criança e do adolescente, a conhecimentos fundamentais sobre segurança na utilização dos mais diferentes recursos na rede. O desenvolvimento de habilidades decorrentes desse conhecimento transforma a experiência de conexão, garantindo que o menor esteja menos vulnerável a ataques ou se sinta menos tentado a cair nas estratégias de manipulação de jogos e desafios *on-line* que procuram causar danos.

DIVULGAÇÃO NÃO AUTORIZADA DE IMAGENS ÍNTIMAS DE MENORES

A intensa exposição da intimidade em redes sociais e aplicativos interativos demonstra que, cada vez mais, o ser humano vem sentindo um desejo de ser visto, notado e percebido para além da comunidade em que se encontra, bem como sendo influenciado a tornar públicas diversas informações sobre si. Principalmente entre os adolescentes, tornou-se comum o envio dos chamados *nudes*, imagens que apresentam a pessoa nua ou seminua, como forma de provocar a reação do outro. Se, por um lado, a referida prática pode estimular o desejo e a vontade sexual das partes envolvidas na troca de imagens, por outro, pode gerar sérios riscos à intimidade, honra e imagem do retratado.

A facilidade com que conteúdos e imagens pessoais podem ser transmitidos e armazenados por meio dos novos aparatos tecnológicos acaba por tornar os indivíduos, em certa medida, mais vulneráveis, já que, eventualmente, informações sobre determinada pessoa poderão ser obtidas ilicitamente de arquivos ou divulgadas por terceiros que tiveram acesso a esse material por meio de relação de confiança. O vazamento não autorizado de imagens íntimas vem ocorrendo de forma cada vez mais frequente e em diversas ferramentas *on-line*⁸. Tornou-se recorrente uma forma específica de vazamento chamada de "pornografia de vingança" (*revenge porn*), que ocorre quando um ex-parceiro divulga, insere e/ou expõe, sem autorização dos retratados, em quaisquer ferramentas da rede, fotos e/ou vídeos com cenas íntimas, nudez ou prática de ato sexual, que foram registrados ou enviados em confiança a ele. Visa-se com isso colocar a pessoa exposta em uma situação constrangedora e embaraçosa diante de amigos, da família, de colegas ou mesmo de um grupo indeterminado de pessoas. Na maioria dos casos, o intuito do ofensor é se vingar de alguém que feriu seus sentimentos ou terminou um relacionamento.

A preocupação com o tema assume especial relevância tendo em vista o aumento do número de vítimas de *revenge porn*, que são na maioria mulheres. Essa nociva prática expõe inclusive a intimidade de crianças e adolescentes na rede, sujeitos esses que são considerados hipervulneráveis e que receberam uma tutela especial pelo legislador constituinte. Há diversas notícias que relatam o suicídio de jovens em razão da divulgação de seus vídeos íntimos em redes sociais e grupos do WhatsApp.

Em âmbito penal, quando a vítima da referida divulgação é menor de idade, há tipificação legal no Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei n. 8.069/1990, 1990), entre os artigos 241-A e 241-E, capaz de englobar a conduta do ofensor. A referida norma apresenta grande

⁸ Com relação ao contato com conteúdos de cunho sexual, a TIC Kids Online Brasil 2016 aponta que se manteve estável a proporção de usuários de Internet entre 9 e 17 anos que viram imagens de conteúdo sexual na Internet (18%). Entretanto, o fenômeno não é homogêneo entre as diferentes faixas etárias: enquanto 5% dos usuários com idades de 9 a 10 anos declararam ter tido contato com esse tipo de imagem, a proporção chega a 28% na faixa de 15 a 17 anos. É importante ressaltar, no entanto, que uma parcela menor dos usuários de Internet (8%) declarou se sentir incomodado após contato com esse tipo de imagem na rede (CGI.br, 2017, p.118). Os dados revelam que o recebimento de mensagens de teor sexual é mais prevalente entre os usuários da rede mais velhos: 23%, entre aqueles de 15 a 17 anos, e 5%, entre os de 11 a 12 anos de idade. Ao contrário do observado em relação ao contato com imagens de cunho sexual, as mensagens desse tipo indicam maior potencial de incomodar ou chatear os adolescentes. O percentual de usuários de Internet que se sentiram incomodados após contato com mensagens com conteúdo sexual foi de 13%, resultado similar à proporção de usuários que receberam esse tipo de mensagem (17%). Vale ressaltar que meninas reportaram mais frequentemente terem se incomodado após contato com mensagens de conteúdo sexual na Internet do que meninos: 16% contra 9% (CGI.br, 2017, p.120).

importância para proteger os menores e punir adequadamente quem pratica condutas ofensivas contra eles.

Até o final de setembro de 2018, não havia ainda um tipo penal específico para punir a prática de pornografia de vingança realizada em face de uma pessoa maior de idade. Dessa forma, muitas vezes, a conduta do ofensor acabava sendo enquadrada como crime contra a honra (difamação e/ou injúria). Todavia, esse cenário agora deve mudar em razão da publicação da Lei n. 13.718, de 24 de setembro de 2018, que em seu artigo 218-C, tipifica a divulgação de cena de estupro ou de cena de estupro de vulnerável, de sexo ou de pornografia. Estipulou-se, assim, que é crime: "Oferecer, trocar, disponibilizar, transmitir, vender ou expor à venda, distribuir, publicar ou divulgar, por qualquer meio – inclusive por meio de comunicação de massa ou sistema de informática ou telemática –, fotografia, vídeo ou outro registro audiovisual que contenha cena de estupro ou de estupro de vulnerável ou que faça apologia ou induza a sua prática, ou, sem o consentimento da vítima, cena de sexo, nudez ou pornografia". A pena será de reclusão, de 1 (um) a 5 (cinco) anos, se o fato não constituir crime mais grave. Haverá aumento de pena de 1/3 (um terço) a 2/3 (dois terços) se o crime for praticado por agente que mantenha ou que tenha mantido relação íntima de afeto com a vítima ou com o fim de vingança ou humilhação.

Em âmbito cível, a vítima pode requerer uma compensação financeira pelo dano moral sofrido, a qual deverá ser pleiteada em face de quem diretamente inseriu o conteúdo na rede e de quem o compartilhou, aumentando assim a extensão do dano. Além do pleito reparatório, a vítima deverá requerer a exclusão do conteúdo danoso. O referido pedido pode se dar em face de quem diretamente inseriu o material e/ou do provedor de aplicações de Internet responsável pelo local onde o conteúdo foi inserido. Vale lembrar que, caso se trate de divulgação não autorizada de imagem íntima, não será necessário ajuizar ação judicial para que o mencionado provedor tenha que remover o conteúdo, devendo a vítima notificá-lo adequadamente e denunciar as imagens por meio de canais da própria plataforma.

Nesse caso específico, há uma exceção ao Artigo 19 do Marco Civil da Internet. Foi estabelecido no Artigo 21 da lei que o provedor de aplicações de Internet que disponibilizar conteúdo gerado por terceiros será responsabilizado subsidiariamente pela violação da intimidade decorrente da divulgação, sem autorização de seus participantes, de imagens, de vídeos ou de outros materiais contendo cenas de nudez ou de atos sexuais de caráter privado, quando, após o recebimento de notificação pelo participante ou seu representante legal, deixar de promover, de forma diligente, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço, a indisponibilização desse conteúdo.

A mencionada notificação deverá conter, sob pena de nulidade, elementos que permitam a identificação específica do material apontado como violador da intimidade do participante e a verificação da legitimidade para apresentação do pedido. Em razão da facilidade para se disseminar dados na Internet, da possibilidade de determinados conteúdos se tornarem virais (especialmente quando envolverem imagens íntimas) e da comum falta de habilidade técnica do usuário da rede, agiu bem o legislador ao estabelecer a mencionada exceção.

Diante desse quadro, pais e educadores devem conversar de forma franca e aberta sobre como os jovens podem se proteger e interagir com segurança e respeito na rede. Além disso, devem acompanhar e monitorar o uso de mídias sociais e aplicativos. Os estabelecimentos de ensino podem incluir disciplinas que capacitem as pessoas a utilizar as ferramentas digitais de forma

segura, responsável e ética, como também formar profissionais da educação habilitados a trabalhar com temas como *cyberbullying*, divulgação de imagens íntimas, privacidade e canais para denúncia de abusos na Internet.

Pode-se perceber que as situações apresentadas neste texto (brinquedos conectados, remoção de conteúdos e divulgação de imagens íntimas) compõem o complexo mosaico da proteção de crianças e adolescentes na rede. O desafio que se apresenta pela frente é construir soluções para esses dilemas, mas sem cair em soluções fáceis, que terminem por satisfazer interesses políticos e, logo adiante, servir de mecanismos para restrições indevidas a direitos fundamentais.

REFERÊNCIAS

Braga, M. (2016). More security vulnerabilities found in hello barbie toy's servers. *Motherboard*, 25 de janeiro de 2016. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de https://motherboard.vice.com/en_us/article/4xav93/more-security-vulnerabilities-found-in-hello-barbie-toys-servers

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2016*. São Paulo: CGI.br.

Emery, D. (2017). 'My Friend Cayla' doll records children's speech, is vulnerable to hackers. *Snopes*, 24 de fevereiro de 2017. Recuperado em 1 março, 2018, de <https://www.snopes.com/news/2017/02/24/my-friend-cayla-doll-privacy-concerns/>

Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA. Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L8069.htm

Evon, D. (2017). 'Blue Whale' game responsible for dozens of suicides in Russia? *Snopes*, 27 de fevereiro de 2017. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de <https://www.snopes.com/blue-whale-game-suicides-russia/>

Gibbs, S. (2015a). Hackers can hijack Wi-Fi Hello Barbie to spy on your children. *The Guardian*, 25 de novembro de 2015. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de <https://www.theguardian.com/technology/2015/nov/26/hackers-can-hijack-wi-fi-hello-barbie-to-spy-on-your-children>

Gibbs, S. (2015b). Privacy fears over 'smart' Barbie that can listen to your kids. *The Guardian*, 13 de março de 2015. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de <https://www.theguardian.com/technology/2015/mar/13/smart-barbie-that-can-listen-to-your-kids-privacy-fears-mattel>

Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). Recuperado em 25 setembro, 2018, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm

Lei n. 13.718, de 24 de setembro de 2018. Altera o Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal), para tipificar os crimes de importunação sexual e de divulgação de cena de estupro, tornar pública incondicionada a natureza da ação penal dos crimes contra a liberdade sexual e dos crimes sexuais contra vulnerável, estabelecer causas de aumento de pena para esses crimes e definir como causas de aumento de pena o estupro coletivo e o estupro corretivo; e revoga dispositivo do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941 (Lei das Contravenções Penais). Recuperado em 25 setembro, 2018, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13718.htm

Lemos, R. (2017). Como falar com as máquinas? *Folha de S. Paulo*, 20 de novembro de 2017. Recuperado em 1º março, 2018, de <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2017/11/1936624-como-falar-com-as-maquinas.shtml>

Marco Civil da Internet. Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil e determina as diretrizes para atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios em relação à matéria. Brasília, DF. Recuperado em 25 abril, 2018, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm

O Globo (2017). O que se sabe até agora sobre o jogo da “Baleia azul”. *O Globo*, 20 de abril, de 2017. Recuperado em 5 janeiro, de 2018, de <https://oglobo.globo.com/sociedade/o-que-se-sabe-ate-agora-sobre-jogo-da-baleia-azul-21236180>

Rodotà, S. (2008). *A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje*. (M. C. Moraes, Ed., D. Doneda, & L. C. Doneda, Trad.). Rio de Janeiro: Renovar.

Rodotà, S. (2014). *Il mondo nella rete*. Roma: Laterza.

Souza, C. A. (2015). As cinco faces da proteção à liberdade de expressão no Marco Civil da Internet. In Lucca, N. de, Simão Filho, A., & Lima, C. R., *Direito & Internet III – Tomo II: Marco Civil da Internet* (Lei n. 12.965/2014) (pp. 377-408). São Paulo: Quartier Latin.

Teffé, C. S. (2017). *Desafio da Baleia Azul: O que se sabe até agora*. Rio de Janeiro: ITS-Rio. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de <https://feed.itsrio.org/desafio-da-baleia-azul-o-que-se-sabe-ate-agora-b4b85ae77a56>

Teffé, C. S. (2018). Proteção de dados pessoais na Rede: resenha à obra “A internet das coisas”, de Eduardo Magrani. *Civilistica.com*. Rio de Janeiro, a. 7, n. 1, 2018. Recuperado em 17 setembro, de 2018, de <http://civilistica.com/wp-content/uploads/2018/05/Teff%C3%A9-civilistica.com-a.7.n.1.2018.pdf>.

União Europeia (2017). *Kaleidoscope on the Internet of toys: Safety, security, privacy and societal insights*. Recuperado em 5 janeiro, de 2018, de <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a1642559-ec37-11e6-ad7c-01aa75ed71a1/language-en>

INFLUENCIADORES MIRINS NO YOUTUBE BRASIL E O IMPACTO MERCADOLÓGICO

Luciana Corrêa¹

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem o intuito de apresentar, pela primeira vez, os resultados de audiência², mapeados ao longo dos anos de 2016 e 2017, na plataforma de vídeos YouTube Brasil, e das ações mercadológicas de uma marca de boneca infantil colecionável denominada L.O.L. Surprise, Little Outrageous Little Surprise ou L.O.L. Surpresa.

Em 2015 o ESPM Media Lab, laboratório de pesquisas da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), iniciou o estudo contínuo denominado “Geração YouTube: um mapeamento realizado sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos – Brasil 2005-2016”. Os dados mapeados apontam a presença significativa de crianças pequenas na produção e consumo de vídeos na plataforma. Para além do produto escolhido, o objetivo deste trabalho é apresentar os achados das estratégias mercadológicas da marca na rede social e os impactos de visualizações de vídeos produzidos por crianças nos resultados de vendas do brinquedo no mercado brasileiro.

CRIANÇA, PUBLICIDADE E REDES SOCIAIS

Segundo o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), no seu artigo 2º, considera-se criança “a pessoa até 12 anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre 12 e 18 anos de idade” (Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei n. 8.069/1990, 1990). Estudos desenvolvidos pelos membros da comunidade Kids Online evidenciam a importância de dedicarmos pesquisas

¹ Doutoranda em Administração pelo Programa de Doutorado em Gestão Internacional da Escola Superior de Propaganda e Marketing (PMGDI-ESPM) e mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM. Pesquisadora do ESPM Media Lab.

² Por se tratar de um hábito de crianças muito pequenas (entre zero e 12 anos), neste texto entende-se por audiência apenas o número de *views* ou visualizações completas do vídeo no YouTube, descartando-se outras interações na plataforma, como comentários ou curtidas. Outras ações da marca em redes sociais como Instagram e Facebook não são analisadas neste artigo.

e atenção a crianças de zero a oito anos, no que toca ao tempo dedicado a atividades *on-line* (Holloway, Green, & Livingstone, 2013). Nos últimos cinco anos, houve um aumento significativo de uso de Internet por crianças menores de nove anos (Holloway et al., 2013).

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2016, a quinta edição da série, estimou que cerca de oito em cada dez crianças e adolescentes (82%) com idades entre 9 e 17 anos eram usuários de Internet, o que correspondia a 24,3 milhões de crianças e adolescentes em todo o país. Dentre estes, 41% haviam tido contato com propaganda ou publicidade não apropriada para a sua idade, segundo a declaração dos seus pais ou responsáveis (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2017a).

A televisão continuava sendo o principal meio de exposição à publicidade ou propaganda (80%), e foi registrado o crescimento do percentual dos usuários de Internet de 11 a 17 anos que tiveram contato com conteúdo mercadológico em *sites* de vídeos: 69%. Em 2013, esse percentual foi de 30%. Ainda segundo o estudo, 62% foram expostos a propagandas ou publicidade em redes sociais (CGI.br, 2017a).

Pesquisar hábitos e levantar dados sobre os usos de redes sociais por crianças é um trabalho permanente, pois a velocidade com que surgem novas plataformas, e como as crianças, produtos e marcas se apropriam das mesmas, é tão rápida quanto a passagem do modismo de um brinquedo colecionável. O desafio metodológico é a principal dificuldade em pesquisar crianças pequenas na rede, pois não existem dados oficiais publicados – dos denominados *sites* de redes sociais (SRS) – que considerem a presença declarada de crianças na rede.

De acordo com as políticas de privacidade de redes sociais, as respectivas idades para criar uma conta são: 13 anos (Facebook)³, 13 anos (Instagram)⁴ e 18 anos (YouTube)⁵, ou seja, as evidências acima apontam que as crianças estão presentes nas redes, mas de que maneira podemos identificar seu acesso, entender suas percepções desse universo digital, uma vez que eles não foram criados e concebidos exclusivamente para elas?

Compreender a presença da publicidade direcionada a crianças em redes sociais e o impacto disso em seu cotidiano é um desafio constante, tanto para quem produz, quanto para quem consome. Para além do produto escolhido, o objetivo deste trabalho é apresentar os achados das estratégias mercadológicas da marca L.O.L. Surprise, apresentar os impactos de visualizações de vídeos produzidos por crianças no YouTube e os resultados de vendas do brinquedo no mercado brasileiro.

³ Mais informações sobre a política de privacidade da plataforma no *website* do Facebook. Recuperado em 13 abril, 2018, de <https://www.facebook.com/terms>

⁴ Mais informações sobre a política de privacidade da plataforma no *website* do Instagram. Recuperado em 13 abril, 2018, de <https://help.instagram.com>

⁵ Mais informações sobre a política de privacidade da plataforma no *website* do YouTube. Recuperado em 13 abril, 2018, de <https://support.google.com/>

YOUTUBE, PUBLICIDADE E CRIANÇAS NO BRASIL

O Brasil é o segundo maior mercado do YouTube e os brasileiros estão entre os que mais assistem a vídeos na Internet – em 2016, 68% declararam assistir a vídeos, programas, filmes ou séries *on-line* (CGI.br, 2017b). Além de consumir, muitos também investem na produção de conteúdo. O YouTube declara ter atingido a marca de 98 milhões de usuários mensais no Brasil, com um adicional de 35 milhões nos últimos dois anos. Do público total, 96% são jovens entre 18 e 34 anos. Os dados são do estudo YouTube Insights 2017, segunda edição do levantamento que reúne os principais dados da plataforma publicados no veículo especializado *Meio & Mensagem*. O relatório é dividido nas categorias música, gastronomia, *games*, moda e beleza e futebol. O estudo aponta que o interesse por vídeos de esportes no YouTube é três vezes maior do que pelos de tecnologia. A maioria dos consumidores de futebol ainda é de homens, mas as mulheres já representam 20% da audiência. Segundo o YouTube Insights, 31% dos usuários procuram a plataforma para acessar conteúdo de aprendizado. Outros 54% acreditam que a essência da plataforma é a liberdade de expressão. Ainda segundo o estudo, 41% acreditam que o YouTube se diferencia pela diversidade e 26% acreditam que é a autenticidade que faz dele uma plataforma diferente (Pacete, 2017).

E as crianças? Embora já tenha sido lançado no mercado brasileiro o produto YouTube Kids, até a conclusão deste artigo não foi possível encontrar dados estatísticos de seu uso por crianças no Brasil.

A pesquisa “Geração YouTube: um mapeamento realizado sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos – Brasil 2005-2016” aponta um crescimento expressivo no consumo de YouTube por crianças pequenas. O estudo apresenta o conteúdo disponível dividido em sete diferentes categorias: 1) *games*, com um recorte específico aos vídeos que abordam o tema do *game* Minecraft; 2) conteúdo de programação veiculado na televisão brasileira; 3) vídeos com linguagem de desenhos animados; 4) vídeos de abrir brinquedos (os denominados de *unboxing*, ou “tirar da caixa”, em português); 5) conteúdo educativo com apelo de entretenimento; 6) vídeos produzidos por *youtubers* mirins; e 7) *teens* ou influenciadores digitais jovens que conversam com o público infantil. De acordo com o estudo, até outubro de 2015, os vídeos assistidos por crianças na plataforma representavam, somados, um total de 20 bilhões de visualizações; em 2016, esse total representava 52 bilhões de visualizações. Na primeira edição da pesquisa, foram analisados 110 canais no YouTube e, na segunda, 230, mas o maior número de visualizações está entre os 100 maiores canais considerados pelo estudo (Corrêa, 2016a).

Ao analisar os modelos de publicidade como conteúdo e as fronteiras entre entretenimento, conteúdo proprietário e publicidade, para um melhor entendimento das diversas e possíveis combinações e narrativas dessas práticas publicitárias, é possível separá-las em três grupos distintos: definições da plataforma Google Preferred; conteúdo informal, como ações produzidas por criadores de conteúdo, os *creators*; e conteúdo proprietário, como vídeos e animações produzidos por marcas (Corrêa, 2016b).

Entre os formatos de publicidade apresentados no YouTube Brasil, está o Google Preferred⁶, opção que segmenta os anúncios em formato de vídeo antes de apresentar o conteúdo do canal, com a opção de pular o anúncio denominado (*skip ad*). Esse formato também apresenta vídeos que interrompem a programação, ou relaciona o conteúdo com formato de *banner* e segmenta a audiência por meio das definições dos perfis cadastrados no canal. Divididos em 12 categorias temáticas, esses canais são continuamente reavaliados com base em tempo, curtidas, compartilhamentos e frequência. Na plataforma YouTube Kids, de acordo com as diretrizes da comunidade⁷, os anúncios pagos devem ter uma promoção de marca clara do anunciante e/ou produto anunciado no vídeo. O anúncio pago deve mostrar para o usuário que é um anúncio, não conteúdo geral do YouTube.

A publicidade como conteúdo produzida por consumidores, ou criadores independentes denominados *creators*, rompe as barreiras entre produção e conteúdo e torna necessário, cada vez mais, propor a reflexão sobre essas ações. Nesse sentido, é importante destacar a identificação publicitária, item presente no Capítulo 2 dos Princípios Gerais do Conselho de Autorregulamentação Publicitária (Conar)⁸. No Artigo 28, o documento apresenta que um anúncio deve ser claramente distinguido como tal, seja qual for a sua forma ou meio de veiculação (Conselho de Autorregulamentação Publicitária [Conar], 1980). Na análise realizada apenas na plataforma YouTube, as bonecas L.O.L. Surprise estão presentes em duas das categorias pesquisadas, denominadas de *unboxing* e *youtubers* mirins, na forma de conteúdo informal produzido por criadores de conteúdo.

Uma das principais práticas é apresentada na categoria *unboxing*, com vídeos mostrando adultos e crianças abrindo caixas de brinquedos, um tipo de conteúdo com bastante audiência na plataforma.

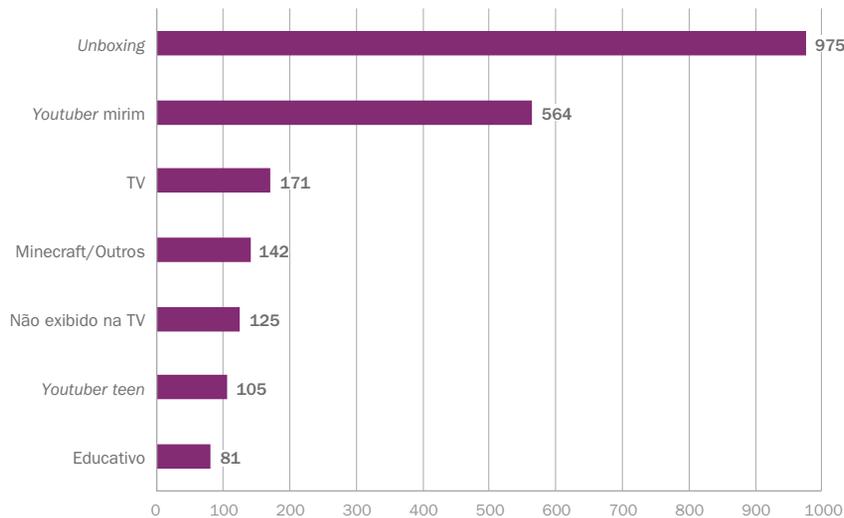
Nas narrativas estão presentes diversos produtos, marcas e brinquedos, com o locutor, em voz infantilizada, dialogando com a criança espectadora e apresentando os atributos do produto ao abrir a caixa do brinquedo. No Gráfico 1, é possível perceber o crescimento expressivo de consumo de vídeos em ambas categorias aqui estudadas, principalmente *unboxing*.

⁶ Mais informações no *website* da plataforma. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/ descubra-o-google-preferred/>

⁷ Mais informações no *website* da plataforma. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de <https://support.google.com/youtube/>

⁸ Mais informações no *website* da entidade. Recuperado em 7 março, 2018, de <http://www.conar.org.br>

GRÁFICO 1
CRESCIMENTO DA AUDIÊNCIA DO YOUTUBE, POR CATEGORIA (2015 - 2016)
Percentual de crescimento



Fonte: Corrêa (2016a).

Entretanto, em 2017, a prática do *unboxing* ganhou visibilidade com a presença dos denominados *youtubers* mirins, ou “embaixadores” das marcas. A prática de abrir os brinquedos e fazer *reviews* ou avaliações de produtos vem ganhando espaço entre os *youtubers* mirins e se confunde com os demais conteúdos produzidos por crianças na plataforma, como novelinhas, brincadeiras e ações cotidianas.

A mesma prática de abrir presentes, ou *reviews* de produtos, como os da categoria *unboxing*, já representa mais de 19 bilhões de *views* produzidos por *youtubers* mirins no YouTube Brasil (Tabela 1).

De acordo com a pesquisa mencionada, no que toca ao universo infantil, foram analisadas, ao longo do ano de 2017, o total de 500 canais no YouTube Brasil. Até dezembro de 2017⁹, a audiência do conteúdo infantil disponível na plataforma ultrapassou os 115 bilhões de visualizações por crianças de zero a 12 anos. Entre os canais, destacamos que 52 deles estão presentes entre os 100 do *ranking* geral do YouTube no Brasil¹⁰. Os canais mapeados no estudo destacam sete categorias consumidas pelo público infanto-juvenil, conforme indica a Tabela 1.

⁹ O mapeamento e análise dos dados são realizados mensalmente e fazem parte de uma pesquisa maior em processo, da área Família e Tecnologias do ESPM Media Lab. A metodologia completa da seleção dos canais mapeados está disponível no website da pesquisa. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de <http://pesquisasmedialab.espm.br/criancas-e-tecnologia/>

¹⁰ O *ranking* geral de canais por visualização no YouTube Brasil está disponível no website da plataforma. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de <https://socialblade.com/youtube/top/country/br/mostviewed>

TABELA 1
CATEGORIAS ANALISADAS NA PLATAFORMA YOUTUBE BRASIL (2015 - 2017)
Números de visualizações acumulados

	Dezembro/2015	Dezembro/2016	Dezembro/2017
Minecraft	11.959.625.137	25.888.284.581	29.839.096.940
Youtuber teen	2.297.895.406	4.032.856.552	23.811.950.407
TV	4.151.227.241	10.271.744.136	17.833.509.437
Não exibido na TV	3.394.643.599	7.341.630.126	13.174.020.434
Youtuber mirim	1.838.725.997	8.859.812.799	19.717.629.437
Unboxing	1.605.195.120	7.421.478.917	11.603.615.668
Educativo	761.848.365	1.255.373.373	1.605.088.517
Total	26.009.160.865	65.071.180.484	117.584.910.840

Fonte: Elaboração da própria autora.

Diante desse cenário, o uso de canais de *youtubers* mirins como intermediários de marcas para direcionar publicidade a crianças passou a ser analisado por diferentes órgãos de defesa dos direitos das crianças e adolescentes e de consumidores. De acordo com Gerasimczuk e Karageorgiadis (2017),

a superexposição de crianças *on-line* merece ser salientada. Afinal, a partir do momento em que um vídeo é publicado em redes sociais, geralmente abertas ao público, não há qualquer controle sobre ele, independente de os responsáveis tomarem conta do canal ou de responsabilizarem-se pelo conteúdo compartilhado (p. 41).

ANÁLISE L.O.L., LITTLE OUTRAGEOUS LITTLE SURPRISE OU L.O.L. SURPRESA

Lançada em dezembro de 2016, a boneca colecionável apresenta quatro modelos distintos, cada um com dez opções do brinquedo. A embalagem do produto possui sete camadas diferentes, que remetem à tangibilidade e à prática do *unboxing*.

As ações de mídia da boneca L.O.L. Surprise no Brasil seguiram a mesma estratégia usada nos Estados Unidos. A boneca foi o brinquedo mais vendido em 2017 nos Estados Unidos, com 2,5 milhões de unidades comercializadas mundialmente em cinco meses. O produto teve suas ações de publicidade em mídias sociais, como YouTube, Instagram e Facebook, fator decisivo para o sucesso das vendas, inclusive no Brasil. De acordo com o NPD Group, responsável pela marca L.O.L. Surprise, as bonecas atingiram o primeiro lugar no *ranking* de vendas da empresa.

Foi também em janeiro de 2017 que a companhia teve um aumento de quase 50% nas vendas, na comparação com o ano anterior, devido ao forte desempenho na categoria bonecas. No acumulado do ano, o crescimento de vendas da MGA Entertainment, empresa representante da LOL, em fevereiro foi de 27,6% e superou o do setor de brinquedos de 1,5% (Feldman, 2017).

Diante desse contexto, o artigo analisa o conteúdo da marca L.O.L. Surprise apresentado ao longo de 2017 em 135 canais do YouTube Brasil, na categoria denominada de *unboxing* (ou

reviews, avaliações de produtos ou abertura de caixas de brinquedos), feita por *youtubers* mirins brasileiros.

Os dados monitorados pelo ESPM Media Lab (ESPM), em parceria com a plataforma de inteligência artificial Stilingue¹¹, apontaram em janeiro de 2018 que, nos 90 dias antecedentes (de outubro a dezembro 2017), 94 produtores de conteúdo mencionaram a boneca L.O.L. Surprise nas redes sociais, com um alcance potencial de 22 milhões de pessoas. A conversa foi impulsionada por ao menos 13 influenciadores com mais de 1 milhão de seguidores. Entre os influenciadores analisados também foi possível destacar alguns publicadores com menor número de inscritos, denominados de microinfluenciadores, que obtiveram destaque nas métricas de frequência e engajamento por vídeo. Esse fator evidencia a dificuldade em se monitorar e denunciar ações mercadológicas apenas para criadores de conteúdo mais populares pela métrica de números de inscritos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um ambiente como o YouTube, recomendado para maiores de 18 anos, é preciso constantemente pensar a participação da criança, avaliando em que medida é preciso regulamentar esses vídeos, sem deixar de garantir a liberdade de expressão e a voz da criança. Acima de tudo, pensar como protegê-las é dever dos adultos (Corrêa, 2016a).

Para além dos números de visualizações e vendas do produto observado, o estudo permite afirmar, a partir dos diferentes formatos de conteúdo de vídeos analisados, que o mercado já explora os canais mais populares entre o público infantil no YouTube por meio de diferenciadas linguagens publicitárias, mais ou menos distintas do que seria o conteúdo do audiovisual consumido pela criança. As mensagens publicitárias podem vir de modo independente, paralelo, antes ou depois do conteúdo audiovisual, até se confundindo completamente com ele. Mas fato é que os produtores de conteúdo mirim têm forte apelo e impacto nos resultados de vendas de produtos.

Ações de brinquedos colecionáveis não são novidade no universo infantil, entretanto a materialização da prática do *unboxing* na embalagem da boneca L.O.L. Surprise, que transmite a sensação da prática virtual para a ação, foi determinante para o sucesso de vendas do brinquedo (Anônimo, 2018). De acordo com o executivo da marca L.O.L. Surprise, Isaac Larian, o fator decisivo do sucesso de vendas foram as ações mercadológicas nas redes sociais; para ele, “tivemos um tempo em que colocávamos um produto em um comercial na televisão e ele vendia, esses dias acabaram” (Feldman, 2017).

Nesse cenário, a partir dos resultados obtidos e das análises feitas das práticas acima, é de suma importância que a reflexão contribua para as discussões acadêmicas e mercadológicas sobre a relação entre criança, consumo e consumismo em um espaço virtual que não é mais exclusivo dos adultos.

¹¹ Stilingue é uma plataforma de inteligência artificial que disponibiliza dados em acordo com o ESPM Media Lab. Mais informações no *website* do Stilingue. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de www.stilingue.com.br

REFERÊNCIAS

Anônimo (2018). Lojas começam a vender boneca LOL de R\$ 999 no Brasil. *Veja*. Recuperado em 5 março, 2018, de <https://veja.abril.com.br/economia/lojas-comecam-a-vender-boneca-lol-de-r-999-no-brasil/>

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017a). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2016*. São Paulo: CGI.br.

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017b). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2016*. São Paulo: CGI.br.

Conselho de Autorregulamentação Publicitária – Conar (1980). Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, Artigo 28. São Paulo, SP. Recuperado em 7 março, 2018, de <http://www.conar.org.br>

Corrêa, L. (2016a). *Geração YouTube: Um mapeamento realizado sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos – Brasil 2005-2016*. São Paulo: ESPM. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de <http://pesquisasmedialab.espm.br>

Corrêa, L. (2016b). O que tem dentro da caixa? Crianças hipnotizadas pelo YouTube Brasil, as fronteiras entre entretenimento, conteúdo proprietário e publicidade. *Encontro de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda – PUC-Rio*, Rio de Janeiro, RJ, 7.

Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA. Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990 (1990). Dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L8069.htm

Feldman, D. (2017). L.O.L. Surprise is the top doll with over 2.5m sold in five months [versão eletrônica]. *Forbes*. Recuperado em 9 janeiro, 2018, de <https://www.forbes.com/sites/danafeldman/2017/04/19/l-o-l-surprise-is-the-top-doll-with-over-2-5m-sold-in-five-months/#3dc9e8417be6>

Gerasimczuk, L., & Karageorgiadis, E. (2017). Publicidade dirigida à criança na rede: Ilegalidades nos canais de *youtubers* mirins. 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 2016*. São Paulo: CGI.br.

Hollaway, D., Green L., & Livingstone, S. (2013). *Zero to eight: Young children and their internet use*. London: The London School of Economics and Political Science.

Pacete, L. G. (2017). Quem são os usuários do YouTube no Brasil? *Meio & Mensagem*. Recuperado em 5 janeiro, 2018, de <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/07/24/quem-sao-os-usuarios-do-youtube-no-brasil.html>

NÃO FALE COM ESTRANHOS: RECURSOS INTERATIVOS E TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS EM APPS INFANTIS¹

Francisco Brito Cruz², Jacqueline de Souza Abreu³ e Maria Luciano⁴

INTRODUÇÃO

Crianças já constituem um terço dos usuários de Internet no mundo (Byrne, Kardefelt-Winther, Livingstone & Stoilova, 2016). No Brasil, 82% das crianças acessam a rede (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2017). Para muitas delas, a interação se dá principalmente com os mundos de entretenimento criados por aplicativos de jogos, desenhos e músicas, com os quais têm contato desde muito cedo, a partir de celulares e *tablets*.

A preocupação com a experiência de crianças *on-line* já vem sendo anunciada há muito tempo. Diversos estudos têm sido realizados ao redor do mundo para entender melhor como o uso da Internet afeta o desenvolvimento de crianças, para que se reflita a respeito de quais são as responsabilidades de pais, empresas e até do Estado nesse novo ambiente altamente tecnológico (Global Kids Online, 2018).

Diante desse cenário, a pesquisa que deu origem a este artigo explorou esses mundos virtuais que fazem parte da vida de muitas crianças de hoje (Cruz, Abreu, Luciano, Antonialli, & Lima, 2017). O objetivo do estudo foi jogar luz sobre as práticas das empresas responsáveis pelos mais populares aplicativos infantis do Brasil, em matéria de recursos interativos (publicidade, compras no app e direcionamento a redes sociais) e tratamento de dados pessoais.

¹ Agradecemos às contribuições de Dennys Antonialli e Pedro Lima a esta pesquisa.

² Doutorando e mestre em Direito pela Universidade de São Paulo (USP), é diretor do InternetLab, centro independente de pesquisa em direito e tecnologia.

³ Doutoranda em Direito pela USP, mestra em Direito pela Universidade da Califórnia, em Berkeley (Estados Unidos) e pela Ludwig-Maximilians Universidade de Munique (Alemanha), é coordenadora da área Privacidade e Vigilância no InternetLab.

⁴ Mestranda em Direito pela USP e pesquisadora no InternetLab.

PERCURSO METODOLÓGICO

Em 25 de setembro de 2017, foi consultada a lista de aplicativos mais populares do dia nas lojas brasileiras do iTunes e da Google Play Store. Ali, foram selecionados os cinco aplicativos de jogos de classificação indicativa livre (ou idade a partir de quatro anos) com ranqueamento mais alto. A seguir, foram selecionados os cinco aplicativos pedagógicos mais baixados em ambas as lojas no mesmo dia, nas categorias “Educação” e “Ensino”, respectivamente, cujos conteúdos são direcionados a crianças. Os app selecionados estão apresentados na Tabela 1.

TABELA 1
LISTA DE APLICATIVOS SELECIONADOS

NOME DO APP	CATEGORIA	DESENVOLVEDOR
Snake vs Block	Jogos: ação	Voodoo
Subway Surfers	Jogos: ação	Kiloo
Once Upon a Tower	Jogos: ação	Pomelo Games
Pou	Jogos: ação	Paul Salameh e Zakeh
Super Mario Run	Jogos: ação	Nintendo
Slither.io	Jogos: ação	Lowtech Studios
Perguntados	Jogos: Família	Etermax
Meu Talking Tom	Jogos: Simulação	Outfit7 Limited
Football Strike	Jogos: Simulação	Miniclip.com
8 Ball Pool	Jogos: Esportes	Miniclip.com
PlayKids: Aprender Brincando	Educação	PlayKids Inc
Duolingo: Inglês e Espanhol	Educação	Duolingo
Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças	Educação	ZeroUm Digital
Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time	Jogos: Família	TutoTOONS
Patati Patatá	Educação	ZeroUm Digital
Creche Sweet Baby Girl 4	Jogos: Família	TutoTOONS
Toca Kitchen Monsters	Educação	Toca Boca AB
O Show da Luna! Jogos e vídeos	Educação	Yupi Studios
Os Pequerruchos	Educação	ZeroUm Digital
Jogos Boutique Princesa Tailor	Jogos: Família	Funfox

Fonte: Elaborado pelos autores.

Esses 20 aplicativos foram avaliados por meio de três eixos de análise: recursos interativos disponíveis, obtenção do consentimento sobre a política de privacidade e transparência sobre as práticas adotadas no tratamento de dados pessoais.

ANÁLISE

RECURSOS INTERATIVOS

Aplicativos infantis são vistos como uma possibilidade de entretenimento em um ambiente controlado, com conteúdo apropriado e devidamente filtrado, que permitem a supervisão dos pais. Essa parece ser apenas a teoria.

A preocupação com a exposição de crianças a anúncios publicitários é antiga e não exclusiva da Internet. Nesse meio, entretanto, as formas como essas exposições ocorrem são cada vez mais inusitadas, e seu impacto pode ser bem mais imediato e subliminar do que em outros meios.

Bastante populares em aplicativos gratuitos, os anúncios aparecem de diversas formas: dos velhos clássicos *banners* nos cantos da tela até, e principalmente, os vídeos. Sobre vídeos, aliás, além de aparecerem com frequência entre “rodadas” de atividades nos app, é digna de nota a prática de utilização de vídeos promocionais como moeda de troca. Em *Once Upon a Tower*, *Perguntados*, *Pou*, *Meu Talking Tom* e *Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time*, o usuário ganha funcionalidades restritas, algumas pagas, após assistir aos anúncios.

FIGURA 1
PUBLICIDADE NO ONCE UPON A TOWER
O jogador pode trocar sua atenção a anúncios por “vidas”

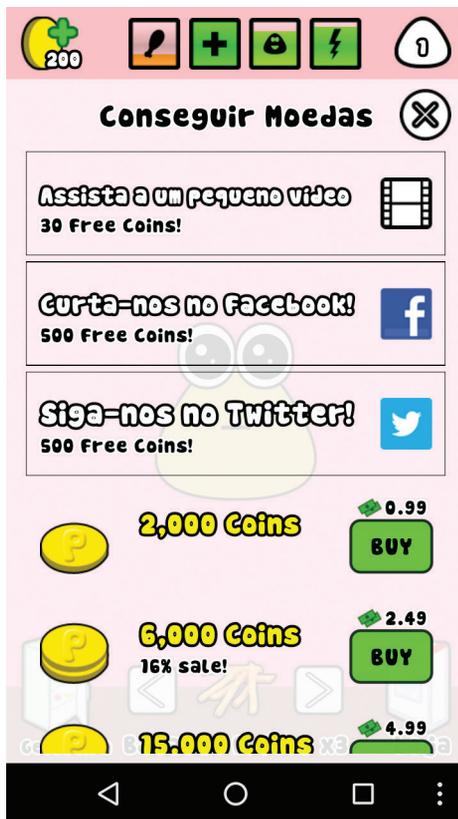


Fonte: App Once Upon a Tower.

FIGURA 2

PUBLICIDADE NO POU

O usuário pode ganhar 30 moedas em troca de assistir a um anúncio publicitário



Fonte: App Pou.

FIGURA 3
PUBLICIDADE NO MY TALKING TOM
Assistir ao anúncio publicitário dá ao usuário mais moedas



Fonte: App My Talking Tom.

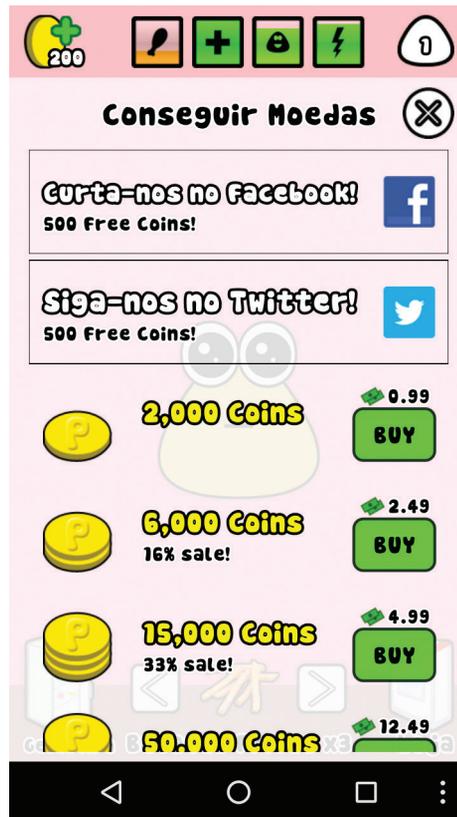
Esse tipo de recurso interativo contraria a ideia estabelecida pela literatura, segundo a qual é apenas a partir dos 12 anos de idade que as crianças começam a desenvolver defesas cognitivas que as permite entender as intenções dos anunciantes (The Economist Intelligence Unit, 2017). No Brasil, a publicidade dirigida a crianças menores de 12 anos é considerada abusiva e proibida pela Constituição Federal (Artigo 227) (Constituição da República Federativa do Brasil, 1988), pelo Código de Defesa do Consumidor (Artigos 36 e 37) (Código de Defesa do Consumidor, Lei n. 8.078, 1990), pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei n. 8.069, 1990) e pela Resolução n. 163 (2014), do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda).

Apesar disso, dos 20 aplicativos monitorados, pelo menos seis (Perguntados, Football Strike, Pou, Meu Talking Tom, 8 Ball Pool e Duolingo) admitem expressamente exibir anúncios direcionados. Não se sabe o porquê da omissão dos demais quanto a este tema; seria preciso fazer uma análise técnica.

Muitos aplicativos oferecem também a capacidade de comprar conteúdo e funcionalidades adicionais, por meio de um mecanismo de compra dentro do próprio *software*. Não é incomum ouvir relatos de pais surpreendidos com gastos feitos por seus filhos ao usarem app (Universo

Online [Uol], 2015). De fato, foi notada nesta análise que a capacidade de realizar compras extras dentro do aplicativo é bastante comum. Esse tipo de recurso foi observado em 11 dos 20 casos analisados: Snake vs Block, Super Mario Run, Perguntados, Football Strike, PlayKids: Aprender Brincando, Os Pequerruchos, Once Upon a Tower⁵, Subway Surfers, Pou, O Show da Luna! Jogos e Vídeos e Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time.

FIGURA 4
COMPRAS NO POU
O usuário pode comprar “moedas” a serem utilizadas dentro do aplicativo



Fonte: App Pou.

Sabendo que esse recurso pode gerar problemas para os pais e até disputas judiciais (Reuters, 2016), foram observadas nos termos de uso dos aplicativos as maneiras como as empresas lidam com essa questão.

Snake vs Block e Football Strike, por exemplo, afirmam que apenas usuários maiores de 18 anos poderão realizar compras pelo aplicativo – mas, na experiência da pesquisa com os app, a indicação de idade não foi pedida ou verificada. Os Pequerruchos afirma que “pressupõe” que todas as compras realizadas pelo aplicativo são de maiores de idade ou foram autorizadas

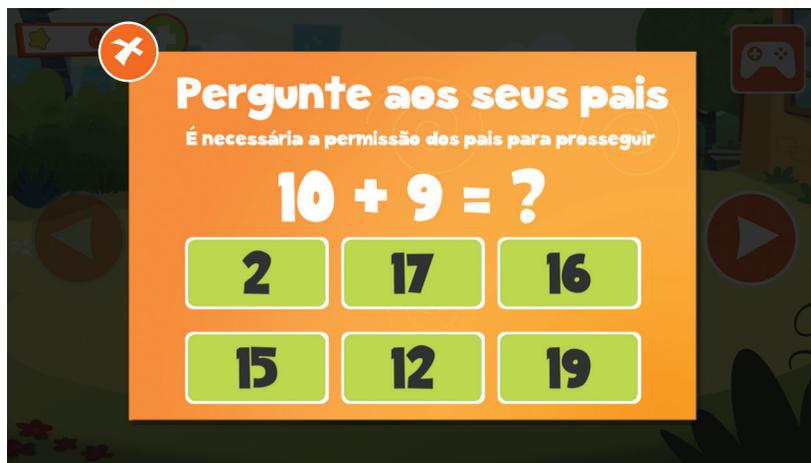
⁵ Essa informação consta no iTunes e no Play Store. Na experiência da pesquisa testando o app, não foi encontrada essa opção.

pelos responsáveis dos usuários menores de idade. PlayKids: Aprender Brincando, Galinha Pintadinha: Música e Jogos para Crianças, Patati Patatá, Os Pequerruchos e Meu Talking Tom apenas alertam quanto à possibilidade de alterar as configurações de dispositivos ou ativar medidas de segurança oferecidas pelas próprias lojas de aplicativos.

Nesse ponto, os termos de uso do iTunes e da Google Play Store foram analisados. O primeiro possui a ferramenta “Pedir para comprar”, que pode ser ativada manualmente. Por padrão da empresa, esse recurso é automaticamente ativado⁶ para crianças menores de 13 anos – mas não fica claro como isso se dá: a criança deve possuir conta na loja? Ou ser dona do dispositivo? Já a Google Play Store permite inserir certas informações, como senhas para realizar uma compra. Esse recurso é automático em caso de app destinados a crianças de até 12 anos.⁸

Alguns aplicativos incluem mecanismos de segurança contra potenciais problemas dessa funcionalidade no próprio código do app. Em O Show da Luna! Jogos e Vídeos e PlayKids: Aprender Brincando, ao selecionar itens à venda, surge na tela uma equação matemática para ser resolvida, com o título de “Pergunte a seus pais”. O usuário só é redirecionado à compra após a equação ser resolvida. Toca Kitchen Monsters e Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças possuem mecanismos semelhantes. No teste realizado para o estudo, Patati Patatá utilizou esse mecanismo apenas algumas vezes.

FIGURA 5
MECANISMO DE SEGURANÇA EM O SHOW DA LUNA
Mecanismo de segurança antes do prosseguimento de compras



Fonte: App O Show da Luna.

⁶ Mais informações no *website* da Apple. Recuperado em 13 abril, 2018, de <https://support.apple.com/pt-br/HT201089>

⁷ Em 2014, nos Estados Unidos, em acordo com a Comissão Federal de Comércio (em inglês, Federal Trade Commission – FTC), a Apple foi obrigada a reembolsar pais por compras feitas por crianças sem autorização (Exame, 2014).

⁸ Mais informações no *website* da Google Play Store. Recuperado em 13 abril, 2018, de <https://support.google.com/googleplay/answer/1626831>

Já a associação com redes sociais aparece de duas formas distintas. Frequentemente, é dado ao usuário a possibilidade de usar sua conta de rede social, como Facebook ou Twitter, para logar no app. Esse recurso foi observado em Super Mario Run, Football Strike, Perguntados, PlayKids: Aprender Brincando, Subway Surfers, Pou, Meu Talking Tom e 8 Ball Pool. Se utilizado, o aplicativo passa a ter acesso aos dados pessoais do usuário contidos em redes sociais.

A outra forma consiste no próprio direcionamento para outras redes sociais. Em Meu Talking Tom, ao selecionar um ícone genérico de vídeo, sem nenhum aviso, a criança é direcionada para o canal do personagem Tom no YouTube. Além de ser levada para fora do aplicativo, lá ela fica exposta a outros vídeos publicitários e a todo o conteúdo do YouTube, sem qualquer filtro.

FIGURA 6
DIRECIONAMENTO A OUTRAS REDES SOCIAIS NO MY TALKING TOM
Clicando-se no ícone de vídeo, o usuário é direcionado ao YouTube



Fonte: App My Talking Tom.

Nesse ponto, merecem destaque também as experiências observadas em Perguntados, Football Strike, Subway Surfer, Pou e 8 Ball Pool. Nesses app, certas funcionalidades podem ser “compradas” por meio do *login* no Facebook: os dados pessoais obtidos do perfil do usuário na rede social viram moeda de troca para a obtenção de funcionalidades restritas do aplicativo (Figura 4).

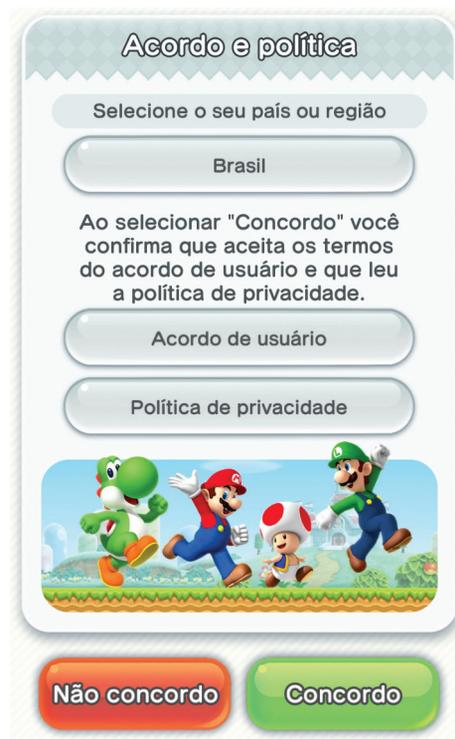
CONSENTIMENTO SOBRE A POLÍTICA DE PRIVACIDADE

Um dos pilares do direito à proteção de dados pessoais é a obtenção de consentimento. O Marco Civil da Internet (2014) garante ao usuário de aplicações de Internet o direito ao consentimento livre, expresso⁹ e informado sobre a coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais (art. 7º, VII e IX).¹⁰

Vale dizer que, apesar de se exigir que o consentimento seja livre, expresso e informado, não há nada na lei que especifique o método pelo qual esse consentimento deve ser obtido. Tendo isso em vista, foi analisado na pesquisa como os aplicativos têm lidado com essa exigência legal.

Todos os desenvolvedores dos app consultados notificam o usuário sobre sua política de privacidade. Esse é um passo importante para que qualquer consentimento seja informado. Dos 20 app analisados, apenas cinco (25% deles – Super Mario Run, Perguntados, PlayKids: Aprender Brincando, Toca Kitchen Monsters e Meu Talking Tom) apresentam seus termos de uso e sua política de privacidade assim que se abre o app pela primeira vez.

FIGURA 7
COLETA DE CONSENTIMENTO DO SUPER MARIO RUN
Usuário pode clicar e ler o acordo de usuário e a política de privacidade e precisa ativamente clicar em “concordo”



Fonte: App Super Mario Run.

⁹ Nesse sentido, também o Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078, 1990) veda e define como prática abusiva a execução de serviços, pelo fornecedor, sem a “autorização expressa” do consumidor (art. 39, VI).

¹⁰ Art. 7º – O acesso à Internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: (...)VII – não fornecimento a terceiros de seus dados pessoais, inclusive registros de conexão, e de acesso a aplicações de Internet, salvo mediante consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas em lei; (...) IX – consentimento expresso sobre coleta, uso, armazenamento e tratamento de dados pessoais, que deverá ocorrer de forma destacada das demais cláusulas contratuais. (Marco Civil da Internet, Lei n. 12.965, 2014).

Os demais app (75%) só exibem suas políticas quando buscadas nas configurações ou, se nem lá estiverem, em seus sites. Na prática, esse modelo significa que tais app assumem que o consentimento está implícito – por ter baixado o programa e estar jogando, o usuário deve ter concordado com os termos e políticas da empresa. Tal prática parece estar na contramão do consentimento expresso, exigido pelo Marco Civil da Internet.

Outra possível dificuldade para configuração de um consentimento informado é o idioma: apenas seis dos app analisados apresentam suas políticas de privacidade em português: Super Mario Run, Galinha Pintadinha, Patati Patatá, Os Pequerruchos, O Show da Luna! Jogos e Vídeos e Meu Talking Tom – as demais estão todas apenas em inglês.¹¹

Vale destacar que a maioria das empresas adota termos gerais e aplicáveis a todos os seus app. Somente cinco aplicativos (PlayKids: Aprender Brincando, Duolingo, Slither.io, Pou e Subway Surfers) possuem políticas de privacidade pensadas unicamente para aquele jogo, sua funcionalidade, seu público e os dados que coleta.¹²

TRANSPARÊNCIA QUANTO AO TRATAMENTO DOS DADOS PESSOAIS DOS USUÁRIOS

Em troca dos aplicativos, as empresas coletam os dados dos usuários, os quais podem ser explorados economicamente, e a sua atenção aos anúncios exibidos dentro do aplicativo. Assim, é importante que esteja bem explicado quais dados o aplicativo coleta e processa, para quais finalidades eles são usados, com quem são compartilhados, como são protegidos contra terceiros maliciosos, e também se e quais tipos de anúncios são exibidos.

Nesse quesito, as políticas de privacidade que mais chamaram atenção negativamente foram as da desenvolvedora brasileira ZeroUm, responsável pelos app Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças, Patati Patatá e Os Pequerruchos, que diz apenas que os aplicativos coletam “informações suas”, sem dar maiores pistas do que isso significa; e a do app Once Upon a Tower, que não informa a finalidade da coleta de dados e se limita a dizer que não trata dados sensíveis.

¹¹ No caso do app PlayKids: Aprender brincando, a política de privacidade está em inglês, mas existe uma lista de perguntas e respostas (FAQ) em português.

¹² No caso de Meu Talking Tom, a política do desenvolvedor traz algumas cláusulas específicas para cada um de seus aplicativos apenas quanto aos dados coletados.

FIGURA 8

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO ONCE UPON A TOWER*

App promete “não tentar obter ou registrar qualquer informação sensível”, mas afirma que “dados não pessoais” são coletados por terceiros.

Pomelo Games Privacy Policy

Pomelo Games is committed to protecting the privacy of our players. This privacy policy describes how Pomelo Games uses and protects any information that you give us when you play any of our games.

Sensitive Information

Sensitive information is defined in the US Privacy Act (1974) to include information or opinion about such things as an individual's racial or ethnic origin, political opinions, membership of a political association, religious or philosophical beliefs, membership of a professional body, criminal records or health information.

Pomelo Games will not attempt to obtain nor record any sensitive information.

Disclosure of Personal Information

We will not sell, trade, rent or disclose any of the personal information you provide to us for any reason, without your prior consent. Otherwise, your Personal Information will only be disclosed where required or allowable by law.

Fonte: App Once Upon a Tower.

*Tradução:

Política de Privacidade da Pomelo Games

A Pomelo Games está comprometida em proteger a privacidade de nossos jogadores. Esta política de privacidade descreve como a Pomelo Games usa e protege qualquer informação que você nos dá quando joga qualquer um dos nossos jogos.

Informações confidenciais

Informações confidenciais são definidas no US Privacy Act (1974) para incluir informações ou opiniões sobre coisas como origem racial ou étnica de um indivíduo, opiniões políticas, vinculação a uma associação política, crenças religiosas ou filosóficas, associação a um grupo profissional, antecedentes criminais ou informações de saúde.

A Pomelo Games não tentará obter nem registrar informações confidenciais.

Entre os demais, a maioria dos aplicativos consultados especifica em alguma medida os dados que coleta. Alguns diferenciam entre “dados pessoais”, “dados sensíveis”, “dados não pessoais” e “dados agregados”. Outras empresas optam por informar diretamente quais dados são esses: os que os usuários informam, os que são gerados automaticamente no uso do app, os que são obtidos do aparelho (como identificação única e geolocalização).

FIGURA 9

POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO TOCA KITCHEN MONSTERS*

App informa sobre informações coletadas, distinguindo-as entre dados pessoais e dados não pessoais

What Kind of Information is Collected?

There are two types of data that may be collected. The first one is called personal data. This is personally identifiable information that identifies a user as an individual. Toca Boca may collect personal data that parents voluntarily provide on the website. The second type is non personal data which doesn't directly identify an individual or which may have been personal information but has had the personally identifiable information removed. Toca Boca may collect non personal information about the use of the website and apps to help us improve our services.

Fonte: App Toca Kitchen Monsters.

***Tradução:**

Existem dois tipos de dados que podem ser coletados. O primeiro deles é chamado de dados pessoais. Esta é uma informação pessoalmente identificável que identifica um usuário como um indivíduo. A Toca Boca pode coletar dados pessoais que os pais fornecem voluntariamente no site. O segundo tipo são dados não pessoais que não identificam diretamente um indivíduo ou que podem ter sido informações pessoais, mas tiveram as informações identificáveis da pessoa removidas. A Toca Boca pode coletar informações não pessoais sobre o uso do site e aplicativos para nos ajudar a melhorar nossos serviços.

Junto dessas informações, vêm esclarecimentos sobre o que é feito com os dados: 11 dos app avaliados elencam com grau detalhado os diversos usos que envolvem os dados coletados, como desenvolver novos serviços, exibir anúncios, proteger o desenvolvedor e os usuários, investigar e prevenir atividades potencialmente ilegais ou que violem os termos de uso, resolver problemas relacionados à utilização do app, e enviar respostas a demandas dos usuários.

FIGURA 10
POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO SUPER MARIO RUN
Especificações sobre informações coletadas

Política de privacidade da Nintendo

Última atualização: 09/2017

A Nintendo compreende a importância da sua privacidade, portanto leia atentamente nossa política de privacidade. Nossa política se destina a auxiliá-lo a conhecer os tipos de informações que coletamos, como as utilizamos e compartilhamos e como as protegemos. Esta Política de privacidade se aplica a todos os serviços Nintendo diretamente citados ou relacionados a esta política, mas não se aplica aos serviços Nintendo abrangidos por políticas de privacidade específicas que não incluem esta política.

1. Tipos de informações que coletamos

- **Informações que você nos fornece**
Quando você se registra e utiliza nossos serviços, coletamos as informações que você nos fornece. Essas informações podem ser seu nome, endereço de e-mail, número de telefone, data de nascimento, país de residência, idioma, gênero e fuso horário.
- **Informações que coletamos quando você utiliza nossos serviços**
Também coletamos e processamos informações sobre sua utilização dos nossos serviços. Essas informações podem ser sobre seu dispositivo, localização, interação com nossos serviços e outros usuários Nintendo, seu conteúdo e suas compras.
- **Informações sobre seu dispositivo**
Quando você utilizar nossos serviços, poderemos coletar informações específicas sobre seu dispositivo ou relacionadas a ele, como o modelo do produto, número de série, sistema operacional, configurações, desempenho do dispositivo, provedor de acesso à Internet, endereço IP e outros identificadores únicos.
- **Informações sobre sua localização**
Com sua autorização, poderemos coletar e processar informações sobre sua localização exata. Quando tivermos as informações sobre sua localização, elas serão utilizadas para adequar nossos serviços a você e outros usuários, auxiliando-o a estabelecer relações amigáveis com outros usuários Nintendo ou avisando aos seus amigos que você está nas proximidades.

Fonte: App Super Mario Run.

Casos de ataques cibernéticos, furto e vazamento de dados têm sido cada vez mais frequentes. Esses ataques têm suscitado o debate a respeito das políticas de segurança adotadas por empresas que detêm os dados de usuários de seus produtos.

Seis aplicativos analisados (Snack vs Block, PlayKids: Aprender Brincando, Pou, Slither.io, Meu Talking Tom, Jogos Boutique Princesa Tailor) simplesmente não tratam de medidas de segurança em suas políticas de privacidade. Dentre os demais, apenas três (Football Strike, O Show da Luna! Jogos e Vídeos e Toca Kitchen Monsters) descrevem as medidas que adotam. Ademais, sete aplicativos (Super Mario Run, Perguntados, Toca Kitchen Monsters, Duolingo, O Show da Luna! Jogos e Vídeos, Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time e Creche Sweet Baby Girl 4) admitem que, apesar de adotarem medidas de segurança, nenhuma estrutura de segurança é “impenetrável”.

Nove dos 20 app selecionados não tratam da exclusão de dados dos usuários (Snack vs Block, Once upon a tower, Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças, Patati Patatá, Os Pequerruchos, Pou, 8 Ball Pool, O Show da Luna! Jogos e Vídeos, e Jogos Boutique Princesa Tailor). De acordo com o Marco Civil da Internet, a exclusão definitiva dos dados pessoais ao término da relação entre usuário e aplicações de Internet é um direito assegurado.¹³

¹³ Art. 7º. O acesso à Internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos: (...) X – exclusão definitiva dos dados pessoais que tiver fornecido a determinada aplicação de Internet, a seu requerimento, ao término da relação entre as partes, ressalvadas as hipóteses de guarda obrigatória de registros previstas nesta lei (Marco Civil da Internet, 2014).

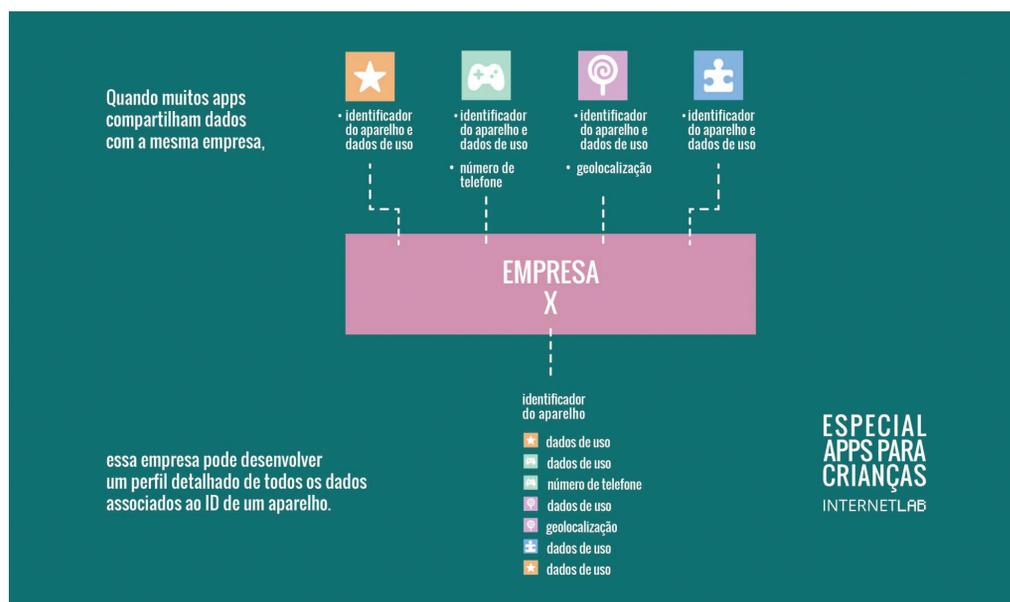
Em 16 dos 20 aplicativos analisados há afirmações de que coletam dados de uso¹⁴. São informações a respeito da maneira como o usuário utiliza o aplicativo, quais são seus hábitos de uso e preferências, e funcionalidades mais acessadas. Esses dados revelam os padrões comportamentais e interesses dos usuários e as demandas dentro das funcionalidades de um determinado aplicativo.

Na maior parte das vezes, essas informações são compartilhadas com terceiros. De fato, a maioria dos app consultados admite compartilhar informações com anunciantes, empresas de análise de dados agregados ou empresas “da mesma família”. A única exceção é o Jogos Boutique Princesa Tailor, que afirma não compartilhar dados dos usuários com ninguém¹⁵. A política de privacidade da desenvolvedora brasileira ZeroUm¹⁶ não menciona essa questão: não diz nada sobre quais dados, com quem e para quem são compartilhados. Esse é um aspecto importante que precisa ser levado em conta, pois a possibilidade de troca e combinação de dados entre as empresas permite a construção de perfis digitais detalhados dos usuários, sem que eles tomem conhecimento disso (Figura 11).

FIGURA 11

COMPARTILHAMENTO DOS DADOS PESSOAIS DOS USUÁRIOS COM TERCEIROS

Plataformas de anunciantes recebem dados de milhões de app e conseguem construir perfis de usuários para publicidade direcionada



Fonte: Inspirado em FTC Report (2012).

¹⁴ Snack vs Block, Super Mario Run, Football Strike, PlayKids: Aprender Brincando, Toca Kitchen Monsters, Subway Surfers, Pou, Meu Talking Tom, 8 Ball Pool, Duolingo, Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças, Patati Patatá, Os Pequerruchos, Jogos Boutique Princesa Tailor, Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time e Creche Sweet Baby Girl 4. Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças, Patati Patatá e Os Pequerruchos não o fazem expressamente, mas falam em identificar quais de seus produtos podem interessar ao usuário.

¹⁵ Mais informações no *website* que traz a política de privacidade do jogo. Recuperado em 13 abril, 2018, de https://sites.google.com/view/funfox/privacy_policy

¹⁶ Mais informações no *website* da empresa. Recuperado em 13 abril, 2018, de <http://www.zeroum.com.br/privacidade/>

Outra ferramenta usada para coletar esse tipo de dado são os *cookies*, arquivos de textos que têm como principal função armazenar as preferências dos usuários. Dentre os aplicativos analisados, 13 admitem expressamente utilizar *cookies* (Tabela 2). A política de privacidade da desenvolvedora brasileira ZeroUm não fala nada sobre isso.

TABELA 2
APLICATIVOS QUE ADMITEM UTILIZAR *COOKIES*

Nome do App	Utiliza cookies
Snake vs Block	Não
Subway Surfers	Não
Once Upon a Tower	Não
Pou	Sim
Super Mario Run	Sim
Slither.io	Não
Perguntados	Sim
Meu Talking Tom	Sim
Football Strike	Sim
8 Ball Pool	Sim
PlayKids: Aprender Brincando	Sim
Duolingo: Inglês e Espanhol	Sim
Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças	Não
Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time	Sim
Patati Patatá	Não
Creche Sweet Baby Girl 4	Sim
Toca Kitchen Monsters	Sim
O Show da Luna! Jogos e vídeos	Sim
Os Pequerruchos	Não
Jogos Boutique Princesa Tailor	Sim

Fonte: Elaborado pelos autores.

CONCLUSÃO

Os achados do estudo (Tabela 3) reforçam a necessidade de informações consistentes, claras e facilmente acessíveis sobre as capacidades de compra no aplicativo, interação com redes sociais e publicidade, para que pais possam tomar decisões informadas antes de permitir que seus filhos usem aplicativos com tais capacidades. Como não cabe às crianças avaliar e julgar essas questões, é imprescindível que seus pais ou responsáveis legais concedam o consentimento, para que ele seja válido.

TABELA 3
PRINCIPAIS ACHADOS DO ESTUDO

Nome do App	Transparência no uso de anúncios direcionados	Capacidade de realizar compras dentro do app	Etapa de validação das compras pelos pais	Informações sobre dados do usuário coletados pelo app	Informações a sobre política de privacidade na abertura do app	Informações sobre exclusão de dados do usuário	Admissão de coleta de dados de uso
Snake vs Block		X					X
Subway Surfers		X		X		X	X
Once Upon a Tower		X					X
Pou	X	X		X			X
Super Mario Run		X			X	X	X
Siither.io				X		X	X
Perguntados	X	X			X	X	X
Meu Talking Tom	X				X	X	X
Football Strike	X	X				X	X
8 Ball Pool	X						
PlayKids: Aprender Brincando		X	X	X	X	X	X
Duolingo: Inglês e Espanhol	X			X		X	X
Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças			X				
Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time		X				X	X
Patati Patatá			X				
Creche Sweet Baby Girl 4						X	X
Toca Kitchen Monsters			X		X	X	X
O Show da Luna! Jogos e vídeos		X	X				X
Os Pequerruchos		X					
Jogos Boutique Princesa Tailor							X

Fonte: Elaborado pelos autores.

Mas como isso será atendido quando usuários não são questionados sobre o conteúdo dessas políticas nem têm a possibilidade de consentir parcialmente os termos oferecidos? Enquanto juristas e *designers* pensam em como revolucionar a obtenção do consentimento, é preciso trabalhar com o que se tem por ora: os termos e políticas escritas que ditam a concordância do usuário com as regras do jogo, conferindo-lhes qualquer instrumento de defesa.

REFERÊNCIAS

- Byrne, J., Kardefelt-Winther, D., Livingstone, S., & Stoilova, M. (2016). *Global Kids Online research synthesis (2015-2016)*. Unicef Office of Research – Innocenti and London School of Economics and Political Science. Recuperado em 9 outubro, 2017, de http://globalkidsonline.net/wp-content/uploads/2016/11/Synthesis-report_07-Nov-2016.pdf
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Código de Defesa do Consumidor – Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990 (1990). Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília. Recuperado em 03 outubro, 2018, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm
- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. (1998). Brasília. Recuperado em 10 abril 2007, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm
- Cruz, F.B., Abreu, J. S., Luciano, M., Antonialli, D., & Lima, P. (2017). *InternetLab lança Especial Apps para crianças*. Recuperado em 13 abril, 2018, de <http://www.internetlab.org.br/pt/privacidade-e-vigilancia/internetlab-lanca-especial-apps-para-criancas/>
- Estatuto da Criança e do Adolescente – Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990 (1990). Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Brasília. Recuperado em 03 outubro, 2018, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm
- Exame (2014). *Apple reembolsará compras de apps feitas por crianças*. Recuperado em 10 outubro, 2017, de <https://exame.abril.com.br/tecnologia/apple-reembolsara-compras-de-apps-feitas-por-criancas/>
- FTC Report (2012). *Mobile apps for kids: Disclosures still not making the grade*. Recuperado em 10 outubro, 2017, de <https://www.ftc.gov/reports/mobile-apps-kids-disclosures-still-not-making-grade>
- Global Kids Online (2018). *Research updates*. Recuperado em 13 abril, 2018, de <http://globalkidsonline.net/>
- Marco Civil da Internet – Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014 (2014). Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil e determina as diretrizes para atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios em relação à matéria. Brasília. Recuperado em 13 abril, 2018, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm?TSPD_101_R0=295388bc29a413bcb19b65f092f65deak790000000000000000552d62b3ffff0000000000000000000000000005ad3645c00270d2cd4
- Resolução n. 163, de 13 de março de 2014 (2014). Dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. Recuperado em 03 outubro, 2018, de http://www.procon.sp.gov.br/pdf/resolucao_conanda_163.pdf
- Reuters (2016). *Amazon é responsável por compras de crianças sem autorização, diz juiz dos EUA*. Recuperado em 10 outubro, 2017, de <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/04/1765248-amazon-e-responsavel-por-cobrar-compras-feitas-por-criancas-diz-juiz.shtml>
- The Economist Intelligence Unit (2017). *Os impactos da proibição da publicidade dirigida às crianças no Brasil*. Recuperado em 9 outubro, 2017, de http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/Relatorio_TheEconomist_.pdf
- Universo Online – UOL (2015). *Crianças compram itens em apps e causam rombo nos pais; saiba como prevenir*. Recuperado em 10 outubro, 2017, de <https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2015/04/16/criancas-compram-itens-em-apps-e-causam-rombo-nos-pais-saiba-como-prevenir.htm>

DISCRIMINAÇÃO ON-LINE ENTRE CRIANÇAS E ADOLESCENTES: DESAFIOS DA EDUCAÇÃO PARA PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE NA INTERNET

Juliana Cunha¹ e Rodrigo Nejm²

Os indicadores da TIC Kids Online Brasil continuam sinalizando que o acesso à Internet pelas crianças e adolescentes é intenso e frequente no país (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2017a). Como a proporção de usuários na faixa entre 9 e 17 anos (82%) é muito maior do que na população geral (62%) (CGI.br, 2017b), muitos desafios relacionados à educação para o uso consciente e responsável da Internet continuam em evidência, especialmente quando pensamos nas referências para os comportamentos sociais das novas gerações nos contextos digitais. Ainda que venha crescendo a proporção de pais que também são usuários de Internet – 50% em 2014 e 68% em 2016 – as crianças e adolescentes nem sempre contam com os familiares ou educadores em sua socialização nos ambientes digitais, processo muito importante no desenvolvimento das identidades, dos vínculos e dos acordos sociais. Tampouco pode-se afirmar que os direitos humanos dessas novas gerações sejam efetivamente a prioridade absoluta na criação de políticas públicas de massificação e de qualificação do acesso à Internet para maximizar as oportunidades que as tecnologias digitais podem favorecer.

A livre produção e circulação de conteúdos na Internet permite ampliar o acesso, a visibilidade e a pluralidade de referências que podem inspirar projetos de vida e identidades singulares, especialmente quando há prioridade na promoção e defesa dos direitos humanos como balizas para a chamada sociedade do conhecimento (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [Unesco], 2017). No entanto, a ampliação do acesso e da visibilidade também pode favorecer a circulação de conteúdos ofensivos e discriminatórios que estimulam o conflito direto e a intolerância em detrimento da valorização da diversidade

¹ Psicóloga, mestre em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e membro da Associação Científica Campo Psicanalítico. Em 15 anos de experiência em clínica com crianças e adolescentes e em docência no Ensino Superior, foi professora do Instituto de Psicologia da UFBA e da Universidade Salvador. Na SaferNet Brasil, é diretora de projetos especiais, responsável pelo HelpLine, um serviço nacional de orientação *on-line* sobre o uso seguro da Internet. Também desenvolve materiais pedagógicos e palestras de conscientização sobre uso cidadão da Internet no Brasil.

² Psicólogo e doutor em Psicologia pela UFBA, é diretor de educação da SaferNet Brasil, coordenando projetos nacionais de educação em direitos humanos na Internet, em cooperação com Ministério Público Federal e secretarias de Educação. Também atua como coordenador do *Safer Internet Day* no Brasil desde a primeira edição, em 2009. É pesquisador no Grupo de Pesquisa em Interação, Tecnologias Digitais e Sociedade (GITS/UFBA) e é pesquisador em Psicologia Social no Programa Nacional de Pós-Doutorado (PNPD) da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFBA.

e do diálogo. Se o uso da Internet vem se incorporando aos mais variados aspectos da vida das novas gerações, tornando-se de alguma forma rotinizado (Giddens, 2009), a capacidade de utilização crítica e o reconhecimento dos direitos e deveres *on-line* nem sempre são aspectos balizadores para uma melhor apropriação.

No amplo leque de oportunidades e riscos que a pesquisa TIC Kids Online Brasil tem mapeado nos últimos anos, propõe-se uma rápida reflexão sobre os indicadores relacionados às discriminações testemunhadas ou praticadas pelas crianças e adolescentes usuários de Internet no país. Acompanhando o cenário de ampla circulação dos conteúdos discriminatórios nos *sites* e aplicativos de redes sociais, vale refletir sobre os desafios das iniciativas que buscam promover a diversidade e uma cultura de respeito aos direitos humanos. Essas questões tornam-se ainda mais urgentes quando percebe-se o risco de naturalização e banalização do discurso de ódio no imaginário das novas gerações que têm a Internet como um ambiente de socialização cada vez mais importante no desenvolvimento de suas identidades.

A forma como crianças e adolescentes lidam com os conteúdos e situações de discriminação *on-line* pode variar muito, especialmente em um cenário no qual já ocorre certa naturalização da violência urbana e de outras formas de violências banalizadas, como, por exemplo, no relacionamento entre pares e também intrafamiliar. Ao mesmo tempo, são muitas as possibilidades de interpretação que os adultos e as próprias crianças podem adotar diante de casos de violência que presenciam na Internet. A grande repercussão de casos emblemáticos de discriminação que circulam nas mídias digitais provoca uma mobilização social que atinge inclusive o público mais jovem, o qual reage a isso de acordo com os recursos sociais e individuais que tem disponível (Chen, Ho, & Lwin, 2017), considerando as diferenças de gênero e condições sociais (Ronis & Slaunwhite, 2017). Sem poder aprofundar a reflexão sobre a pluralidade de respostas possíveis, os dados da TIC Kids Online Brasil e do HelpLine³ da SaferNet indicam que especialmente os adolescentes têm tido cada vez mais contato com essas formas de violência *on-line*.

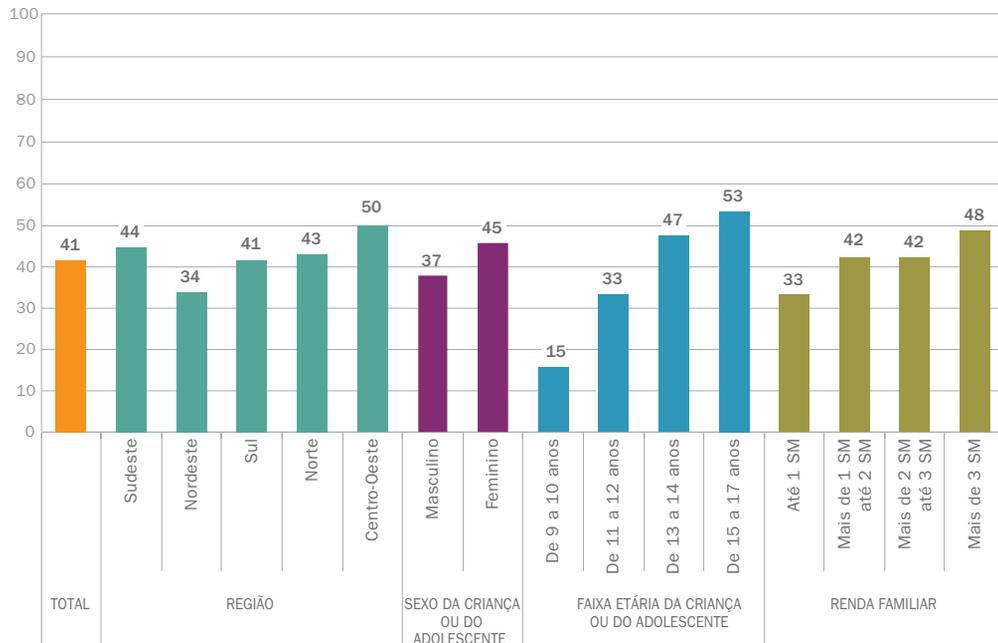
INDICADORES E RELATOS DE DISCRIMINAÇÃO ON-LINE ENTRE CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Os indicadores da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2016 (CGI.br, 2017a) nos ajudam a destacar quais são as experiências de discriminação testemunhadas pelas crianças e adolescentes na Internet. De acordo com o Gráfico 1, 41% das crianças e adolescentes entrevistados, com idades entre 9 a 17 anos, viram alguém ser discriminado na Internet, com incidência crescente a partir dos 13 anos de idade, em todas as classes sociais.⁴ Já o Gráfico 2 mostra que os principais tópicos apontados por esse público refletem formas de violência recorrentes nos demais espaços de socialização, discriminação por causa da cor ou raça (24%), pela aparência física (16%), por gostar de pessoas do mesmo sexo (13%), pela religião (10%) ou por ser pobre (8%).

³ Canal de orientação *on-line* operado pela SaferNet Brasil por *e-mail* e por *chat*. Mais informações no *website* do serviço. Recuperado em 25 abril, 2018, de www.canaldejuda.org.br

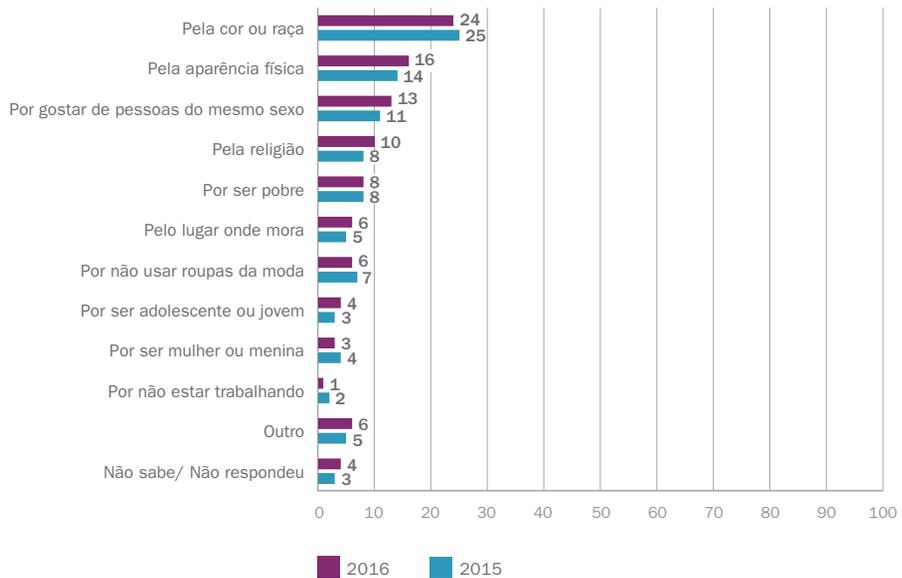
⁴ Reconhecer estas formas de discriminação não é tarefa tão simples para uma criança de 9 anos, e os desafios metodológicos nas pesquisas sobre estes tópicos devem ser levados em consideração.

GRÁFICO 1
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM ALGUÉM SER DISCRIMINADO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



Fonte: CGL.br (2017a).

GRÁFICO 2
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADAS NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



Fonte: CGL.br (2017a).

Os indicadores são mais expressivos entre os adolescentes mais velhos: 53% daqueles na faixa entre 15 e 17 anos já testemunharam discriminações *on-line*, com os mesmos tópicos – por causa da cor ou raça (33%), pela aparência física (24%), por gostar de pessoas do mesmo sexo (20%), pela religião (15%) ou por ser pobre (11%).

A proporção de crianças e adolescentes que se sentiram diretamente discriminados na Internet é muito menor (7%). Porém, 23% dos usuários entre 9 e 17 anos sinalizaram já terem sido tratados de forma ofensiva – na edição de 2014 da pesquisa, apenas 15% tinham feito a mesma afirmação. Quando indagados sobre terem eles próprios agido de forma ofensiva, a proporção saltou de 9%, em 2014, para 16%, em 2016. O fato de 8% não saber identificar se agiu de forma ofensiva merece reflexão justamente pela dificuldade que os jovens têm de perceber os limites entre as brincadeiras, ofensas não intencionais e as agressões propriamente ditas, que, em algumas situações, dependem da maneira como são recebidas pelas vítimas.

Se, nos dados da TIC Kids Online Brasil, a proporção de vítimas diretas é pequena, as situações de intimidação e discriminação *on-line* foram o principal motivo para as vítimas buscarem o HelpLine da SaferNet em 2017.

Em 11 anos de funcionamento do serviço, a SaferNet Brasil ajudou 15.983 pessoas nos 27 estados da federação. Em 2017, foram 1.667 casos envolvendo ocorrências de violência *on-line* reportados por vítimas. O maior número envolvia situações de ofensa, intimidação e discriminação pela Internet, com 359 casos relatados. Destes, 107 envolviam diretamente marcadores como gênero (48%), raça/etnia (18%), orientação sexual (17%), aparência física (11%) ou crença religiosa (6%) (HelpLine, s.d.).

Os números de casos recebidos pelo HelpLine não possuem valor representativo por se restringirem a um universo muito pequeno de usuários que buscaram ajuda na SaferNet Brasil. Entretanto, os relatos ajudam a entender as diferentes modalidades de violência na Internet sob a perspectiva dos próprios adolescentes e jovens. Os fragmentos abaixo são muito úteis para dar visibilidade às formas como eles percebem e identificam o que é discriminação baseada em suas experiências *on-line*:

Tanto na Internet quanto fora dela todos me ameaçam porque sou trans e não tenho preferência de gênero (Jovem, 21 anos).

O que acontece se criam uma página no Face te zoando? Eles dizem nela que eu sou gorda e que eu não tenho talento nenhum. Acontece que, com isso, meus cortes pioraram e minha 'nóia' com comida piorou. Não sei, praticamente a escola inteira me odeia (Adolescente, idade não informada).

É um jogo onde várias pessoas do mundo todo jogam juntos, e um dos usuários me ofendeu me chamando de macaco, dizendo palavrões e ameaças (Adolescente, idade não informada).

Estão usando palavras ofensivas como gorda e viado. A gorda a quem o agressor se refere é minha melhor amiga, que sofre de ansiedade e depressão. Ela está ficando mal por causa disso (Adolescente, 16 anos).

Minha filha recebeu um áudio no grupo da escola, um aluno ameaçando-a de estupro (Mãe de adolescente).

Eu e mais diversos colegas de classe fomos expostos por uma de nossas colegas. Houve ofensas relacionadas à religião (de maneira implícita) e opção sexual (Adolescente, 14 anos).

DISCRIMINAÇÃO NÃO É “BRINCADEIRA DE CRIANÇA”: IMPLICAÇÕES NA CONSTRUÇÃO DAS IDENTIDADES E NO BEM-ESTAR

Ainda que possuam singularidades com relação a outros espaços sociais, os ambientes digitais refletem normas e valores dos diferentes grupos que os compõem, permitindo diálogos, disputas, cristalização ou a flexibilização de perspectivas. Nesse cenário, os adolescentes podem ser encarados não apenas como consumidores de serviços e conteúdos, mas também como protagonistas na produção de narrativas e de referências que podem extrapolar aquelas disponíveis no contexto familiar e social mais próximo (Baym, 2010). As incertezas sobre o poder das novas tecnologias e seu potencial para ampliar os contatos sociais podem gerar tensões quanto à segurança e à liberdade dos adolescentes (Livingstone, Haddon, & Görzig, 2012).

Ao fortalecer a comunicação e a interação entre pares, a Internet oferece muitas oportunidades para adolescentes acessarem referenciais identitários plurais e experimentarem as repercussões sociais de diferentes grupos de pertencimento. Como arena para disputas pela visibilidade de aspectos identitários que são silenciados ou menosprezados como não hegemônicos, ela também potencializa a expressão de violências nos conteúdos de racismo, na cobrança por padrões de beleza, na discriminação de gênero e nas manifestações de intolerância à pluralidade de expressões sexuais. Diante dessas complexas disputas, é interessante pontuar a participação das crianças e adolescentes, e algumas implicações relevantes tanto para a formação de suas identidades quanto para a dinâmica da própria Internet.

Em muitas ocasiões, os limites entre as brincadeiras e as ofensas são muito tênues, tanto na percepção dos mais jovens quanto dos adultos que se ocupam de seu cuidado. Quando crianças e adolescentes são discriminados pela cor ou raça, pela orientação sexual, pela aparência física ou outro aspecto identitário, não é possível confundir com piada ou “zoeira”. Se os adultos e as próprias crianças legitimam a circulação desses conteúdos como uma simples forma de brincadeira, seja no silêncio diante de publicações discriminatórias ou ativamente propagando discurso de ódio, as implicações podem ser muito danosas individual e coletivamente. Ao mesmo tempo que essa banalização da discriminação pode devastar um projeto de vida, sua reprodução pode consolidar um tipo de convivência social *on-line* baseada na desvalorização da diversidade e na violência.

Quando se observa que apenas 11% dos pais de crianças e adolescentes entrevistados na TIC Kids Online Brasil 2016 sinalizaram que seus filhos passaram por alguma situação de incômodo ou constrangimento na Internet, fica explícito o descompasso com os dados gerados a partir dos relatos de ofensas e discriminações sofridas e testemunhadas pelos filhos. Enquanto apenas 6% dos pais declararam que seus filhos podem ter sido tratados de forma ofensiva na Internet e 4% declararam que seus filhos podem ter tratado alguém de forma ofensiva, os relatos de vivência dos jovens foram de 23% e 16%, respectivamente (CGI.br, 2017a). Como sinalizado, o reconhecimento das situações de discriminação é tênue também entre os pais. Em algumas situações, os pais podem legitimar as ofensas praticadas pelos filhos, considerando-as apenas brincadeiras de crianças, ou então podem menosprezar o sofrimento das vítimas como exagero ou excesso de sensibilidade. Desenvolver a capacidade crítica para diferenciar discriminações das situações de brincadeira é cada vez mais urgente para o bem-estar nos contextos digitais, um tópico crítico no ciclo de desenvolvimento integral das novas gerações, que contam com a Internet em seu processo de socialização.

A expectativa de que a Internet pode fortalecer a presença, a voz e a visibilidade de sujeitos historicamente invisibilizados não será realizada sem um efetivo esforço de educação para apropriação crítica e responsável pelo público jovem desde os primeiros acessos. Ao mesmo tempo, é preciso estimular a produção de conteúdos e políticas públicas de Internet adequados para crianças e adolescentes (Livingstone, Carr, & Byrne, 2015). De certa forma, os dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil e os relatos do HelpLine da SaferNet apontam que os complexos debates sobre liberdade de expressão e respeito à diversidade também precisam envolver crianças e adolescentes. Os chamados “nativos digitais” já se habituaram com o uso da Internet, mas os acordos sociais que estão consolidando em suas interações mediadas não serão “automaticamente” balizados pelos preceitos de cidadania e pelo senso crítico sem que haja um efetivo esforço de educação nesse sentido. Anonimato, liberdade de expressão, resolução pacífica de conflitos *on-line* e compreensão básica dos vieses dos algoritmos são também assuntos a serem incluídos nos repertórios de educadores, pais e agentes que trabalham com a proteção da infância. Certamente não é uma tarefa simples, embora cada vez mais necessária, tanto para a garantia dos direitos das novas gerações quanto para a preservação da dinâmica de abertura e liberdade possíveis na Internet.

DESAFIOS DA EDUCAÇÃO PARA PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE NA INTERNET

No documento da Unesco sobre a promoção de sociedades do conhecimento inclusivas, a liberdade de expressão e a ética na Internet são consideradas pedras angulares, ao lado das questões de privacidade e de acesso à informação e ao conhecimento (Unesco, 2017). Uma vez mais vale enfatizar que tais questões podem e precisam ser incorporadas na Educação Básica para que, gradativamente, possam balizar a apropriação que crianças e adolescentes fazem da Internet e demais tecnologias digitais durante o desenvolvimento de suas identidades. No Brasil, temos uma nova oportunidade de priorizar esses temas, a partir da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), documento que estabelece as aprendizagens essenciais que todos os alunos devem desenvolver ao longo das etapas e modalidades da Educação Básica. Dentre as competências gerais previstas na BNCC, há vários elementos que subsidiam essa reflexão, a exemplo da Competência Geral 5 (Ministério da Educação, 2018):

Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva (Ministério da Educação, 2018 (p.9).

A BNCC dá, ainda, destaque para a importância do exercício da empatia, do diálogo e da resolução de conflitos, enfatizando o respeito aos direitos humanos nas relações sociais. Nesse cenário de consolidação do uso da Internet desde a primeira infância, o desenvolvimento de habilidades para uso das mídias digitais não pode ser restrito às questões técnicas de informática, robótica ou linguagem de programação. Estas continuam importantes, mas a apropriação instrumental pode ser conciliada com a apropriação crítica e cidadã para que as crianças e adolescentes sejam estimulados a produzirem novos conteúdos e tecnologias, e não apenas

os consumirem. Compreender o funcionamento dos algoritmos e dos filtros de seleção dos conteúdos que produzem e acessam passa a ser vital não apenas como conhecimento técnico, mas também como capacidade de autoconhecimento. Uma capacidade de compreender a dinâmica social na qual desenvolvem e expressam suas identidades, reconhecendo a complexa dinâmica de disputa por visibilidade e de negociação entre narrativas e identidades plurais.

Parte do trabalho realizado pela SaferNet Brasil visa a facilitar a tradução dessas questões para educadores, pais, profissionais da área da infância e para as próprias crianças e adolescentes, por meio de formações, campanhas e materiais de apoio. Diante de um cenário de polarização de opiniões e de acirramento do discurso de ódio, inclusive entre os mais novos, uma das iniciativas em curso aposta justamente na criatividade de adolescentes e jovens para a produção de contranarrativas no enfrentamento ao discurso de ódio *on-line*. O projeto SaferLab⁵ é um laboratório de ideias que apoia o protagonismo de jovens na criação de iniciativas que ajudam a tornar a Internet um lugar melhor, com mais diálogo e respeito à diversidade. Para além de respostas jurídicas, já previstas em lei, é preciso fortalecer mecanismos não regulatórios e sociais que possam fazer frente à disseminação das manifestações de incitação ao ódio na Internet. O SaferLab faz parte desse esforço ao propor uma abordagem construtiva para o problema, empoderando grupos que geralmente são mais alvos desse tipo de discurso, a fim de que eles próprios ocupem a rede com contranarrativas que estimulem o diálogo e o respeito à diversidade. O projeto fornecerá recursos, capacitação e mentoria para que outras vozes e outros discursos possam ocupar de maneira mais positiva esse grande espaço público que é a Internet. Esses esforços se somam ao ainda difícil processo de incorporação das tecnologias digitais na educação, mas enfatizam a urgência de materializar o uso crítico das mídias digitais como ferramentas para exercício da cidadania, como previsto no Artigo 26 do Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965/2014, 2014).

CONCLUSÃO

Sem a ênfase no desenvolvimento de competências emocionais e sociais que favoreçam o uso cívico das redes digitais, a banalização do discurso de ódio entre os mais jovens aponta para um cenário trágico de condenação, tanto do valor da diversidade identitária quanto da potência, das tecnologias digitais como catalizadoras de uma cultura que se desenvolve a partir da valorização da diversidade e não em detrimento dela. Na disputa por visibilidade, a pluralidade de identidades e de narrativas pode ser restringida pela dinâmica de intolerância e polarização, em algumas ocasiões reforçadas por condições técnicas das plataformas digitais. Alternativamente, a visibilidade pode ser conquistada e distribuída a partir da pluralidade, disparando processos de negociação, dissensos e consensos provisórios que permitam a convivência pacífica e responsável *on-line* desde a infância, mantendo as tecnologias digitais como aliadas na promoção e na defesa dos direitos humanos, e não apenas como mais uma arena de legitimação das violências e desigualdades.

⁵ Detalhes sobre o projeto e materiais de apoio disponíveis no *website* do SaferLab. Recuperado em 2 fevereiro, 2018, de www.saferlab.org.br

Sabe-se que, para muitas crianças e adolescentes, o acesso aos direitos básicos ainda é um privilégio. Reconhece-se também que a violência urbana e institucional ainda mata meninos e meninas de grupos historicamente explorados e invisibilizados pelas políticas públicas. Ao mesmo tempo, cada vez mais aspectos da vida são mediados pelas tecnologias digitais, nas diferentes classes sociais e faixas etárias, possibilitando novas expressões e o fortalecimento de identidades singulares. Nesse contexto, a educação para a apropriação crítica dessas tecnologias passa a ter relação com o exercício e a defesa dos mais variados direitos, e não apenas com direitos restritos aos contextos digitais.

REFERÊNCIAS

- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press.
- Chen, L., Ho, S. S., & Lwin, M. O. (2017). A meta-analysis of factors predicting cyberbullying perpetration and victimization: From the social cognitive and media effects approach. *New Media & Society, 19*(8), 1194-1213.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017a). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017b). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Giddens, A. (2009). *A Constituição da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes.
- Helpline (s.d.). *Indicadores*. Recuperado em 2 fevereiro, 2018, de www.helpline.org.br/indicadores
- Livingstone, S., Carr, J., & Byrne, J. (2015). *One in three: Internet governance and children's rights*. Centre for International Governance Innovation. Recuperado em 2 fevereiro, 2018, de <https://www.cigionline.org/publications/one-three-internet-governance-and-childrens-rights>
- Livingstone, S. M., Haddon, L., & Görzig, A. (Org.) (2012). *Children, risk and safety on the Internet: Research and policy challenges in comparative perspective*. Bristol: Policy Press.
- Marco Civil da Internet, Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014 (2014). Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil e determina as diretrizes para atuação da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios em relação à matéria. Recuperado em 25 abril, 2018, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/12965.htm
- Ministério da Educação – MEC (2018). *Base Nacional Comum Curricular: Educação é a base*. Recuperado em 25 abril, 2018, de http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp-content/uploads/2018/04/BNCC_19mar2018_versoafinal.pdf
- Ronis, S., & Slaunwhite, A. (2017). Gender and geographic predictors of cyberbullying victimization, perpetration, and coping modalities among youth. *Canadian Journal of School Psychology, 62*, 1-19.
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – Unesco (2017). *As pedras angulares para a promoção de sociedades do conhecimento inclusivas: Acesso à informação e ao conhecimento, liberdade de expressão, privacidade e ética na Internet global*. Paris: Unesco. Recuperado em 2 fevereiro, 2018, de <http://unesdoc.unesco.org/ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=260742&gp=&lin=1&ll=f>

MENINAS NA REDE: AS PERCEPÇÕES DE MENINAS SOBRE A VIOLÊNCIA ON-LINE DE GÊNERO

Luísa Martins Barroso Montenegro¹, Luana Ferreira Alves², Amanda Calixto Silva³ e Larissa Gonçalves Mangabeira da Silva⁴

INTRODUÇÃO

A forma como homens e mulheres têm seus papéis fixados na sociedade é bastante díspar, não em respeito às diferenças biológicas, mas no concernente à desigualdade no trato, por meio de discursos repetidos de forma sistêmica na sociedade. Tais discursos, que insistem nas construções ideológicas binárias de rivalidade de gênero, impondo características e categorias para o masculino e o feminino, legitimam “um discurso de dominação a partir da inscrição em formações discursivas que sustentam sentidos sobre a natureza biológica” (Borges-Teixeira, 2009).

Nesse contexto, emergem diversos mecanismos visando controlar, submeter e dominar os corpos, desejos, subjetividades e liberdades de mulheres e meninas. Com a popularização da Internet e de suas ferramentas, tais mecanismos são transpostos para o ambiente digital, onde possuem alcance potencializado. De acordo com dados do HelpLine, da organização não governamental Safernet, em 2016, houve mais de 600 denúncias de pornografia de vingança e *cyberbullying* – a maioria das denúncias registradas por mulheres (Safernet, 2018). Já o relatório “Violência, suicídio e crimes contra a honra de mulheres na Internet”, produzido pela Secretaria da Mulher da Câmara dos Deputados (Grangeiro, 2017), analisou casos repercutidos na mídia, revelando que, entre 2015 e 2017, houve 500 casos de pornografia de vingança, mais de mil denúncias de calúnia e difamação e 127 suicídios motivados por exposição na Internet – mais uma vez, tendo as meninas e mulheres como a maioria das vítimas.

¹ Doutoranda em Políticas de Comunicação e de Cultura pela Universidade de Brasília (UnB), mestra pela mesma instituição e graduada em Comunicação Organizacional, também pela UnB. É pesquisadora do grupo de pesquisa Escola de App: Enfrentando a Violência *On-line* de Gênero.

² Mestranda em Políticas de Comunicação e de Cultura pela Universidade de Brasília (UnB) e graduada em História pela Universidade Estadual de Goiás (UEG). É pesquisadora do grupo de pesquisa Escola de App: Enfrentando a Violência *On-line* de Gênero.

³ Graduanda em Comunicação Organizacional na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), é pesquisadora do grupo de pesquisa Escola de App: Enfrentando a Violência *On-line* de Gênero.

⁴ Graduanda em Comunicação Organizacional na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), é pesquisadora bolsista do grupo de pesquisa Escola de App: Enfrentando a Violência *On-line* de Gênero.

Ainda há poucos estudos sobre a “violência de gênero *on-line*”, e a legislação brasileira não consegue abarcar todas as situações que surgem das interações e violências *on-line*. Na maioria dos casos, as leis são usadas em analogia, como ocorre com o estupro virtual e com os crimes de honra⁵ (Sousa, Scheidweiler, & Montenegro, 2017). Se a condição feminina torna as mulheres vulneráveis na Internet, as meninas estão em ainda maior risco, pois, geralmente, seus algozes são meninos de sua faixa etária – o que retira de questão sanções penais. Somado a isso, as meninas temem mais ainda as reações de suas famílias e o julgamento social (Valente, Neris, Ruiz, & Bulgarelli, 2016).

Este trabalho propõe investigar as compreensões de meninas de escolas públicas sobre a violência de gênero *on-line*, abordando suas vivências, reflexões e relações na rede. A proposta é parte do projeto Escola de App⁶. O objetivo geral é compreender como se caracterizam as diversas violências de gênero que as meninas do primeiro e segundo anos do Ensino Médio da escola pública Centro de Ensino Médio da Asa Norte (Cean), de Brasília (DF), sofrem na Internet. Como objetivos específicos, pretende-se delimitar os tipos de violências que as meninas sofrem na Internet; estabelecer as violências mais frequentes; mapear a rede de apoio das meninas para o enfrentamento às violências *on-line* de gênero; determinar a efetividade da rede de apoio; e identificar as consequências de tais violências, para as vítimas e para os agressores.

Entendemos como violência de gênero *on-line* a violência contra mulheres e meninas no espaço virtual (Sousa et al., 2017). Tal violência surge da recuperação, repetição e proliferação das relações de poder presentes na sociedade patriarcal, e visa submeter, subjugar, condicionar e dominar os corpos, vontades e sexualidades das mulheres e meninas – na rede e fora dela. De acordo com Sousa et al. (2017), “este tipo de violência abarca o que a literatura já tem definido como *cyberbullying*, *revenge porn*, *stalking*, *slut-shaming*, estupro virtual e misoginia na rede”. Uma vez que a Internet tem um enorme potencial propagador, as consequências da violência *on-line* de gênero são nefastas, podendo levar a casos graves de depressão e ao suicídio (Sousa et al., 2017).

A violência de gênero *on-line* é simbólica, uma vez que é expressa por meio da linguagem, e sistêmica, por reproduzir relações de poder enraizadas na estrutura machista e patriarcal da sociedade. A violência simbólica sedimenta estereótipos e preconceitos, agindo como instrumento de dominação (Sousa et al., 2017).

Como aparato metodológico propõe-se o grupo focal (GF), uma técnica de pesquisa que estimula o debate e a livre associação de ideias (Neto, Moreira, & Sucena, 2002). O grupo focal é uma conversa direcionada por uma mediadora por meio de um roteiro-base, em que as participantes são estimuladas a compartilhar suas ideias e sentimentos de forma mais

⁵ Estupro virtual diz respeito ao uso de ameaça e violência via Internet para obter conteúdo de cunho íntimo e sexual (Caramigo, 2015). Já os crimes contra a honra são a calúnia, que consiste em imputar a alguém um fato criminoso; a difamação, que consiste em imputar a alguém um fato ofensivo à sua reputação; e a injúria, que consiste em ofender a dignidade ou decoro de uma pessoa (Código Penal Brasileiro, 1940).

⁶ Escola de App é um projeto de pesquisa e extensão coordenado pela Dra. Janara Kaline Sousa, que é professora de pós-graduação da Faculdade de Comunicação de Brasília e possui estágio pós-doutoral em Comunicação pela Universidade do Minho, em Braga (Portugal). O projeto dedica-se a compreender as nuances da violência de gênero *on-line*, em especial, aquela direcionada às meninas. A Escola de App também possui uma proposta intervencionista, promovendo debates em escolas públicas de Ensino Médio e ensinando meninas a programar aplicativos, a fim de discutir violência de gênero *on-line* e empoderá-las tecnologicamente.

livre, fazendo associações a partir das falas de outras participantes. Para guiar o nosso GF, foi utilizado um roteiro-base formulado de acordo com os objetivos, contando com duas questões iniciais de “quebra-gelo”; duas sobre o tipo de violência que as meninas sofrem na rede; duas sobre rede de amparo; e duas sobre consequências para as vítimas e para os agressores.

MENINAS NA REDE: DESCRIÇÃO ANALÍTICA DO GRUPO FOCAL

O grupo focal foi realizado no dia 16 de outubro de 2017, uma segunda-feira, no período vespertino, em uma escola pública localizada no Plano Piloto, em Brasília (DF), e teve duração de uma hora. A escolha da escola motivou-se por um episódio recente relatado pela direção, quando uma aluna e um aluno foram filmados beijando-se no colégio, e a menina passou a sofrer *bullying*⁷ nas redes sociais. Apesar de o número ideal de integrantes de um grupo focal ser de até 12 pessoas (Neto et al., 2002), participaram do momento 20 alunas de primeiro e segundo anos do Ensino Médio – todas as que demonstraram interesse. Foi permitido esse afrouxamento no número de participantes, pois compreendeu-se que o momento também seria de catarse e reflexão, e não se desejava privar nenhuma interessada em compartilhar suas vivências. Importante frisar que todos os nomes são fictícios, para manter o anonimato das garotas. Durante todo o grupo focal, duas pesquisadoras anotaram as reações e gestuais das participantes à cada pergunta e assunto abordado.

O material resultante foi transcrito e analisado dentro de quatro categorias, de acordo com os objetivos apontados na introdução: tipos de violências que as meninas sofrem na Internet e violências mais frequentes; rede de apoio e sua efetividade; consequência para as vítimas; e consequência para os agressores.

TIPOS DE VIOLÊNCIAS QUE AS MENINAS SOFREM NA INTERNET E VIOLÊNCIAS MAIS FREQUENTES

Durante a realização do grupo focal, as meninas compartilharam várias situações em que relatam casos que agrupamos como *bullying* relacionado a fotos ou vazamento de fotos e vídeos nas redes sociais, o que leva a afirmar que o *bullying* é a violência mais frequente entre as meninas. O vazamento de *nudes* é a segunda violência mais relatada. O que os diferencia em frequência é que o vazamento de fotos íntimas sempre vem acompanhado de *bullying*, e o *bullying* nem sempre se dá por vazamento de fotos. Abaixo, segue excerto do caso de Mariana, uma menina que praticava automutilação, mudou de escola e chegou a tentar o suicídio três vezes por causa do *bullying* nas redes sociais:

⁷ De acordo com Lopes Neto (2005), “*bullying* compreende todas as atitudes agressivas, intencionais e repetidas, que ocorrem sem motivação evidente, adotadas por um ou mais estudante contra outro(s), causando dor e angústia, sendo executadas dentro de uma relação desigual de poder”.

Mariana: Teve uma época da escola que começaram a espalhar fotos minhas que tiravam sem eu saber e não espalharam só na escola, mas no condomínio onde fica essa escola. Então, depois de um bom tempo eu vim saber que me xingavam e que tiravam fotos minhas e compartilhavam, eu não sabia.

A terceira violência mais relatada é o estupro virtual, uma modalidade em que o agressor, ameaçando a integridade física e moral da vítima, exige fotos e vídeos de natureza íntima (Sousa et al, 2017). Outras violências relatadas dizem respeito ao envio de fotos íntimas não solicitadas; exposição de algum órgão sexual para humilhar ou constranger; mensagens de cunho sexual; e montagens de fotos das meninas com outras fotos socialmente lidas como constrangedoras.

Os principais tipos de *bullying* dizem respeito a características físicas e orientação sexual. Interessante frisar que as meninas são punidas por características consideradas fora do padrão, como estar acima do peso e não ter se depilado, mas também por terem o que elas, em diversas ocasiões, chamam de “corpo” – características físicas desejáveis e relacionadas à sexualidade.

O *bullying* relacionado à sexualidade acompanha o vazamento de fotos ou vídeos íntimos, expresso em julgamento de caráter, *slut shaming* e *body shaming*⁸. O vazamento de *nudes* não necessariamente está atrelado a uma relação (recente ou “estável”); pode, por exemplo, dar-se pela invasão da privacidade por colegas que invadem o celular da outra pessoa e repassam essas fotos, como demonstra a fala de Sara:

Assim, eu já tive uma foto minha espalhada na Internet, e quando eu fui falar com meu irmão, na verdade eu não fui falar com meu irmão, eu tava com minha mãe, e aí meu irmão entrou na conversa bem na hora e disse que a culpa era minha. Mas, na verdade, a culpa não é minha, é do garoto, porque eu confiei, era uma pessoa que tava do meu lado há três anos.

REDE DE APOIO E SUA EFETIVIDADE

Acerca da rede de apoio, percebe-se que a maior fonte de apoio das meninas em situações de violência e vulnerabilidade são outras meninas. A maioria diz procurar apoio nas amigas quando se vê vítima de violências *on-line* de gênero. A família aparece de forma ambígua: as participantes dividem-se em suas opiniões sobre procurar ou não a família em casos de violência. Porém, o que se percebe é que, em todas as falas que defendiam a família como rede de apoio, as meninas citavam apenas um membro específico, como uma mãe ou tia. Como essas figuras familiares aparecem nas falas das meninas apenas de forma pontual, podemos compreender que a família, como estrutura, não é uma rede de apoio. Com efeito, há vários relatos de culpabilização das vítimas por parte de membros da família.

Quanto à escola, não há ambiguidades: com exceção de uma funcionária específica, todas são enfáticas em afirmar que não veem a instituição escolar como uma rede de apoio.

⁸ *Slut shaming* e *body shaming* são expressões em língua inglesa que indicam formas de estigmatização a mulheres e meninas que se desviam dos padrões sexuais, no primeiro caso, ou corporais desejados pela sociedade, no segundo caso.

Ao contrário, há vários relatos em que a escola pune as vítimas, chamando os pais e mostrando as fotos ou vídeos.

CONSEQUÊNCIAS PARA AS VÍTIMAS

As consequências da violência de gênero *on-line* incluem violência física, xingamentos na rua, pichações em banheiros e apedrejamento das casas das vítimas. Uma das meninas chegou a relatar o caso de sua cunhada, que foi espancada pelo então namorado e seus amigos, por este acreditar que ela teria um *nude* vazado.

Simone: Bateram nela por conta que ela sempre teve muito corpo. Desde pequenininha, genético. Ela sempre teve muito corpo. Aí rolou uma foto só que ninguém tinha a certeza se era ela. E o menino que ela tava ficando achou que era ela. Aí ele pegou, juntou um monte de menino e bateu nela. A foto não era dela, mas parecia muito, por ter muito corpo. Aí o menino pegou porque ela tinha uma marca de nascença e na foto não aparecia, mas ele não quis saber se era ela ou não. Só por parecer e o povo falar “ah, é sua namorada?”, aí ele pegou e bateu nela.

As consequências também incluem depressão, automutilação e tentativas de suicídio. A depressão é a mais comum: embora nem sempre verbalizada, muitas das descrições dadas pelas meninas levam a crer que elas passaram por quadros depressivos. A automutilação pareceu muito comum à realidade delas, com vários relatos. A tentativa de suicídio apareceu na fala de Mariana, que tentou se matar três vezes, motivada pelo *bullying* que sofreu em redes sociais.

CONSEQUÊNCIAS PARA OS AGRESSORES

Quando questionadas se existem consequências para os agressores, todas são enfáticas em responder que não. Suas expressões corporais denotam descrença: olham-se, riem de forma sarcástica, balançam as cabeças em negativa. Passam a relatar casos em que os agressores saíram impunes e as vítimas foram culpabilizadas, como relata Flávia:

Acabou que ninguém descobriu e ela não tinha coragem de falar para ninguém. Eu era aquela amiga que ela falava tudo e eu ficava, tipo, calada, porque eu não sabia se eu contava para diretora ou o que fazer. Acabou que o menino escapou, eles pararam de ficar e não deu em nada, e ela só ficou lá, mal.

Embora haja muitos relatos de solidariedade e sororidade⁹ em casos de violência *on-line* a outras garotas, muitas meninas apontam estruturas sociais que as fazem competir umas com as outras e também destacam a questão do “zoar” para pertencer, isto é, algumas garotas “zoam” outras para serem aceitas no grupo e evitem que sejam elas o alvo da “zoação”.

⁹ De acordo com Costa (2004), “a noção de ‘sororidade’ ou da irmandade, a ideia é força de unificação das mulheres, admitidas como iguais em sua biologia, aglutinadora de energias numa luta comum contra a desigualdade em relação aos homens”.

DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com Angela Davis (1997), “é preciso aprender a estabelecer a relação entre gênero, raça, classe e sexualidade”. Guiando-se por este olhar, pode-se compreender que as violências sofridas pelas meninas de primeiro e segundo anos do Ensino Médio da escola pública analisada são transversais, isto é, não são apenas de gênero, mas também são raciais e de classe. As falas demonstram que tais categorias não são excludentes; com efeito, cruzam-se nos discursos das meninas. Assim, surge nos contextos relatados o *bullying* por características físicas, como o cabelo e a forma mais simples de se vestir. Como argumenta Davis (1997), o gênero também é lido por meio de lentes raciais e de classe – e vice-versa –, de forma que a mesma menina relatou sofrer *bullying* pelo cabelo – chamado de “ruim” pelos agressores – e pelo corpo fora do padrão de magreza dominante.

Outro ponto importante presente nos discursos das meninas é a centralidade da Internet e redes sociais em seus relacionamentos sociais e amorosos. As plataformas emergem não apenas como espaços de convivência pontuais, mas como extensões das salas de aula, dos grupos de amigos, das festas do fim de semana. Em suas falas, as meninas têm dificuldade em manter-se no assunto Internet: suas narrativas começam na escola, passam à mediação de uma rede social, têm consequências no “mundo real”, em uma espécie de “costura” entre o tecido real e o virtual que, em última análise, quebra a barreira entre essas duas realidades. Assim, a violência de gênero *on-line* não pode ser considerada menos importante do que outras formas de violência. Com efeito, de acordo com a socióloga Sherry Turkle (1999),

acho que se comete um erro grave ao falar-se em vida real e em vida virtual, como se uma fosse real e a outra não. Na medida em que as pessoas passam tempo em lugares virtuais, acontece uma pressão, uma espécie de expressão do desejo humano de tornar mais permeáveis as fronteiras do real e do virtual. Em outros termos, creio que enquanto os especialistas continuam a falar do real e do virtual, as pessoas constroem uma vida na qual as fronteiras são cada vez mais permeáveis (p. 118).

Também podemos observar, tanto pelos discursos, quanto pelas expressões e reações das participantes do GF, que a prática de trocar *nudes* e *sexting*¹⁰ são partes integrantes das vidas sexuais e amorosas das meninas. Apenas uma participante disse abertamente que não enviava fotos de natureza íntima. Porém, mesmo em seu discurso, observamos a naturalização, familiaridade e proximidade dos *nudes* à realidade das meninas.

É importante frisar que, mesmo sendo prática corrente, as meninas não se sentem seguras enviando fotos íntimas. Todas possuem pelo menos um relato de uma situação em que uma menina teve suas imagens vazadas, nos mais diversos tipos de situações: com um menino com quem estava ficando há pouco tempo ou em um relacionamento mais longo; fotos em que aparece pelada ou vestindo apenas calcinha e sutiã; com ou sem o rosto aparente. Ou seja, a violência ocorre a despeito dos cuidados que possam vir a tomar para se protegerem.

¹⁰ Prática em que duas pessoas trocam mensagens de conteúdo sexual. Atualmente, engloba a troca de fotos (Mitchel, Finkelhor, Jones, & Wolak, 2012).

Em suas falas, as meninas não culpabilizaram as vítimas pela violência, como vazamento de *nudes* e pornografia de vingança. Porém, embora não tenha ocorrido reprodução de discursos que abertamente culpabilizam as vítimas, muitas vezes as meninas tentavam “justificar” um envio de imagem íntima reproduzindo o discurso da confiança, o que pode demonstrar uma interiorização da culpabilização da vítima. Judith Butler (2003) frisa o papel dos discursos na naturalização das categorias de gênero, apontando para a importância da linguagem na interiorização de características que podem ser acionadas como mecanismo de controle. Ou seja, ao justificarem as ações de uma outra garota que enviou fotos íntimas, mesmo que não a julguem, as meninas demonstram que interiorizaram um discurso de culpabilização da vítima pela violência sofrida, o que pode ser explicado pela naturalização de discursos relacionados ao controle da sexualidade da mulher.

Por fim, compreendemos que as meninas estão em uma situação de vulnerabilidade na Internet. Com a dinâmica de conexão e a reprodução dos espaços sociais nas redes, a Internet demonstra-se um local violento e inseguro para as meninas, replicado 24 horas por dia. Um *bullying* que terminaria uma vez que a menina saísse de sala de aula e fosse para casa, agora continua nos grupos de WhatsApp, nos comentários de seu Instagram, nos murais do Facebook. Ao mesmo tempo, as meninas navegam sua sexualidade nas águas turvas da Internet, Tateando em um ambiente desregulado e hostil, onde são as principais vítimas de violências.

REFERÊNCIAS

- Borges-Teixeira, N. (2009). Discurso publicitário e a pedagogia de gênero: Representações do feminino. *Revista da ESPM – Comunicação, Mídia e Consumo*, 6(17), 37-48.
- Butler, J. P. (2003). *Problemas de gênero: Feminismo e subversão de identidades*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Caramigo, D. (2015). Estupro virtual: Um crime real. *Canal Ciências Criminais*. Recuperado em 14 outubro, 2018, de <https://canalcienciascriminais.jusbrasil.com.br/artigos/323390332/estupro-virtual-um-crime-real>
- Código Penal Brasileiro – Decreto lei n. 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (1940). Artigos 213, 214 e 216. Recuperado em 15 outubro, 2018, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del2848compilado.htm
- Costa, S. G. (2004). Movimentos feministas, feminismos. *Revista Estudos Feministas*, 12(n.sp.).
- Davis, A. (1997). *As mulheres negras na construção de uma nova utopia*. Conferência realizada no dia 13 de dezembro de 1997 em São Luís (MA) na 1ª Jornada Cultural Lélia Gonzales, promovida pelo Centro de Cultura Negra do Maranhão.
- Grangeiro, J. J. M. (2017). *Violência, suicídio e crimes contra a honra de mulheres na Internet*. (Relatório de casos repercutidos na mídia entre janeiro de 2015 a maio de 2017). Brasília: Secretaria da Mulher da Câmara dos Deputados.
- Lopes Neto, A. A. (2005). Bullying: comportamento agressivo entre estudantes. *Jornal de Pediatria*, 81(5), s164-s172.
- Mitchel, K., Finkelhor, D., Jones, L. M., & Wolak, J. (2012). Prevalence and Characteristics of Youth Sexting: A National Study. *Pediatrics*, 129(1).

Neto, O. C., Moreira, M. R., & Sucena, L. F. M. (2002). Grupos Focais e Pesquisa Social Qualitativa: o debate orientado como técnica de investigação. *Encontro da Associação Brasileira De Estudos Populacionais*, Ouro Preto, MG, Brasil, 8.

Safernet (2018). *Indicadores*. Recuperado em 12 abril, 2018, de <http://indicadores.safernet.org.br/indicadores.html>

Sousa, J., Scheidwieler, G., & Montenegro, L. (2017). O ambiente regulatório brasileiro de enfrentamento à violência de gênero. *Anais do XV Congresso IBERCOM*, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, Portugal. No prelo.

Turkle, S. (1999). Fronteiras do real e do virtual. *Revista Famecos*, 6(11).

Valente, M. G., Neris, N., Ruiz, J. P., & Bulgarelli, L. (2016). *O corpo é o código: Estratégias jurídicas de enfrentamento ao revenge porn no Brasil*. São Paulo: InternetLab.

O QUE DÁ MEDO NA INTERNET: INCÔMODOS RELATADOS POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO BRASIL ENTRE OS ANOS DE 2012 E 2014

Zena Eisenberg¹, Laura Cristina Stobäus², Rosália Duarte³ e Clara de Melo Araujo⁴

INTRODUÇÃO

As análises aqui apresentadas foram produzidas pelos Grupos de Pesquisa Desenvolvimento Humano e Educação (Grudhe) e Mídia e Educação (Grupem), da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), e buscam comparar e contrastar dados da pesquisa TIC Kids Online Brasil entre os anos de 2012 e 2014, período em que os instrumentos de pesquisa incluíam como questão aberta a pergunta sobre “coisas que incomodariam, chateariam ou assustariam pessoas da sua idade” na Internet (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2013; 2014; 2015).

Os resultados da análise dos dados de 2012 (Castro, Eisenberg, Duarte, & Carvalho, 2016) mostraram que, naquele momento, a maior preocupação da população de 9 a 16 anos era com a conduta das pessoas na Internet, ou seja, com a forma como os internautas agem na rede, que a maioria dos entrevistados julgava como inapropriada, imoral ou antiética. O estudo também identificou o conteúdo do que é publicado na Internet como sendo a segunda preocupação mais frequente entre os participantes do levantamento, que citavam temas como pornografia (a questão mais citada), cenas de acidente, de terror, drogas, notícias ruins, entre outros.

Qualquer comportamento com resultados potencialmente não desejáveis, segundo Boyer (2006), pode ser considerado como sendo de risco. Comportamentos de risco *on-line* entre adolescentes causam preocupação, pois esse é um período crítico entre a infância e a adultez,

¹ Professora no Departamento de Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e coordenadora do Grupo de Pesquisa Desenvolvimento Humano e Educação (Grudhe).

² Pós-doutoranda no Departamento de Educação da PUC-Rio pelo Programa Nacional de Pós Doutorado da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e integrante do Grudhe.

³ Professora no Departamento de Educação da PUC-Rio e coordenadora do Grupo de Pesquisa Educação e Mídia (Grupem).

⁴ Graduanda em Educação pela PUC-Rio, bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e integrante do Grudhe.

em que os jovens são bombardeados com informações vindas de lugares diferentes, através das mídias sociais e da Web (Lau & Yuen, 2013). Segundo Lau e Yuen (2013), os meninos tendem a se envolver mais em comportamentos de risco *on-line* do que as meninas. Crowell (citado em Lau & Yuen, 2013) argumenta que a Internet facilitou a criação de uma distância psicológica entre usuários, assim cedendo espaço para constrangimentos morais ou sociais e, conseqüentemente, aumentando a ocorrência de comportamentos não éticos.

Em artigo mais recente, Sozio et al. (2015) comparam os resultados da TIC Kids Online Brasil aos de sete países da Europa. Suas análises mostram que crianças brasileiras de 9 a 10 anos de idade usam mais as redes sociais (52% delas) do que as europeias. Entre as de 11 a 12 anos, 75% são usuárias de redes sociais, neste quesito no *ranking* do estudo. Os autores também viram que 43% das meninas tendem a manter seu perfil na rede como privado, enquanto apenas 19% dos meninos o fazem.

Neste artigo, será apresentada uma análise comparada dos resultados de 2012, 2013 e 2014 da pesquisa conduzida pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). Buscou-se traçar os perfis dos participantes e seus incômodos, considerando características sociodemográficas – sexo, idade, raça, classe social e região – associadas às suas respostas à pergunta aberta.

PARTICIPANTES

A pesquisa TIC Kids Online Brasil contou com diferentes amostras em cada edição. A Tabela 1 resume o perfil de cada uma delas.

TABELA 1
PERFIL DAS AMOSTRAS DAS PESQUISAS TIC KIDS ONLINE BRASIL (2012 - 2014)

	2012 (N=1 580) %	2013 (N=2 261) %	2014 (N=2 105) %
Faixa etária			
De 9 a 10 anos	21	20	15
De 11 a 12 anos	25	21	23
De 13 a 14 anos	27	23	26
De 15 a 17 anos	27	36	36
Sexo			
Menino	49	48	47
Menina	51	52	53
Classe social			
AB	23	25	19
C	61	57	58
DE	16	18	23

CONTINUA ►

► CONCLUSÃO

	2012 (N=1 580) %	2013 (N=2 261) %	2014 (N=2 105) %
Raça			
Branca	37	37	34
Preta	7	10	10
Parda	54	50	52
Outros	1	1	3
Região			
Centro-Oeste e Norte*	23	30	22
Nordeste	27	22	42
Sudeste	39	37	26
Sul	10	11	10

Nota: (*) Os dados das regiões Centro-Oeste e Norte estão somados na base de dados.

Fonte: Elaboração das autoras a partir das pesquisas TIC Kids Online Brasil (CGI.br, 2013; 2014; 2015).

As análises foram feitas usando os *software* Atlas.ti (2002) e SPSS v.20. Atlas.ti é um *software* para análise qualitativa e foi usado na criação dos códigos e no agrupamento destes em famílias. Um total de 83 códigos foram criados e agrupados em cinco famílias de incômodos citados pelos participantes. São elas:

1. Risco de conduta: o modo como as pessoas se comportam na rede, como dar apelidos, mostrar desrespeito, falar palavrão, se expor, fazer *bullying*, entre outros;
2. Risco de conteúdo: temas ou cenas fortes, como, conteúdo inadequado para crianças, cenas de exorcismo ou de acidentes, entre outros;
3. Percepção de sexo: cenas de sexo, de pessoas nuas, pornografia, entre outras;
4. Risco de contato: contato ou assédio de pessoas estranhas, ou indesejadas, ou adultos desconhecidos;
5. Percepção de violência: agressão física, maus tratos, assassinato, entre outros.

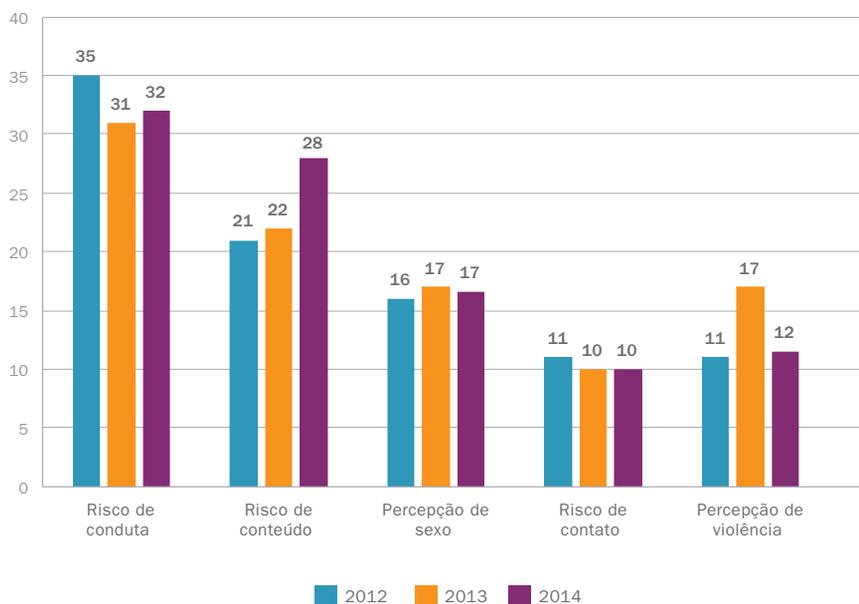
ANÁLISE

O Gráfico 1 apresenta a frequência com que cada família de códigos apareceu nas três edições da TIC Kids Online Brasil.

GRÁFICO 1

PERCEPÇÃO DE RISCO PARA CADA FAMÍLIA DE INCÔMODOS CITADOS (2012 - 2014)

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



Fonte: Elaboração das autoras a partir da pesquisa TIC Kids Online Brasil (CGI.br, 2013; 2014; 2015).

Inicialmente, foi identificada uma uniformidade nos resultados entre os três anos aqui estudados. Risco de conduta foi a família mais frequente em todos os anos analisados, seguida por risco de conteúdo e, em terceiro lugar, percepção de sexo. A família menos citada foi risco de contato. Apenas percepção de violência mostrou um pico em 2013.

Examinando o gráfico mais de perto, surpreende notar que não apenas há consistência na ordem de frequência das famílias de códigos, como também na proporção com que elas aparecem. A anomalia dentro desse padrão (percepção de violência) leva a refletir sobre os acontecimentos de 2013. Naquele ano, inúmeras manifestações de rua resultaram, muitas vezes, em imagens de violência amplamente veiculadas na Internet, o que pode justificar esse dado do estudo.

A segunda etapa da análise foi identificar possíveis relações entre os perfis dos participantes e os incômodos relatados. Para isso, foram realizadas análises de chi-quadrado⁵, a partir de cruzamentos entre as variáveis sociodemográficas e as famílias de códigos. Cada variável sociodemográfica é discutida a seguir, com vistas a traçar um perfil dos participantes com relação às suas preocupações no uso da Internet.

⁵ O chi-quadrado verifica a diferença entre valores observados e esperados e se ela é significativa. Na análise de chi-quadrado, o cálculo é feito com base no contraste entre o dado observado e aquele esperado, caso não haja diferenças. Sempre que nos referimos ao resultado esperado no texto, estamos falando do dado estatístico.

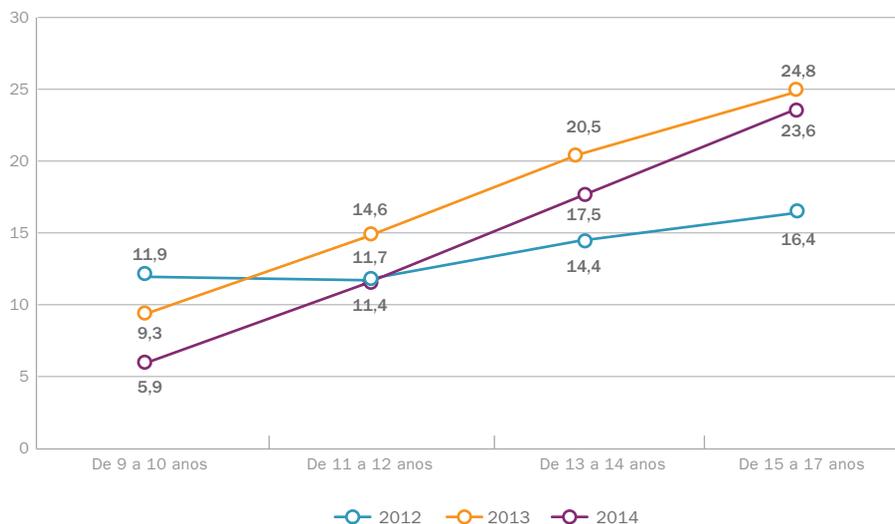
FAIXA ETÁRIA

Foi encontrada uma relação entre a faixa etária e o risco de conduta em todos os anos estudados – participantes mais velhos (de 13 a 17 anos) mostraram mais frequentemente essa preocupação, dado que foi significativo⁶. Por outro lado, a faixa etária de 9 a 10 anos se preocupa menos do que o esperado com esse risco, principalmente nos anos de 2012 (22% das crianças) e 2013 (24% das crianças). Isso talvez ocorra porque as crianças pequenas estão em processo de construção de uma autonomia moral que possibilite avaliar criticamente sua própria conduta ética e a de seus interlocutores nos ambientes que frequentam.

O risco de contato também está mais presente entre os adolescentes mais velhos nos anos de 2013 e 2014⁷; mas, em 2012, não houve relação com faixa etária. Não houve tampouco relação entre idade e a família percepção de violência ou de conteúdo, ou seja, independentemente da idade, crianças e adolescentes parecem ser capazes de identificar os conteúdos potencialmente nocivos a eles, o que talvez seja em parte fruto de discussões promovidas em escolas e eventos sociais ou veiculadas nas mídias.

Por outro lado, os resultados para percepção de sexo chamam atenção, pois mostram uma clara curva ascendente, de acordo com a qual, quanto mais velho o adolescente, maior é sua “preocupação” com exposição a conteúdos sexuais, já que a menciona com maior frequência como um incômodo para pessoas da sua idade, conforme mostra o Gráfico 2.

GRÁFICO 2
PERCEPÇÃO DE SEXO NAS DIFERENTES FAIXAS ETÁRIAS (2012 – 2014)
Proporção sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Fonte: Elaboração das autoras a partir da pesquisa TIC Kids Online Brasil (CGI.br, 2013; 2014; 2015).

⁶ 2012: $\chi^2(3) = 8,69$, $p < ,05$ e 2013: $\chi^2(3) = 20,054$, $p < ,001$

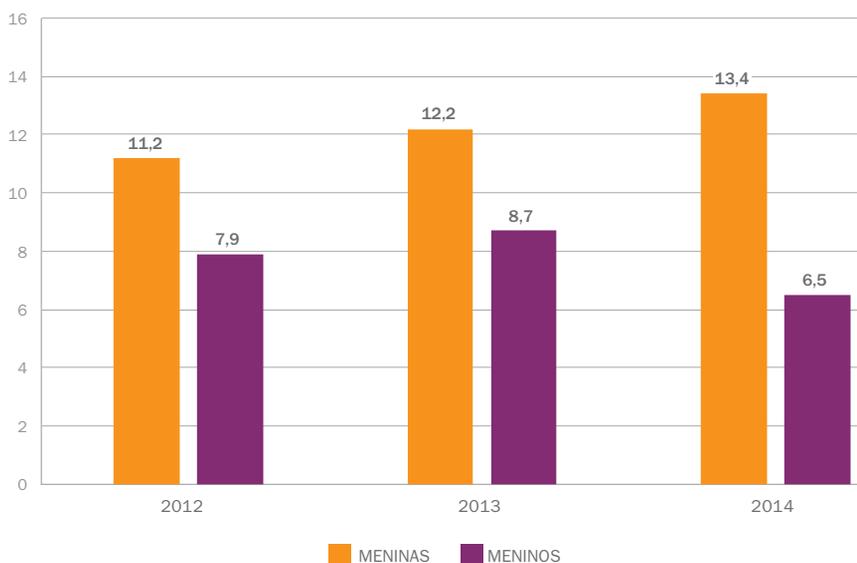
⁷ 2013: $\chi^2(3) = 18,060$, $p < ,001$ e 2014: $\chi^2(3) = 10,234$, $p < ,05$

SEXO DO PARTICIPANTE

Vemos na maior parte das famílias um fenômeno interessante que distingue meninos de meninas: as preocupações são maiores do que o esperado entre as meninas e menores entre os meninos. Esse padrão foi visto em risco de conduta, em 2014⁸; em percepção de sexo, em 2013⁹ e 2014¹⁰, e em risco de contato, que será discutido mais a fundo a seguir. A exceção a esse quadro está na família de códigos percepção de violência, no ano de 2013¹¹, quando meninos se preocupavam mais e meninas menos do que o estatisticamente esperado. Além disso, risco de conteúdo não diferenciou meninos de meninas em suas preocupações.

Cabe discutir com maior profundidade o fato de, em risco de contato, as meninas mostrarem maior preocupação do que foi estatisticamente esperado, dado encontrado em todos os anos¹² e que não foi encontrado entre os meninos. Nota-se, ainda, que essa tendência aumenta a cada ano, como mostra o Gráfico 3.

GRÁFICO 3
PREOCUPAÇÃO COM RISCO DE CONTATO – MENINOS X MENINAS (2012 - 2014)
Proporção sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos



Fonte: Elaboração das autoras a partir da pesquisa TIC Kids Online Brasil (CGI.br, 2013; 2014; 2015).

⁸ 2014: $\chi^2(1) = 15,847$, $p < ,001$

⁹ 2013: $\chi^2(1) = 16,924$, $p < ,001$

¹⁰ 2014: $\chi^2(1) = 8,798$, $p < ,01$

¹¹ 2013: $\chi^2(1) = 3,814$, $p < ,05$

¹² 2012: $\chi^2(1) = 3,970$, $p < ,05$; 2013: $\chi^2(1) = 6,986$, $p < ,01$ e 2014: $\chi^2(1) = 26,758$, $p < ,001$

CLASSE SOCIAL

As classes sociais mais altas (AB) se preocupam com risco de conduta mais do que o esperado, em contraste com as classes DE, que se preocupam menos. Essa preocupação aparece como significativa nos anos de 2013¹³ e 2014¹⁴. A família risco de conteúdo segue o mesmo padrão em 2013¹⁵, mas não alcança significância. O risco de contato e a percepção de violência não apresentam nenhuma relação com as classes sociais. Outro resultado que se destaca nessa variável é a percepção de sexo, presente em menor frequência que o esperado entre participantes das classes AB no ano de 2013.¹⁶

RAÇA

A variável raça não mostra relação com nenhuma das famílias. Esse resultado foi inesperado, já que era nossa hipótese que crianças que sofrem maior marginalização – pardas e pretas – mostrassem algum efeito para os riscos mencionados – quer seja para mais ou para menos.

REGIÃO

Os participantes das diferentes regiões têm preocupações em níveis semelhantes com risco de conduta ou de conteúdo. Já a família risco de contato mostra diferenças significativas nos anos de 2012¹⁷ e 2013¹⁸. Em 2012, as regiões Sudeste e Sul mostram uma preocupação maior que a frequência esperada, e as regiões Centro-Oeste e Norte apresentam uma preocupação menor. Os dados de 2013 mostram resultados semelhantes, com exceção da região Sudeste, que aqui não mostra diferença nas suas preocupações.

Na família percepção de violência, os três anos – 2012¹⁹, 2013²⁰ e 2014²¹ – mostram relação significativa com a região de onde vêm os participantes. Tanto em 2012 como em 2014, a maior concentração de citações vem da região Sul. Diferentemente, em 2013, é na região Sudeste que os riscos de violência são mais citados, e na região Nordeste onde são menos.

Em contraste, a família percepção de sexo mostra uma relação significativa com região. Os participantes do Centro-Oeste e do Norte citam mais esta preocupação em 2012²² e 2013²³, e os da região Nordeste, por outro lado, citam menos, em 2014.²⁴

¹³ 2013: $\chi^2(2) = 6,667, p < ,05$

¹⁴ 2014: $\chi^2(2) = 15,591, p < ,00$

¹⁵ 2013: $\chi^2(2) = 5,264, p = ,072$

¹⁶ 2013: $\chi^2(2) = 8,977, p < ,05$

¹⁷ 2012: $\chi^2(3) = 12,104, p < ,01$

¹⁸ 2013: $\chi^2(3) = 13,490, p < ,005$

¹⁹ 2012: $\chi^2(3) = 11,249, p < ,01$

²⁰ 2013: $\chi^2(3) = 35,259, p < ,001$

²¹ 2014: $\chi^2(3) = 7,610, p = ,055$

²² 2012: $\chi^2(3) = 11,601, p < ,01$

²³ 2013: $\chi^2(3) = 7,611, p = ,055$

²⁴ 2014: $\chi^2(3) = 14,572, p < ,01$

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Do conjunto de relações encontradas entre o perfil dos respondentes e as famílias de incômodos relatadas, destacamos duas delas, que mais chamaram a atenção:

1. Adolescentes mais velhos se preocupam mais com riscos de conduta na Internet, isto é, com o mal-estar provocado pelas atitudes desrespeitosas e invasivas e com o descumprimento de regras de comportamento naquele ambiente; eles percebem mais, também, o risco acarretado pelo contato com adultos estranhos e com conteúdos sexuais.

Esse resultado sugere que a capacidade de se proteger de riscos pode estar associada ao desenvolvimento moral e cognitivo, o que favorece uma compreensão mais crítico-reflexiva das regras associadas ao convívio em sociedade. Na ausência de uma “regra explícita” acerca de como se comportar naquele espaço, fica difícil para as crianças menores perceberem o que são, ou não, condutas adequadas. Já os adolescentes podem operar com regras implícitas, ou seja, compreendem melhor a ideia de que o *ethos* é um conjunto de regras construídas socialmente e, por isso, percebem mais criticamente as situações em que estas são descumpridas.

O resultado indica, também, que a experiência na rede, que se amplia com a idade e o tempo de uso, pode favorecer o letramento, na medida em que a maturidade e a experiência possibilitam aprender a filtrar conteúdos e a evitar contato com pessoas indesejáveis. Além disso, os adolescentes estão mais frequentemente no centro dos debates públicos sobre prevenção de riscos e navegação segura, por terem maior autonomia no acesso e, também, por ser mais frequente a divulgação, na mídia, de situações graves envolvendo esse público, como suicídio, discurso de ódio ou sedução por adultos, entre outras.

2. Meninas se preocupam pouco com conteúdos violentos, mas bastante com conduta na Internet, conteúdos sexuais e contato de estranhos; já os meninos se preocupam mais com violência e menos com os demais riscos.

Esse resultado sinaliza a presença de condutas sexistas também na educação de meninas e meninos para a navegação segura. Ainda que os riscos possam ser os mesmos, a percepção diferenciada quanto a estes indica que as meninas são mais orientadas para se proteger do assédio sexual de adultos e evitar contato com conteúdos sexuais, ao passo que os meninos são mais alertados para os conteúdos violentos. A maior preocupação das meninas com relação a contato com estranhos sugere que pais, e a sociedade em geral, temem mais os riscos, nesse aspecto, quanto a elas – e, por essa razão, as alertam mais para isso. Os dados de Sozio et al. (2015) corroboram essa hipótese, pois evidenciam que meninas tendem a manter o perfil social privado mais do que meninos.

Mesmo tendo sido pouco mencionado (11% dos incômodos), e se mantendo estável nos anos estudados, o risco de contato com adultos desconhecidos se mostra como ameaça real e não apenas como um incômodo. Essa é uma questão a ser melhor cuidada pelas políticas de proteção dos direitos de crianças e adolescentes.

A maior percepção de violência por parte dos meninos pode indicar menor preocupação dos adultos com relação ao acesso deles a esse tipo de conteúdo ou, até mesmo, algum estímulo social a esse acesso. Em nossa sociedade, a masculinidade está associada à afirmação pública da virilidade, “entendida como aptidão ao combate e ao exercício da violência”

(Bourdieu, 2002), o que gera certa naturalização da relação de meninos com a violência, real e simbólica – neste caso, a que está presente em conteúdos veiculados *on-line*. Desnaturalizar e “desespetacularizar” a violência passa por mediar o acesso (hoje quase inevitável) das crianças a imagens de violência, interditando o acesso a determinados produtos, mas, sobretudo, colocando-se em posição de escuta e de diálogo sobre o que elas veem e pensam sobre o que veem.

Assim como identificado em estudos anteriores (Castro et al., 2016; Livingstone, Kirwil, Ponte, & Staksrud, 2014), a distribuição de respostas por família, tanto em 2013 como em 2014, não mostra diferenças com relação ao que foi identificado na análise dos dados produzidos em 2012, com exceção de percepção de violência, cujos indicadores sugerem aumento de percepção, ao longo da série histórica.

Como um todo, os resultados da pesquisa apontam para a importância da mediação qualificada por parte da família e de outras instâncias de socialização, como a escola, por exemplo, no uso de Internet por crianças e adolescentes. Estudos que analisam o percurso histórico da educação para os meios (Buckingham, 1998; 2004; Carlsson & Feilitzen, 2006) indicam que os formuladores de políticas e as organizações independentes avançaram da esfera da “proteção” das crianças para a de promoção de ações pedagógicas voltadas para o desenvolvimento de habilidades de lidar, de forma autônoma e crítica, com conteúdos, oportunidades e riscos inerentes à relação com as mídias, especialmente a Internet. Essa perspectiva se ancora na ideia de que não é possível, e nem adequado, do ponto de vista da aprendizagem, controlar o que as crianças e adolescentes fazem em sua navegação na Internet, mas é necessário, e mais efetivo, oferecer subsídios e condições adequadas para que eles desenvolvam as habilidades de que necessitam para usufruir dos benefícios que a Internet oferece, preservando-se eles próprios dos riscos.

Mais recentemente, o foco dos debates tem sido a necessidade do controle social dos meios que assegure a liberdade, mas que também regule os limites, sobretudo em relação à violência, discursos de ódio e estímulo ao consumo (Banaji & Buckingham, 2009). Isso significa que as ações de mediação do acesso das crianças à Internet, hoje, não dizem respeito somente a formá-las para lidar com o acesso, mas também discutir, na sociedade, o que não pode circular na rede (pornografia infantil e apologia ao ódio, por exemplo), além de pactuar regras de conduta no ciberespaço e criar leis para coibir crimes.

REFERÊNCIAS

Atlas.ti. (2002). *Qualitative Data Analysis*. Scientific Software Development GmbH.

Banaji, S., & Buckingham, D. (2009). Civic sell: Young people, the Internet, and ethical consumption. *Information, Communication and Society*, 12(8), 1197-1223.

Bourdieu, P. (2002). *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Boyer, T. W. (2006). The development of risk-taking: A multiperspective review. *Developmental Review*, 26, 291-345.

Buckingham, D. (1998). Mediaeducation in the UK: Moving beyond protectionism. *Journal of Communication*, International Communication Association, 33-43.

Buckingham, D. (2004). *The media literacy of children and young people: A review of the research literature on behalf of Ofcom*. Londres: Ofcom. Recuperado em 13 abril, 2018, de <http://www.ofcom.org.uk>

Carlsson, U., & Feilitzen, C.V. (2006). *In the service of young people? Studies and reflections on media in the digital age*. The Clearinghouse Yearbook. Estocolmo: Nordicom.

Castro, J., Eisenberg, Z., Duarte, R., & Carvalho, C. (2016). Pessoas que só usam Internet para xingar outras pessoas: Incômodos de crianças e adolescentes brasileiros na Internet. 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 2015*. São Paulo: CGI.br. Recuperado em 13 abril, 2018, de http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2015_LIVRO_ELETRONICO.pdf

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2013). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2012*. São Paulo: CGI.br.

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2014). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2013*. São Paulo: CGI.br.

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2015). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2014*. São Paulo: CGI.br.

Lau, W. W. F., & Yuen, A. H. K. (2013). Adolescents' risky online behaviors: The influence of gender, religion, and parenting style. *Computers in Human Behavior*, 29, 2690-2696. Recuperado em 13 abril, 2018, de <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.005>

Livingstone, S., Kirwil, L., Ponte, C., & Staksrud, E. (2014). In their own words: What bothers children online? *European Journal of Communication*, 29(3), 271-288.

Sozio, M. E., Ponte, C., Sampaio, I. V., Senne, F., Ólafsson, K., Alves, S. J., & Garroux, C. (2015). *Children and Internet use: A comparative analysis of Brazil and seven European countries*. Londres: EU Kids Online, London School of Economics and Political Science.

PARTE 2



**TIC KIDS ONLINE
BRASIL 2017**

RELATÓRIO METODOLÓGICO TIC KIDS ONLINE BRASIL

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 a metodologia da pesquisa TIC Kids Online Brasil.

A pesquisa tem seu processo de coleta de informações incorporado à operação de campo da pesquisa TIC Domicílios. Desse modo, as duas pesquisas compartilham a 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

A pesquisa TIC Kids Online Brasil tem como objetivo principal 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.

A metodologia adotada pela pesquisa está alinhada ao marco conceitual desenvolvido pela rede acadêmica EU Kids Online (Livingstone, Mascheroni, & Staksrud, 2015), o que permite a produção de estudos comparativos sobre o tema.

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.
- **Grau de instrução:** 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 12 subcategorias, variando do Ensino Infantil ou analfabeto até o Ensino Superior completo ou além.
- **Renda familiar mensal:** A renda familiar mensal é dada pela soma da renda de todos os moradores do domicílio, incluindo o respondente. Para divulgação dos dados, são estabelecidas seis faixas de renda, iniciando-se pelo salário mínimo definido pelo Governo Federal. A primeira faixa representa a renda total do domicílio de até um salário mínimo (SM), enquanto a sexta faixa representa rendas familiares superiores a dez salários mínimos.
 - Até 1 SM;
 - Mais de 1 SM até 2 SM;
 - Mais de 2 SM até 3 SM;
 - Mais de 3 SM até 5 SM;
 - Mais de 5 SM até 10 SM;
 - Mais de 10 SM.
- **Classe social:** O termo mais preciso para designar o conceito seria classe econômica. Entretanto, mantém-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 do domicílio 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. O Critério Brasil foi atualizado em 2015, resultando em classificação não comparável à anteriormente vigente (Critério Brasil 2008). Para os resultados divulgados a partir de 2016, foi adotado o Critério Brasil de 2015.
- **Condição de atividade:** Refere-se à condição do respondente de 10 anos ou mais em relação a sua atividade econômica. A partir de uma sequência de quatro perguntas,

obtem-se sete classificações referentes à condição de atividade do entrevistado. Essas opções são classificadas em duas categorias, levando em conta a População Economicamente Ativa (PEA), como consta na Tabela 1:

TABELA 1
CLASSIFICAÇÃO DA CONDIÇÃO DE ATIVIDADE

ALTERNATIVAS NO QUESTIONÁRIO		CLASSIFICAÇÃO DA CONDIÇÃO
CÓDIGO	DESCRIÇÃO	DESCRIÇÃO
1	Trabalha em atividade remunerada	PEA
2	Trabalha em atividade não remunerada, como ajudante	
3	Trabalha, mas está afastado	
4	Tomou providência para conseguir trabalho nos últimos 30 dias	
5	Não trabalha e não procurou trabalho nos últimos 30 dias	Não PEA

- **Domicílio particular permanente:** Refere-se ao domicílio particular localizado em unidade que se destina a servir de moradia (casa, apartamento e cômodo). O domicílio particular é a moradia de uma pessoa ou de um grupo de pessoas, onde o relacionamento é ditado por laços de parentesco, dependência doméstica ou normas de convivência.
- **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 (2014).

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 e análise da pesquisa é composta por crianças e adolescentes com idades entre 9 e 17 anos. Para os indicadores divulgados para a população de usuários de Internet será considerada a declaração da criança ou do adolescente selecionado para responder à pesquisa.

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

Para as unidades de análise e referência, os resultados são divulgados para domínios definidos com base nas variáveis e níveis descritos a seguir.

Para as variáveis relacionadas a domicílios:

- **Área:** Corresponde à definição de setor, segundo critérios do IBGE, considerando Rural ou Urbana;
- **Região:** Corresponde à divisão regional do Brasil, segundo critérios do IBGE, nas macrorregiões Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sudeste ou Sul;
- **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.

Em relação às variáveis relativas à população-alvo da pesquisa, acrescentam-se aos domínios acima as seguintes características:

- **Sexo da criança ou adolescente:** Corresponde à divisão em Masculino ou Feminino;
- **Escolaridade do pai ou responsável:** Deriva do conceito Grau de Instrução e 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.

INSTRUMENTO DE COLETA

INFORMAÇÕES SOBRE OS INSTRUMENTOS DE COLETA

Os dados são coletados por meio de questionários estruturados, com perguntas fechadas e respostas predefinidas (respostas únicas ou múltiplas). As crianças e os adolescentes respondem a dois questionários diferentes: um aplicado presencialmente por um entrevistador (em interação face a face) e outro de autopreenchimento. O questionário de autopreenchimento abrange assuntos mais sensíveis e é projetado para que a criança ou o adolescente possa responder perguntas sem a interferência de outras pessoas, de modo a proporcionar um ambiente mais confortável para o respondente. Os questionários de autopreenchimento são 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 inclui um questionário específico para seus pais ou responsáveis.

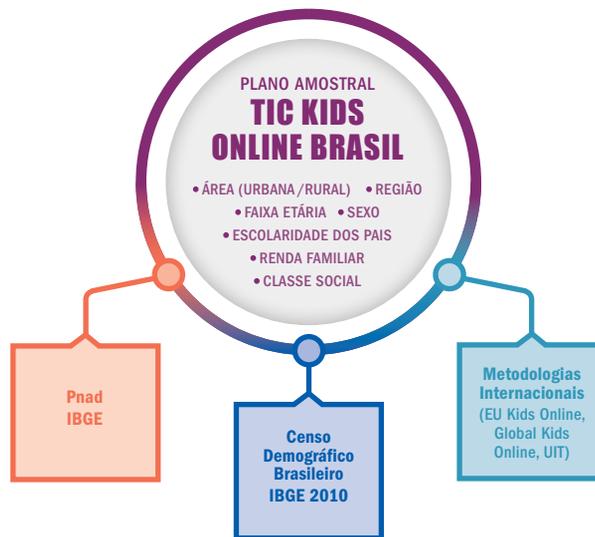
Para mais informações a respeito dos questionários, ver item Instrumento de Coleta no “Relatório de Coleta de Dados” da Pesquisa TIC Kids Online Brasil.

PLANO AMOSTRAL

CADASTROS E FONTES DE INFORMAÇÃO

Para o desenho amostral da pesquisa TIC Kids Online Brasil é utilizada a base de setores censitários 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 comunicação (Figura 1).

FIGURA 1
FONTES PARA O DESENHO AMOSTRAL DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL



DIMENSIONAMENTO DA AMOSTRA

A amostra está dimensionada considerando a otimização de recursos e qualidade exigida para apresentação de resultados nas pesquisas TIC Domicílios e TIC Kids Online Brasil. As próximas seções dizem respeito à amostra desenhada para a execução da coleta de dados¹ 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

¹ Para mais detalhes sobre a execução da pesquisa em campo, ver "Relatório de Coleta de Dados" da Pesquisa TIC Kids Online Brasil.

de estágios do plano amostral depende essencialmente do papel conferido à seleção dos municípios. Vários municípios são 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, constituindo-se em uma amostragem em três estágios. 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 quatro etapas: seleção de municípios, seleção de setores censitários nos municípios selecionados, seleção de domicílios e, posteriormente, seleção de moradores.

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) – municípios autorrepresentativos;
 - Os 27 municípios do programa Cidades Digitais² 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 segue parâmetros relativos a custos, proporção da população com 9 anos ou mais de idade, para acomodar a população-alvo da TIC Kids Online Brasil e a da TIC Domicílios, e área (urbana ou rural). Ao todo, são 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 no “Relatório de Coleta de Dados” anual da pesquisa.

² O programa Cidades 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” (Ministério das Comunicações, 2014).

SELEÇÃO DA AMOSTRA

SELEÇÃO DE MUNICÍPIOS

Os municípios das capitais e 27 municípios do programa Cidades Digitais são incluídos com certeza na amostra e não participam do processo de seleção de municípios, ou seja, são autorrepresentativos.

Um município também é considerado autorrepresentativo quando sua medida de tamanho utilizada para seleção é maior do que o salto estipulado para a seleção sistemática dentro de determinado estrato. Dessa forma, a probabilidade de inclusão desses municípios na amostra é igual a 1. Esse salto é obtido pela divisão entre a medida total de tamanho da área representada pela quantidade de municípios a serem selecionados. Cada município identificado como autorrepresentativo é transformado em um estrato para a seleção de setores e, em consequência, excluído do respectivo estrato para a seleção dos demais municípios que comporiam a amostra. Em seguida, o tamanho da amostra desejado em cada estrato é ajustado e a soma dos tamanhos é recalculada, com exclusão das unidades autorrepresentativas. Bem como para capitais e municípios do programa Cidades Digitais, os municípios autorrepresentativos são tomados como estratos para a seleção da amostra de setores.

Os demais municípios foram selecionados com probabilidades proporcionais à proporção da 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, conforme apresentado na seção “Estratificação da Amostra”) a que pertence, descontados do cálculo de total do estrato os municípios autorrepresentativos.

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

- Se a proporção da 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 da 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 da 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:

$$M_{hi} = I \left\{ \frac{P_{hi}}{P_h} \leq 0,01 \right\} \times 0,01 + I \left\{ \frac{P_{hi}}{P_h} > 0,20 \right\} \times 0,20 + I \left\{ 0,01 < \frac{P_{hi}}{P_h} \leq 0,20 \right\} \times \frac{P_{hi}}{P_h},$$

onde:

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

P_{hi} é a população de 9 anos ou mais de idade do município i do estrato h , conforme o Censo Demográfico de 2010; e

$P_h = \sum_i P_{hi}$ 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 é utilizado o Método de Amostragem Sistemática com PPT (Särndal, Swensson, & Wretman, 1992), considerando as medidas de tamanho e a estratificação descritas na seção “Estratificação da Amostra”.

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:

$$S_{hij} = \left[\frac{1}{2} \times I(\text{rural}) + I(\text{urbano}) \right] \times \frac{1}{D_{hi}} \times [I(D_{hij} \leq 50) \times 50 + I(D_{hij} > 600) \times 600 + I(50 < D_{hij} \leq 600) \times D_{hij}],$$

onde:

D_{hij} é o total de domicílios particulares permanentes do setor censitário j do município i do estrato h , conforme o Censo Demográfico de 2010;

$D_{hi} = \sum_j D_{hij}$ é a soma total de domicílios particulares permanentes no município i do estrato h , conforme o Censo Demográfico de 2010; e

S_{hij} é a medida de tamanho para a seleção do setor censitário j do município i do estrato h .

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

SELEÇÃO DOS DOMICÍLIOS E RESPONDENTES

A seleção de domicílios particulares permanentes dentro de cada setor é feita por amostragem aleatória simples. Em uma primeira etapa de trabalho, os entrevistadores efetuam 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 recebe um número sequencial de identificação entre 1 e d_{hij} , sendo que d_{hij} denota o número total de domicílios encontrados no setor j do município i do estrato h . Após esse levantamento atualizado da quantidade de domicílios por setor censitário selecionado, são selecionados aleatoriamente 15 domicílios por setor que são visitados para entrevista. Todos os domicílios da amostra devem 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 residentes de cada domicílio informante da pesquisa são listados e a pesquisa é selecionada da seguinte maneira:

1. Quando não há residentes na faixa etária entre 9 e 17 anos, é realizada a entrevista da pesquisa TIC Domicílios com residente de 18 anos ou mais selecionado aleatoriamente entre os residentes do domicílio;
2. Quando há residentes com faixa etária entre 9 e 17 anos, é gerado um número aleatório entre 0 e 1, e:
 - a) Se o número gerado é menor ou igual a 0,54, a entrevista da pesquisa TIC Kids Online Brasil é realizada com residente de 9 a 17 anos de idade selecionado aleatoriamente entre os residentes do domicílio nessa faixa etária;
 - b) Se o número gerado é maior do que 0,54 e menor ou igual a 0,89, a entrevista da pesquisa TIC Domicílios é realizada com residente de 10 a 17 anos de idade selecionado aleatoriamente entre os residentes do domicílio nessa faixa etária;
 - Em domicílios selecionados para realização da pesquisa TIC Domicílios (com um residente de 10 a 17 anos) que só tenha residentes de 9 anos de idade, além de maiores de 18 anos, realiza-se a pesquisa TIC Domicílios com um residente de 18 anos ou mais de idade selecionado aleatoriamente.
 - c) Se o número gerado é maior do que 0,89, a entrevista da pesquisa TIC Domicílios é realizada com residente de 18 anos ou mais de idade selecionado aleatoriamente entre os residentes do domicílio nessa faixa etária.

A seleção de moradores em cada domicílio selecionado para responder à pesquisa é realizada após a listagem dos moradores. Para a seleção dos respondentes da TIC Domicílios e da TIC Kids Online Brasil é utilizada uma solução desenvolvida em *tablet*, 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, é 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

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.

PROCESSAMENTO DE DADOS

PROCEDIMENTOS DE PONDERAÇÃO

O peso amostral básico de cada unidade de seleção – município, setor censitário, domicílio e morador – é calculado separadamente para cada estrato, considerando o inverso da probabilidade de seleção.

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:

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

onde:

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

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

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

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

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

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

onde:

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

$W_h^s = \sum_{i \in s} w_{hi}$ é a soma total dos pesos dos municípios selecionados no estrato h ; e

$W_h^r = \sum_{i \in r} w_{hi}$ é a soma total dos pesos dos municípios respondentes no estrato h .

Considera-se o estrato TIC 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 são selecionados no mínimo dois setores censitários para participar da pesquisa. A seleção é 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:

$$w_{j/hi} = \frac{S_{hi}}{n_{hi} \times S_{hij}},$$

onde:

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

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

S_{hij} é a medida de tamanho do setor censitário j , do município i no estrato h ; e

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

A correção de não resposta aplicada para não resposta completa, isto é, quando não foi possível realizar ao menos uma entrevista em um setor, na amostra é dada pela fórmula:

$$w_{j/hi}^* = w_{hij} \times \frac{W_{*/hi}^s}{W_{*/hi}^r},$$

onde:

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

$W_{*/hi}^s = \sum_{j \in s} w_{j/hi}$ é a soma total dos pesos dos setores censitários j selecionados no município i no estrato h ; e

$W_{*/hi}^r = \sum_{j \in r} w_{j/hi}$ é a soma total dos pesos dos setores censitários j respondentes no município i no estrato h .

PONDERAÇÃO DOS DOMICÍLIOS

Nos setores censitários da amostra, a seleção de domicílios se dá de forma aleatória. Em cada setor censitário são selecionados 15 domicílios segundo critérios para participação em uma das duas pesquisas em campo: TIC Domicílios e TIC Kids Online Brasil, conforme mencionado anteriormente. O peso do domicílio é 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 arrolados 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}^R . O peso de cada domicílio, $w_{k/hij}$ no setor censitário j do município i do estrato h é dado por:

$$w_{k/hij} = \frac{E_{hij}}{d_{hij}^R}.$$

PONDERAÇÃO DOS INFORMANTES EM CADA DOMICÍLIO

Em cada domicílio selecionado, a pesquisa TIC Kids Online Brasil é aplicada de acordo com a composição do domicílio, por meio de um processo aleatório de seleção de pesquisas e respondentes. O peso básico de cada respondente da pesquisa é dado pelas fórmulas a seguir.

$$w_{l/hijk}^K = \frac{1}{0,54} \times P_{hijk}^K,$$

onde:

$w_{l/hijk}^K$ é o peso do respondente de 9 a 17 anos no domicílio k do setor censitário j do município i do estrato h ; e

P_{hijk}^K é o número de pessoas na faixa etária de 9 a 17 anos no domicílio k do setor censitário j do município i do estrato h .

O peso do pai ou responsável 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.

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:

$$w_{hijk} = w_{hi}^* \times w_{j/hi}^* \times w_{k/hij}$$

Peso do informante da pesquisa TIC Kids Online Brasil:

$$w_{hijkl} = w_{hi}^* \times w_{j/hi}^* \times w_{k/hij} \times w_{l/hijk}^K$$

CALIBRAÇÃO DA AMOSTRA

Os pesos das entrevistas são calibrados de forma a refletir algumas estimativas de contagens populacionais conhecidas ou estimadas com boa precisão, obtidas a partir da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) ou da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) mais recente disponível. Esse procedimento visa, juntamente com a correção de não resposta, corrigir vieses associados a não resposta diferencial 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 são: área (urbana e rural), estrato TIC, 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, são 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).

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

ERROS AMOSTRAIS

As estimativas das margens de erro levam em consideração o plano amostral estabelecido para a pesquisa. Foi utilizado o método do conglomerado primário (*ultimate cluster*, em inglês) para estimação de variâncias para estimadores de totais em planos amostrais de múltiplos estágios. Proposto por Hansen, Hurwitx e Madow (1953), o método considera apenas a variação entre informações disponíveis no nível das unidades primárias de amostragem (UPA), tratando-as como se tivessem sido selecionadas do estrato com reposição da população.

Com base nesse conceito, pode-se considerar a estratificação e a seleção com probabilidades desiguais, tanto para as UPA 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%. Assim, se a pesquisa fosse repetida, em 19 de cada 20 vezes o intervalo conteria o verdadeiro valor populacional.

Normalmente, também são apresentadas outras medidas derivadas dessa estimativa de variabilidade, tais como erro padrão, coeficiente de variação e intervalo de confiança.

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

DISSEMINAÇÃO DOS DADOS

Os resultados desta pesquisa são apresentados de acordo com as variáveis descritas no item “Domínios de Interesse para Análise e Divulgação”.

Arredondamentos fazem com que, em alguns resultados, a soma das categorias parciais difira de 100% em questões de resposta única. O somatório de frequências em questões de respostas múltiplas usualmente é diferente de 100%. Vale ressaltar que, nas tabelas de resultados, o hífen (–) é utilizado para representar a não resposta ao item. Por outro lado, como os resultados são apresentados sem casa decimal, as células com valor zero significam que houve resposta ao item, mas ele é explicitamente maior do que zero e menor do que um.

Os resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil são publicados em livro e disponibilizados no site do Cetic.br (<http://www.cetic.br>) e no portal de visualização de dados do Cetic.br (<http://data.cetic.br/cetic>). As tabelas totais e margens de erro calculadas para cada indicador estão apenas disponíveis para *download* no *website* do Cetic.br.

REFERÊNCIAS

- Bolfarine, H., & Bussab, W. O. (2005). *Elementos de amostragem*. São Paulo: Blucher.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). Nova Iorque: John Wiley & Sons.
- Hansen, M. H., Hurwitx, W. N., & Madow, W. G. (1953). *Sample survey methods and theory*. Nova Iorque: Wiley.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (s.d.). *Pesquisa nacional por amostra de domicílios (Pnad)*. Recuperado em 9 setembro, 2016, de http://downloads.ibge.gov.br/downloads_estatisticas.htm
- Kish, L. (1965). *Survey Sampling*. Nova Iorque: Wiley.
- Livingstone, S., Mascheroni, G., & Staksrud, E. (2015). *Developing a framework for researching children's online risks and opportunities in Europe*. Recuperado em 12 junho, 2017, de <http://eprints.lse.ac.uk/64470/>
- Lumley, T. (2010). *Complex surveys: a guide to analysis using R*. Nova Jersey: John Wiley & Sons.
- Ministério das Comunicações (2014). *Programa Cidades Digitais*. Recuperado em 19 agosto, 2016, de <http://www.mc.gov.br/cidades-digitais>
- Särndal, C., Swensson, B., & Wretman, J. (1992). *Model assisted survey sampling*. Nova Iorque: Springer Verlag.
- União Internacional de Telecomunicações – UIT (2014). *Manual for measuring ICT access and use by households and individuals 2014*. Recuperado em 9 setembro, 2016, de http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ITCMEAS-2014-PDF-E.pdf

RELATÓRIO DE COLETA DE DADOS TIC KIDS ONLINE BRASIL 2017

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), do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), apresenta o “Relatório de Coleta de Dados” da pesquisa TIC Kids Online Brasil 2017. O objetivo do relatório é informar características específicas da edição de 2017 do estudo, contemplando eventuais alterações realizadas nos instrumentos de coleta, a alocação da amostra implementada no ano e as taxas de resposta verificadas.

A apresentação da metodologia completa da pesquisa, incluindo os objetivos, os principais conceitos e definições e as características do plano amostral empregado, está descrita no “Relatório Metodológico”, que também está incluído na presente edição.

ALOCAÇÃO DA AMOSTRA

A alocação da amostra é apresentada na Tabela 1. Foram considerados 36 estratos TIC, que contemplam uma estratificação mais agregada do que a da seleção da amostra e são utilizados para acompanhamento da coleta de dados.

TABELA 1
ALOCAÇÃO DA AMOSTRA, SEGUNDO ESTRATO TIC

ESTRATO TIC		Amostra		
		Municípios	Setores	Entrevistas planejadas
NORTE	Rondônia	4	19	285
	Roraima	4	15	225
	Acre	4	17	255
	Amapá	6	16	240
	Tocantins	4	15	225
	Amazonas	8	41	615
	Pará – RM Belém	4	28	420
	Pará – Interior	9	55	825

CONTINUA ►

► CONCLUSÃO

ESTRATO TIC		Amostra		
		Municípios	Setores	Entrevistas planejadas
NORDESTE	Maranhão	12	75	1 125
	Piauí	7	38	570
	Ceará – RM Fortaleza	6	42	630
	Ceará – Interior	8	52	780
	Pernambuco – RM Recife	6	40	600
	Pernambuco – Interior	10	52	780
	Rio Grande do Norte	7	40	600
	Paraíba	11	45	675
	Alagoas	7	41	615
	Sergipe	6	32	480
	Bahia – RM Salvador	6	44	660
	Bahia – Interior	19	113	1 695
SUDESTE	Minas Gerais – RM Belo Horizonte	8	65	975
	Minas Gerais – Interior	27	147	2 205
	Espírito Santo	8	45	675
	Rio de Janeiro – RM Rio de Janeiro	13	131	1 965
	Rio de Janeiro – Interior	7	46	690
	São Paulo – RM São Paulo	18	204	3 060
	São Paulo – Interior	42	228	3 420
SUL	Paraná – RM Curitiba	6	44	660
	Paraná – Interior	15	87	1 305
	Santa Catarina	13	78	1 170
	Rio Grande do Sul – RM Porto Alegre	7	50	750
	Rio Grande do Sul – Interior	14	87	1 305
CENTRO-OESTE	Mato Grosso do Sul	5	33	495
	Mato Grosso	7	42	630
	Goiás	11	74	1 110
	Distrito Federal	1	33	495

INSTRUMENTOS DE COLETA

TEMÁTICAS ABORDADAS

A partir de 2017, a pesquisa TIC Kids Online Brasil passou a adotar um sistema de rodízio de módulos temáticos em seus instrumentos de coleta.

Em um contexto de emergência de novos temas sobre o uso da tecnologia, há uma crescente demanda por indicadores específicos e com maior profundidade temática. Ao mesmo tempo, existe a restrição do limite de tempo de aplicação dos questionários junto aos respondentes.

Por conta disso, optou-se, na TIC Kids Online Brasil, pelo rodízio dos temas no questionário. Esse rodízio temático dos módulos consiste em coletar informações aprofundadas sobre um determinado assunto em edições alternadas da pesquisa, de forma que se possa gerar estimativas amplas com intervalo de tempo maior sem prejudicar a duração da aplicação do questionário.

Nesta edição do estudo, no questionário aplicado a crianças e adolescentes, além de variáveis contextuais e sociodemográficas, foram coletados indicadores por meio dos seguintes módulos temáticos:

- **Módulo A:** Perfil de uso da Internet;
- **Módulo B:** Atividades na Internet;
- **Módulo D:** Habilidades para o uso da Internet;
- **Módulo E:** Mediação para o uso da Internet;
- **Módulo G:** Riscos e danos.

No questionário de pais e responsáveis, foram coletados indicadores por meio dos seguintes módulos temáticos:

- **Módulo A:** Perfil de uso da Internet;
- **Módulo C:** Mediação do uso da Internet.

ENTREVISTAS COGNITIVAS

Foram realizadas entrevistas cognitivas para identificar e corrigir possíveis problemas de entendimento em questões sobre habilidades para o uso seguro da Internet, bem como atividades realizadas na rede. No total, foram realizadas 16 entrevistas cognitivas em São Paulo (SP). Todas elas foram feitas com usuários que haviam utilizado a Internet nos três meses anteriores à pesquisa. As entrevistas foram distribuídas entre crianças e adolescentes de 9 a 17 anos e entre as classes B, C e DE, conforme o Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), que é definido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Abep).

PRÉ-TESTES

Foram realizadas entrevistas de pré-teste com o objetivo de identificar, na prática do trabalho de campo, possíveis problemas em etapas do processo, como abordagem dos domicílios, seleção da entrevista no *tablet* e aplicação do questionário. Além disso, foi avaliada a fluidez das perguntas e o tempo necessário para a sua aplicação.

No total, foram realizadas dez entrevistas em domicílios localizados na cidade de São Paulo (SP).

Na edição de 2017, a abordagem dos domicílios durante os pré-testes foi realizada de forma intencional, sem o arrolamento ou seleção aleatória de domicílios. Sendo assim, buscou-se, inicialmente, saber se, no momento da abordagem, havia nos domicílios moradores com 9 a 17 anos, bem como seus respectivos pais ou responsáveis, nos diferentes perfis procurados durante o pré-teste.

Além disso, não foram realizadas todas as visitas previstas no procedimento de abordagem de domicílios – em dias e horários diferentes –, registrando-se na listagem de moradores apenas aqueles presentes no momento da abordagem.

Durante a realização dos pré-testes, as entrevistas completas, realizadas com crianças ou adolescentes e seus pais ou responsáveis, tiveram, em média, duração de 36 minutos.

ALTERAÇÕES NOS INSTRUMENTOS DE COLETA

O instrumento de coleta da TIC Kids Online Brasil passou por algumas revisões na edição de 2017, com alteração e exclusão de itens já existentes, principalmente em função da implementação do rodízio de módulos e dos resultados obtidos nas entrevistas cognitivas.

No questionário com crianças e adolescentes, as principais alterações foram realizadas no módulo de atividades. Foram incluídos novos itens, referentes à atividades na Internet relacionadas à cidadania e engajamento. Além disso, foi alterado o modo de aplicação da pergunta de frequência de realização de determinadas atividades, de forma a tornar a condução da entrevista mais fluida e ágil. Ainda no mesmo módulo, em função dos resultados encontrados nas entrevistas cognitivas, o termo “*on-line*” foi substituído pela expressão “na Internet” nos enunciados, de forma a ajudar na compreensão dos itens, especialmente por crianças mais novas.

Em função do rodízio de módulos nesta edição, foram excluídos do questionário com crianças e adolescentes os módulos sobre redes sociais e consumo. Além disso, foram excluídos os indicadores sobre mediação de pares e professores, do módulo de mediação.

Por fim, no módulo de habilidades, passou a ser investigada a habilidade de “editar fotos ou vídeos que outras pessoas postaram na Internet” e foi incluído o termo “dinheiro” no item “Ver quanto dinheiro você gastou com algum aplicativo”, de forma a facilitar a compreensão pelos entrevistados.

No questionário de pais e responsáveis, alguns itens do módulo C, sobre mediação, foram alterados de forma a padronizá-los com os enunciados das perguntas sobre a mesma temática presentes no questionário com crianças e adolescentes. Além disso, em função do rodízio de

módulos na edição deste ano, o módulo de uso seguro da internet foi reduzido, e o módulo referente a consumo foi excluído.

TREINAMENTO DE CAMPO

As entrevistas foram realizadas por uma equipe de profissionais treinados e supervisionados. Esses entrevistadores passaram por treinamento básico de pesquisa; treinamento organizacional; treinamento contínuo de aprimoramento; e treinamento de reciclagem. Além disso, houve um treinamento específico para a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2017, que abarcou o processo de arrolamento dos setores, a seleção dos domicílios, a seleção da pesquisa a ser realizada, a abordagem aos domicílios selecionados e o preenchimento adequado ao instrumento de coleta. Nesse treinamento também foram esclarecidos todos os procedimentos e ocorrências de campo, assim como as regras de retornos aos domicílios.

Os entrevistadores receberam dois manuais de campo, que poderiam ser consultados durante a coleta de dados para garantir a padronização e a qualidade do trabalho. O primeiro deles tinha por objetivo disponibilizar todas as informações necessárias para a realização do arrolamento e seleção de domicílios. O segundo apresentava as informações necessárias para a realização das abordagens dos domicílios selecionados e a aplicação dos questionários.

Ao todo, trabalharam na coleta de dados 383 entrevistadores e 26 supervisores de campo.

COLETA DE DADOS EM CAMPO

MÉTODO DE COLETA

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 2017 ocorreu entre novembro de 2017 e maio de 2018, 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.

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

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

Mesmo após a realização das quatro visitas previstas, foi impossível completar as entrevistas em alguns domicílios, conforme as ocorrências descritas na Tabela 2. Em certos casos, houve impossibilidade de realizar entrevistas no setor como um todo, tendo em vista ocorrências relacionadas à violência, bloqueios físicos, condições climáticas, ausência de domicílios no setor, entre outros motivos.

TABELA 2
OCORRÊNCIAS FINAIS DE CAMPO, SEGUNDO NÚMERO DE CASOS REGISTRADOS

Ocorrências	Número de casos	Taxa
Entrevista realizada	23 592	71,0%
Nenhum morador em casa ou disponível para atender no momento	3 498	10,5%
Respondente selecionado ou responsável pelo selecionado não está em casa ou não está disponível no momento	492	1,5%
Respondente selecionado está viajando e não retorna antes do final do campo (ausência prolongada)	180	0,5%
Domicílio está para alugar, vender ou abandonado	794	2,4%
Local sem função de moradia ou não é um domicílio permanente, como comércio, escola, residência de veraneio, etc.	209	0,6%
Recusa	3 040	9,2%
Domicílio não abordado por recusa de acesso do porteiro ou outra pessoa	822	2,5%
Domicílio não abordado por motivo de violência	369	1,1%
Domicílio não abordado por dificuldade de acesso, como obstáculos físicos, intempéris da natureza, etc.	14	0,0%
Domicílio só tem pessoas inelegíveis (surdas, mudas, com deficiência ou estrangeiras, incapazes de responder à pesquisa, ou menores de 16 anos)	80	0,2%
Outras ocorrências	120	0,4%

Ao longo do período de coleta de dados, foram realizados controles semanais e quinzenais da coleta de dados em campo. Semanalmente, foram controlados o número de setores arrolados e o número de entrevistas realizadas, por tipo de pesquisa em cada estrato TIC. Quinzenalmente, foram verificadas informações acerca do perfil dos domicílios entrevistados, como renda e classe social, informações relativas aos moradores dos domicílios entrevistados, como sexo e idade, bem como o registro das ocorrências dos domicílios em que não haviam sido realizadas entrevistas, além do uso de tecnologias de informação e comunicação pelos respondentes selecionados.

De modo geral, foram encontradas dificuldades em atingir a taxa de resposta esperada em setores com algumas características específicas, como aqueles com um grande número de prédios ou condomínios, em que há maior dificuldade de acesso aos domicílios. Nesses casos, com o objetivo de sensibilizar os respectivos moradores a participarem da pesquisa, foram enviadas cartas, via Correios, a 976 domicílios selecionados.

VERIFICAÇÃO DAS ENTREVISTAS

De modo a garantir a qualidade dos dados coletados, foram verificadas 8.292 entrevistas, o que corresponde a 25% do total da amostra planejada. Os procedimentos de verificação foram realizados por meio da escuta de áudios e, em alguns casos, de ligações telefônicas.

Nos casos em que foram necessárias correções de partes ou da totalidade das entrevistas, foram realizadas voltas telefônicas ou presenciais, a depender do resultado da verificação.

RESULTADO DA COLETA

Foram abordados 23.592 domicílios, em 350 municípios, alcançando 71% da amostra planejada de 33.210 domicílios (Tabela 3). Em 20.490 deles, foram realizadas entrevistas com indivíduos que são população de referência da pesquisa TIC Domicílios (pessoas com 10 anos ou mais). Nos 3.102 domicílios restantes, foram realizadas entrevistas relativas à pesquisa TIC Kids Online Brasil, que, desde 2015, acontece na mesma operação de campo.

TABELA 3
TAXA DE RESPOSTA, SEGUNDO UNIDADE FEDERATIVA (UF)
E SITUAÇÃO DO DOMICÍLIO (%)

	Taxa de resposta
TOTAL BRASIL	71
UNIDADE FEDERATIVA	
Rondônia	91
Acre	90
Amazonas	84
Roraima	93
Pará	77
Amapá	92
Tocantins	68
Maranhão	69
Piauí	66
Ceará	72
Rio Grande do Norte	74
Paraíba	77
Pernambuco	75
Alagoas	77
Sergipe	78
Bahia	81
Minas Gerais	80
Espírito Santo	60
Rio de Janeiro	62
São Paulo	59
Paraná	70
Santa Catarina	74
Rio Grande do Sul	74
Mato Grosso do Sul	74
Mato Grosso	77
Goiás	64
Distrito Federal	71
SITUAÇÃO DO DOMICÍLIO	
Urbana	70
Rural	84

ANÁLISE DOS RESULTADOS TIC KIDS ONLINE BRASIL 2017

APRESENTAÇÃO

Em sua sexta edição, a pesquisa TIC Kids Online Brasil aponta uma tendência de crescimento no número de crianças e adolescentes entre 9 e 17 anos que são usuárias de Internet no país, sendo que o telefone celular se consolidou como o dispositivo mais utilizado para o acesso à rede. Diante disso, é cada vez mais relevante a investigação sobre as atividades que os jovens desempenham *on-line* e quais são suas habilidades digitais, para que sejam compreendidos os impactos – tanto oportunidades quanto riscos – do uso da rede para o desenvolvimento de crianças e adolescentes.

Para além de considerar a importância do acesso à Internet, a literatura da área tem evidenciado que a qualidade desse acesso é um aspecto cada vez mais central. O contato com um número diverso de dispositivos e plataformas, bem como as características do *hardware* e a atualização dos *software* utilizados impactam no desenvolvimento de habilidades e na diversidade do uso da Internet. Diante disso, há evidências de que a reprodução de desigualdades entre os usuários estaria associada às condições de acesso à rede e aos dispositivos disponíveis (Deursen & Dijk, 2018).

No caso das crianças e adolescentes, também é necessário reconhecer uma via de mão dupla entre oportunidades e riscos. Pesquisas na área evidenciam que aqueles que reportam mais situações de risco são justamente os que desenvolveram mais habilidades necessárias para lidar com diferentes tipos de situações vivenciadas na rede. Assim, as possibilidades que a rede proporciona, como o contato com pessoas de outros países, cidades e culturas, ou o acesso a uma ampla diversidade de conteúdos, podem, em alguns casos, resultar em riscos ou danos para esse público, ao mesmo tempo que trazem oportunidades de desenvolvimento.

Dado esse contexto, além de investigar o uso da rede pelas crianças e adolescentes e as habilidades que eles têm desenvolvido para esse uso, também é imprescindível levantar informações acerca da mediação feita por pais, responsáveis e educadores. Esse aspecto é fundamental, tendo em vista o papel que tais atores desempenham na mitigação dos riscos e na potencialização das oportunidades que as crianças e adolescentes podem experimentar *on-line*.

Baseada em um arcabouço conceitual abrangente, a pesquisa TIC Kids Online tem a função de subsidiar o Estado e a sociedade civil com informações que sustentem ações voltadas à garantia dos direitos das crianças e adolescentes. Tais direitos são relativos à provisão,

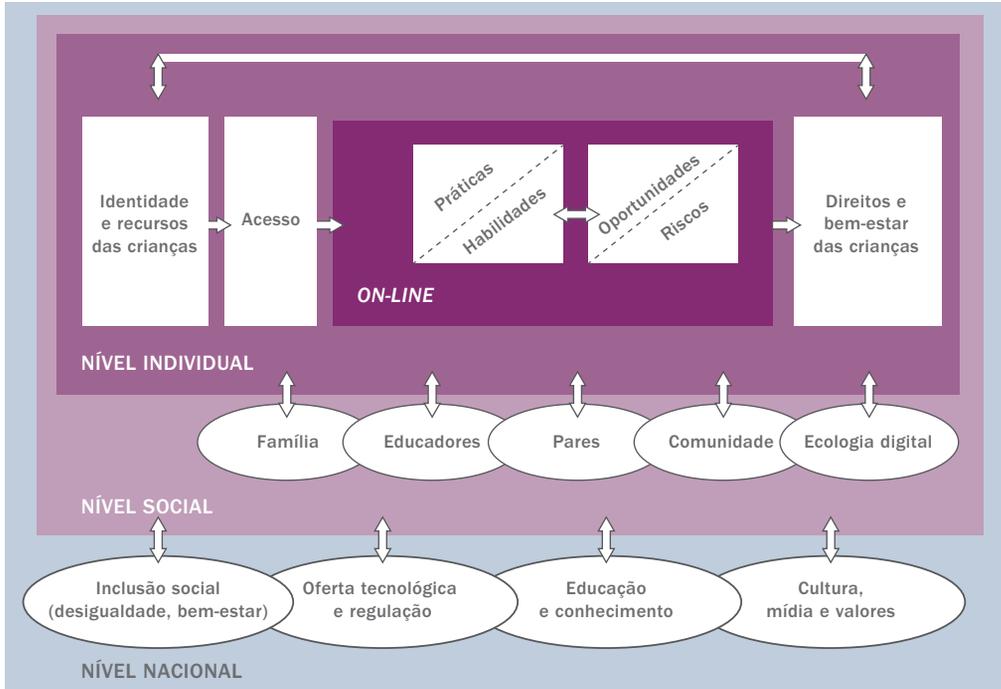
proteção e participação das crianças e adolescentes dentro da sociedade, conforme previstos na Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança, proclamada em 1989 – embora o contexto atual evidencie a necessidade de estender esses direitos também para o ambiente digital (Livingstone & O’Neill, 2014).

ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A pesquisa TIC Kids Online é realizada no Brasil desde 2012, tendo como base o marco conceitual desenvolvido pela rede EU Kids Online (Livingstone, Mascheroni, & Staksrud, 2015). O referencial utilizado pela pesquisa adota uma perspectiva multinível, levando em consideração as dimensões individual e social, bem como aspectos contextuais verificados no país (Figura 1).

No nível individual, o modelo aponta para o equilíbrio entre as oportunidades e riscos, para a influência de aspectos demográficos e psicossociais na experiência digital, e para a maneira como essa experiência impacta no bem-estar e na garantia de direitos das crianças e adolescentes. No nível social, o modelo identifica a influência de circunstâncias sociais nos hábitos *on-line* desse público. E, por fim, no nível nacional, o modelo pretende mostrar a relevância do contexto do país para a investigação.

FIGURA 1
ENQUADRAMENTO TEÓRICO DA TIC KIDS ONLINE BRASIL



Fonte: Livingstone et al. (2015).

Em diálogo com o marco referencial, este relatório busca relacionar os novos dados sobre as práticas das crianças e adolescentes na rede, as habilidades que eles possuem para o uso da Internet e os riscos *on-line* vivenciados. O texto está dividido nas seguintes partes:

- Conectividade e dinâmicas de uso;
- Oportunidades e práticas;
- Habilidades para o uso da Internet;
- Riscos e danos;
- Mediação do uso da rede.

TIC KIDS ONLINE BRASIL

2017

DESTAQUES

CONECTIVIDADE E ACESSO MÓVEL À INTERNET



Em 2017, 85% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos eram usuários de Internet, o que corresponde a 24,7 milhões de usuários no Brasil. Para acessarem a rede, 93% dessas crianças e adolescentes utilizaram o telefone celular, sendo que o uso exclusivo desse dispositivo para acessar a Internet chegou a 44% em 2017. Esse percentual indica que 11 milhões de crianças e adolescentes brasileiros usaram a Internet apenas pelo telefone celular, sendo que mais de 10 milhões pertenciam às classes C e DE.

ATIVIDADES DE CIDADANIA E ENGAJAMENTO NA REDE



Em 2017, a pesquisa TIC Kids Online Brasil passou a investigar o uso da rede para atividades relacionadas à cidadania e ao engajamento social entre os usuários de Internet de 9 a 17 anos. Os resultados mostram que atividades como conversar com pessoas de outras cidades, países ou culturas (40%) ou participar de uma página ou grupo na Internet para conversar sobre assuntos que gostam (36%) foram mais frequentes do que aquelas mais relacionadas à participação política, como conversar sobre problemas da cidade ou do país na Internet (12%) e participar de uma campanha ou protesto na rede (4%).

MEDIAÇÃO PARENTAL



A pesquisa revela que 70% dos pais ou responsáveis acreditavam que as crianças e adolescentes faziam um uso seguro da Internet. Por outro lado, 50% das crianças e adolescentes usuários da rede relataram que seus pais ou responsáveis sabem mais ou menos ou nada sobre suas atividades na Internet. Além disso, 70% dos usuários de Internet de 11 a 17 anos tinham a percepção de que sabem muitas coisas sobre como usar a rede e 76%, de que sabem mais do que seus pais.

RISCOS DE CONTEÚDO NA INTERNET



A pesquisa indica que 22% das crianças e adolescentes declararam que já foram tratados de forma ofensiva, de uma maneira que não gostaram ou que os chatearam na Internet. Em termos de contato com conteúdo de natureza intolerante ou discurso de ódio, 39% dos usuários da rede nessa faixa etária afirmaram ter visto alguém sendo discriminado ou sofrendo preconceito na Internet. A pesquisa também aponta que 8% declararam que já se sentiram discriminados na Internet.

CONECTIVIDADE E DINÂMICAS DE USO

A pesquisa TIC Kids Online Brasil estima que, em 2017, 85% das crianças e adolescentes com idade entre 9 e 17 anos eram usuários de Internet no país¹. Em números absolutos, esse percentual corresponde a 24,7 milhões de indivíduos conectados nessa faixa etária. Apesar do alto percentual de crianças e adolescentes que utilizam a Internet no Brasil, ainda são identificadas desigualdades regionais e socioeconômicas no que se refere a esse acesso (Gráfico 1).

Com relação à distribuição de crianças e adolescentes usuários de Internet pelo território, a pesquisa observa que estes estão proporcionalmente mais concentrados nas áreas urbanas (90%) do que nas rurais (63%) e mais nas regiões Sudeste (93%), Centro-Oeste (93%) e Sul (92%) do que no Norte (68%) e Nordeste (77%). Cabe notar que as disparidades territoriais identificadas para a população de 9 a 17 anos refletem a realidade enfrentada pelo conjunto da população de 10 anos ou mais, conforme verificado pela TIC Domicílios 2017 (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2018a).²

As desigualdades no acesso à rede também foram observadas para variáveis socioeconômicas. Crianças e adolescentes das classes AB (98%) e C (93%) eram, quase em sua totalidade, usuários de Internet. Já entre as classes DE, a proporção foi de sete em cada dez crianças e adolescentes.

Ainda pela perspectiva socioeconômica e seguindo a tendência observada em edições anteriores, a pesquisa mostra que, quanto maior a escolaridade dos pais ou responsáveis, maiores são as chances de os jovens serem usuários de Internet. Em 2017, 93% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos cujos pais ou responsáveis tinham o Ensino Médio ou mais eram usuários da rede. Já entre aqueles cujos pais ou responsáveis cursaram até o Ensino Fundamental I, a proporção foi de 76%.

A faixa etária também é um fator que influencia o percentual de crianças e adolescentes que acessam a Internet. A proporção de usuários da rede foi mais alta entre a população de 15 a 17 anos (93%) e mais baixa nas faixas etárias de 13 a 14 anos (87%), de 11 a 12 anos (82%) e entre aqueles com 9 a 10 anos (74%).

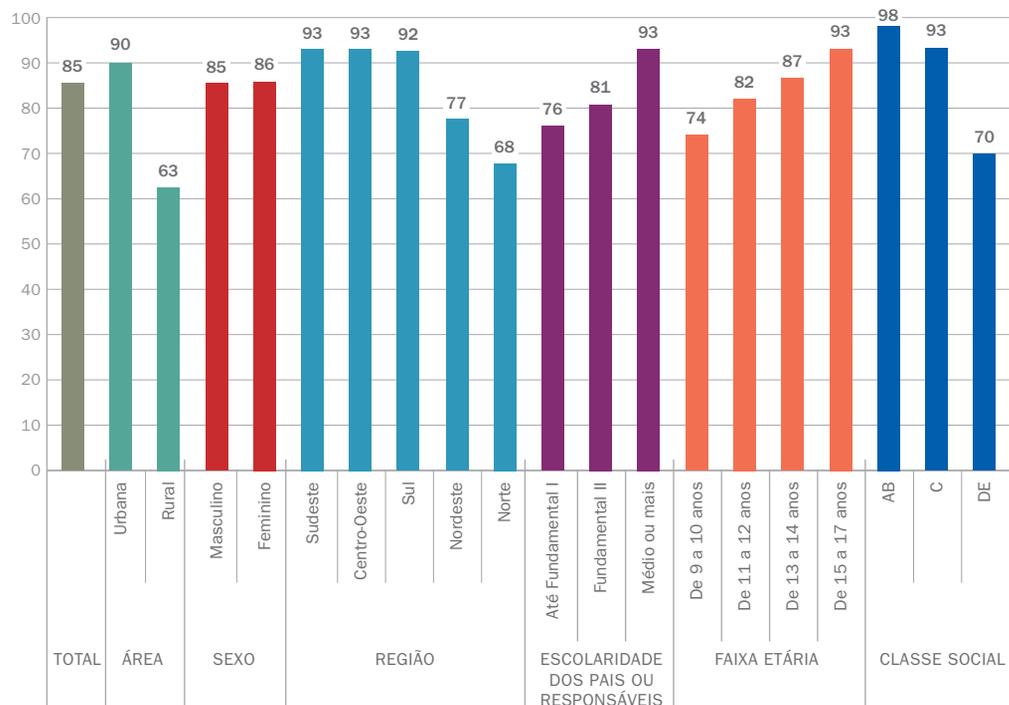
¹ São considerados usuários de Internet as crianças e adolescentes de 9 a 17 anos que acessaram a rede ao menos uma vez nos três meses anteriores à realização da pesquisa.

² Segundo o estudo, em 2017, 67% da população brasileira com 10 anos ou mais era usuária de Internet, porém essa proporção foi significativamente maior nas áreas urbanas (71%) do que nas rurais (44%). Além disso, a pesquisa aponta diferenças relevantes na proporção de usuários de Internet entre as regiões do país, sendo maior no Centro-Oeste (76%), Sudeste (74%) e Sul (69%) do que no Norte (58%) e Nordeste (58%).

GRÁFICO 1

CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES, POR ÁREA, SEXO, REGIÃO, ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS, FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL (2017)

Total de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos (%)



A pesquisa também identifica que, em 2017, 8% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos nunca haviam acessado a rede, o que equivale a 2,2 milhões de brasileiros nessa faixa etária.

Somados àqueles que não acessaram a Internet nos três meses anteriores à realização da pesquisa, 15% dos indivíduos de 9 a 17 anos não eram usuários de Internet, percentual que representa 4,2 milhões de pessoas. Em 2017, a maior parte das crianças e adolescentes que nunca havia acessado a rede era de classes DE (2 milhões de pessoas), residentes de áreas rurais (1,3 milhão) e da região Nordeste (1,2 milhão), conforme descrito na Tabela 1.

Entre os motivos pelos quais crianças e adolescentes não utilizaram a Internet, a ausência de conexão no domicílio (9%) destacou-se como razão principal, sobretudo, entre aqueles que residem em áreas rurais (23%), na região Norte (22%) e entre aqueles que pertencem às classes DE (19%). Assim, segue marcante no país a exclusão digital de primeiro nível (Deursen & Dijk, 2018)³, que restringe o acesso à Internet a uma parcela específica da população. É fundamental que essas barreiras sejam rompidas e seja efetivado o direito de provisão de

³ Os autores consideram como exclusão digital de primeiro nível os aspectos que se relacionam à conexão com a Internet. Já os de segundo nível são aqueles que, além do acesso à rede, tratam das diferentes habilidades na Internet e dos tipos de uso.

acesso à Internet para as crianças e adolescentes brasileiros, a fim de que essa população possa usufruir das oportunidades que a rede oferece.

TABELA 1
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE NUNCA ACESSARAM A INTERNET,
POR ÁREA, REGIÃO E CLASSE SOCIAL - TOTAL EM MILHÕES (2017)
Total de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos

		Total (Milhões)
TOTAL		2,2
ÁREA	Urbana	0,9
	Rural	1,3
REGIÃO	Sudeste	0,3
	Nordeste	1,2
	Sul	0,07
	Norte	0,6
	Centro-Oeste	0,07
CLASSE SOCIAL	AB	0,07
	C	0,2
	DE	2,0

A falta de habilidades digitais também se destacou como razão para o não uso da rede. O motivo foi apontado por 6% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos, em especial, por aqueles pertencentes às classes DE (14%) e na faixa etária de 9 a 10 anos (14%).

Outras justificativas apontadas por crianças e adolescentes que não acessaram a rede foram: a percepção de que a Internet não é para pessoas da idade delas (5%); a impossibilidade de usar a Internet na escola (5%); a falta de vontade em usar a rede (5%); e a proibição dos pais ou responsáveis (5%). Além disso, a indisponibilidade de conexão nos lugares onde costumam ir (4%), o fato de que os amigos também não usam (2%), questões religiosas (2%) e por terem se chateado ou se incomodado com algo na Internet (2%) também estiveram entre os fatores relacionados.

DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET

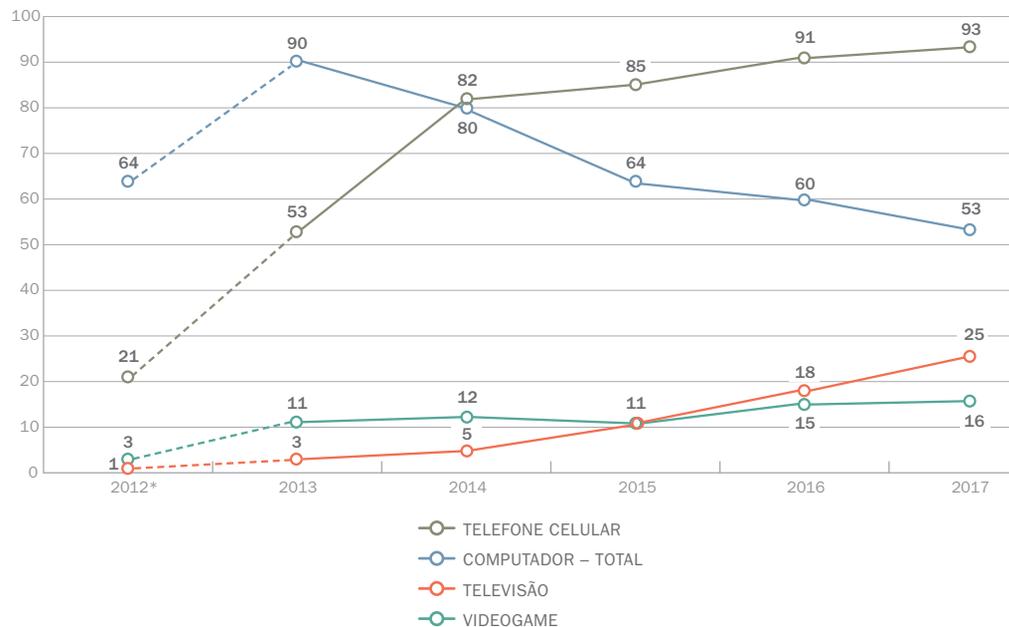
Em 2017, 93% dos usuários de Internet de 9 a 17 anos se conectaram por meio do telefone celular, o que equivale a mais de 23 milhões de crianças e adolescentes. De forma semelhante ao que vem sendo observado para a população brasileira em geral (CGI.br, 2018a), o telefone celular tem sido o dispositivo mais utilizado para acessar a rede.

Apesar de o percentual do uso do celular para acessar a Internet não ter apresentado crescimento significativo em relação a 2016 (91%), a série histórica da pesquisa vem apontando para o uso crescente desse dispositivo para o acesso à rede (Gráfico 2).

GRÁFICO 2

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET (2012 - 2017)

Total de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos (%)



*Em 2012, a pesquisa tinha como população-alvo usuários de Internet de 9 a 16 anos.

Contrária ao crescimento do uso da Internet no telefone celular, observa-se a tendência de diminuição da utilização do computador para acessar a rede. Em 2017, 53% dos usuários de Internet entre 9 e 17 anos utilizaram esses dispositivos para se conectar, seja computador de mesa, *notebook* ou *tablet*. Em 2013, essa proporção era de 90%. Embora a diminuição venha ocorrendo para os três tipos de computador pesquisados, vale ressaltar que esse movimento tem se mostrado mais lento no caso dos *tablets*, em especial entre as crianças de 9 a 10 anos. Em 2017, 32% dos entrevistados dessas idades utilizaram o *tablet* para se conectar à rede, ao passo que para as demais faixas etárias a proporção não passou de 18%.

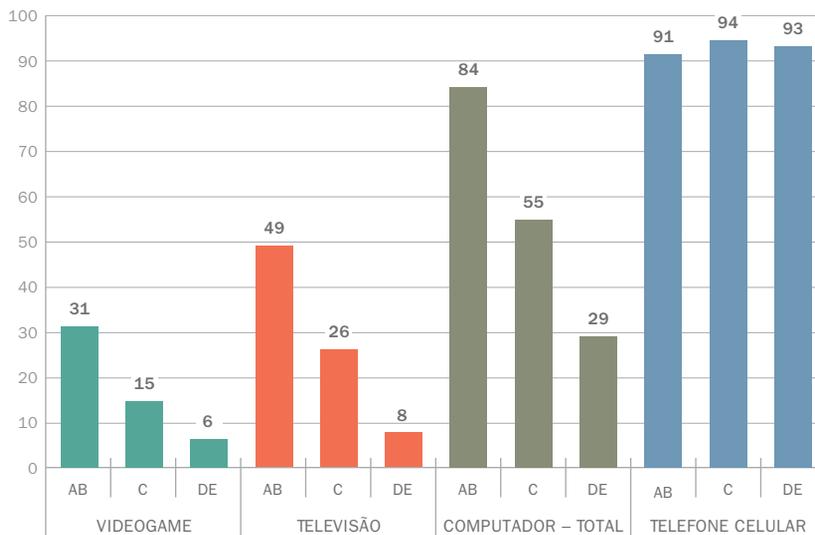
Com relação aos dispositivos utilizados, a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2017 ainda destaca o crescimento no uso da televisão para acessar a Internet: um quarto das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos utilizou o aparelho televisor para acessar a rede, proporção que era de 18% em 2016. Esse movimento também vem sendo observado para o conjunto da população: segundo a TIC Domicílios 2017, 22% dos usuários de Internet com 10 anos ou mais acessaram a rede por meio da televisão, proporção que era de apenas 7% em 2014 (CGI.br, 2018a).

Já o videogame foi um dispositivo utilizado para acessar a Internet por 16% dos usuários de 9 a 17 anos. Os consoles de jogos foram mais utilizados para acessar a rede pelos meninos (23%) do que pelas meninas (8%).

Não foram observadas diferenças significativas no uso do telefone celular entre as diferentes regiões e condições socioeconômicas dos domicílios das crianças e adolescentes. Já o uso de computador, televisão e videogame apresentou padrões claros, sendo grande a diferença observada no uso desses dispositivos entre indivíduos das classes AB e DE (Gráfico 3).

No caso de computadores, por exemplo, 84% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos das classes AB utilizaram o dispositivo para acessar a Internet, enquanto nas classes DE essa proporção foi de apenas 29%. No caso da televisão, quase metade (49%) dos usuários das classes AB utilizou esse equipamento para se conectar à Internet, ao passo que apenas 8% daqueles das classes DE o fizeram.

GRÁFICO 3
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET, POR CLASSE SOCIAL (2017)
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



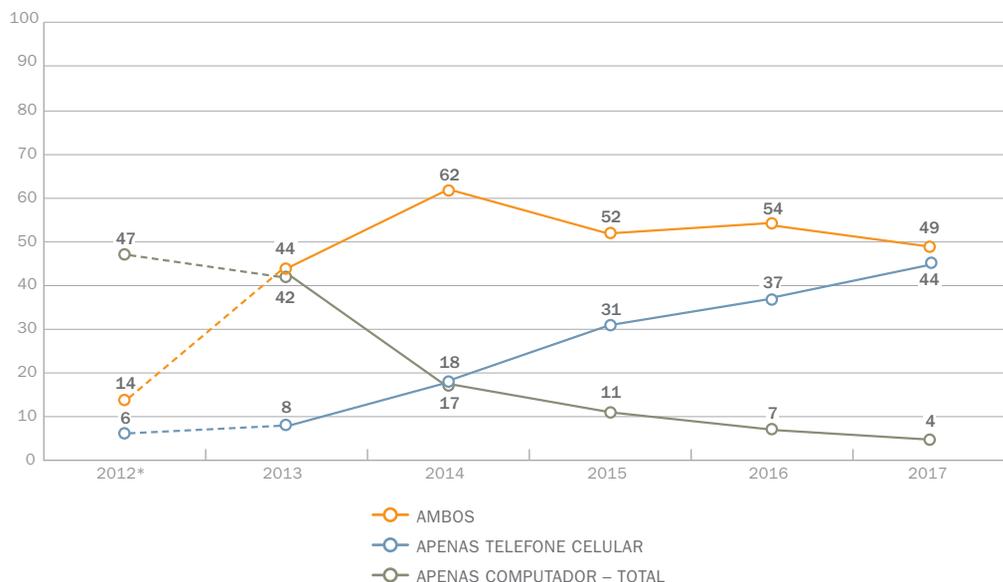
Em 2017, 49% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos usuários de Internet acessaram a rede tanto por meio de computadores quanto por meio do telefone celular. A proporção foi maior entre usuários das classes AB (76%) do que entre os de classes DE (26%). Este fator é relevante na medida em que a disponibilidade de uma maior variedade de dispositivos entre crianças e jovens com melhores condições socioeconômicas pode implicar em experiências mais diversificadas no uso da Internet (Deursen & Dijk, 2018).

O uso exclusivo do telefone celular tem sido crescente nos últimos anos (Gráfico 4), chegando à proporção de quase metade dos usuários de 9 a 17 anos (44%). No entanto, o fenômeno ocorre com maior frequência entre os indivíduos das classes DE (67%), se comparados àqueles das classes AB (15%). Em termos de estimativas, em 2017, aproximadamente 11 milhões de crianças e adolescentes eram usuários da rede exclusivamente pelo celular, sendo que 10,2 milhões deles eram das classes C e DE. Esses dados reforçam o diagnóstico de que os usuários de classes mais altas contam com a possibilidade de desenvolver atividades mais variadas na Internet em relação aos usuários com condição socioeconômica mais baixa.

GRÁFICO 4

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA PARA ACESSAR A INTERNET (2012 - 2017)

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



*Em 2012, a pesquisa tinha como população-alvo usuários de Internet de 9 a 16 anos.

A predominância do uso do telefone celular para acesso à rede pela juventude brasileira é uma tendência também verificada em outros países da América Latina. As pesquisas Kids Online Chile 2016 (Cabello, Claro, Lazcano, & Antezana, 2018) e Kids Online Uruguai 2017 (Fundo das Nações Unidas para a Infância [Unicef], 2018) apontam elevados índices de crianças e adolescentes que acessam a Internet pelo dispositivo: respectivamente, 92% e 83%.

No entanto, embora o celular seja predominante nos três países, as políticas públicas de inclusão digital e socioeducativas do Uruguai (com destaque para o Plano Ceibal⁴), criam melhores condições para que crianças e adolescentes utilizem outros dispositivos, como *notebook*, *laptop* e *tablet*, para acessar a Internet. De acordo com a Kids Online Uruguai 2017, a maioria dos usuários entre 9 e 17 anos do país (94%) possui ao menos um computador em casa, e 64% deles possuem acesso à Internet em seus domicílios. Além disso, as escolas públicas do país contam com conexão à Internet gratuita para o uso dos alunos (Unicef, 2018).

Entre as implicações da diversidade de dispositivos de acesso está o desenvolvimento de habilidades múltiplas do uso da rede. Diante disso, a exemplo do que ocorre no Uruguai, é fundamental que sejam fomentadas no Brasil políticas públicas pautadas na inclusão e na igualdade de oportunidades no acesso e uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC).

⁴ O Plano Ceibal é a principal política pública do Uruguai voltada à inclusão digital e à igualdade de oportunidades para o acesso e uso de novas tecnologias por crianças e adolescentes. Criada em 2007, a iniciativa disponibiliza um computador portátil de uso pessoal a cada aluno da rede pública do país, bem como oferece acesso gratuito à Internet nas escolas. Com o Plano Ceibal, o Uruguai tornou-se o único país no mundo a oferecer tais condições a todos os estudantes da rede pública (Unicef, 2018).

TIPO DE CONEXÃO À INTERNET PELO TELEFONE CELULAR

A TIC Kids Online Brasil também investiga qual o tipo de conexão utilizado por crianças e adolescentes que acessam a Internet por meio do telefone celular. A série histórica da pesquisa indica o uso cada vez mais frequente da rede WiFi: em 2013, era mais comum o uso das redes 3G ou 4G (38%) do que o WiFi (30%); já em 2017, o uso do WiFi foi consideravelmente superior (84%) ao uso das redes 3G ou 4G (49%) para conexão à Internet.

Esse fenômeno reflete a quantidade crescente de domicílios brasileiros conectados à Internet com presença de WiFi (CGI.br, 2018a), bem como a maior disponibilidade de pontos de conexão em locais públicos (tanto por iniciativa do governo, quanto de empresas). Em função da disseminação de redes WiFi, as diferenças no uso desse tipo de conexão entre crianças e adolescentes que residem nas áreas urbanas (85%) e rurais (80%), e entre as classes AB (89%), C (85%) e DE (79%), foram menores do que aquelas observadas em outros indicadores da pesquisa. Ainda assim, em termos geográficos, na região Norte, onde há uma menor disponibilidade de infraestrutura para acesso à Internet, foi menos frequente o uso do WiFi entre as crianças e adolescentes de 9 a 17 anos (60%), se comparado às demais regiões do país, todas com proporções acima de 80% para o uso desse tipo de conexão.

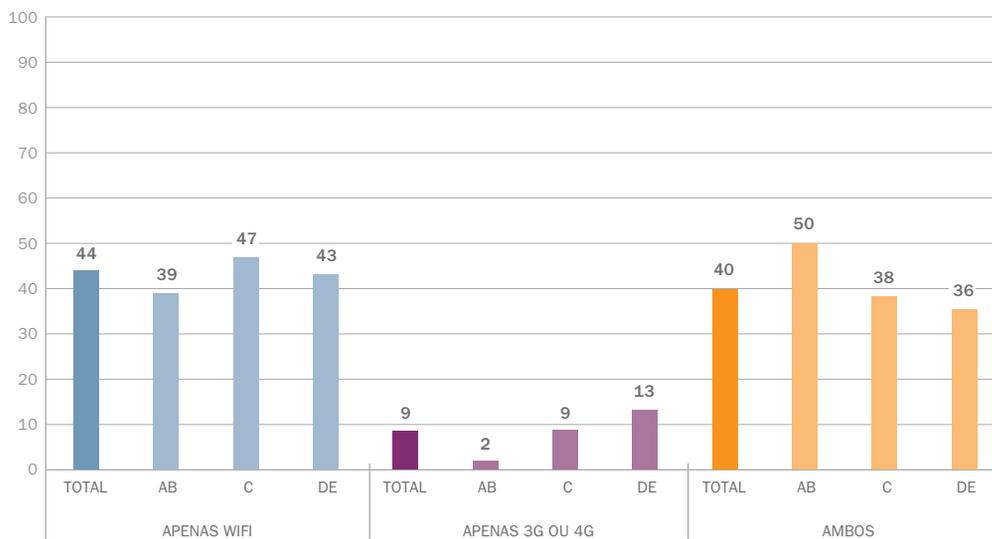
As crianças e adolescentes que residem em domicílios com melhores condições socioeconômicas contavam em maior proporção tanto com a rede WiFi quanto com o 3G ou 4G para acessarem a Internet pelo celular, ao passo que entre aqueles das classes DE foi mais frequente o uso exclusivo das redes 3G ou 4G. Conforme apresentado no Gráfico 5, em 2017, 13% dos usuários de Internet das classes DE utilizaram apenas as redes 3G ou 4G, proporção que foi de apenas 2% entre aqueles das classes AB. Já o uso tanto das redes 3G ou 4G quanto do WiFi foi consideravelmente maior entre aqueles das classes AB (50%) do que entre os das classes DE (36%).

Além das diferenças entre classes sociais, a pesquisa identifica a existência de padrões distintos de uso dos tipos de conexão por faixa etária: crianças de 9 a 10 anos utilizaram em maior proporção apenas a rede WiFi para se conectarem em seus celulares (50%) em relação aos adolescentes de 15 a 17 anos (37%). No entanto, entre estes adolescentes, foi mais comum o uso tanto do WiFi quanto do 3G ou 4G (49%) do que entre as crianças de 9 a 10 anos (30%).

GRÁFICO 5

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONEXÃO UTILIZADA DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA PARA ACESSAR A INTERNET NO TELEFONE CELULAR, POR TOTAL E CLASSE SOCIAL (2017)

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

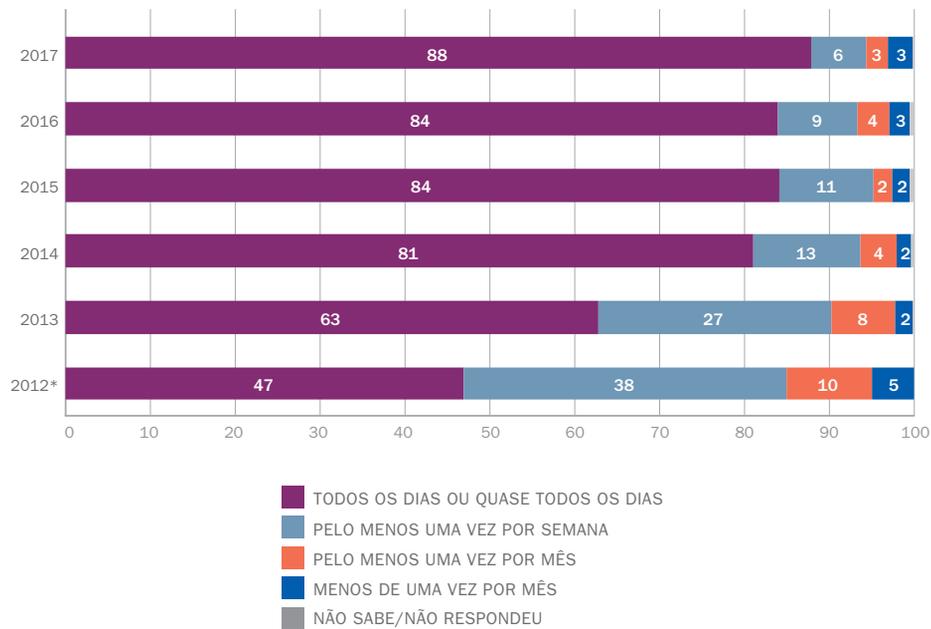


A pesquisa revela ainda que vem crescendo o uso exclusivo do WiFi e diminuindo o uso apenas das redes 3G ou 4G. Em 2014, 28% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos usuários da Internet se conectavam à rede apenas pelo WiFi e 22% apenas pelas redes 3G ou 4G. Já em 2017, essas proporções foram de 44% e 9%, respectivamente.

FREQÜÊNCIA DE ACESSO À INTERNET

O aumento da proporção de crianças e adolescentes que acessam a Internet pelo telefone celular impacta a frequência com que os mesmos permanecem conectados em seu dia a dia. É possível notar, conforme os resultados da pesquisa TIC Kids Online Brasil, que paralelamente ao crescimento do uso da Internet pelo telefone celular, vem aumentando também a frequência com que crianças e adolescentes acessam a rede. Em 2013, aproximadamente dois terços dos usuários de Internet de 9 a 17 anos acessavam a rede todos os dias ou quase todos os dias, proporção que passou para 88% em 2017, quando 71% das crianças e adolescentes declararam utilizar a Internet mais de uma vez por dia. Já o uso menos frequente, de pelo menos uma vez por semana, tem decrescido ano a ano, conforme apresentado no Gráfico 6.

GRÁFICO 6
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET (2012 - 2017)
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



*Em 2012, a pesquisa tinha como população-alvo usuários de Internet de 9 a 16 anos.

O uso da Internet na frequência de mais de uma vez por dia foi maior entre os adolescentes de 15 a 17 anos (78%), proporção que diminui quanto menor a idade, chegando a 57% na faixa etária de 9 a 10 anos. Além disso, refletindo as desigualdades de acesso à Internet no Brasil, a pesquisa revela que o uso da rede mais de uma vez por dia foi significativamente maior entre as crianças e adolescentes residentes nas áreas urbanas (73%) e de classes AB (82%) do que entre aqueles de áreas rurais (58%) e das classes DE (57%).

LOCAL DE ACESSO À INTERNET

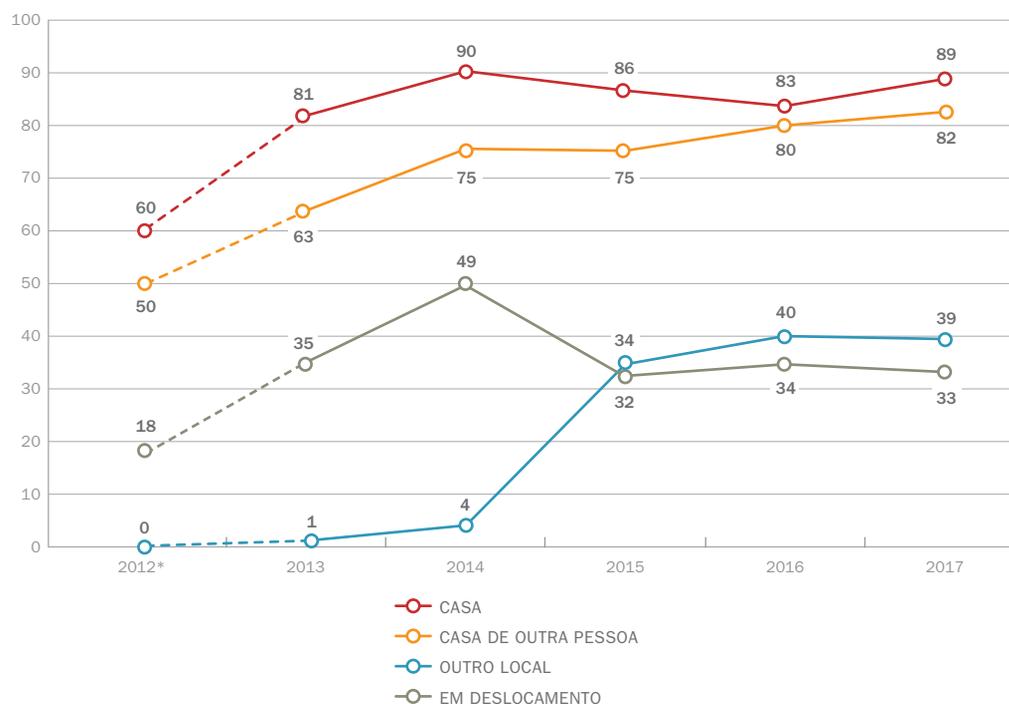
Em 2017, assim como observado nas edições anteriores da pesquisa, a própria residência foi o local mais comum onde as crianças e adolescentes acessaram a Internet (89%). No entanto, como reflexo das desigualdades de acesso a diferentes tipos de conexão e dispositivos, o uso da Internet no próprio domicílio foi menos frequente entre os usuários das áreas rurais (75%), da região Norte (77%) e das classes DE (74%).

O segundo local mais comum para o uso da Internet foi a casa de outras pessoas, que, em 2017, chegou à proporção de 82%. Conforme observado no Gráfico 7, o acesso à Internet na residência de terceiros vem crescendo desde a primeira edição da pesquisa, ao passo que os demais locais investigados permaneceram com proporções estáveis no mesmo período. Esses resultados acompanham o uso crescente do telefone celular pelas crianças e adolescentes para se conectarem, favorecendo a mobilidade e a possibilidade de uso da rede em outros locais que não apenas o próprio domicílio.

GRÁFICO 7

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET (2012 - 2017)

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



*Em 2012, a pesquisa tinha como população-alvo usuários de Internet de 9 a 16 anos.

Mesmo com o uso cada vez mais frequente da Internet por meio do telefone celular, foi menos comum o acesso à rede pelas crianças e adolescentes em deslocamento (33%), proporção que seguiu estável nas três últimas edições da pesquisa. Nesse caso, em função da maior disponibilidade e dependência de uma conexão via 3G ou 4G para acessar a Internet, foi mais comum o uso da rede em deslocamento pelos adolescentes de 15 a 17 anos (44%) do que entre as faixas etárias mais novas: 33% entre adolescentes de 13 a 14 anos, 23% entre as crianças de 11 a 12 anos e 21% entre as de 9 a 10 anos. Essa é uma tendência também observada na Europa, segundo o relatório do projeto Net Children Go Mobile, que fez em 2014 um estudo comparativo sobre o uso da Internet pelas crianças e adolescentes em diferentes países do continente (Sozio et al., 2015).

Apesar da Internet estar presente em praticamente todas as escolas brasileiras em áreas urbanas, tanto as públicas quanto as privadas, o uso da rede nem sempre está disponível aos alunos, conforme revela a pesquisa TIC Educação (CGI.br, 2018b). A TIC Kids Online Brasil 2017, por sua vez, aponta que pouco menos de um terço (30%) das crianças e adolescentes declarou ter utilizado a Internet em ambiente escolar, proporção que foi ainda menor entre aqueles das classes DE (24%), que poderiam se beneficiar da oferta de conexão de Internet nas escolas,

dada a baixa penetração de conexão em seus domicílios⁵. Além disso, vale destacar que o uso da Internet na escola foi ainda menos frequente entre as crianças de 9 a 10 anos (10%) e de 11 a 12 anos (22%), se comparado aos adolescentes com 13 a 14 anos (30%) e 15 a 17 anos (42%).

Com relação ao uso de Internet em ambiente escolar, a realidade brasileira mostra-se muito distinta da vivenciada por crianças e adolescentes no Chile e no Uruguai. Segundo a Kids Online Chile 2016, a porcentagem de usuários entre 9 e 17 anos que já acessaram a Internet na escola foi de 66% (Cabello et al., 2018). No contexto uruguaio, essa realidade é ainda mais positiva. De acordo com a Kids Online Uruguai 2017, 82% da população nessa faixa etária já acessou a Internet, ao menos uma vez, na escola (Unicef, 2018). A proporção elevada de uso da rede em ambiente escolar no país é consequência do Plano Ceibal, como já descrito anteriormente.

ATIC Kids Online Brasil também mostra que, em menores proporções, as crianças e adolescentes de 9 a 17 anos também utilizaram a Internet em centros públicos de acesso pago (14%), como *lanhouses*, e em centros públicos de acesso gratuito (9%), como telecentros. Ambos os locais, apesar de apresentarem resultados estáveis em relação a 2016, vêm apresentando uma tendência de redução de seu uso ao longo da série histórica da pesquisa: em 2014, 22% dos usuários de Internet na faixa etária do estudo acessaram a rede em centros públicos de acesso pago e 17%, em centros públicos de acesso gratuito.

OPORTUNIDADES E PRÁTICAS

Visando a investigar a experiência digital das crianças e adolescentes sob o ponto de vista das oportunidades viabilizadas pelo uso da Internet, a TIC Kids Online Brasil 2017 levantou informações sobre as práticas e atividades realizadas na rede.

Em consonância com o marco referencial adotado, o debate sobre a mitigação dos riscos e danos *on-line* deve ser equilibrado com um olhar sobre as oportunidades e potenciais benefícios do uso da rede. Entre eles estão: (i) aspectos comunicacionais, os quais envolvem participar de redes sociais, produzir e compartilhar conteúdos; (ii) aspectos de entretenimento, como assistir a vídeos, filmes, shows, ouvir música, e jogar *on-line*; (iii) aspectos de engajamento e cidadania, nos quais usuários da rede discutem problemas de sua cidade ou país, participam de campanhas ou protestos na Internet e conversam com pessoas de outras cidades ou países; (iv) aspectos educacionais e de busca de informação, que envolvem usar a Internet para trabalhos escolares, fazer pesquisas e ler notícias; e (v) aspectos criativos, que compreendem a criação e postagem de vídeos e músicas e o desenvolvimento de *blogs* e *sites*.

É a partir de dados sobre as potencialidades da era digital que pais, responsáveis e educadores terão melhores condições de incentivar o uso seguro da rede, o desenvolvimento de habilidades e a cidadania digital. Cabe destacar que, para isso, é necessário considerar também as complexidades de comportamento e a heterogeneidade socioeconômica dos diferentes perfis de crianças e adolescentes.

⁵ De acordo com a TIC Domicílios 2017 (CGI.br, 2018a), 30% dos domicílios de classes DE têm acesso à Internet, proporção que passa de 90% entre aqueles de classes B (93%) e A (99%).

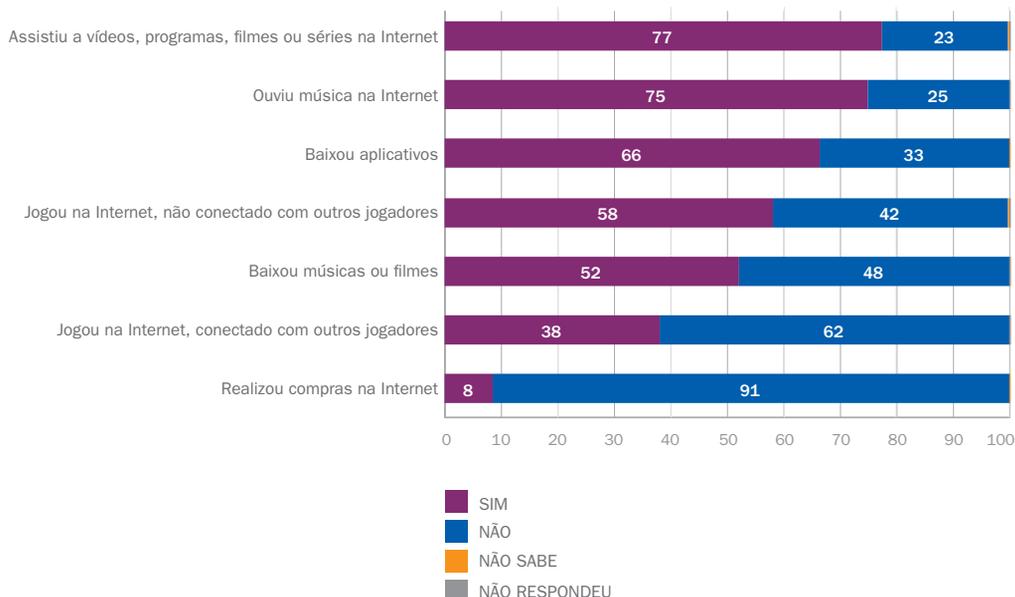
Assim como nos anos anteriores, atividades de comunicação e de educação e busca de informações apresentaram-se como as mais realizadas pelas crianças e adolescentes brasileiros usuários de Internet. Entre as atividades de comunicação, as mais realizadas foram o envio de mensagens instantâneas (79%) e uso de redes sociais (73%).

Entre as atividades de educação e busca de informações, destacou-se a pesquisa na rede para fazer trabalhos escolares, realizada por 76% dos usuários de Internet de 9 a 17 anos. Considerando a busca por informações, a pesquisa aponta ainda um crescimento relevante no consumo de notícias *on-line* por crianças e adolescentes brasileiros de 9 a 17 anos: 51% leram e/ou assistiram notícias pela Internet em 2017. Em 2013, essa proporção era de apenas 34%.

As atividades multimídia e de entretenimento se intensificaram, chegando a patamares semelhantes de realização em relação a atividades de comunicação e educação. Ações como assistir a vídeos, programas, filmes ou séries *on-line* e ouvir músicas pela Internet foram realizadas por cerca de três a cada quatro crianças e adolescentes usuários da rede (Gráfico 8). Note-se que esses percentuais não passavam de 70% na edição anterior da pesquisa para as atividades de assistir a vídeos (64%, em 2016) e ouvir músicas *on-line* (59%, em 2016).

Entre os usuários de Internet brasileiros com 10 anos ou mais, em 2017, de acordo com dados da pesquisa TIC Domicílios (CGI.br, 2018a), 71% assistiram a vídeos, programas, filmes ou séries *on-line* e ouviram música *on-line*. Além de essas atividades serem mais comuns entre os mais jovens, é interessante notar que, em termos de frequência, crianças e adolescentes são os que em maior proporção as realizam todos os dias ou quase todos os dias, o que revela a presença cotidiana da rede e o peso das práticas culturais *on-line* nesse segmento da população.

GRÁFICO 8
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – MULTIMÍDIA, ENTRETENIMENTO,
DOWNLOADS E CONSUMO (2017)
Percentual sobre o total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



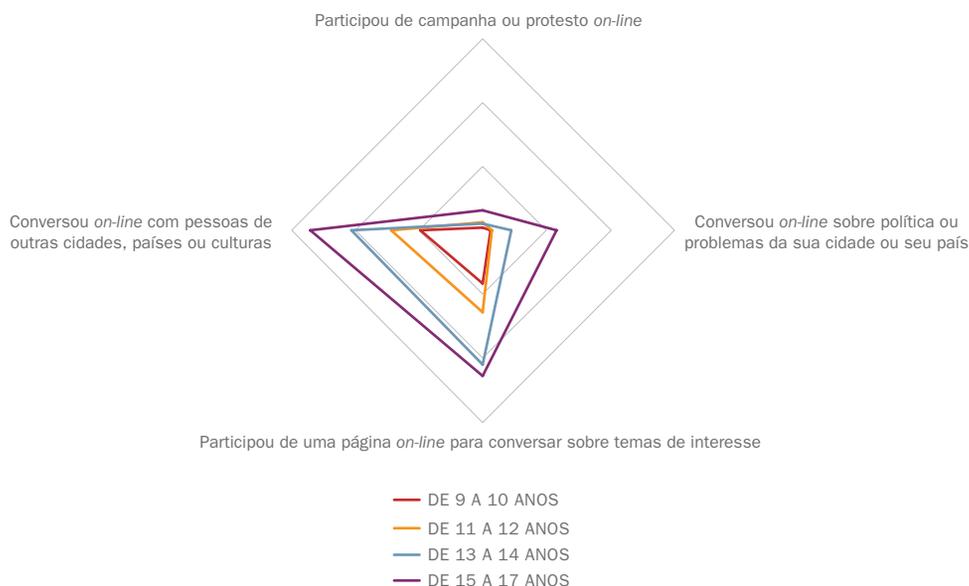
Assim como no Brasil, no Uruguai e no Chile as principais atividades que as crianças e adolescentes declararam realizar na Internet estão na esfera da comunicação, busca de informação e entretenimento. Destacam-se, no Uruguai, as atividades de ver filmes e aprender algo novo, realizadas por 92% e 87% dos usuários de Internet entre 9 e 17 anos (Unicef, 2018). Também no Chile a atividade de assistir a filmes se destaca (95%), seguida do uso da Internet para realizar atividades escolares (84%) (Cabello et al., 2018).

Ainda com relação às atividades realizadas pelas crianças e adolescentes na Internet, a TIC Kids Online Brasil 2017 investiga pela primeira vez ações relacionadas à cidadania e engajamento. Considerando o potencial da Internet em oferecer espaços de participação e de expressão, os resultados demonstram que atividades como conversar com pessoas de outras cidades, países ou culturas (40%) e participar de uma página ou grupo na Internet para conversar sobre coisas que gosta (36%) foram bastante comuns entre usuários de 9 a 17 anos. No entanto, atividades mais relacionadas à participação política, como conversar na Internet sobre problemas da cidade ou país em que moram (12%), foram menos realizadas nos três meses que antecederam a pesquisa. O mesmo ocorre com a participação em uma campanha ou protesto na Internet, mencionada por apenas 4% os usuários de 9 a 17 anos.

Tais resultados não apresentaram diferenças importantes entre as classes socioeconômicas das crianças e adolescentes, com exceção da atividade de conversar sobre política ou problemas da cidade ou país, cujo percentual é maior entre usuários de classes AB (18%) do que entre aqueles de classes DE (9%).

De forma geral, a pesquisa revela que a maior parte das atividades consideradas no estudo apresenta percentuais mais altos de realização à medida que aumenta a idade dos usuários. Conversar na Internet sobre política ou problemas da sua cidade ou seu país, por exemplo, foi mencionado por 23% dos adolescentes entre 15 e 17 anos e por apenas 9% daqueles entre 13 e 14 anos. Os percentuais mais altos entre os adolescentes de 15 a 17 anos ficaram evidentes também nas demais atividades de cidadania e engajamento, como demonstra o Gráfico 9.

GRÁFICO 9

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET - CIDADANIA E ENGAJAMENTO (2017)
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)

Considerando o aumento da frequência das atividades de acordo com a faixa etária, as atividades multimídia foram as principais exceções, principalmente assistir a vídeos e jogar pela Internet. Para essas atividades, os percentuais foram mais altos entre crianças mais novas ou não houve diferença significativa entre as faixas etárias analisadas no estudo.

Além do uso da Internet por faixa etária, a TIC Kids Online Brasil 2017 também revela algumas diferenças de padrão de uso de acordo com o gênero. A maior parte das atividades analisadas foi realizada com maior frequência por meninas do que por meninos. Nesse sentido, destacam-se as atividades de comunicação, como envio de mensagens instantâneas (realizada por 83% das meninas e por 75% dos meninos usuários de Internet), e ações de produção e compartilhamento de conteúdo, a exemplo da prática de postar um texto, imagem ou vídeo de autoria própria (35% das meninas e 27% dos meninos).

Entre as atividades mais realizadas por meninos, destacam-se as relacionadas a jogos, como jogar na Internet conectados a outros jogadores (56% dos meninos e 20% das meninas) e jogar na Internet não conectado com outros jogadores (66% dos meninos e 50% das meninas).

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2017 evidencia ainda que, embora a maior parte de crianças e adolescentes tenha acessado a Internet nos três meses anteriores ao estudo (85%), o uso e as atividades realizadas foram diferentes, dependendo das condições socioeconômicas. Crianças e adolescentes de classes mais baixas realizaram com menor frequência as atividades investigadas, o que pode ser um fator de reforço de desigualdades já existentes.

Pela perspectiva das variáveis socioeconômicas, as diferenças no padrão de uso foram mais evidentes nas atividades que exigem maior qualidade de conexão à Internet. As maiores diferenças entre usuários, de acordo com os níveis socioeconômicos, estavam em atividades de entretenimento, sobretudo assistir a vídeos (realizada por 65% dos usuários de classes DE e por 91% daqueles de classes AB) e jogar na Internet, seja conectado com outros jogadores (51% nas classes AB e 25% nas DE) ou não conectado (70% nas classes AB e 45% nas classes DE).

HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET

A pesquisa TIC Kids Online Brasil levanta indicadores sobre as habilidades para o uso da Internet dos brasileiros de 11 a 17 anos⁶. O desenvolvimento de habilidades digitais é fundamental para que as crianças e adolescentes possam usufruir de fato dos benefícios e oportunidades oferecidos pela rede, assim como identificar os riscos nela presentes. Neste relatório tais habilidades são apresentadas em cinco categorias: i) habilidades sociais, ii) habilidades *mobile*, iii) habilidades operacionais, iv) habilidades criativas e v) habilidades informacionais. A investigação, iniciada em 2016, tem como referência as medidas de autoavaliação de habilidades desenvolvidas pelos projetos Global Kids Online e From Digital Skills to Tangible Outcomes – DiSTO⁷ (De Habilidades Digitais a Resultados Tangíveis, em português), que também são base de estudos que vêm sendo realizados em diversos outros países, inclusive na América Latina⁸, o que permite, então, a comparação internacional dos resultados.

Em 2017, as habilidades sociais, como definir o que deve ou não ser compartilhado na Internet (89%) e excluir pessoas da lista de contatos ou amigos (91%), estiveram novamente entre as mais citadas pelas crianças e adolescentes usuários de Internet de 11 a 17 anos (Tabela 2).

⁶ As perguntas sobre as habilidades na rede foram aplicadas somente para os respondentes de 11 a 17 anos.

⁷ Projeto com objetivo de desenvolver medidas de habilidades digitais e de resultados do uso de Internet entre os indivíduos. A iniciativa tem apoio da Universidade de Oxford (na Inglaterra), por meio do John Fell OUP Research Fund, da London School of Economics e da Universidade de Twente (na Holanda). Recuperado em 27 agosto, 2018, de <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/disto>

⁸ Há estudos referenciados pela Global Kids Online na Argentina, Uruguai e Chile. Recuperado em 27 agosto, 2018, de <http://globalkidsonline.net/results/>. Além disso, estão sendo desenvolvidos estudos com referência na DiSTO no Chile e no Uruguai. Recuperado em 27 agosto, 2018, de <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/disto/disto-uruguay> e de <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/disto/disto-chile>.

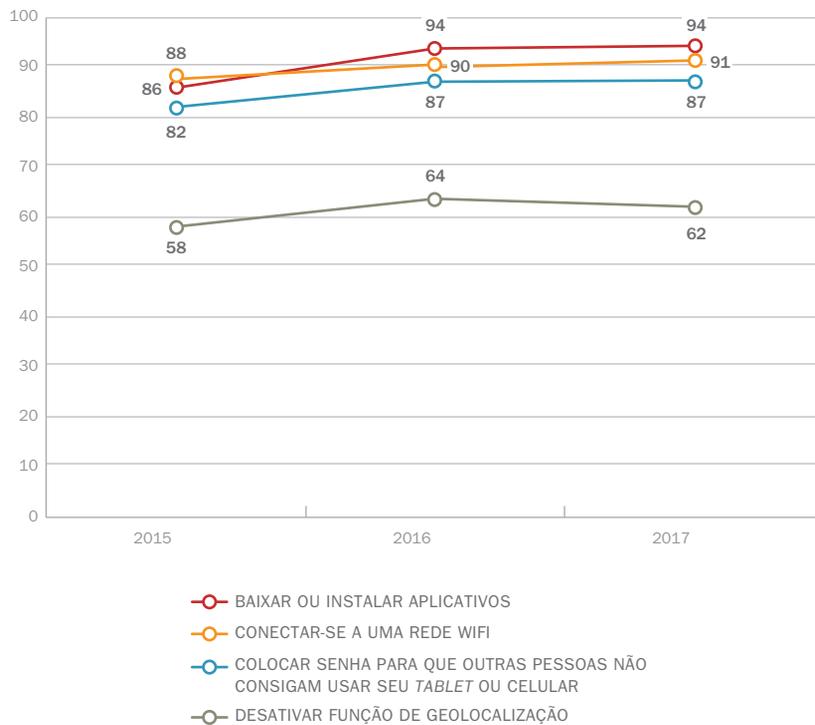
TABELA 2

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET, POR FAIXA ETÁRIA (2017)
Total de usuários de Internet de 11 a 17 anos (%)

		TOTAL	FAIXA ETÁRIA		
			De 11 a 12 anos	De 13 a 14 anos	De 15 a 17 anos
HABILIDADES OPERACIONAIS	Salvar uma foto que encontrou na Internet	90	75	91	96
	Mudar as configurações de privacidade em redes sociais	63	30	61	79
	Editar fotos ou vídeos que outras pessoas postaram na Internet	54	43	52	61
HABILIDADES INFORMACIONAIS	Verificar se uma informação encontrada na Internet está correta	63	46	58	75
	Escolher que palavras usar para encontrar algo na Internet	84	73	83	91
HABILIDADES SOCIAIS	Definir o que deve e o que não deve compartilhar na Internet	89	78	92	94
	Excluir pessoas da lista de contatos ou amigos	91	80	92	95
HABILIDADES CRIATIVAS	Postar na Internet vídeos ou músicas de autoria própria	64	52	63	71
HABILIDADES MOBILE	Baixar ou instalar aplicativos	94	88	95	97
	Verificar quanto gastou com aplicativos	37	33	35	41
	Desativar a função de geolocalização	62	45	60	72
	Conectar-se a uma rede WiFi	91	83	92	95
	Colocar senha no celular ou <i>tablet</i>	87	78	88	92

Da mesma forma, as habilidades relacionadas a dispositivos móveis também continuaram bastante comuns, com destaque para baixar ou instalar aplicativos (94%), que permaneceu estável em relação ao estudo anterior. Colocar senha em dispositivos móveis, como celular e *tablet* (87%), e conectar-se a uma rede WiFi (91%) também foram mencionadas por proporções significativas de usuários nessa faixa etária. As habilidades menos citadas dentro da categoria de habilidades *mobile* foram desativar a função geolocalização (62%) e verificar quanto gastou com aplicativos (37%).

GRÁFICO 10
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET – HABILIDADES *MOBILE* (2015 - 2017)
Total de usuários de Internet de 11 a 17 anos (%)



Entre as atividades relativas a habilidades operacionais, salvar fotos ou imagens encontradas *on-line* foi a mais reportada: nove em cada dez usuários de Internet entre 11 e 17 anos mencionaram saber realizá-la. Já mudar configurações de privacidade em redes sociais (63%) e editar fotos ou vídeos que outras pessoas postaram na Internet (54%), habilidade que passou a ser coletada nesta edição, foram mencionadas por uma proporção menor de usuários. Associada a uma dimensão criativa, postar na Internet vídeos ou músicas de autoria própria foi mencionada por 64% dos usuários de Internet na faixa etária estudada.

As habilidades de desativar a função geolocalização e de mudar a configuração de privacidade das redes sociais, embora tenham sido pouco citadas, estão entre as mais importantes nas agendas de segurança de crianças e adolescentes na rede e de proteção à privacidade. Considerando as diferentes faixas etárias, observa-se que tais habilidades foram mencionadas em menores proporções por usuários mais jovens. A pesquisa mostra, por exemplo, que 30% das crianças de 11 a 12 anos e 79% de adolescentes de 15 a 17 anos sabem mudar a configuração de privacidade em redes sociais. A diferença observada para essas faixas etárias reforça a maior vulnerabilidade de usuários mais novos em relação aos direitos de privacidade.

No contexto das habilidades informacionais, 84% dos usuários entre 11 e 17 anos mencionaram que sabem escolher quais palavras usar para encontrar algo na Internet, enquanto 63% afirmaram que sabem verificar se uma informação encontrada na Internet está correta.

Assim como já observado nas edições anteriores da pesquisa, embora as habilidades digitais não apresentem alterações significativas por classe e sexo, a maioria delas tende a variar de acordo com a idade, sendo citadas mais frequentemente pelos adolescentes mais velhos (Tabela 3). As habilidades *mobile* de baixar ou instalar aplicativos, verificar quanto dinheiro gastou com algum aplicativo e conectar-se a uma rede WiFi são aquelas cujos resultados variam menos conforme as faixas etárias analisadas.

A partir desses resultados, é possível observar que prover o direito ao desenvolvimento dessas habilidades digitais para as crianças e adolescentes pode ser uma forma de garantir que eles façam um uso mais seguro da rede e tirem maior proveito das oportunidades que ela oferece.

Os dados ainda revelam que, em 2017, permaneceram altas as proporções de usuários de Internet de 11 a 17 anos que tinham a percepção de que sabiam muitas coisas sobre como usar a rede (70%). Também continuou elevada a proporção daqueles que declararam que sabem mais sobre a Internet que seus pais (70%), embora essa percepção tenha apresentado decréscimo em relação à edição anterior da pesquisa (76%). Nos dois casos, as percepções variaram de acordo com a faixa etária. Os usuários de Internet de 15 a 17 anos foram os que melhor avaliaram seu conhecimento sobre o uso da Internet, assim como foram os que declararam mais frequentemente saber mais sobre a Internet que seus pais.

RISCOS E DANOS

Os riscos aos quais as crianças e adolescentes brasileiros estão expostos no uso da Internet figuram como um dos eixos principais de investigação da TIC Kids Online Brasil⁹. Conforme o referencial teórico adotado pela pesquisa (Livingstone et al., 2015), esses riscos estão associados à exposição a conteúdo sensíveis ou inadequados para a idade; ao contato e interação com desconhecidos na rede; e às condutas de risco que crianças e adolescentes tiverem na Internet. Assim como observado nas edições anteriores, os resultados da pesquisa indicam a existência de diferenças importantes nos níveis de exposição a esses riscos de acordo com a idade e o gênero dos entrevistados.

Cabe destacar que crianças e adolescentes criam estratégias para gerir os riscos, de modo que estes não culminem, necessariamente, em danos. No entanto, para gerir os riscos é preciso ter conhecimento e habilidades específicas (Livingstone et al., 2015).

As crianças e adolescentes que mais usam a Internet têm acesso a mais oportunidades e desenvolvem mais habilidades; no entanto, também estão expostos a mais riscos. A mediação restritiva diminui o contato com os riscos, mas também diminui o acesso aos benefícios e oportunidades para o desenvolvimento de habilidades digitais. O desenvolvimento dessas habilidades envolve os mecanismos de regulação e proteção dos próprios usuários sobre sua conduta na rede. É no equilíbrio entre o controle e o incentivo que a mediação dos pais e responsáveis e também dos pares estimula que crianças e adolescentes explorem as infinitas possibilidades *on-line* e, assim, estejam mais preparados para o uso da rede.

⁹ Algumas questões sobre riscos foram aplicadas para usuários de Internet com idade entre 9 e 17 anos, outras foram aplicadas apenas para usuários de 11 a 17 anos, em função da sensibilidade dos temas.

RISCOS DE EXPOSIÇÃO A CONTEÚDOS SENSÍVEIS OU INADEQUADOS PARA A IDADE

Com relação aos riscos de conteúdo *on-line*, um dos pontos de investigação da pesquisa é a exposição a assuntos referentes a autodano ou outros temas sensíveis. Em 2017, cerca de dois em cada dez usuários de Internet entre 11 e 17 anos (19%) declararam ter tido contato com formas para ficar muito magros(as), 15% com formas de machucar a si mesmo, 13% com formas de cometer suicídio e 10% com assuntos relacionados a experiência ou uso de drogas. Vale ressaltar que, as meninas foram as que estiveram mais expostas a assuntos relativos a autodano: 25% das meninas de 11 a 17 anos relataram ter tido contato com conteúdos sobre formas para ficar muito magra, entre os meninos na mesma faixa etária a proporção foi de 12%. Diferenças também foram observadas entre a proporção de entrevistados do sexo feminino (20%) e do sexo masculino (10%) que relataram ter tido contato com conteúdos relacionados a formas de machucar a si mesmo e formas de cometer suicídio (17%, ante 9% de meninos)

Além de temas relacionados a autodano, a TIC Kids Online Brasil também investiga o contato das crianças e adolescentes com conteúdo de natureza sexual na rede. Em 2017, 14% dos usuários de 9 a 17 anos declararam ter visto imagens ou vídeos de conteúdo sexual na Internet, sendo que o contato com esse tipo de tema foi mais frequente entre os adolescentes de 15 a 17 anos (23%) do que entre as crianças de 9 a 10 anos e 11 a 12 anos (5% para cada faixa etária). Vale destacar, no entanto, que apenas 6% do total de usuários de 9 a 17 anos disseram que se sentiram incomodados após contato com imagens ou vídeos desse tipo na Internet.

RISCOS DE CONTATO E CONDUTA

Seguindo a classificação definida pelo referencial teórico da pesquisa, a TIC Kids Online Brasil investiga ainda os riscos *on-line* relacionados às condutas adotadas pelas crianças e adolescentes na rede e ao contato delas com pessoas desconhecidas por meio da Internet.

Em 2017, 22% dos usuários entre 9 e 17 anos relataram que foram tratados na Internet de uma forma ofensiva, da qual não gostaram ou com a qual se chatearam nos 12 meses anteriores à pesquisa. Esse percentual corresponde a aproximadamente 5 milhões de crianças e adolescentes brasileiros. Além disso, a proporção daqueles que declararam ter agido de forma ofensiva na rede foi de 15%, percentual estável em relação a 2016 (16%).

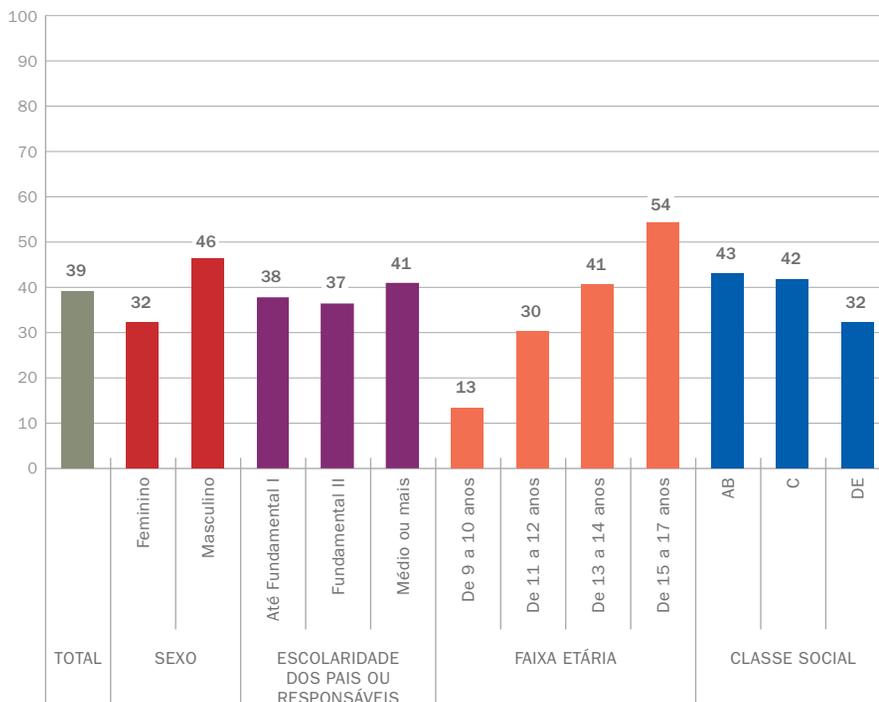
Apesar desses resultados, na percepção dos pais ou responsáveis, apenas 9% das crianças e adolescentes nessa faixa etária viram algo ou passaram por alguma situação que os incomodou, ofendeu ou chateou na rede. Essa diferença pode indicar um possível desconhecimento dos pais e responsáveis sobre a experiência vivenciada pelas crianças e adolescentes na Internet.

O risco de exposição a conteúdos de natureza intolerante e discursos de ódio também se manteve estável em 2017, com 39% dos usuários de Internet entre 9 e 17 anos tendo declarado ter visto alguém ser discriminado ou sofrer algum tipo de preconceito na rede. O principal motivo citado para a discriminação testemunhada por esse público foi a cor ou raça (26%), seguido por aparência física (16%), gostar de pessoas do mesmo sexo (14%) e religião (11%). Os resultados da pesquisa indicam que as meninas e os adolescentes mais velhos foram os que mais tiveram contato com esses tipos de conteúdo na rede, conforme mostra o Gráfico 11.

GRÁFICO 11

CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM ALGUÉM SER DISCRIMINADO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR TOTAL, SEXO, ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS, FAIXA ETÁRIA E CLASSE SOCIAL (2017)

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



Vale mencionar, ainda, que 8% dos usuários de Internet entre 9 e 17 anos declararam que se sentiram discriminados ou que sofreram preconceito na Internet nos 12 meses anteriores à pesquisa, proporção que segue no mesmo patamar da edição passada do estudo (7%) e é substancialmente inferior a daqueles que disseram que testemunharam esse tipo de situação acontecendo com outras pessoas.

No que concerne ao recebimento e envio de mensagens com teor sexual pela Internet, enquanto 16% dos usuários entre 11 e 17 anos mencionaram que as receberam, apenas 5% deles disseram que enviaram mensagens com esse tipo de conteúdo pela rede nos 12 meses anteriores à pesquisa. Além disso, 12% deles relataram que se sentiram incomodados após contato com mensagens de cunho sexual na Internet, incômodo que foi mais comum entre as meninas (15%) do que entre os meninos (9%).

A pesquisa averiguou, ainda, os riscos relacionados ao contato das crianças e adolescentes com desconhecidos na Internet. Em 2017, cerca de 10 milhões de crianças e adolescentes mencionaram que já tiveram contato com algum desconhecido na rede, o que corresponde a 42% de usuários de Internet entre 9 e 17 anos. Os principais meios utilizados para esse contato, segundo as crianças e adolescentes, ainda são as redes sociais (27%) e as mensagens instantâneas (21%).

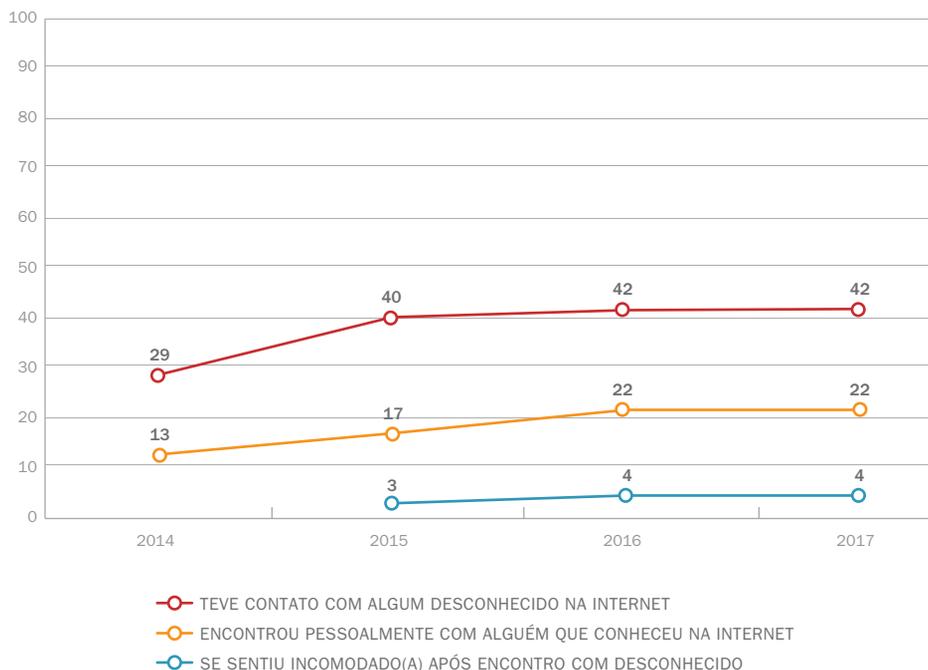
Cabe destacar que, embora na maior parte das vezes o contato de crianças e adolescentes com pessoas desconhecidas seja associado a possíveis danos, tanto no mundo *on-line*

quanto no *off-line*, essa ação pode ser interpretada não apenas como um risco, mas como uma oportunidade (Livingstone, Haddon, Gorzing, & Ólafsson, 2011). Além dos perigos, é importante ter em mente a ampliação da rede de relações de crianças e adolescentes, e a capacidade de interação e socialização dos mesmos ao conhecerem novas pessoas.

A proporção de usuários de Internet entre 9 e 17 anos que se encontraram pessoalmente com alguém que conheceram na Internet, por sua vez, foi de 22%. Embora essa proporção esteja estável em relação a 2016 (Gráfico 12), ela vem apresentando uma tendência de crescimento desde 2014, quando 13% dos usuários de Internet nessa faixa etária relataram que já haviam tido algum encontro desse tipo. Apesar dessa tendência, vale mencionar que apenas 4% dos usuários dessa faixa etária disseram que se sentiram incomodados após o encontro com esse desconhecido. Se, por um lado, o contato das crianças e adolescentes com pessoas desconhecidas na Internet pode representar uma oportunidade, por outro, pode se configurar como um risco, caso esse contato não seja feito de forma segura ou sob mediação dos pais ou responsáveis.

No geral, a pesquisa revela que os adolescentes mais velhos são os que mais adotam condutas de risco na rede, assim como são os mais expostos a riscos relacionados a contatos com desconhecidos na Internet. Entre os adolescentes de 15 a 17 anos usuários da rede, 63% relataram que tiveram contato com alguém desconhecido na Internet e 36% que chegaram a encontrar pessoalmente alguém que conheceram *on-line*. Já entre as crianças de 9 a 10 anos, essas proporções foram de 11% e 3%, respectivamente.

GRÁFICO 12
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE TIVERAM CONTATO COM ALGUM DESCONHECIDO NA INTERNET, QUE ENCONTRARAM PESSOALMENTE COM ALGUÉM QUE CONHECEU NA INTERNET E QUE SE SENTIRAM INCOMODADOS(AS) APÓS ENCONTRO COM DESCONHECIDO (2014 - 2017)
Total de usuários de 9 a 17 anos (%)



Considerando a tendência de crescimento do número de crianças e adolescentes conectados e da frequência com que eles utilizam a rede, como apontam os resultados apresentados anteriormente, a pesquisa investiga possíveis consequências do uso excessivo da Internet por esse público.

Os dados mostram que aproximadamente um quinto dos usuários de Internet entre 11 e 17 anos tentaram, mas não conseguiram, passar menos tempo na rede (23%) e uma parcela equivalente declarou ter se sentido mal em algum momento por não poder estar na Internet (23%). Além disso, 22% dos usuários nessa faixa etária mencionaram que passaram menos tempo com a família, amigos ou fazendo lição de casa porque ficaram muito tempo na Internet, 20% relataram que deixaram de comer ou dormir por causa da Internet e 18% disseram que se pegaram navegando na rede sem estarem realmente interessados no que viam.

Embora seja importante considerar os impactos negativos que o uso excessivo da Internet pode causar para o bem-estar de crianças e adolescentes – como maior exposição a conteúdos que ampliem seu desejo de consumo, que afetem sua autoestima ou que os façam passar menos tempo no convívio social e com a família –, a literatura recente questiona a hipótese de que os danos causados pelo uso de tecnologias digitais são proporcionais ao tempo de exposição aos mesmos. Estudos apontam que, mais importante do que se concentrar apenas nos impactos que o tempo de exposição à rede pode gerar sobre o bem-estar da juventude, é preciso considerar as influências dos conteúdos aos quais os usuários estão expostos e as atividades que realizam na Internet, bem como levar em conta os ambientes sociais e familiares em que crianças e adolescentes estão inseridos (Kardefelt-Winther, 2017).

MEDIAÇÃO DO USO DA REDE

Dados os potenciais prejuízos que a exposição aos riscos associados ao uso da Internet pode causar para o desenvolvimento das crianças e adolescentes, é importante investigar ações e estratégias de mediação de pais e responsáveis para garantir o uso seguro da rede por esse público. Nesse sentido, a pesquisa TIC Kids Online Brasil tem entrevistado, desde sua primeira edição, os pais e responsáveis pelas crianças e adolescentes que participam do estudo, de forma a compreender o contexto parental e a percepção que esses adultos têm do uso que seus filhos e tutelados fazem da Internet.

Com relação ao contexto parental, a pesquisa revela que, em 2017, 77% das crianças e adolescentes usuários de Internet brasileiros tinham pais ou responsáveis que também eram usuários da rede, percentual que vem crescendo desde 2014, quando essa proporção era de 50%. No entanto, de forma semelhante ao que foi observado no uso da Internet pelas crianças e adolescentes entrevistados, há disparidades regionais e socioeconômicas no uso da rede pelos pais ou responsáveis. Nas áreas rurais, foi menos frequente a presença de crianças e adolescentes cujos pais/responsáveis eram usuários da rede (54%), se comparados àqueles que residem nas áreas urbanas (80%). Além disso, 93% das crianças e adolescentes usuários da rede de classes AB contavam com pais/responsáveis também usuários, proporção que foi significativamente menor entre aqueles de classes DE (54%).

A pesquisa pergunta às crianças e adolescentes sobre o quanto seus pais ou responsáveis sabem das atividades que realizam na Internet. Aproximadamente metade (49%) dos entrevistados relatou que seus pais ou responsáveis têm muito conhecimento sobre suas atividades na Internet. Esse percentual variou conforme a faixa etária: foi mais baixo entre adolescentes de 15 a 17 anos (36%), mas ultrapassou os 60% entre crianças de 9 a 10 (61%) e de 11 a 12 anos (68%).

No que se refere à percepção que os pais ou responsáveis têm sobre o uso que as crianças e adolescentes fazem da Internet, 70% afirmaram que seus filhos ou tutelados utilizam a rede com segurança, percentual estável em relação à última edição da pesquisa (69%). Essa percepção, contudo, foi menos frequente quanto menor o grau de instrução dos pais ou responsáveis: 60% entre aqueles com escolaridade até o Ensino Fundamental I, passando para 75% entre os com Ensino Médio ou Superior. Ainda sobre o uso seguro da Internet, a TIC Kids Online Brasil averigua quais são as orientações, permissões e restrições dadas por pais e responsáveis para as crianças e adolescentes no uso da rede. Para a avaliação sobre essas estratégias de mediação, a pesquisa utiliza como referencial a classificação elaborada pela rede EU Kids Online, conforme descrito na Tabela 3:

TABELA 3
ESTRATÉGIAS DE MEDIAÇÃO DO USO DA INTERNET, POR TIPO DE MEDIAÇÃO

MEDIAÇÃO ATIVA DO USO DA INTERNET	Estratégia em que pais ou responsáveis conversam com seus filhos ou tutelados sobre conteúdos presentes na rede e realizam atividades em conjunto <i>on-line</i> .
MEDIAÇÃO DO USO SEGURO DA INTERNET	Estratégia em que pais ou responsáveis promovem ou incentivam o uso seguro e responsável da Internet por seus filhos ou tutelados.
MEDIAÇÃO RESTRITIVA	Estratégia em que pais ou responsáveis determinam regras que limitam ou regulam o tempo e local de uso da Internet, bem como a realização de atividades <i>on-line</i> .
RESTRICÇÕES TÉCNICAS	Estratégia em que pais e responsáveis utilizam <i>software</i> ou ferramentas técnicas para filtrar e restringir atividades <i>on-line</i> de seus filhos ou tutelados.
MONITORAMENTO DE ATIVIDADES	Estratégia em que pais e responsáveis monitoram ou checam o registro de atividades <i>on-line</i> de seus filhos.

Fonte: Adaptado de Helsper, Kalmus, Hasebrink, Sagvari e De Haan (2013).

Em 2017, segundo declaração das crianças e adolescentes, as estratégias de mediação ativa foram as mais frequentemente adotadas por seus pais ou responsáveis. Já as ações de mediação restritiva e o monitoramento de atividades – das quais fazem parte permissões, restrições e a verificação do uso da rede – também foram comuns, mas realizadas em menores proporções.

Mais da metade das crianças e adolescentes usuários de Internet relatou ter recebido incentivo dos pais ou responsáveis para aprender coisas na Internet (56%), enquanto 63% disseram que seus pais ou responsáveis os ajudaram a fazer alguma coisa na Internet que não entendiam. Os incentivos recebidos dos pais ou responsáveis não apresentaram diferenças significativas de acordo com gênero e faixa etária das crianças e adolescentes usuários da rede, mas

apresentaram nítidas diferenças por classe: foram mais frequentemente relatados entre crianças e adolescentes de classes AB (73%) do que entre aqueles de classes DE (40%). Já a proporção de usuários que informaram que seus pais ou responsáveis os ajudaram a fazer coisas na Internet que não entendiam apresentou o mesmo padrão entre as classes socioeconômicas, mas foi mais comum quanto mais jovens eram os usuários de Internet, com percentuais que chegaram a 78% entre usuários de 9 a 10 anos e a 47% entre usuários de 15 a 17 anos.

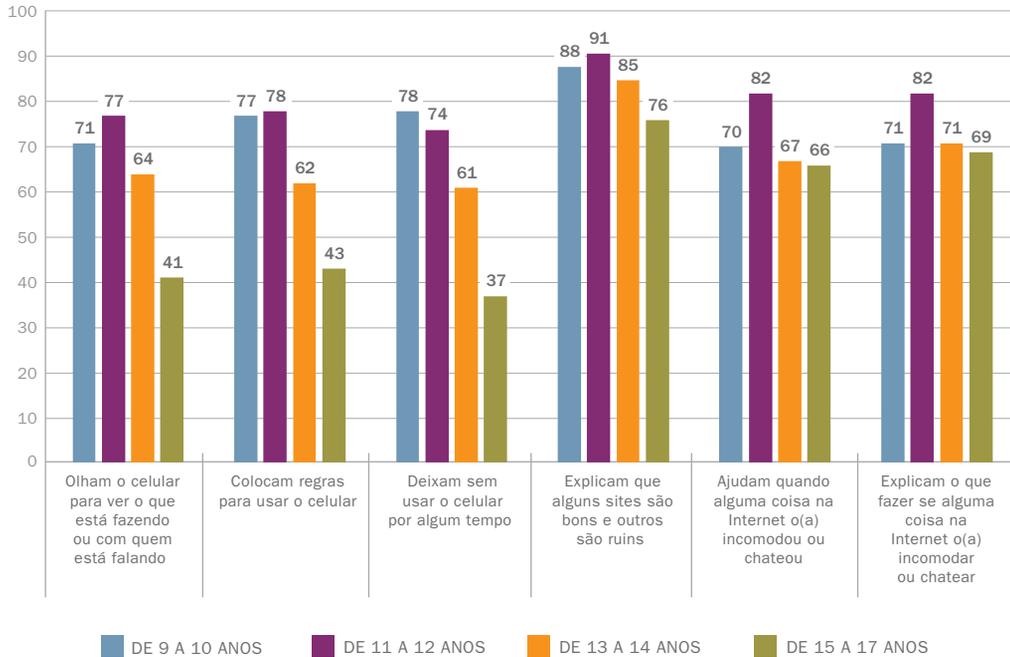
Estratégias de mediação foram ainda mais importantes no contexto em que a maior parte dos usuários de Internet de 9 a 17 anos realizou atividades de comunicação na rede. Conforme mencionado anteriormente, muitas crianças e adolescentes usaram a Internet para conversar com pessoas de outras cidades, países ou culturas. Nesse contexto, 84% desse público mencionaram que seus pais ou responsáveis os ensinam como se comportar na Internet com outras pessoas. Sete em cada dez entrevistados (71%) disseram que seus pais ou responsáveis conversam com eles sobre o que fazem na Internet e metade (50%) revelou que seus pais ou responsáveis sentam com eles falando ou participando do que fazem na rede. Essas atividades tiveram poucas variações de acordo com o gênero, a faixa etária e a classe socioeconômica dos usuários de Internet.

Ainda no que se refere às estratégias de mediação ativa, 83% dos usuários de Internet entre 9 e 17 anos afirmaram que seus pais ou responsáveis explicam que alguns *sites* são bons e outros são ruins. Além disso, mencionaram que eles também explicam o que devem fazer se alguma coisa na Internet os incomodar ou chatear (73%) e que eles os ajudam quando algo na Internet os incomoda ou chateia (70%).

No cenário atual, em que o telefone celular é o principal dispositivo utilizado por crianças e adolescentes para se conectarem à Internet, estratégias de mediação restritiva do uso do celular têm sido comuns: 60% das crianças e adolescentes relataram que os pais ou responsáveis colocam regras para o uso do celular e 57% que eles os deixam sem usar o celular por algum tempo. No que tange ao monitoramento de atividades realizadas na Internet, 58% dos usuários de 9 a 17 anos declararam que os pais ou responsáveis olham os seus celulares para ver o que estão fazendo ou com quem estão falando, 66% declararam que eles sentam junto enquanto usam a Internet, mas sem participar do que estão fazendo, e 67% mencionaram que seus pais ou responsáveis ficam por perto enquanto usam a Internet, mas sem olhar o que estão fazendo.

Vale destacar que as estratégias de mediação e monitoramento apresentaram um padrão diferente de acordo com a idade das crianças e adolescentes. Enquanto os mais expostos aos riscos geralmente foram os adolescentes mais velhos, como mostrado anteriormente, as estratégias de mediação por parte dos pais ou responsáveis foram relatadas mais frequentemente por usuários de Internet mais novos (Gráfico 13), com exceção de sentar junto e ficar por perto enquanto usam a Internet, mas sem participar ou olhar o que estão fazendo, cujos resultados são semelhantes entre as diferentes faixas etárias.

GRÁFICO 13
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO RECEBIDA DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA O USO DA INTERNET, POR IDADE (2017)
Total de usuários de 9 a 17 anos (%)



Diante da complexidade desse tema e da diversidade de comportamentos de crianças e adolescentes, os pais ou responsáveis, bem como os educadores, são aqueles que possuem melhores condições para orientar a juventude para o uso seguro da Internet. No entanto, é importante considerar que medidas restritivas podem gerar impactos sobre o desenvolvimento de habilidades para a gestão de risco, fazendo com que crianças e adolescentes fiquem mais vulneráveis aos danos envolvendo o uso da rede.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: AGENDA PARA POLÍTICAS PÚBLICAS

A TIC Kids Online Brasil, assim como as demais pesquisas realizadas pelo CGI.br, aponta avanços significativos na inclusão digital da população brasileira nos últimos anos. Entretanto, permanecem desigualdades socioeconômicas e regionais quanto ao acesso e uso das TIC no país. É importante destacar que esse avanço se deu principalmente em função da disseminação do uso do telefone celular, o que pode representar limitações tanto para a qualidade desse acesso quanto para as possibilidades de uso da rede. Nesse sentido, a literatura sobre o tema vem alertando para o fato de que o uso da Internet exclusivamente pelo telefone celular pode acabar se tornando um fator de reprodução de desigualdades preexistentes (Pearce & Rice, 2013; Mossberger, Tolbert, & Anderson, 2014). Entre as crianças e adolescentes – público

que acessa a Internet sobretudo por meio do telefone celular – é preciso avaliar restrições no acesso às oportunidades oferecidas pelo uso da Internet e no desenvolvimento de habilidades para esse uso.

O aumento da conectividade e do uso das TIC por crianças e adolescentes brasileiros já é uma tendência consolidada. É fundamental, contudo, o desenvolvimento de habilidades para que os riscos sejam minimizados e para que as oportunidades sejam potencializadas. Dentre essas oportunidades, a TIC Kids Online Brasil 2017 investiga pela primeira vez itens associados à cidadania e ao engajamento cívico na Internet, que indicam o contato do usuário com temas relevantes para o seu país ou cidade e com pessoas de outros países ou culturas. Todavia, os resultados da pesquisa mostram que ainda é reduzida a proporção de crianças e adolescentes que realizam esse tipo de atividade, o que pode estar relacionado, entre outros fatores, à falta de habilidades operacionais, informacionais e críticas demandadas por essas atividades.

A TIC Kids Online Brasil 2017 mostra ainda que, de modo geral, a exposição das crianças e adolescentes a riscos *on-line* permaneceu no mesmo patamar em relação às edições anteriores. Entretanto, de acordo com a pesquisa TIC Educação, situações desse tipo estão cada vez mais presentes no contexto escolar. Em 2017, 40% dos professores das escolas públicas e privadas das áreas urbanas brasileiras declararam já terem ajudado seus alunos a enfrentar situações que ocorreram na Internet associadas a *bullying*, discriminação, assédio e disseminação de imagens sem consentimento. Além disso, 81% dos coordenadores pedagógicos declararam que a escola promoveu atividades sobre o uso seguro da Internet, com o objetivo de orientar os alunos a enfrentarem esse tipo de situação (CGI.br, 2018b). Diante disso, fica evidente a necessidade de ações que apoiem a comunidade escolar nesse processo.

O Brasil possui legislação e políticas públicas específicas para promover direitos e deveres no ecossistema digital no país. Embora elas ainda façam referência de maneira tímida ao uso da rede por crianças e adolescentes, alguns avanços foram observados recentemente no que tange a proteção de dados pessoais. Sancionada em agosto de 2018, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD (Lei n. 13.709, 2018) traz um aprofundamento nas questões relacionadas ao tratamento de informações pessoais, com o objetivo de proteger a liberdade e a privacidade dos usuários. Em sua seção III, a lei aborda especificamente o tratamento de dados pessoais de crianças e adolescentes e traz avanços para a proteção desse público no que diz respeito à privacidade. A partir dessa norma, o tratamento de dados pessoais de crianças e adolescentes só poderá ser realizado com o consentimento de ao menos um dos pais ou responsáveis legais e deverá ser apresentado um termo de privacidade toda vez que sejam solicitadas informações pessoais, tanto em plataformas e aplicativos *on-line*, quanto em lojas e estabelecimentos físicos. Com isso, a legislação brasileira se une a um rol de outras leis e termos que tratam do tema, como é o caso da General Data Protection Regulation (GDPR), sancionada pela União Europeia em 2018.

Considerando o cenário apresentado pela pesquisa TIC Kids Online Brasil 2017 e a necessidade de que sejam assegurados a proteção, a garantia de direitos, a privacidade e a liberdade de expressão na Internet, deve fazer parte do escopo das políticas públicas ampliar o fomento à implementação de políticas e ações que considerem de forma específica as crianças e os adolescentes. Ao mesmo tempo, investigações sobre hábitos *on-line* ilustram um ambiente em que as mudanças são rápidas e constantes, o que exige que as estratégias considerem as evidências de pesquisas realizadas com esse público.

REFERÊNCIAS

- Cabello, P., Claro, M., Lazcano, D., & Antezana, L. (2018). La inclusión digital de niños y adolescentes chilenos desde la perspectiva de usos y habilidades. In E. Jiménez, M. Garmendia, M.A Casado (Coords.). *Entre selfies y whatsapps: Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada* (1ª ed., Cap. 15, pp. 259-277). Espanha: Gedisa.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2018a). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2017*. São Paulo: CGI.br.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2018b). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras: TIC Educação 2017*. São Paulo: CGI.br.
- Deursen, A., & Dijk, J. (2018). The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access. *New Media & Society*, 1-22. Recuperado em 11 outubro, 2018, de <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444818797082>
- Fundo das Nações Unidas para a Infância – Unicef (2018). *Niños, niñas y adolescentes conectados: Informe Kids Online Uruguay*. Montevideo: Unicef.
- Helsper, E. J., Kalmus, V., Hasebrink, U., Ságvári, B., & De Haan, J. (2013). *Country classification: Opportunities, risks, harm and parental mediation*. London: EU Kids Online.
- Kardefelt-Winther, D. (2017). *How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity? An evidence-focused literature review*. New York: Unicef. Recuperado em 27 fevereiro, 2018, de <https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/Children-digital-technology-wellbeing.pdf>
- Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD, Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018 (2018). Dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. Brasília. Recuperado em 11 outubro, 2018, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2011). *EU Kids Online: Final report*. Londres: EU Kids Online e London School of Economics & Political Science.
- Livingstone, S., & O’Neill, B. (2014). Children’s rights online: Challenges, dilemmas and emerging directions. In S. van der Hof, B. van den Berg & B. Schermer (Eds.). *Minding minors wandering the web: Regulating online child safety* (Vol. 24, pp. 20–38). The Hague: T.M.C.
- Livingstone, S., Mascheroni, G., & Staksrud, E. (2015). *Developing a framework for researching children’s online risks and opportunities in Europe*. Londres: EU Kids Online.
- Pearce, E., & Rice, E. (2013). Digital divides from access to activities. *Journal of Communication* (63), 721-744.
- Sozio, M., Ponte, C., Sampaio, I., Senne, F., Ólafsson, K., Alves, S., & Garroux, C. (2015). *Children and Internet use: A comparative analysis of Brazil and seven european countries*. Londres: EU Kids Online.

ENGLISH

FOREWORD

Brazil's Internet governance model continues to stand out thanks to its multistakeholder structure guided by the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), promoter of countrywide Internet expansion and development. Indeed, Brazil's model now serves as an international benchmark for efficient and effective Internet management. The model, which has been gaining international recognition since 1995, was showcased at the 2014 NetMundial conference. And examples such as the 2009 review and dissemination of the CGI.br "decalogue" and the adoption by Congress, in 2014, of the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet explain the accolades received over the years from the international community.

Internet management in Brazil has another unique feature: revenue from domain name registration (.br domain) is administered and allocated through the country's registry, Registro.br. Proceeds from domain registrations are given back to society through a set of activities and projects – developed by the Brazilian Network Information Center (NIC.br), formalized in 2005 – that aim to continuously improve the Internet in Brazil. These include actions relative to traffic management, incentivizing and supporting IPv6 adoption, measuring the quality of broadband connections, managing security incidents, establishing standards for web applications, encouraging open data, and producing statistical data.

Throughout its history, NIC.br has conducted studies and produced indicators on the adoption of information and communication technologies (ICT) that have contributed to expanding knowledge about the social and economic implications of Internet growth in Brazilian society. This is done through the work of the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), which for 13 years has regularly produced and disseminated ICT indicators that are used by government, businesses, academia, and society as a whole. Cetic.br's surveys have contributed significantly to policymaking that promotes social inclusion through Internet use in addition to the strengthening of the digital economy.

Cetic.br, a Unesco Category 2 Center since 2012, produces statistics with solid technical foundations and promotes numerous capacity-building events on survey methodology. The Center also supports initiatives that contribute to improving and strengthening the comparability of statistics produced in Latin American countries and Portuguese-speaking Africa.

Over the last year, Cetic.br collaborated in the monitoring of the digital agenda for Latin America (eLAC), producing a regional report together with the UN Economic Commission for Latin America and the Caribbean (Eclac). Cetic.br, in cooperation with the Brazilian National Computer Emergency Response Team (Cert.br), participated in the design of the data collection instrument to measure digital security risks in businesses of all sizes for the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). In the field of education, together with

Unesco's Institute of Statistics (UIS), the Center worked towards the production of a practical guide for measuring ICT adoption in schools, with the goal of producing regionally and globally comparable data.

These are but some of the actions that explain the international recognition earned by Brazil's ICT statistics production model – they are essential to NIC.br's efforts to develop strategies that contribute to an open Internet for all.

Enjoy your reading!

Demi Getschko

Brazilian Network Information Center – NIC.br

PRESENTATION

To reap the benefits of the information and knowledge society – and to tackle the downsides of the digital revolution – Brazil must make powerful, competitive, and all-inclusive strides to transform itself. These are the principles that guided the creation of the Brazilian Strategy for Digital Transformation (E-Digital). Launched in 2018, E-Digital gives a broad perspective of the challenges ahead, a vision for the future, and a set of strategic actions and indicators for monitoring the country's progress towards its goals.

E-Digital – coordinated by the Ministry of Science, Technology, Innovation, and Communication – is the product of a federal government initiative. The strategy is based on public consultations with numerous stakeholders from the public and private sectors, the scientific community, and civil society. Significant participation in the seminars and workshops held to formulate the policy, as well as during public consultations on an initial version, resulted in an improved text. The final document now serves as a public policy whose implementation will bolster transformation as paradigms shift towards a digital economy.

The effectiveness of Brazil's digital strategy depends on constant and systematic monitoring of each of the actions defined by the government. And the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) – having made essential contributions to the production of statistics and indicators on access to and use of information and communication technologies (ICT) in the country – is central to this task. Thanks to the Brazilian Network Information Center (NIC.br) and the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), ICT adoption has been monitored in strategic sectors: households; businesses; government entities; public services related to health, education, and culture; Internet access providers.

The data generated by Cetic.br not only enables the extensive monitoring of Brazil's digital agenda, but it is also essential to international benchmarking and tracking of global agendas such as the Sustainable Development Goals (SDG).

This publication is yet another example of CGI.br's commitment to producing relevant information for Internet development in Brazil and to implementing an agenda that strengthens an inclusive digital economy.

Maximiliano Salvadori Martinhão
Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br

INTRODUCTION

The spread of information and communication technologies (ICT) has promoted structural changes in society and the organization of work. Emerging phenomena made possible by ICT development – such as the Internet of Things, artificial intelligence and cloud computing – are increasingly present in key areas of people’s lives. Expanded access to information and the environment resulting from the advance of digitalization enable several opportunities for socialization, communication and the world of labor. However, access to digital devices and the Internet does not ensure that their potential benefits will be achieved. To ensure the positive results from using digital technologies, it is essential to develop instrumental, social and ethical skills for their use.

Centers of formal education and venues for informal teaching must assume the responsibility for shaping citizens who have the skills needed for learning and production within the context of the information society. The educational system faces many challenges and requires breaking with traditional rigid structures for transmitting and assimilating content. Children must be encouraged in developing the competencies that enable selecting, discerning and giving meaning to the large volume of information to which they are exposed, in addition to developing skills that enable critical thinking and prepare them to deal with risks and the new needs established by the labor market.

Apart from schools, parents and legal guardians also play a fundamental role in the development of competencies by children so that they will be able to cope with the constant changes resulting from digital transformation. Safe and responsible Internet use must be incorporated into public policies for equal and quality education, and parents and legal guardians need to participate in children’s education.

There is a growing recognition by international organizations and governments that information and communication technologies are crucial components of socioeconomic development and, consequently, for achieving the UN 2030 Agenda for Sustainable Development Goals. The adoption of digital technologies has become a relevant variable in long-term development agendas, especially for the elimination of possible sources that generate structural social contrasts and disparities, particularly in countries in the Southern Hemisphere. The impact is even more significant when these technologies are also integrated into other agendas, such as education, health and safety.

The primary objective of the ICT Kids Online Brazil survey, conducted annually by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), is to map possible online risks and opportunities by generating indicators on Internet access, and how they use this tool, by children 9 to 17 years old. Therefore, it seeks to understand the perceptions of

children regarding online experiences and safety, as well as delineate mediation practices of parents and legal guardians in reference to Internet use. Every year, the survey has noted a growth trend in the number of connected children in Brazil. In 2017, it was estimated that 85% of the population 9 to 17 years old were Internet users in the country. The fact that most of this age group has access to the Internet does not override the need to formulate public policies for digital inclusion and expand Internet access to the over four million children who are still not connected. The high proportion of young users does not lessen the importance of measures to reduce broadband costs and provide Internet users with a larger selection of opportunities in the digital context.

Another trend observed in the ICT investigations has been increased use of mobile phones among children. Like the Brazilian survey¹, the ICT Kids Online Chile 2016² and ICT Kids Online Uruguay 2017³ surveys found high rates of access to the Internet by children with these devices. Although this enables the online inclusion of numerous sectors of the population, the adoption of mobile devices substantially alters the ecology of Internet access and use, and has ramifications for the development of skills and mediation of risks resulting from its use.

In the Brazilian context, apart from being the most widespread devices, mobile phones, in many cases, are the only Internet access option for children, since they are available in areas where access to broadband and other devices is more difficult. This is especially true among economically disadvantaged classes or those who live in rural areas, whose connectivity options are less diversified. This situation represents the insertion of a substantial portion of the population into the online world. However, exclusive mobile phone use has an impact on the types of activities performed and, consequently, on the potential development of multiple skills by children.

The historical series of ICT Kids Online Brazil surveys has demonstrated that, although a significant proportion of the Brazilian population 9 to 17 years old has Internet access, the benefits arising from this use are unequally distributed among regions and social classes, which can reinforce existing socioeconomic disparities. Therefore, in addition to public policies on digital inclusion at the level of ICT access, initiatives that promote the right of children to partake of opportunities related to access to online information, communication and participation should also be considered, in order to avoid reinforcing, or even creating, barriers in how children build their identities and interact with their peers. The growing use of mobile devices also gives rise to new challenges for parents, teachers and educators regarding mediation of Internet use by children, to mitigate risks and enable online opportunities.

¹ In Brazil, according to the ICT Kids Online 2017 survey, the proportion of Internet users 9 to 17 years old who accessed the Internet via mobile phones was 93%. In the ICT Kids Online Chile 2016 survey, 92% of users in the same age group used mobile phones, compared to 83% in the ICT Kids Online Uruguay 2017 survey.

² Cabello, P., Claro, M., Lazcano, D., & Antezana, L. 2018. La inclusión digital de niños y adolescentes chilenos desde la perspectiva de usos y habilidades. In E. Jiménez, M. Garmendia, M.A Casado (Coords.). *Entre selfies y whatsapps: Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada* (1st ed., Ch. 15, pp. 259-277). Spain: Gedisa.

³ United Nations Children's Fund – Unicef 2018. *Niños, niñas y adolescentes conectados: Informe Kids Online Uruguay*. Montevideo: Unicef.

The greater the intensity of use, the more likely it is that children will be exposed to risks, such as advertising targeting children, cyberbullying, and intolerant content. Therefore, in addition to measures aimed at promotion, it is essential to develop policies and initiatives that address the right to privacy and that protect the data of children on the Internet.

Given the innumerable opportunities created by the digital environment and the risks linked to Internet use, it is imperative to produce data that sheds light on the complex subject of the intersection between technology and youth. The Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) operates in this area, providing statistics on ICT access and use in Brazil, in order to promote public policies based on evidence collected from the field.

To enable international comparisons, the ICT Kids Online Brazil survey uses the conceptual and methodological framework developed by EU Kids Online. The same framework has been adopted by new projects that are engaged in the production of comparable studies about children online, such as Global Kids Online, an international initiative developed by the London School of Economics and Unicef Office of Research. This is likewise the case with projects conducted within the scope of Kids Online Latin America, a network of researchers created to discuss methodological approaches and support the production of indicators and quantitative and qualitative studies about children online in countries in the region. In addition to adapting the research instruments created within the European context, the Latin American network also enables the production of comparative studies and the creation of its own agenda focused on more specific local challenges.

Another relevant activity of Cetic.br is structuring a line of work aimed at training researchers, public managers and representatives from civil society and international organizations to produce and use ICT statistics. In the last few years, we have increased our capacity to hold workshops on this topic, not only in Brazil, but also in Latin America and Portuguese-speaking countries in Africa. Theoretical and practical concepts in survey methodologies are addressed at these events, which also promote discussion among data users and producers. This activity has become important for disseminating results and building bonds between producers and consumers of ICT statistics.

ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2017: OPPORTUNITIES FOR CITIZENSHIP AND ENGAGEMENT

In view of the different types of use of online environment by children, the ICT Kids Online Brazil survey focuses part of the analysis of its sixth edition on activities that the population 9 to 17 years old carried out on the Internet, particularly those related to communication, civic participation and education. The results of the survey indicated that communication and entertainment activities continued to predominate, such as: instant messaging (79%), watching videos online (77%), listening to music online (77%), and using social networking websites (73%). Although communication and entertainment activities were still the most prevalent, it was possible to identify new online opportunities, such as civic participation, education and access to information.

For the first time, the survey pointed out that, in 2017, 40% of connected children used the Internet to converse with people from other cities, countries and cultures, 36% participated on web pages or in Internet groups on matters of interest, 28% searched for information on health

and 22% on what was happening in their communities. In addition, 12% of connected children talked on the Internet about politics or problems in their cities or country, and 4% participated in online campaigns or protests.

The ICT Kids Online Brazil 2017 survey indicated notable growth in the consumption of online news by Brazilian children 9 to 17 years old: 51% of connected children read and/or watched the news online, compared to only 34% in 2013. Also, in regard to access to information, another common activity identified was searching for information on the Internet, whether for schoolwork (76%) or out of curiosity or personal desire (64%).

In relation to the risks that children are exposed to on the Internet, the ICT Kids Online Brazil 2017 survey pointed out that 39% of users 9 to 17 years old reported having witnessed forms of discrimination on the Internet in the year prior to the survey. There were differences by sex and age in terms of exposure to sensitive material on the Internet. Girls (46%) mentioned discrimination more frequently than boys (32%). This was also the case when comparing 15- to 17-year-olds (54%) with 9- and 10-year-olds (13%). The main types of discrimination reported were color or race (26%), physical appearance (16%), and same-sex attraction (14%).

The survey also found that Internet users 11 to 17 years old were exposed to content involving measures to take in relation to physical appearance, such as ways of getting thin (19%). Girls sought this content at a higher proportion (25%) than boys (12%).

With respect to safe Internet use, seven out of ten connected children used the Internet safely, according to their parents and legal guardians – a stable proportion in relation to previous editions of the survey. Use of Internet mediation strategies by parents and legal guardians has grown substantially over the course of the previous editions of the survey. Among other things, mediation includes parents explaining to their children what to do if something bothers or upsets them on the Internet (a proportion that rose from 37% in 2012 to 73% in 2017), teaching them how to use the Internet safely (56% in 2012 and 79% in 2017), and teaching them how to behave with other people on the Internet (58% in 2012 and 84% in 2017).

It is important to mention that the work of conducting the ICT surveys by the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) is monitored by a group of experts, renowned for their competence and knowledge in investigating the development of ICT technologies. These professionals – affiliated with academic organizations and research institutes, or belonging to government institutions, international organizations or the non-governmental sector – have actively contributed during the planning and analysis stages of the survey, thereby ensuring the legitimacy of the process and increasing the transparency of the methodological choices.

This publication is structured as follows:

Part 1 – Articles presents contributions from academic experts and representatives from the government and international organizations that address highly important issues for the discussion of Internet use by children. In this edition, the articles deal with the protection of children in digital environments and the challenges in promoting diversity on the Internet, with discussions related to gender issues, discrimination and online violence. The market of applications aimed at children's audiences (their interactive resources and how they treat the personal data of users) and the work of young digital influencers are also included.

Part 2 – ICT Kids Online Brazil presents the methodological report, which includes a description of the methodological aspects that guide the survey; the data collection report, which highlights methodological improvements made in 2017; and the analysis of the results of the survey.

Part 3 – Tables of results presents tables with data, containing selected indicators for children, parents and legal guardians, and which enable cross-variable readings.

The primary goal of the efforts expended to carry out the ICT surveys of the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) is to provide reliable, timely and relevant data for our readers. We hope that the data and analyses in this edition will provide important input for public administrators, academic researchers, companies, and civil society organizations in their initiatives to build an information and knowledge society and for formulating and assessing public policies focusing on promoting the rights of children.

Enjoy your reading!

Alexandre F. Barbosa

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

PART 1
—
ARTICLES

CONNECTED CHILDHOOD: DIGITAL RIGHTS AND EDUCATION

Chiara Spadaccini de Teffé¹ and Carlos Affonso Souza²

INTRODUCTION

In Brazil, the relationship of children with the Internet is marked by connectivity and mobile access, primarily through the use of mobile phones³. While the Internet offers a variety of possibilities for interaction between people, education⁴, and access to information, it also facilitates the exposure of children to inappropriate content and people capable of causing harm. In view of this situation, it is important to point out the main risks children face on the Internet — such as certain connected toys, harmful content that encourages violence and self-mutilation, leaking of nudes, cyberbullying and sexual grooming — as well as to examine the various existing instruments for developing protective mechanisms and raising awareness about safe Internet use by these individuals. From the perspective of protecting the freedom and privacy of children on the Internet, the present article seeks to investigate frequent problems involving the use of connected toys, as well as communication and sending of inappropriate content to minors.

¹ PhD candidate in civil law and holder of a master's degree in the same discipline from the State University of Rio de Janeiro (UERJ). She was a substitute civil law professor at the Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ). She is a researcher at the Institute of Technology and Society of Rio de Janeiro (ITS Rio) and member of the executive councils of the electronic magazine *Civilistica.com* and the magazine of the Brazil Institute for Civil Liability Studies (IBERC).

² Professor at UERJ and the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (PUC Rio), with a PhD in civil law from UERJ, in addition to being a director of ITS Rio. He works as a researcher affiliated with the Information Society Project of Yale Law School (United States).

³ In the ICT Kids Online Brazil 2016 survey, it was found that eight out of ten children aged 9 to 17 years were Internet users, corresponding to 24.3 million users in the country. Among these, 91% accessed the Internet via mobile phones (Brazilian Internet Steering Committee, 2017, p.136).

⁴ The ICT Kids Online Brazil 2016 revealed that, among children's Internet practices, there was a predominance of activities related to education, information searches and communication. In this context, looking up information on the Internet for schoolwork continued to be the activity most engaged in by this audience – 81% of Internet users 9 to 17 years reported doing so. Looking up information on the Internet out of curiosity or personal desire (68%) and reading or watching new online (47%) also stood out (CGI.br, 2017, p.220).

THE INTERNET OF TOYS AND PROTECTION OF PERSONAL INFORMATION

The network of objects that communicate and interact autonomously through the Internet is growing in use. It is also possible to monitor and manage these devices, even remotely, to enhance the efficiency of systems and processes, in addition to improving people's quality of life. The increasing use of these functionalities and the incorporation of the Internet of Things (IoT) in the lives of adults and children are clearly apparent. Watches, refrigerators, digital readers, motion detectors, cameras, coffee makers, pieces of clothing and children's toys are already connected to the Internet and found in the homes and on the bodies of a wide range of people. At the same time, companies collect data about the activities, preferences and habits of their users, who sometimes do not even have full civil capacity.

The Internet of Things can offer new and important opportunities for education, facilitate daily tasks, provide for unique interactions between children and toys, assist with medical treatment, boost home protection and improve the quality and offering of products of services. However, problems can be detected in relation to information security and how privacy and the personal information of users are handled. Issues also exist regarding content that indirectly targets those who interact with the devices.

This situation was previously even more problematic in Brazil due to the lack of specific data protection laws. However, as a result of demands by Brazilian society and international institutions, and in order to comply with the rules of the European regulations for data protection⁵, Law No. 13709 was enacted on August 14, 2018. This law deals with the protection of the personal data of individuals. The provisions of the law include the following principles: a requirement to have a reason for processing data, which shall occur for legitimate, specific and explicit purposes with notification of the owner of the data; compliance with a requirement that data treatment be compatible with the purposes communicated to the owner; the need for data treatment to be limited to the minimum necessary, including relevant, proportionate, and non-excessive data in relation to the purposes of the data treatment; transparency, i.e., requirement that clear, precise and easily accessible information will be provided about the treatment carried out and the respective treatment agents, with protection of commercial and industrial secrets; and security, the requirement that technical and administrative measures be adopted to protect personal data from unauthorized access and accidental or illicit destruction, loss, alteration, communication and dissemination.

In relation to connected toys, experts have already pointed out that they can be hacked and used for spying on the environment where they are located. There is also lack of transparency in some companies regarding the collection and treatment of the personal data of children who interact with the toys, as well as the data of nearby third parties, which may be collected without their knowledge. Another aspect that receives criticism is the possibility of inserting implicit advertising of products and services of commercial partners during the interactions between the toys and children. Finally, some people have concerns as to the impact that the relationship with connected toys can have on the forms of communication and expression of children. As a rule, the communication established with these devices is not very complex and often occurs in command form, with no need to use expressions such as "please" or "thank

⁵ General Data Protection Regulation (GDPR), 2016/679 of the European Parliament and Council, enacted on April 27, 2016.

you” (Lemos, 2017). This can negatively influence the ways children express themselves and affect their interaction with other people.

In the final analysis, fun is transformed into a database creation process. How often do children use the toys? What information do they share with them? Who has access to this information and where is the data stored? In what other ways might this data be used, apart from improving the performance of the toys and games? The discussion regarding the consent of parents and legal guardians for the treatment given to their children’s personal data is complex. Even if parents consent to the use of a toy and install an application that enables controlling it, there are still ambiguous aspects of this relationship that need to be better discussed. What happens if another child is also playing and communicates with the doll or game? And since there are more and more connected games and toys, children also start using the Internet at younger ages. Two realities resulting from this context are the transformation of entertainment practices and constant challenges to protecting privacy and personal data.

In February 2017, Germany banned the sale of, and urged parents to destroy, an interactive doll called My Friend Cayla, produced by the North American company Genesis Toys, alleging that the toys contained hidden surveillance devices that violated federal privacy regulations. The dolls were equipped with microphones and used Bluetooth to connect to the Internet, which allowed the dolls to converse and answer questions, while also sharing data with a voice recognition software company. Although there may be some doubt about characterizing the dolls as surveillance or spying devices, Germany is not alone in its concerns about the security and privacy of the data of its citizens while they interact with devices such as these. A complaint filed with the Federal Trade Commission of the United States by privacy and consumer protection organizations claimed that Cayla and an intelligent robot named i-Que violated consumer protection laws, subjected young children to continuous surveillance, and was entering American households without any significant data protection standards (Emery, 2017). The organizations criticized the scope of the data being gathered by these toys and possible vulnerabilities inherent in them, which could jeopardize the security and privacy of their users.

Years earlier, in the case of the Hello Barbie doll (Braga, 2016; Gibbs, 2015a), it was pointed that the toys had vulnerabilities and security flaws that could permit hackers to access the personal information and stored audio files of users, in addition to transforming the dolls’ microphones into surveillance devices. There was also a concern about the use of voice recognition technology, since it sent the recordings of children to companies for processing, thereby possibly revealing their feelings and intimate details (Gibbs, 2015b). In light of the fact that connected devices are increasingly complex, with greater autonomy and unpredictable behavior, and that they target children, developers must be more responsible when designing these devices and pay more attention during the controlled testing stages, before products are released for sale.

REMOVAL OF INTERNET CONTENT HARMFUL TO CHILDREN

A wide range of content can be found on the Internet that is not always recommended for children. For this reason, it is advisable that Internet access initially occur with supervision and guidance from adults, along with time limits. There is harmful or violent content online that incites self-mutilation and suicide, propagates discriminatory and hate speech, and encourages drug use or diets to become extremely thin⁶. In view of this, it would usually be appropriate to raise the question of the liability of providers for the dissemination of this content when it is produced or authorized by the platforms themselves, or when it is inserted by third parties, for example, on social networking websites. In the first situation (direct provider authorization), since providers have full editorial control over what is released, they would, as a rule, be directly liable if any harm was caused. In the second (third-party content), liability of third parties is governed by the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet (Law No. 12965/2014).

Article 19⁷, of the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet presents the general rule for the civil liability of Internet application providers (such as Facebook, Twitter, YouTube, Snapchat and WhatsApp) for third-party content. Such liability is subjective in nature (i.e., it depends on guilt) and arises from noncompliance with court orders which stipulate excluding certain content or making it unavailable. Therefore, liability is not linked, as a rule, to noncompliance with extrajudicial notices.

In order to protect freedom of expression and prevent private censorship, a judicial review of the content is required to allow determination of liability in cases of noncompliance. This is based on the idea that only appropriate judicial appraisals of constitutionally protected

⁶ In the ICT Kids Online Brazil 2016 survey, a notable proportion of users 11 to 17 years old had seen content related to inflicting self-hurt or other sensitive material. In the analysis by type of content, it was found that almost one out of five children who used the Internet had contact with content involving ways to become very thin (20%), ways to hurt oneself (13%), drug use or experiences (10%), and ways to commit suicide (10%). The results showed that girls were more exposed to this type of content on the Internet than boys (CGI.br, 2017, p.230). Another type of online risk is exposure to hate speech and intolerance on the Internet. In 2016, 41% of users 9 to 17 years old had witnessed someone being discriminated against online, which was stable in relation to 2015 (40%) – the equivalent of 10 million children in the country. Discriminatory situations were more frequently reported by girls (45%) than boys (37%) and mentioned more by older children – 15% of users 9 to 10 years old said they had seen content of this nature on the Internet, compared to more than half (53%) of users 15 to 17 years old (CGI.br, 2017, p. 232). Among the different types of discrimination witnessed, the most common was associated with color or race, cited by 24% of Users 9 to 17 years old. Other types of discrimination included physical appearance (16%), same-sex attraction (13%) and religion (10%). The percentage of children who used the Internet and had directly suffered some type of direct discrimination on the Internet was 7% in 2016 (CGI.br, 2017, p.233).

⁷ Article 19. In order to ensure freedom of expression and prevent censorship, an Internet application provider shall only be subject to civil liability for damages resulting from content generated by third parties if, after a specific court order, it does not take any steps, within the framework and technical limits of its services and within the time frame ordered, to make infringing content unavailable, unless otherwise provided by law. § 1 The referred court order must include, under penalty of being null, clear identification of the specific infringing content that enables it to be undeniably found. § 2 The implementation of the provisions of this article for infringement of copyright or related rights is subject to a specific legal provision, which must respect freedom of speech and other guarantees provided for in Article 5 of the Federal Constitution. § 3 Lawsuits for compensation of damages arising from content made available on the Internet related to honor, reputation or personality rights, as well as the removal of related content by Internet application providers, can be filed before special courts. § 4 The judge, including under the procedure set forth in § 3, can anticipate, partially or in full, the judicial protection sought in the initial petition, to the extent that undisputable proof exists of the fact, taking into consideration society's collective interest in the availability of the content on the Internet, as long as the requirements of the truth of the author's claims, the reasonable concern of irreparable damage, or damage that is difficult to repair, are met.

rights – with freedom of expression, as a rule, on one side of the scale – will ensure that the Internet is free, plural and democratic.

This does not mean that providers cannot remove content that violates their terms of use. There is no stipulation in Article 19 that prevents removal of content before a court order. However, if they opt to remove material before a decision by the Judiciary, providers run the risk of being liable, not for third-party content, but for their own actions, since by removing content, they may cause harm to the person who posted the photo, text or video and had their content unduly removed. However, by whom and how will it be determined whether the removal (spontaneous or by third-party notification) was irregular? This responsibility belongs to the Judiciary. National courts recognize the following balance, inaugurated by the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet: on the one hand, it gives providers assurance they will not be liable for third-party content challenged on their platforms until the issuance of a court order; but, on the other, it is understood that if providers want to go ahead and remove specific content, alleging violation of their terms of use, they may, in the management of their platform, cause harm through undue removals, which could lead to lawsuits for damages that will be studied by the Judiciary.

In various rulings, the courts have already expressed concern about the broad delegation to providers of forms of control over content on the Internet, since this could undermine diversity, freedom of expression and innovation on the Web. It is understood, therefore, that the control that may be exercised by providers should be restricted to the conditions set forth in the terms of use (and there is still much room for improvement in terms of transparency and information about the criteria applied by companies in the management of their platforms). As stated earlier, if a complaint is filed in relation to content and the provider considers that it expressly violates the terms of use, there is nothing in the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet that prevents the provider from removing it. It should be emphasized that if the party feels injured by this action, it can file a lawsuit directly against the provider, challenging the removal and even requesting financial compensation.

If removal of the content from the Internet is required, through a mere extrajudicial notice, this could seriously hinder the development of new alternatives for exploration and communication on the Internet, which could, very reasonably, not be developed for fear of future lawsuits demanding compensation. In addition, if due to fear of liability, providers withdraw content from the Internet on a large scale, the immediate result would be a decrease in the number of cases where the Judiciary could act to establish limits regarding freedom of expression on the Internet and strengthen the relevance of this fundamental right.

The Judiciary, to the detriment of private companies that regulate these platforms, appears to be the best option for studying content and determining which information should remain online. Imagine, for example, a situation in which Internet application providers are held liable when they do not remove content after an extrajudicial notice. This would, very possibly, encourage private censorship, since providers, to avoid the risk of future liability, would probably remove most of the content that is challenged. Since, under the rules of the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet, application providers are exempt from liability before the issuance of a court order, their activities should be guided by freedom of expression and, whenever possible, they should avoid taking measures to filter or limit online content.

It is important to take care that isolated incidents, such as the Blue Whale Challenge (O Globo, 2017; Evon, 2017), do not serve as an incentive for imposing surveillance and censorship on social networking websites and other applications. Blue Whale was not the first or last platform that will encourage children to engage in harmful or violent acts against themselves or others (Teffé, 2017). Trying to eliminate, at all cost, the risks to which children may be exposed in public venues, such as the Internet, is practically impossible and may disproportionately impede children's freedom and privacy.

Finding a balance between the need to protect children and the need to preserve the Internet as a place for freedom and plurality of expression is a challenge that will not be resolved just through legal channels, whether by the issuance of new laws or court rulings. In any case, together with considerations that take technological, economic and social aspects into account, it is necessary to reflect on the desired balance and avoid having the law serving as a mechanism for curbing fundamental rights for the sake of supposed protection of young audiences.

The role of digital education is an integral part of this discussion, because it seeks to expand access by children to basic knowledge about safety while using the varied resources on the Internet. The development of skills resulting from this knowledge transforms the connection experience, ensuring that children are less prone to attacks and feel less tempted to fall for the manipulative strategies of online games and challenges aimed at causing harm.

UNAUTHORIZED DISSEMINATION OF PERSONAL CONTENT OF CHILDREN

The extensive dissemination of personal content on social networking websites and in interactive applications demonstrates that people increasingly desire to be viewed, noted and perceived beyond the communities where they live, and are being influenced to make different information about themselves public. It has become common, particularly among adolescents, to send nudes or semi-nudes, as a way of provoking reactions in others. While this practice may provoke sexual desire between the parties sharing nudes, it may also seriously jeopardize personal intimacy, honor, and the image of the person.

The ease with which personal content and images can be transmitted and stored through new technological devices makes individuals more vulnerable, to a certain extent, since information about a person may be illegally obtained from archives or disseminated by third parties who had access to this material through relationships of trust. Nonconsensual leaking of nudes has

been occurring more frequently and on various online tools⁸. A specific form of leaking has become common, called revenge porn, which is when a former partner, without authorization of the person in question, discloses, inserts and/or exhibits, via an online platform, photos and/or videos with intimate scenes, nudity or sexual acts that were recorded or sent in trust to that partner. The aim is to put the exposed person in an awkward and embarrassing situation before friends, family, peers, or even an indeterminate group of people. In most cases, the goal of the offender is to take revenge on someone who hurt their feelings or ended a relationship.

Concerns in relation to this topic are especially relevant, given the increased number of revenge porn victims, who are for the most part women. This harmful practice even exposes the intimacy of children on the Internet, who are considered extremely vulnerable and have been given special protection by lawmakers. There have been various news articles about young people committing suicide after dissemination of their intimate videos on social networking websites and in WhatsApp groups.

In the criminal realm, when the victim of this type of exposure is a minor, there is a legal classification in the Brazilian Statute of the Child and Adolescent (Law No. 8069/1990), between Articles 241-A and 241-E, which can encompass the behavior of such offenders. This statute is very important for protecting children and appropriately punishes those who engage in offensive conduct against them.

Up to the end of September 2018, there was still no specific criminal classification for punishing the practice of revenge porn against adults. The conduct of the offender was often framed as a crime against honor (defamation and/or libel). However, this is now expected to change through the enactment of Law No. 13718, on September 24, 2018; Article 218-C classifies as crimes the dissemination of rape or statutory rape scenes, sex or pornography. Therefore, it is a crime to: "Offer, exchange, make available, transmit, sell or exhibit for sale, distribute, publish or disclose, through any medium — including by means of mass communication or informatics or telematics systems — photos, videos or other audiovisual recording that contains rape or statutory rape scenes, or that defend or induce this practice, or sex scenes, nudity or pornography, without the victim's consent". The punishment will be imprisonment for one to five years, provided the incident did not constitute a more serious crime. The punishment will be increased by one-third to two-thirds if the crime was committed by an agent who has or had an intimate emotional relationship with the victim or was motivated by revenge or humiliation.

In the civil sphere, victims can request financial compensation for moral damages suffered, these claims are filed against the person who inserted the content on the Internet and any persons who shared it, thereby increasing the extent of the harm. In addition to a compensation

⁸ The ICT Kids Online Brazil 2016 survey pointed out that the proportion of Internet users 9 to 17 years old who had seen images of a sexual nature on the Internet remained stable in relation to 2015 (18%). However, this phenomenon is not uniform among the different age groups: whereas 5% of users 9 and 10 years old reported having been exposed to these types of images, this proportion climbed to 28% among users 15 to 17 years old. It is important to note, however, that a small portion of Internet users (8%) said they felt uncomfortable after being exposed to these types of images on the Internet (CGI.br, 2017, p.230). The data revealed that receiving messages of a sexual nature was more prevalent among older Internet users: 23% among those 15 to 17 years old and 5% among those 11 and 12 years old. Unlike what was observed in relation to exposure to images of a sexual nature, messages of this kind were more likely to bother or upset children. The percentage of young Internet users who felt bothered after exposure to messages with sexual content was 13%, similar to the proportion of users who received this type of message (17%). It is worth mentioning that girls (16%) reported feeling bothered by exposure to messages with sexual content on the Internet more often than boys (9%) (CGI.br, 2017, p.232).

claim, the victim may request exclusion of the harmful content. This request may be made of the person who directly inserted the material and/or the Internet application provider responsible for the site where the content was inserted. It is worth noting that, in the case of unauthorized disseminations of nudes, it will not be necessary to go to court to require the provider to remove the content, but will suffice for the victim to adequately notify the provider and report the images via the platform's own channels.

In this specific case, there is an exception to Article 19 of the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet. Article 21 of the law establishes that an Internet application provider who displays content generated by third parties will be subsequently liable for breach of privacy arising from the dissemination, without authorization of the participants, of images, videos or any other material containing nude scenes or sexual acts of a private nature, when, after receipt of notice from the participant or their legal representative, the provider fails to diligently act, within the scope and technical limits of its services, to make this content unavailable.

The aforementioned notice must contain, under penalty of being null, elements that enable specific identification of the material that violates the privacy of the participant and verification of the legitimacy, for filing the request. Due to the ease with which data can be disseminated on the Internet and the possibility of certain content going viral (especially when nudes are involved), as well as the general lack of technical skill of Internet users, lawmakers acted correctly by establishing this exception.

In view of this overall situation, parents and educators should talk openly and frankly about how young people can protect themselves and interact safely and respectfully on the Internet. They should also accompany and monitor the use of social networking websites and applications. Educational institutions could include disciplines that train people to use digital tools safely, responsibly and ethically, as well as prepare education professionals to address topics such as cyberbullying, leaking of nudes, privacy and channels for reporting abuses on the Internet.

It can be seen that the situations presented in this article (connected toys, removal of content and leaking of nudes) are part of the complex mosaic of the protection of children on the Internet. The challenge ahead lies in developing solutions for these dilemmas, without falling into easy solutions that end up satisfying political interests and can later serve as mechanisms for inappropriate restrictions of fundamental rights.

REFERENCES

Braga, M. (2016). More security vulnerabilities found in Hello Barbie toy's servers. *Motherboard*, 25 January 2016. Retrieved on January 5, 2018, from https://motherboard.vice.com/en_us/article/4xav93/more-security-vulnerabilities-found-in-hello-barbie-toys-servers

Brazilian Civil Rights Framework for the Internet. Law No. 12965, April 23, 2014. Establishes principles, guarantees, rights and responsibilities for Internet use in Brazil and sets guidelines for activities by the federal government, states, Federal District and cities, in relation to this matter. Brasília, DF. Retrieved on April 25, 2018, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/12965.htm

Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) (2017). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT kids online Brazil 2016*. São Paulo: CGI.br.

Emery, D. (2017). 'My Friend Cayla' doll records children's speech, is vulnerable to hackers. *Snopes*, 24 February 2017. Retrieved on January 5, 2018, from <https://www.snopes.com/news/2017/02/24/my-friend-cayla-doll-privacy-concerns/>

European Union (2017). *Kaleidoscope on the Internet of toys: Safety, security, privacy and societal insights*. Retrieved on January 5, 2018, from <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a1642559-ec37-11e6-ad7c-01aa75ed71a1/language-en>

Evon, D. (2017). 'Blue Whale' game responsible for dozens of suicides in Russia? *Snopes*, 27 February 2017. Retrieved on January 5, 2018, from <https://www.snopes.com/blue-whale-game-suicides-russia/>

Gibbs, S. (2015a). Hackers can hijack Wi-Fi Hello Barbie to spy on your children. *The Guardian*, 25 November 2015. Retrieved on January 5, 2018, from <https://www.theguardian.com/technology/2015/nov/26/hackers-can-hijack-wi-fi-hello-barbie-to-spy-on-your-children>

Gibbs, S. (2015b). Privacy fears over 'smart' Barbie that can listen to your kids. *The Guardian*, 13 March 2015. Retrieved on January 5, 2018, from <https://www.theguardian.com/technology/2015/mar/13/smart-barbie-that-can-listen-to-your-kids-privacy-fears-mattel>

Law No. 13709, August 14, 2018. Deals with the protection of personal data and amends Law No. 12965, April 23, 2014 (Brazilian Civil Rights Framework for the Internet). Retrieved on September 25, 2018, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm

Law No. 13718, September 24, 2018. Amends Decree-Law No. 2848, December 7, 1940 (Criminal Code), to classify the crimes of sexual harassment and dissemination of rape scenes, make fully public the nature of criminal proceedings for crimes against sexual freedom and sexual crimes against vulnerable individuals, establish causes of increased sentences for these crimes and define causes of increased sentences for collective rape and corrective rape; and repeals Decree-Law No. 3688, October 3, 1941 (Misdemeanor Criminal Law). Retrieved on September 25, 2018, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13718.htm

Lemos, R. (2017). Como falar com as máquinas? *Folha de S. Paulo*, 20 November 2017. Retrieved on March 1st, 2018, from <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2017/11/1936624-como-falar-com-as-maquinas.shtml>

O Globo (2017). O que se sabe até agora sobre o jogo da "Baleia azul". 20 April 2017. Retrieved on January 5, 2018, from <https://oglobo.globo.com/sociedade/o-que-se-sabe-ate-agora-sobre-jogo-da-baleia-azul-21236180>

Rodotà, S. (2008). *A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje*. (M. C. Moraes, Ed., D. Doneda, & L. C. Doneda, Transl.). Rio de Janeiro: Renovar.

Rodotà, S. (2014). *Il mondo nella rete*. Rome: Laterza.

Souza, C. A. (2015). As cinco faces da proteção à liberdade de expressão no Marco Civil da Internet. In N. de Lucca, A. Simão Filho, & C. R. Lima (Eds), *Direito & Internet III – Tomo I: Marco Civil da Internet* (Law No. 12965/2014) (pp. 377-408). São Paulo: Quartier Latin.

Statute of the Child and Adolescent. Law No. 8069, July 13, 1990. Regulations concerning the full protection of children and adolescents. Retrieved from http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L8069.htm

Teffé, C. S. (2017). *Desafio da Baleia Azul: O que se sabe até agora*. Rio de Janeiro: ITS-Rio. Retrieved on January 5, 2018, from <https://feed.itsrio.org/desafio-da-baleia-azul-o-que-se-sabe-ate-agora-b4b85ae77a56>

Teffé, C. S. (2018). Proteção de dados pessoais na Rede: resenha à obra "A internet das coisas", de Eduardo Magrani. *Civilistica.com*. Rio de Janeiro, a. 7, n. 1, 2018. Retrieved on September 17, 2018, from <http://civilistica.com/wp-content/uploads/2018/05/Teff%C3%A9-civilistica.com-a.7.n.1.2018.pdf>

CHILDREN INFLUENCERS ON YOUTUBE BRAZIL AND MARKET IMPACT

Luciana Corrêa¹

INTRODUCTION

The purpose of this article is to present, for the first time, the audience results², mapped throughout 2016 and 2017, on the YouTube Brazil video platform, as well as the marketing actions of a collectible children's doll brand called L.O.L. Surprise (Little Outrageous Little Surprise).

In 2015, the ESPM Media Lab, a research laboratory of the Superior School of Advertising and Marketing (ESPM), launched a continuous study entitled "YouTube Generation: a mapping of the consumption and production of videos for children from 0 to 12 years old – Brazil 2005-2016". The mapped data indicated a significant presence of young children in the production and consumption of videos on the platform. Apart from examining the selected product, the objective of this article is to present the results of the brand's marketing strategies on social networking websites and the impact of views of videos produced by children on the toy's sales in the Brazilian market.

CHILDREN, ADVERTISING AND SOCIAL NETWORKING WEBSITES

According to Article 2 of the Brazilian Statute of the Child and Adolescent, a child is "a person who has not yet reached 12 years of age and an adolescent is someone between 12 and 18 years old" (Statute of the Child and Adolescent, Law No. 8069/1990,1990). Studies conducted by members of the ICT Kids Online community have pointed out the importance of devoting

¹ PhD student in administration in the International Management program of the Superior School of Advertising and Marketing (PMGDI-ESPM), with a master's degree in communication and consumption practices from ESPM. Researcher at ESPM Media Lab.

² Since this addresses a habit of very young children (from 0 to 12 years old), this text defined audience in terms of the number of views on YouTube and discarded other interactions on the platform, such as comments or likes. Other activities of the brand on social networking websites, such as Instagram and Facebook, are not examined in this article.

research and attention to children from 0 to 8 years old, regarding the amount of time they spend on online activities (Holloway, Green, & Livingstone, 2013). In the last five years, there has been a significant increase in Internet use by children under 9 years old (Holloway et al., 2013).

In its fifth edition, the ICT Kids Online Brazil 2016 survey estimated that around eight out of ten children (82%) from 9 to 17 years old were Internet users, corresponding to 24.3 million users in the entire country. Among Internet users, 41% had been exposed to inappropriate advertising for their age, according to reports from their parents and legal guardians (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2017a).

Television continued to be the main medium of contact with advertising (80%), and there was growth in the percentage of Internet users 11 to 17 years old who were exposed to marketing content on video websites: 69%, as opposed to 30% in 2013. Also, according to the survey, 62% were exposed to advertising on social networking websites (CGI.br, 2017a).

Studying habits and collecting data on the use of social networking websites by children is a continuous task, since the speed with which new platforms emerge, and the ways in which children, products and brands appropriate them, is as fast as the passing fad of a collectible toy. The main difficulty in surveying young children on the Internet is the methodological challenge, since no official published data exists – in relation to social networking websites – that examine the presence of children reported to be online.

According to the privacy policies of social networking websites, the defined ages for creating an account are: 13 years old (Facebook)³, 13 years old (Instagram)⁴ and 18 years old (YouTube)⁵, i.e., the figures above indicate that children are on social networking websites. But how can their access be identified, and their perceptions of this digital universe be understood, since these websites were not solely created and conceived for them?

Understanding the presence of advertising aimed at children on social networking websites and its impact on their daily lives is a constant challenge, for both those who produce and those who consume it. Apart from examining the selected product, the objective of this article is to present the results of the marketing strategies for the L.O.L. Surprise brand, the impact of viewing videos produced by children on YouTube, and the toy's sales results in the Brazilian market.

YOUTUBE, ADVERTISING AND CHILDREN IN BRAZIL

Brazil is the second-largest YouTube market in the world, and Brazilians are among those who most watch videos on the Internet: in 2016, 68% reported watching videos, shows, films or series online (CGI.br, 2017b). Besides consuming content, many also invest in producing

³ More information about the platform's privacy policy can be found on Facebook's website. Retrieved on 13 April 2018, from <https://www.facebook.com/terms>

⁴ More information about the platform's privacy policy can be found on Instagram's website. Retrieved on 13 April 2018, from <https://help.instagram.com>

⁵ More information about the platform's privacy policy can be found on YouTube's website. Retrieved on 13 April 2018, from <https://support.google.com/>

content. YouTube claims to have reached the mark of 98 million monthly users in Brazil, with an additional 35 million added in the last two years. Of the total audience, 96% are young people between 18 and 34 years old. This data is from the YouTube Insights 2017 study, the second edition of the survey that collects the main data about the platform, which is published on a specialized website entitled *Meio & Mensagem* (Media & Message). The report is divided into the categories: music, food, games, fashion and beauty, and soccer. The study indicates that interest in sports videos is three times higher than that related to technology. Most soccer consumers are men, but women represent 20% of the audience. According to YouTube Insights 2017, 31% of users went to the platform to access learning content. Another 54% believed that the essence of the platform is freedom of expression. Also, according to the survey, 41% believed that YouTube stands out for its diversity and 26% felt that its authenticity makes it a different kind of platform (Pacete, 2017).

And children? Although the YouTube Kids product has already been launched on the Brazilian market, it was not possible, up until the conclusion of this article, to find statistical data on its use by children in Brazil.

The survey "YouTube Generation: a mapping of the consumption and production of videos for children from ages 0 to 12 – Brazil 2005-2016" indicated significant growth in YouTube consumption by young children. The study presented available content divided into seven categories: 1) games, with a specific profile of videos that address the theme of the game Minecraft; 2) program content broadcast on Brazilian television; 3) videos with cartoon language; 4) unboxing videos; 5) educational content with entertainment appeal; 6) videos produced by young YouTubers; and 7) teens or young digital influencers who speak with children's audiences. According to the study, up to October 2015, videos watched by children represented a total of 20 billion views; in 2016, this total rose to 52 billion. In the first edition of the survey, 110 YouTube channels were analyzed and, in the second, 230, but the largest number of views was among the 100 largest channels considered by the study (Corrêa, 2016a).

When analyzing advertising models as content and examining the boundaries between entertainment, proprietary content and advertising, in order to better understand the various possible combinations and narratives of these advertising practices, they can be separated into three distinct groups: definitions from the Google Preferred platform; informal content, such as activities produced by content creators; and proprietary content, such as videos and animations produced by brands (Corrêa, 2016b).

Google Preferred⁶ is one of the advertising formats presented on YouTube Brazil; it is an option that segments ads in video format before presenting the channel's content, with a skip ad option. This format also presents videos that interrupt the program or share content in a banner format and segments the audience through definitions of the profiles registered on the channel. Divided into 12 thematic categories, these channels are continuously reassessed based on time, likes, shares and frequency. On the YouTube Kids platform, according to the community's guidelines⁷, paid ads must clearly promote the brand of the announcer and/or

⁶ More information can be found on the platform's website. Retrieved on 5 January 2018, from <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/descubra-o-google-preferred/>

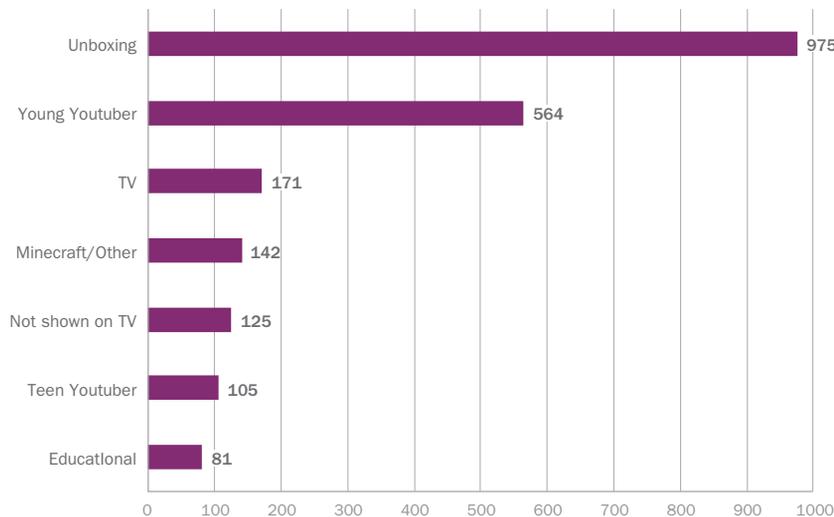
⁷ More information can be found on the platform's website. Retrieved on 5 January 2018, from <https://support.google.com/youtube/>

product advertised on the video. Paid ads must indicate to users that they are ads, not general YouTube content.

Advertising as content produced by consumers or independent creators breaks the barrier between production and content and makes it increasingly necessary to reflect on these activities. In this sense, it is important to highlight advertising identification, a point in Chapter 2 of the General Principles of the Brazilian Advertising Regulatory Council (Conar)⁸. In Article 28, the document states that ads must be clearly identified as such, regardless of the form or means of broadcasting (Brazilian Advertising Regulatory Council [Conar], 1980). In the analysis performed only on the YouTube platform, the L.O.L. Surprise dolls are in two of the surveyed categories, unboxing and young YouTubers, in the form of informal content produced by content creators. One of the main practices is presented in the unboxing category, with videos showing adults and children opening toy packages – a type of content that attracts a substantial audience on the platform.

The narratives center around various products, brands and toys, and the presenter, in a childlike voice, speaks with young spectators and presents the features of the products while opening the toy packages. Chart 1 shows that there has been significant growth in video consumption in both the categories studied here, particularly unboxing.

CHART 1
GROWTH OF THE YOUTUBE AUDIENCE, BY CATEGORY (2015 - 2016)
Growth percentage



Source: Córrea (2016a).

However, in 2017, the practice of unboxing became more high-profile through young YouTubers, or brand “ambassadors”. Unboxing and doing reviews or assessments of products has been growing among young YouTubers and is mixed with the other content produced by

⁸ More information on the entity’s website. Retrieved on 7 March 2018, from <http://www.conar.org.br>

children on the platform, such as stories, games and daily activities. The practice of opening gifts or doing product reviews, such as those from the unboxing category, represents more than 19 billion views produced by young YouTubers on YouTube Brazil (Table 1).

According to the aforementioned survey, with regard to the universe of children, 500 channels on YouTube Brazil were analyzed during 2017. By December 2017⁹, the audience for children's content available on the platform had exceeded 115 billion views by children 0 to 12 years old. Among the channels, 52 were among the top 100 in the overall rankings of YouTube Brazil¹⁰. The channels mapped in the study highlight seven categories consumed by the children-youth audience, as shown in Table 1.

TABLE 1
CATEGORIES ANALYZED ON THE YOUTUBE BRAZIL PLATFORM (2015 - 2017)
Number of accumulated views

	December/2015	December/2016	December/2017
Minecraft	11,959,625,137	25,888,284,581	29,839,096,940
Teen Youtuber	2,297,895,406	4,032,856,552	23,811,950,407
TV	4,151,227,241	10,271,744,136	17,833,509,437
Not shown on TV	3,394,643,599	7,341,630,126	13,174,020,434
Young Youtuber	1,838,725,997	8,859,812,799	19,717,629,437
Unboxing	1,605,195,120	7,421,478,917	11,603,615,668
Educational	761,848,365	1,255,373,373	1,605,088,517
Total	26,009,160,865	65,071,180,484	117,584,910,840

Source: Prepared by the author.

In light of this situation, the use of young YouTuber channels as intermediaries for brands to aim advertising at children has started to be scrutinized by various agencies that protect the rights of children and consumers. According to Gerasimczuk and Karageorgiadis (2017),

The overexposure of children online warrants attention. Ultimately, once videos have been posted on social networking websites, generally open to the public, there is no control over them, regardless of whether those responsible take control of the channel or responsibility for the content shared (p. 41).

⁹ The mapping and data analysis are performed monthly and are part of a larger survey that is currently underway in the Family and Technologies area of the ESPM Media Lab. The complete methodology for selecting the channels mapped in the survey can be found at <http://pesquisasmedialab.espm.br/criancas-e-tecnologia/>

¹⁰ The overall rankings of channels by views on YouTube Brazil is available on the platform's website. Retrieved on 5 January 2018, from <https://socialblade.com/youtube/top/country/br/mostviewed>

L.O.L., LITTLE OUTRAGEOUS LITTLE SURPRISE ANALYSIS

Launched in December 2016, this collectible doll comes in four models, each with ten options for the toy. The packaging of the product has seven layers, resembling the tangibility and practice of unboxing.

The media activities for the L.O.L. Surprise doll in Brazil followed the same strategy used in the United States. It was the most-sold doll in 2017 in the United States, and 2.5 million units were sold worldwide in five months. The product was advertised on social networking media, such as YouTube, Instagram and Facebook, a decisive factor for the sales success, including in Brazil. According to the NPD Group, which is responsible for the L.O.L. Surprise brand, the dolls achieved first place in the company's sales rankings.

In January 2017, the company boosted its sales by almost 50% in relation to 2016, due to the strong performance of the doll category. In the year-to-date results, the growth in MGA Entertainment's sales in February was (27.6%), exceeding the overall growth of 1.5% of the doll sector (Feldman, 2017). In view of this context, the present article examines the content of the L.O.L. Surprise brand presented throughout 2017 on 135 YouTube Brazil channels, in the unboxing category, done by young Brazilian YouTubers.

The data monitored by the ESPM Media Lab, in partnership with the Stilingue artificial intelligence platform¹¹, showed in January 2018 that, in the previous 90 days (from October to December 2017), 94 content creators mentioned the L.O.L. Surprise doll on social networking websites, potentially reaching 22 million people. The mentions were driven by at least 13 influencers with more than 1 million followers. Among the influencers analyzed, there were some Youtubers with a lower number of followers, called micro influencers, who stood out in the video frequency and engagement metrics. This factor shows how difficult it is to monitor and denounce marketing activities by only more popular content creators based on the metric of number of followers.

FINAL CONSIDERATIONS

In an environment such as YouTube, recommended for people 18 years old or older, it is necessary to constantly reflect on the participation of children, assessing to what extent these videos must be regulated, while at the same time ensuring children's freedom of expression. Above all, it is the duty of adults to define how to protect them (Corrêa, 2016a).

Apart from the number of views and sales of the product examined, the study made it possible to affirm, based on the different content formats of the videos analyzed, that the market exploits the channels that are the most popular among the children's audience on YouTube through unique advertising language that is more or less distinct from the audiovisual content consumed by children. Advertising messages can come independently, in parallel, before or after audiovisual content, or even be fully blended with it. However, the truth is that young content creators have a strong appeal and impact on the sales results of products.

¹¹ Stilingue is an artificial intelligence platform that supplies data in an agreement with the ESPM Media Lab. More information can be found on Stilingue's website. Retrieved on 5 January 2018, from www.stilingue.com.br

Collectible toy activities are not something new in the world of children, but the materialization of the practice of unboxing of the L.O.L. Surprise toy, which conveys the sensation of the virtual practice of the activity, was instrumental in the sales success of the toy (Anonymous, 2018) According to the creator of the L.O.L Surprise brand, Isaac Larian, marketing activities on social networking websites were the decisive factor in its sales success. In his view “there was a time when products were advertised on TV commercials and they sold, but those days are over” (Feldman, 2017).

In this scenario, based on the results obtained and the analyses of the aforementioned practices, it is highly important that this subject be included in academic and marketing discussions of the relationship between children, consumption and consumerism in a virtual environment that is no longer exclusive to adults.

REFERENCES

- Anonymous (2018). Lojas começam a vender boneca LOL de R\$ 999 no Brasil. *Veja*. Retrieved from <https://veja.abril.com.br/economia/lojas-comecam-a-vender-boneca-lol-de-r-999-no-brasil/>
- Brazilian Advertising Regulatory Council – Conar (1980). Brazilian Advertising Regulatory Code, Article 28. São Paulo, SP. Retrieved on March 7, 2018, from <http://www.conar.org.br>
- Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017a). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT Kids Online Brazil 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017b). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households: ICT Households 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Corrêa, L. (2016a). *Geração YouTube: Um mapeamento realizado sobre o consumo e a produção infantil de vídeos para crianças de zero a 12 anos – Brasil 2005-2016*. São Paulo: ESPM. Retrieved on January 5, 2018, from <http://pesquisasmedialab.espm.br>
- Corrêa, L. (2016b). O que tem dentro da caixa? Crianças hipnotizadas pelo YouTube Brasil, as fronteiras entre entretenimento, conteúdo proprietário e publicidade. *Meeting of Advertising Researchers – PUC-Rio*, Rio de Janeiro, RJ, 7.
- Feldman, D. (2017). L.O.L. Surprise is the top doll with over 2.5M sold in five months [electronic version]. *Forbes*, April 19. Retrieved on January 9, 2018, from <https://www.forbes.com/sites/danafeldman/2017/04/19/l-o-l-surprise-is-the-top-doll-with-over-2-5m-sold-in-five-months/#3dc9e8417bef>
- Gerasimczuk, L., & Karageorgiadis, E. (2017). Advertising aimed at children on the Internet: Illegalities on young YouTuber channels. In Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT Kids Online Brazil 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Hollaway, D., Green L., & Livingstone, S. (2013). *Zero to eight: Young children and their Internet use*. London: The London School of Economics and Political Science.
- Pacete, L. G. (2017). Quem são os usuários do YouTube no Brasil? *Meio & Mensagem*. July 24. Retrieved on January 5, 2018, from <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/07/24/quem-sao-os-usuarios-do-youtube-no-brasil.html>
- Statute of the Child and Adolescent. Law No. 8069, July 13, 1990 (1990). Deals with the full protection of children and adolescents. Retrieved on January 5, 2018, from http://www.planalto.gov.br/Ccivil_03/leis/L8069.htm

DON'T TALK TO STRANGERS: INTERACTIVE RESOURCES AND PERSONAL DATA PROCESSING IN CHILDREN'S APPS¹

Francisco Brito Cruz², Jacqueline de Souza Abreu³ and Maria Luciano⁴

INTRODUCTION

Children already represent one-third of the Internet users in the world (Byrne, Kardefelt-Winther, Livingstone & Stoilova, 2016). In Brazil, 82% of children access the Internet (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2017). For many, their main interactions are with the world of entertainment created by game applications, cartoons and music, to which they are exposed early on, via mobile phones and tablets.

For some time now, studies have expressed concern with the online experiences of children. Research has been conducted worldwide to better understand how Internet use affects child development, including reflections on the responsibilities of parents, companies and even the government in this new, highly technological environment (Global Kids Online, 2018).

In light of this scenario, the current study explored the virtual worlds that are part of the lives of many children today (Cruz, Abreu, Luciano, Antonialli, & Lima, 2017). The objective was to elucidate the practices of the companies responsible for the most popular children's apps in Brazil, in terms of interactive resources (advertising, in-app purchases, and directing children to social networking websites) and processing of personal data.

¹ We would like to acknowledge the contributions of Dennys Antonialli and Pedro Lima to this study.

² PhD and master's degree in law from the University São Paulo (USP) and director of the InternetLab, an independent law and technology research center.

³ PhD student in law at USP, master's degree in law from the University of California, Berkeley, and the Ludwig-Maximilians University of Munich, coordinator of the InternetLab's Privacy and Surveillance area.

⁴ Master's student in law, USP, and researcher at the InternetLab.

METHODOLOGY

On September 25, 2017, the researchers consulted the rankings of the most popular apps for that day on Brazil iTunes and in the Google Play Store. From that list, the five highest-ranking game applications with content rated suitable for all ages (or ages 4 and above) were selected, followed by the five most downloaded educational apps from both stores, from the categories “Education” and “Teaching”, with kid-friendly content. The selected apps are presented in Table 1.

TABLE 1
LIST OF SELECTED APPLICATIONS

APP NAME	CATEGORY	DEVELOPER
Snake vs Block	Games: action	Voodoo
Subway Surfers	Games: action	Kiloo
Once Upon a Tower	Games: action	Pomelo Games
Pou	Games: action	Paul Salameh and Zakeh
Super Mario Run	Games: action	Nintendo
Slither.io	Games: action	Lowtech Studios
Perguntados (Trivia Crack)	Games: Family	Etermax
Meu Talking Tom (My Talking Tom)	Games: Simulation	Outfit7 Limited
Football Strike	Games: Simulation	Miniclip.com
8 Ball Pool	Games: Sports	Miniclip.com
PlayKids: Aprender Brincando (PlayKids: Learn Through Play)	Education	PlayKids Inc
Duolingo: Inglês e Espanhol (Duolingo: Spanish and English)	Education	Duolingo
Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças (Galinha Pintadinha: Music and Games for Kids)	Education	ZeroUm Digital
Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time	Games: Family	TutoTOONS
Patati Patatá	Education	ZeroUm Digital
Creche Sweet Baby Girl 4 (Sweet Baby Girl Daycare 4)	Games: Family	TutoTOONS
Toca Kitchen Monsters	Education	Toca Boca AB
O Show da Luna! Jogos e vídeos (O Show da Luna! Games and Videos)	Education	Yupi Studios
Os Pequerruchos	Education	ZeroUm Digital
Jogos Boutique Princesa Tailor (Princess Tailor Boutique)	Games: Family	Funfox

Source: prepared by the authors

The resulting 20 apps were assessed according to three categories of analysis: available interactive resources; privacy policy agreement; and transparency about personal data processing practices.

ANALYSIS

INTERACTIVE RESOURCES

Children's apps are seen as a possibility for entertainment in a controlled environment, with appropriate and duly filtered content, which allows parental supervision. However, this is often true only in theory.

Concern about children's exposure to advertising is not recent, nor is it exclusive to the Internet. In this context, however, the way in which this exposure takes place is increasingly unprecedented, and its impact can be much more immediate and subliminal than that of other media.

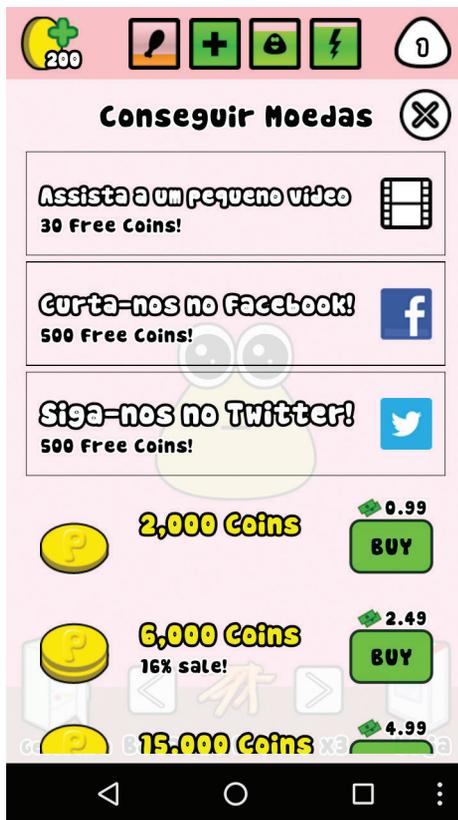
In very popular in free-to-play apps, ads appear in different forms, ranging from classic banners placed in the corner of the screen to, above all, videos. In addition to appearing frequently between different rounds of activities in the apps, special mention goes to the practice of using promotional videos as in-game currency. In *Once Upon a Tower*, *Perguntados*, *Pou*, *Meu Talking Tom*, and *Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time*, users can gain access to restricted functions, sometimes even paid ones, by watching video ads.

FIGURE 1
ADVERTISING ON ONCE UPON A TOWER
Players can earn "lives" in exchange for their attention to ads



Source: Once Upon a Tower App.

FIGURE 2
ADVERTISING ON POU*
Users can win 30 coins in exchange for watching video ads



Source: Pou App.

*Translation:

Earn coins

Watch a short video
30 free coins!

Like us on Facebook
500 free coins!

Follow us on Twitter!
500 free coins!

FIGURE 3
ADVERTISING ON MEU TALKING TOM*
Users earn more coins by watching video ads



Source: Meu Talking Tom App.

*Translation:

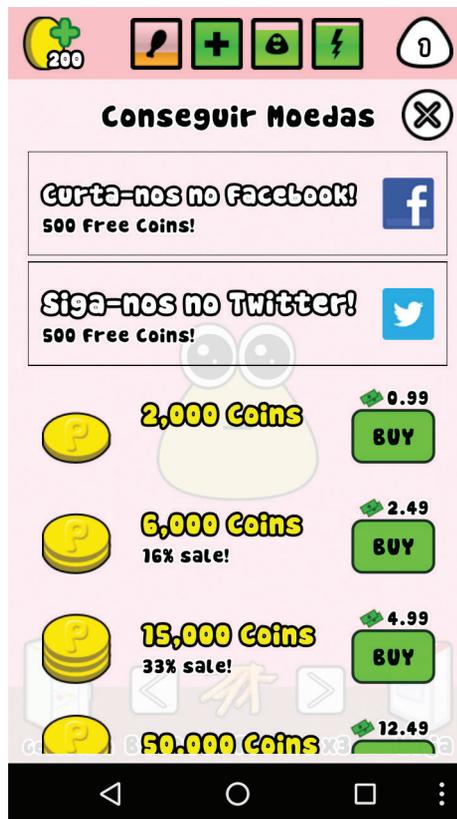
Level 2
Double Free
Unblocked
White Teddy
Hawaiian Clothes
Blue Eyes

This type of interactive resource goes against the idea established in the literature that only at the age of 12 do children begin to develop cognitive defenses that allow them to understand the intentions of advertisers (The Economist Intelligence Unit, 2017). In Brazil, advertising that targets children under the age of 12 is considered abusive and, therefore, prohibited by the Federal Constitution (Article 227) (Constitution of the Federal Republic of Brazil, 1988), by the Brazilian Consumer Protection Code (Articles 36 and 37) (Law no. 8.078, 1990), by the Brazilian Statute of the Child and Adolescent (Law no. 8.069, 1990) and by Resolution no. 163 of 2014 of the National Council of the Rights of the Child and Adolescent.

Nevertheless, of the 20 monitored apps, at least six (Perguntados, Football Strike, Pou, Meu Talking Tom, 8 Ball Pool, and Duolingo) explicitly state that they exhibited targeted ads. The omission of this information in the other apps remains unexplained, requiring technical analysis.

Many apps also offer users the possibility of purchasing additional content and functionalities through in-app purchasing mechanisms. There are many accounts of parents who have been surprised by purchases made by their children on apps (Universo Online [Uol], 2015). In fact, the present analysis showed that the possibility of making extra in-app purchases was very common. This type of resource was observed in 11 of the 20 apps: Snake vs Block, Super Mario Run, Perguntados, Football Strike, PlayKids: Aprender Brincando, Os Pequerruchos, Once Upon a Tower⁵, Subway Surfers, Pou, O Show da Luna! Jogos e Vídeos, and Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time.

FIGURE 4
PURCHASES ON POU*
Users can buy in-app "coins"



Source: Pou App.

*Translation:

Earn coins

Like us on Facebook!

Follow us on Twitter!

⁵ This information was found on iTunes and in the Play Store; this option was not found when testing the app in the present study.

Aware of problems for parents, and that such resources can even lead to lawsuits (Reuters, 2016), the researchers read the apps' terms of use to gather information about how the companies handle the issue.

Snake vs Block and Football Strike state that only users 18 years old and older can purchase items on the app; however, when experimenting with the app, age was neither requested nor verified. Os Pequerruchos states that it "assumes" that all purchases carried out on the app are made by adults or are authorized by those responsible for minors. PlayKids: Aprender Brincando, Galinha Pintadinha: Música e Jogos para Crianças, Patati Patatá, Os Pequerruchos and Meu Talking Tom only provide warnings as to the possibility of changing device settings or activating safety resources that could be found in the app stores.

In light of the above, the terms of use of iTunes and the Google Play Store were also analyzed. iTunes provides a tool called Ask to Buy, which can be turned on manually. By company standards, this resource is activated by default⁶ for children under 13. However, it is not clear how this is done. Must the child have an account with the store? Or own the device?⁷ Google Play Store allows for authentication by entering certain information, like a password, to make a purchase. This resource is automatic in case of apps for children under the age of 12.⁸

Some apps include safety mechanisms to prevent problems with this functionality as part of the app code. In O Show da Luna! Jogos e Vídeos and PlayKids: Aprender Brincando, when selecting an item to purchase, a mathematical equation appears on the screen, with the title "Ask your parents". Users are only allowed to make the purchase if the equation is solved. Toca Kitchen Monsters and Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças present similar mechanisms. In the experiment conducted in this study, Patati Patatá used this mechanism only a few times.

⁶ More information at Apple's website: <https://support.apple.com/pt-br/HT201089>

⁷ In 2014, in a settlement with the Federal Trade Commission (FTC), Apple was required to refund parents for unauthorized children's purchases (Exame, 2014)

⁸ More information on Google Play Store's website: <https://support.google.com/googleplay/answer/1626831>

FIGURE 5
SAFETY MECHANISM IN SHOW DA LUNA*
Safety mechanism before proceeding to purchase



Source: O Show da Luna App.

*Translation:
Ask your parents
You must obtain parental permission to continue

Links to social networking websites occur in two different ways. Frequently, users are given the possibility of using their accounts on social media, such as Facebook and Twitter, to log in to apps. This resource was observed in Super Mario Run, Football Strike, Perguntados, PlayKids: Aprender Brincando, Subway Surfers, Pou, Meu Talking Tom and 8 Ball Pool. When users choose this option, the app gains access to all of their personal data that is contained on social media.

The second way consists of directly sending users to other social networks. In Meu Talking Tom, when selecting a generic video icon, children are directed without warning to the character Tom's channel on YouTube. In addition to being directed outside the app, children are exposed to other video ads and all the content on YouTube, with no filters.

FIGURE 6
DIRECTING CHILDREN TO OTHER SOCIAL NETWORKING
WEBSITES ON MEU TALKING TOM
By clicking on the video icon, users are sent to YouTube



Source: Meu Talking Tom App.

Regarding this issue, it is also worth noting the experiences observed on Perguntados, Football Strike, Subway Surfer, Pou, and 8 Ball Pool. On these apps, certain functionalities can be “bought” by connecting to Facebook: The personal data obtained through the social media profiles of users becomes currency to access restricted functionalities on the app (Figure 4).

PRIVACY POLICY CONSENT

One of the keystones of the right to the protection of personal data is consent. The Brazilian Civil Rights Framework for the Internet (2014) guarantees to Internet app users the right to free, express⁹ and informed consent regarding the collection, use, storage, and processing of their personal data (Article 7, VII and IX).¹⁰

⁹ In this direction, the Consumer Protection Code (Law no. 8.078, 1990) prohibits and defines as an abusive practice the delivery of services, by providers, without “express authorization” from consumers (Article 39, VI).

¹⁰ Article 7 – Internet access is essential to the exercise of citizenship, and the following rights are guaranteed to users: (...) VII – Nondisclosure of personal data to third parties, including connection records and records of access to Internet applications, unless express, free and informed consent is given by users or when provided by law; (...) IX – Express consent for the collection, use, storage and processing of personal data, which shall be specified in a separate contract clause (Civil Rights Framework for the Internet, Law no. 12.965, 2014).

It is worth noting that even though the law requires that consent be free, express and informed, there is nothing specifying how such consent must be obtained. Considering this, the present study investigated how the apps addressed this legal requirement.

All of the consulted app developers notified users about their privacy policy. This is an important step towards obtaining informed consent. Of the 20 analyzed apps, only five (25% – Super Mario Run, Perguntados, PlayKids: Aprender Brincando, Toca Kitchen Monsters, and Meu Talking Tom) presented their terms of use and privacy policy on opening the app for the first time.

FIGURE 7
OBTAINING CONSENT IN SUPER MARIO RUN*
User can click and read the user agreement and privacy policy and must actively click on "I agree"



Source: Super Mario Run App.

*Translation:

Agreement and policy

Select your country or region

Brazil

By clicking on "I agree" you agree to our terms and that you have read our privacy policy.

User Agreement

Privacy Policy

I agree

I don't agree

On the other apps (75%), privacy policies were only displayed if users searched their settings, or when this was not even the case, on their websites. In practice, this model means that apps assume that consent is implied – that downloading and using the app means that users must have agreed to the company’s terms and policies. This practice goes against the mandatory express consent required by the Civil Rights Framework for the Internet.

Another barrier to informed consent settings was language: Only six of the analyzed apps presented their privacy policy in Portuguese: Super Mario Run, Galinha Pintadinha, Patati Patatá, Os Pequerruchos, O Show da Luna! Jogos e Vídeos, and Meu Talking Tom. The others only had them in English.¹¹

It is worth noting that most of the companies adopted general terms that applied to all their apps. Only five apps (PlayKids: Aprender Brincando, Duolingo, Slither.io, Pou, and Subway Surfers) presented privacy policies specific to the game, its functionalities, the audience, and the data collected.¹²

TRANSPARENCY REGARDING THE PROCESSING OF PERSONAL DATA

In exchange for offering apps, companies gather user data, which can be exploited economically, and their attention to ads displayed within the app. Thus, it is important to explicitly state which data is collected and processed by the app, for what purposes, with whom they are shared, how they are protected against ill-intended third-parties, and also whether and which types of ads are shown.

Regarding this issue, the present study negatively assessed the policy of Brazilian developer ZeroUm, which is responsible for the Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças, Patati Patatá and Os Pequerruchos apps. Its policy only stated that “your information” is collected, with no further clue as to what that entailed. Special mention also goes to the Once Upon a Tower app, which did not provide information about the purpose of data collection and only stated that it did not process sensitive data.

App promises that it will “not attempt to obtain nor record any sensitive information,” but states that “non-personal data” is gathered by third parties.

¹¹ In the case of PlayKids: Aprender brincando, the privacy policy is in English, but there is a FAQ section in Portuguese.

¹² In the case of Meu Talking Tom, the developer’s policy presented specific clauses for each of its apps only in terms of the data collected.

FIGURE 8
ONCE UPON A TOWER PRIVACY POLICY

Pomelo Games Privacy Policy

Pomelo Games is committed to protecting the privacy of our players. This privacy policy describes how Pomelo Games uses and protects any information that you give us when you play any of our games.

Sensitive Information

Sensitive information is defined in the US Privacy Act (1974) to include information or opinion about such things as an individual's racial or ethnic origin, political opinions, membership of a political association, religious or philosophical beliefs, membership of a professional body, criminal records or health information.

Pomelo Games will not attempt to obtain nor record any sensitive information.

Disclosure of Personal Information

We will not sell, trade, rent or disclose any of the personal information you provide to us for any reason, without your prior consent. Otherwise, your Personal Information will only be disclosed where required or allowable by law.

Source: Once Upon a Tower App.

Among the other apps, most specified to some extent the type of data collected. Some differentiated between “personal data,” “sensitive data,” “non-personal data” and “aggregate data.” Other companies directly informed users as to what type of data was gathered: information provided by users, data generated automatically by using the app, and that obtained from the device (such as unique identification and geolocation).

FIGURE 9
TOCA KITCHEN MONSTERS PRIVACY POLICY
App informs users about what kind of information is collected, differentiating between personal and non-personal data.

What Kind of Information is Collected?

There are two types of data that may be collected. The first one is called personal data. This is personally identifiable information that identifies a user as an individual. Toca Boca may collect personal data that parents voluntarily provide on the website. The second type is non personal data which doesn't directly identify an individual or which may have been personal information but has had the personally identifiable information removed. Toca Boca may collect non personal information about the use of the website and apps to help us improve our services.

Source: Toca Kitchen Monsters App.

In addition to this information, some apps also explained the purpose of data collection: 11 of the apps provided details about the various uses made of user information, such as developing new services, displaying ads, protecting developers and users, investigating and preventing activities that are potentially illegal or that violate the terms of use, solving problems related to app use, and responding to user demands.

FIGURE 10
SUPER MARIO RUN PRIVACY POLICY*
Specifics about the gathered information

Política de privacidade da Nintendo

Última atualização: 09/2017

A Nintendo compreende a importância da sua privacidade, portanto leia atentamente nossa política de privacidade. Nossa política se destina a auxiliá-lo a conhecer os tipos de informações que coletamos, como as utilizamos e compartilhamos e como as protegemos. Esta Política de privacidade se aplica a todos os serviços Nintendo diretamente citados ou relacionados a esta política, mas não se aplica aos serviços Nintendo abrangidos por políticas de privacidade específicas que não incluem esta política.

1. Tipos de informações que coletamos

- **Informações que você nos fornece**
Quando você se registra e utiliza nossos serviços, coletamos as informações que você nos fornece. Essas informações podem ser seu nome, endereço de e-mail, número de telefone, data de nascimento, país de residência, idioma, gênero e fuso horário.
- **Informações que coletamos quando você utiliza nossos serviços**
Também coletamos e processamos informações sobre sua utilização dos nossos serviços. Essas informações podem ser sobre seu dispositivo, localização, interação com nossos serviços e outros usuários Nintendo, seu conteúdo e suas compras.
- **Informações sobre seu dispositivo**
Quando você utilizar nossos serviços, poderemos coletar informações específicas sobre seu dispositivo ou relacionadas a ele, como o modelo do produto, número de série, sistema operacional, configurações, desempenho do dispositivo, provedor de acesso à Internet, endereço IP e outros identificadores únicos.
- **Informações sobre sua localização**
Com sua autorização, poderemos coletar e processar informações sobre sua localização exata. Quando tivermos as informações sobre sua localização, elas serão utilizadas para adequar nossos serviços a você e outros usuários, auxiliando-o a estabelecer relações amigáveis com outros usuários Nintendo ou avisando aos seus amigos que você está nas proximidades.

Source: Super Mario Run App.

*Translation:
Nintendo Privacy Policy
Last Updated: 09/2017

At Nintendo, we know your privacy is very important to you, so please take the time to carefully read our privacy policy. Our policy is designed to help you understand the types of information that we collect, how we use and share the information and how the information is protected. This privacy policy applies to all Nintendo services that directly reference or link to this policy, but does not apply to Nintendo services that have separate privacy policies that do not incorporate this policy.

1. Types of information we collect

- **Information that you give to us**
When you register for and use our services we collect the information that you give to us. This may include information like your name, email address, phone number, date of birth, country of residence, language, gender, and time zone.
- **Information we collect when you use our services**
We also collect and process information about your use of our services. This can include information about your device, your location, your interaction with our services and other Nintendo users, your content and your purchases.
- **Information about your device**
When you use our services we may collect specific information about your device, and across your devices, such as the product model, serial number, operating system, device settings, device performance, Internet service provider, IP address and other unique identifiers.
- **Location information**
With your consent, we may collect and process information about your precise location. When we have your location information, we use it to tailor our services for you and others, like helping you establish friend relationships with other Nintendo users or telling your existing friends that you are nearby.

Cyberattacks, cybertheft and data leakage have been on the rise. These attacks have led to discussions about safety policies adopted by companies that store user data.

Six of the apps investigated in this study (Snack vs Block, PlayKids: Aprender Brincando, Pou, Slither.io, Meu Talking Tom, and Jogos Boutique Princesa Tailor) simply did not mention safety measures in their privacy policies. Among the others, only three (Football Strike, O Show da Luna! Jogos e Vídeos, and Toca Kitchen Monsters) described such measures. Furthermore, seven (Super Mario Run, Perguntados, Toca Kitchen Monsters, Duolingo, O Show da Luna! Jogos e Vídeos, Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time, and Creche Sweet Baby Girl 4) admitted that, even though they adopted safety measures, no safety structure is “impenetrable.”

Nine of the 20 apps did not address the deletion of user data (Snack vs Block, Once Upon a Tower, Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças, Patati Patatá, Os Pequerruchos, Pou, 8 Ball Pool, O Show da Luna! Jogos e Vídeos, and Jogos Boutique Princesa Tailor). The Civil Rights Framework guarantees to users the right to have their data erased when the relationship with the Internet app is terminated.¹³

Sixteen of the 20 apps stated that they collected usage data¹⁴. This includes information about app usage, user habits and preferences, and the most commonly accessed functionalities, revealing the behavior patterns and interests of users and the demand for functionalities in a given app.

Most of the time, this information was shared with third parties. In fact, most of the apps consulted admitted sharing information with advertisers, aggregate data analytics companies, and companies within the “same family.” The only exception was Jogos Boutique Princesa Tailor, which denied sharing personal user data with any third parties¹⁵. The privacy policy of Brazilian developer ZeroUm¹⁶ did not broach the issue: It said nothing about which data was shared, with whom, or with what intention. This is an important aspect that needs to be considered, since the exchange and combination of data among companies allows them to build detailed digital user profiles without their knowledge (Figure 11).

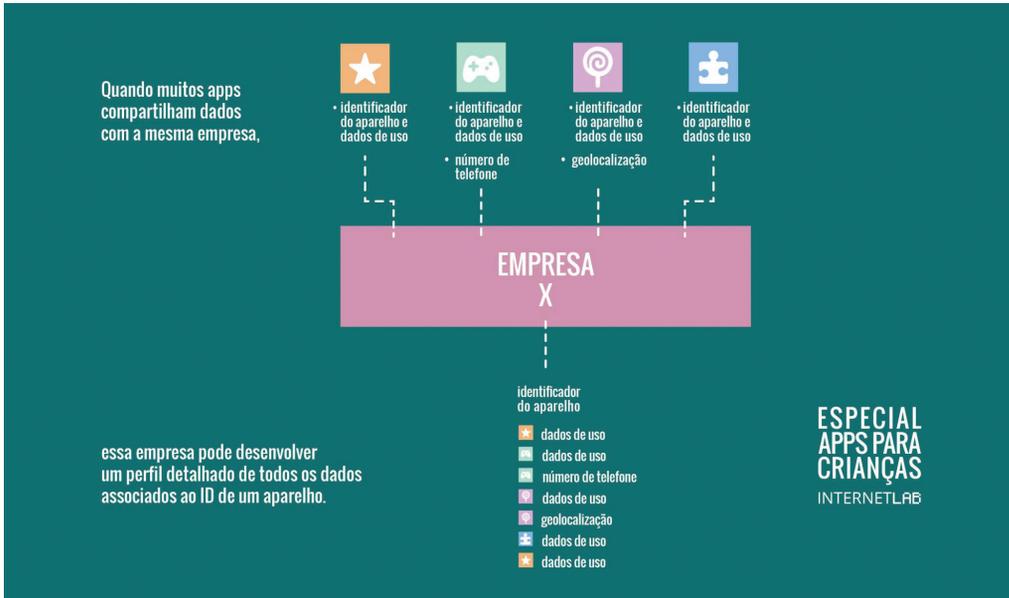
¹³ Article 7. Internet access is essential to the exercise of citizenship, and users are guaranteed the following rights: (...) X – the definitive elimination of the personal data provided to a given Internet application, at user request, at the end of the relationship between the parties, except in the case of mandatory log retention, as set forth in this Law (Brazilian Civil Rights Framework for the Internet, 2014).

¹⁴ Snack vs Block, Super Mario Run, Football Strike, PlayKids: Aprender Brincando, Toca Kitchen Monsters, Subway Surfers, Pou, Meu Talking Tom, 8 Ball Pool, Duolingo, Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças, Patati Patatá, Os Pequerruchos, Jogos Boutique Princesa Tailor, Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time and Creche Sweet Baby Girl 4. Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças, Patati Patatá and Os Pequerruchos did not expressly do so, but talked about identifying which of its products can interest users.

¹⁵ More information on the website that presents the game’s privacy policy: https://sites.google.com/view/funfox/privacy_policy

¹⁶ More information on the company’s website <http://www.zeroum.com.br/privacidade/>

FIGURE 11
SHARING PERSONAL USER DATA WITH THIRD PARTIES*
Ad platforms receive data from millions of apps and are able to build user profiles for targeted advertising



Source: Inspired by the FTC Report (2012).

*Translation:
APPS FOR CHILDREN SPECIAL
INTERNETLAB

When many apps share data with the same company,
that company can develop a detailed profile of all data associated with a particular device ID.

- Device ID and usage
- Device ID and usage
- Phone number
- Device ID and usage
- Geolocation
- Device ID and usage

COMPANY X

Device ID

- Usage
- Usage
- Telephone number
- Usage
- Geolocation
- Usage
- Usage

Another tool used to collect this type of data is cookies, text files whose main function is to store user preferences. Among the analyzed apps, 13 explicitly stated that they used cookies (Table 2). ZeroUm's privacy policy did not mention the topic.

TABLE 2
APPS THAT CONFIRMED THE USE OF COOKIES

APP NAME	USED COOKIES
Snake vs Block	No
Subway Surfers	No
Once Upon a Tower	No
Pou	Yes
Super Mario Run	Yes
Slither.io	No
Perguntados	Yes
Meu Talking Tom	Yes
Football Strike	Yes
8 Ball Pool	Yes
PlayKids: Aprender Brincando	Yes
Duolingo: Inglês e Espanhol	Yes
Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças	No
Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time	Yes
Patati Patatá	No
Creche Sweet Baby Girl 4	Yes
Toca Kitchen Monsters	Yes
O Show da Luna! Jogos e vídeos	Yes
Os Pequerruchos	No
Jogos Boutique Princesa Tailor	Yes

Source: prepared by the authors.

CONCLUSION

The findings of the present study (Table 3) reinforce the need for consistent, clear, and easily accessible information about whether apps provide users with the ability to make in-app purchases, interact with social media, and view advertising, so that parents can make informed decisions before allowing their children to use such apps. Because children cannot assess and judge these issues, consent must come from parents or legal guardians to be valid.

TABLE 3
MAIN FINDINGS OF THE STUDY

APP NAME	Transparency about the use of targeted advertising	Ability to carry out in-app purchases	Parental permission for purchases	Information about user data gathered by the app	Information about privacy policy on opening the app	Information about exclusion of user data	Statement confirming the collection of usage data
Snake vs Block		X					X
Subway Surfers		X		X		X	X
Once Upon a Tower		X					X
Pou	X	X		X			X
Super Mario Run		X			X	X	X
Slither.io				X		X	X
Perguntados	X	X			X	X	X
Meu Talking Tom	X				X	X	X
Football Strike	X	X				X	X
8 Ball Pool	X						
PlayKids: Aprender Brincando		X	X	X	X	X	X
Duolingo: Inglês e Espanhol	X			X		X	X
Galinha Pintadinha: Músicas e Jogos para Crianças			X				
Sweet Baby Girl Doll House – Play, Care & Bed Time		X				X	X
Patati Patatá			X				
Creche Sweet Baby Girl 4						X	X
Toca Kitchen Monsters			X		X	X	X
O Show da Luna! Jogos e vídeos		X	X				X
Os Pequerruchos		X					
Jogos Boutique Princesa Tailor							X

Source: prepared by the authors

However, how can this requirement be met when users are not asked about the content of these policies, nor do they have the possibility of partially consenting to the terms? While legal experts and designers discuss how to revolutionize the ways in which consent is obtained, we must work with what we have for now: terms and policies that dictate that users agree to the rules of the game, without providing them with any instrument for defense.

ON-LINE DISCRIMINATION AMONG CHILDREN: THE CHALLENGES OF EDUCATION TO PROMOTE DIVERSITY ON THE INTERNET

Juliana Cunha¹ and Rodrigo Nejm²

The ICT Kids Online Brazil survey indicators continue to show that Internet access by children is intense and frequent in the country (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2017a). Considering that the 2016 survey found that the proportion of Internet users between 9 and 17 years old (82%) was much greater than that of the general population (62%) (CGI.br, 2017b), many challenges related to education for conscious and responsible Internet use continue to be in the spotlight, especially when considering the references for social behavior available to new generations in digital contexts. Although the proportion of parents who are Internet users has also been on the rise – 50% in 2014 and 68% in 2016 – children cannot always rely on relatives or educators to assist them with socialization in digital environments, a crucial part of the process of developing identity, relationships, and social agreements. Furthermore, the human rights of these new generations are not an absolute priority in creating public policies that aim to provide massified and quality Internet access to maximize the opportunities favored by digital technologies.

Free production and circulation of content on the Internet helps expand access to, visibility of, and plurality of references that can inspire life projects and unique identities, especially when priority is given to promoting and defending human rights as milestones for the so-called knowledge society (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [Unesco], 2017). However, this increase in access and visibility can also facilitate the circulation of offensive and discriminatory content that stimulates direct conflict and intolerance, to the detriment of the valorization of diversity and dialogue. While Internet use has been incorporated into the most varied aspects of the life of new generations, and has become naturalized

¹ Psychologist with a master's degree in culture and society from the Federal University of Bahia (UFBA) and a member of the Scientific Association for the Psychoanalytical Field. She has 15 years of clinical experience with children and teaching at the university level; was a professor at the Institute of Psychology of UFBA and at Salvador University. At SaferNet Brazil, she is the coordinator of the Helpline, a national service to provide online guidance on safe Internet use. She also prepares educational material and lectures to raise awareness about the civic use of the Internet in Brazil.

² Psychologist with a PhD in psychology from the UFBA and educational director at SaferNet Brazil, coordinating national education projects on Internet-related human rights, in cooperation with the Federal Public Prosecutor's Office and departments of education. He has also been the coordinator of Safer Internet Day, since the event was first held in Brazil in 2009. He's a researcher in the Study Group on Interaction, Digital Technologies and Society and is doing post-doctoral studies in social psychology at UFBA.

(Giddens, 2009), the ability for critical use of the Internet and the recognition of online rights and duties are not always aspects that underpin better appropriation.

Within the wide range of opportunities and risks outlined by the ICT Kids Online Brazil survey in recent years, the present article proposes a brief reflection on the indicators related to discrimination witnessed or practiced by child Internet users in the country. Considering the current landscape of widespread circulation of discriminatory content on social networking websites and applications, it is worthwhile to reflect on the challenges faced by initiatives that seek to promote diversity and a culture of respect for human rights. These issues become even more urgent, given the risk of naturalizing and trivializing hate speech in the imaginary of the new generations for which the Internet is an increasingly important socialization context for the development of their identity.

The way children handle online discriminatory content and situations varies significantly. This is especially true in contexts in which urban violence and other forms of trivialized violence have already been naturalized, such as in peer and family relationships. At the same time, there are several possibilities for interpretation that adults, and even children themselves, can adopt when exposed to cases of violence online. The repercussions of emblematic cases of discrimination that circulate on digital media lead to social mobilization that reaches even the youngest audiences, who react according to the social and individual resources available to them (Chen, Ho, & Lwin, 2017), considering gender differences and social conditions (Ronis & Slaunwhite, 2017). Although they do not allow for deeper reflection on the plurality of possible responses, data from the ICT Kids Online Brazil survey and the SaferNet Helpline³ show that adolescents in particular have had increasing contact with these forms of online violence.

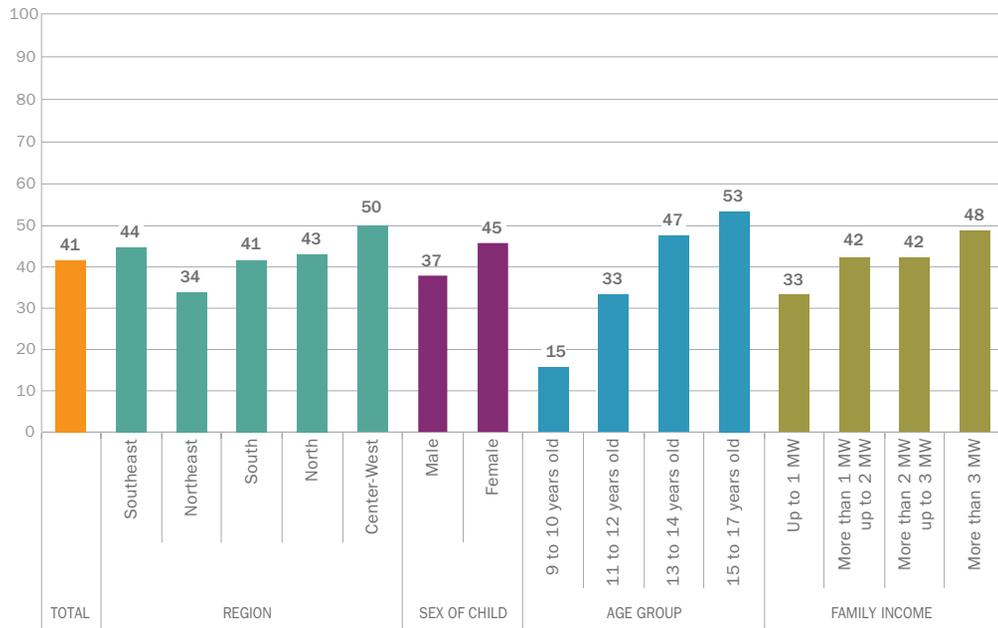
INDICATORS AND REPORTS OF ONLINE DISCRIMINATION AMONG CHILDREN

The indicators of the ICT Kids Online Brazil 2016 survey (CGI.br, 2017a) highlighted experiences of discrimination to which children are exposed on the Internet. Chart 1 shows that 41% of respondents between 9 and 17 years old had witnessed someone being discriminated against on the Internet, with growing incidence starting at 13 years old across all social classes.⁴ Chart 2 shows that the main reasons identified by this group reflect types of violence that recur in other socialization spaces: color or race (24%), physical appearance (16%), same-sex attraction (13%), religion (10%), and being poor (8%).

³ Online orientation channel operated by SaferNet Brazil by email and chat. More information on the service's website. Retrieved on April 25, 2018, from www.canaldeaajuda.org.br

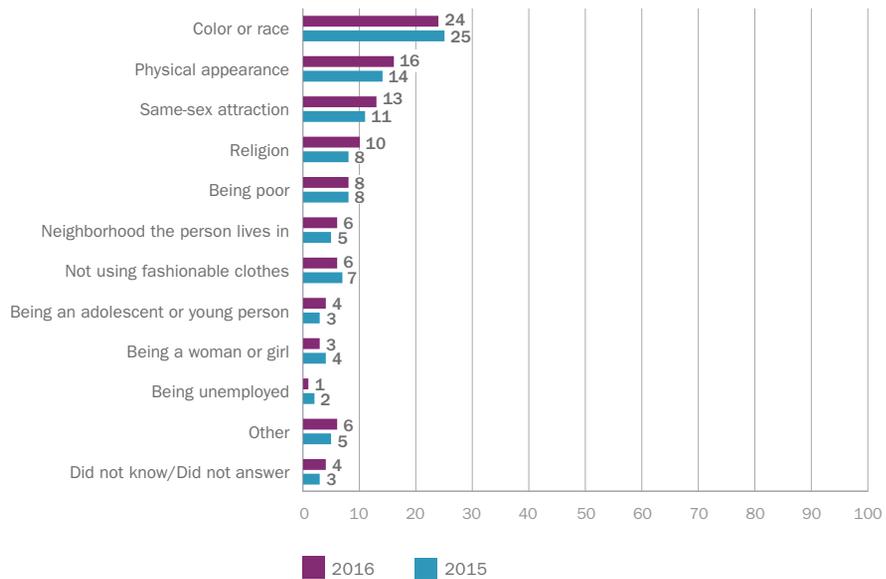
⁴ Recognizing these forms of discrimination is not such a simple task for a 9-year-old and the methodological challenges faced by surveys about these topics must be taken into account.

CHART 1
CHILDREN WHO WITNESSED SOMEONE BEING DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
Total number of internet users from 9 to 17 years old (%)



Source: CGI.br (2017a).

CHART 2
CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
Total number of internet users from 9 to 17 years old (%)



Source: CGI.br (2017a).

The indicators present higher percentages among older adolescents: 53% of those 15 to 17 years old had witnessed online discrimination, and for the same reasons: color or race (33%), physical appearance (24%), same-sex attraction (20%), religion (15%), or being poor (11%).

The proportion of children who had experienced direct discrimination on the Internet was much lower (7%). However, 23% of users 9 to 17 years old reported having received offensive treatment; in 2014, this proportion was only 15%. When asked about whether they had treated someone offensively, this proportion went from 9% in 2014 to 16% in 2016. The fact that 8% were unable to identify whether they had acted offensively is noteworthy precisely because of the difficulty that youths have in perceiving the boundaries between jokes, unintentional offenses and actual attacks, which, in some situations, depend on how they are received by victims.

While the data presented by the ICT Kids Online Brazil survey show a low proportion of direct victims, online intimidation and discrimination was the main reason victims sought out the SaferNet Helpline in 2017.

In 11 years of operation, SaferNet Brazil has helped 15,983 people in all of Brazil's 27 states. In 2017, 1,667 cases involving online violence were reported by victims. The most common type of report involved online offenses, intimidation, and discrimination, with 359 reports. Of these, 107 directly involved reasons such as gender (48%), race/ethnicity (18%), sexual orientation (17%), physical appearance (11%), and religious beliefs (6%) (SaferNet Helpline, n.d.).

The cases received by the Helpline are not representative because they are restricted to a very small universe of users who sought help from SaferNet Brazil. However, these reports can help elucidate the different modalities of online violence through the eyes of adolescents and youths. The excerpts below shine a light on how they perceive and identify discrimination based on their online experiences:

People threaten me both on and off the Internet because I am transgender and do not have a gender preference (Youth, 21 years old).

What happens if someone creates a page on Facebook making fun of you? On it they say that I'm fat and have no talent at all. This made my cutting worse and my paranoia with food has also gotten worse. I don't know, practically the entire school hates me (Adolescent, age not stated).

It's a game which many people around the world play together, and one of the users offended me by calling me a monkey, saying cuss words and threats (Adolescent, age not stated).

They're using offensive words such as fat and queer. The fat girl that the offender was referring to is my best friend, who suffers from anxiety and depression. She is doing really badly because of it (Adolescent, 16 years old).

My daughter received an audio message in the school group, a student threatening to rape her (Mother of an adolescent).

Several of my classmates and I have been exposed by one of our peers. There have been offenses regarding religion (implied) and sexual orientation (Adolescent, 14 years old).

DISCRIMINATION IS NOT CHILD'S PLAY: THE IMPLICATIONS FOR IDENTITY CONSTRUCTION AND WELL-BEING

Even though digital environments display unique characteristics in relation to other social spaces, they also reflect the norms and values of the different groups that compose them, enabling dialogue, disputes, and the crystallization or flexibilization of perspectives. In this context, adolescents can be understood not only as consumers of services and content, but also as having agency in producing narratives and references that extend beyond those provided by their closest family and social circles (Baym, 2010). Uncertainties about the power of new technologies and their potential to expand social contacts can generate tensions regarding the safety and freedom of adolescents (Livingstone, Haddon, & Görzig, 2012).

By strengthening communication and interaction among peers, the Internet provides many opportunities for adolescents to access plural identity references and experiment with the social repercussions of belonging to different groups. As an arena for contending for visibility of identity aspects that are silenced or belittled for being non-hegemonic, it also enhances expressions of violence in the form of racism, demands for beauty standards, gender discrimination, and intolerance of plurality in sexual expression. In the face of such complex disputes, it is worth noting the participation of children and some implications relevant to both the formation of their identity and dynamics of the Internet itself.

There is often a very fine line between “playing around” and offending someone, as perceived by both youths and the adults responsible for their care. When children experience discrimination because of color or race, sexual orientation, physical appearance, or any other aspect of their identity, it cannot be confused with joking or “playing around”. If adults and children themselves legitimize the circulation of this content as a simple form of joke, whether by remaining silent in response to discriminatory behavior, or by actively disseminating hate speech, the individual and collective implications can be extremely detrimental. While trivializing discrimination can devastate an individual's life project, its reproduction can consolidate a form of online social coexistence based on devaluation of diversity and incitement to violence.

The fact that only 11% of the parents of the children interviewed for the ICT Kids Online 2016 survey said that their children had experienced situations that bothered them or made them feel uncomfortable on the Internet clearly shows a mismatch with the data based on the children's accounts of offenses and discrimination they had experienced and witnessed. While only 6% of parents said that their children may have received offensive treatment on the Internet and 4% said their children may have behaved offensively, the proportion of youths who mentioned being in these situations was 23% and 16%, respectively (CGI.br, 2017a). As mentioned above, the recognition of discriminatory situations is a fine line for parents as well. In some cases, parents can legitimize the offenses practiced by their children, considering it “child's play,” or they can belittle the suffering of victims, considering them exaggerations or oversensitivity. Developing the critical ability to differentiate discrimination from playful situations is increasingly urgent for well-being in digital contexts, and is a critical issue for the comprehensive development cycle of new generations, who rely on the Internet as part of their socialization process.

The expectation that the Internet can strengthen the presence, voice, and visibility of historically invisibilized citizens cannot be achieved without effective educational efforts towards critical

and responsible appropriation by youths, starting with their first access. At the same time, the production of Internet content and the development of public policies that are adequate for children must also be encouraged (Livingstone, Carr, & Byrne, 2015). In a way, the data from the ICT Kids Online Brazil survey and the reports from the SaferNet Helpline indicate that complex debates about freedom of expression and respect for diversity must involve children. So-called “digital natives” are accustomed to using the Internet, but the social agreements they are consolidating in their mediated interactions will not “automatically” be guided by the precepts of citizenship and by critical thinking without effective education efforts in this direction. Anonymity, freedom of expression, peaceful resolution of online conflict, and a basic understanding of the biases of algorithms are also topics to be included in the repertoires of educators, parents, and all other agents who work with child protection. This is definitely not a simple task; however, it is increasingly necessary, both to ensure the rights of new generations, and to preserve the dynamics of openness and freedom made possible by the Internet.

CHALLENGES OF EDUCATION TO PROMOTE DIVERSITY ON THE INTERNET

In a Unesco document about the promotion of inclusive knowledge societies, freedom of expression and ethics on the Internet are considered keystones, in addition to issues relative to privacy and access to information and knowledge (Unesco, 2017). Once again, it is worth emphasizing that these issues can and should be incorporated in Basic Education so that, gradually, they can guide children’s appropriation of the Internet and other digital technologies during the development of their identity. In Brazil, a new opportunity has arisen to prioritize these topics with the creation of the National Common Curricular Base (BNCC), a document that establishes essential knowledge that students must acquire in the stages and modalities of Basic Education. Among the general competencies foreseen by the BNCC, there are several elements that underpin this reflection, such as General Competence 5:

To understand, use, and create digital information and communication technologies in a critical, meaningful, reflective, and ethical way in various social practices (including school) to communicate, access and disseminate information, produce knowledge, solve problems, and exercise agency and authorship in their personal and collective lives (Ministry of Education, 2018, p. 9).

Furthermore, the BNCC emphasizes the importance of exercising empathy, dialogue and conflict resolution, highlighting respect for human rights in social relationships. In this context in which Internet use is consolidated in early childhood, the development of skills to use digital media cannot be limited to technical issues related to informatics, robotics, or programming language. These are still important, but instrumental appropriation can be reconciled with critical and civic appropriation to encourage children to produce new content and technologies, not just consume them. Understanding the workings of the algorithms and content selection filters of the content they produce and access becomes vital, not only as a form of technical knowledge, but also as a capacity for self-knowledge. This ability helps them understand the social dynamics in which they develop and express their identities, recognizing the complex dynamics of contention for visibility and negotiation between plural narratives and identities.

Part of the work performed by SaferNet Brazil is to help translate these issues for educators, parents, childhood professionals, and children themselves through educational programs, campaigns, and support materials. In response to a scenario of polarized opinions and heightened hate speech, including among the youngest population, one of the initiatives in progress aims precisely at the creativity of adolescents and youths in producing counternarratives to stand up to online hate speech. The SaferLab⁵ is a laboratory of ideas that supports the agency of youths in creating initiatives that help make the Internet a better place, with more dialogue and respect for diversity. In addition to the legal solutions provided for by law, non-regulatory and social mechanisms must be strengthened to face the dissemination of materials that incite hate on the Internet. The SaferLab is part of this effort, proposing a constructive approach to the problem, empowering groups that are usually the most targeted by this type of speech, so that they themselves can occupy the Internet with counternarratives that encourage dialogue and respect for diversity. The project will provide resources, training, and mentorship so that other, more positive voices and discourses can occupy the great public space that is the Internet. These efforts are coupled with the still-difficult process of incorporating digital technologies into education, but focus on the urgency of achieving critical use of digital media as tools to exercise citizenship, as provided for in Article 26 of the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet (Law no. 12.965/2014, 2014).

CONCLUSION

The development of emotional and social competencies that favor the civic use of digital networks deserves special attention. Otherwise, the trivialization of hate speech among youths could lead to a tragic scenario that devalues diversity of identities and the power of digital technologies to catalyze the development of a culture that is based on the recognition of the value of diversity. In the fight for visibility, the plurality of identities and narratives can be restricted by the dynamics of intolerance and polarization, in some cases reinforced by the technical conditions of digital platforms. Alternatively, visibility can be achieved and disseminated based on plurality, resulting in negotiation processes, temporary disagreements, and agreements that allow for peaceful and responsible online coexistence starting in childhood. Thus, digital technologies can remain allies of human rights promotion and defense, and not merely act as another environment that legitimizes violence and inequality.

For many children, access to basic human rights is still a privilege. Also, urban and institutional violence still kills boys and girls from groups that have been historically exploited and invisibilized by public policies. At the same time, a growing number of life aspects are mediated by digital technologies, in different social classes and age groups, enabling new forms of expressions and strengthening unique identities. In this context, education for the critical appropriation of these technologies becomes associated with the exercise and defense of a wide range of rights, and not just those limited to digital contexts.

⁵ Details on the project and available support materials on SaferLab's website. Retrieved on February 2, 2018, from www.saferlab.org.br

REFERENCES

- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press.
- Brazilian Civil Rights Framework for the Internet, Law no. 12.965, of April 23, 2014. (2014). Establishes principles, guarantees, rights and duties for Internet use in Brazil and determines guidelines for the actions of the Union, the states, the Federal District and municipalities regarding the topic. Retrieved on April 25, 2018, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm
- Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017a). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT Kids Online Brazil 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017b). *Survey on the use of information and information technologies in Brazilian households: ICT Households 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Chen, L., Ho, S. S., & Lwin, M. O. (2017). A meta-analysis of factors predicting cyberbullying perpetration and victimization: From the social cognitive and media effects approach. *New Media & Society, 19*(8), 1194-1213.
- Giddens, A. (2009). *A Constituição da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes.
- Livingstone, S., Carr, J., & Byrne, J. (2015). *One in three: Internet governance and children's rights*. Centre for International Governance Innovation. Retrieved on February 2, 2018, from <https://www.cigionline.org/publications/one-three-internet-governance-and-childrens-rights>
- Livingstone, S. M., Haddon, L., & Görzig, A. (Eds.) (2012). *Children, risk and safety on the Internet: Research and policy challenges in comparative perspective*. Bristol: Policy Press.
- Ministry of Education – MEC (2018). *Base Nacional Comum Curricular: Educação é a base*. Retrieved on April 25, 2018, from http://basenacionalcomum.mec.gov.br/wp-content/uploads/2018/04/BNCC_19mar2018_-versaofinal.pdf
- Ronis, S., & Slaunwhite, A. (2017). Gender and geographic predictors of cyberbullying victimization, perpetration, and coping modalities among youth. *Canadian Journal of School Psychology, 62*, 1-19.
- SaferNet HelpLine (s.d.). *Indicadores*. Retrieved on February 2, 2018, from www.helpline.org.br/indicadores
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – Unesco (2017). *Keystones to foster inclusive knowledge societies: access to information and knowledge, freedom of expression, privacy and ethics on a global internet*. Paris: Unesco. Retrieved on February 2, 2018, from <http://unesdoc.unesco.org/Ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=260742&gp=&lin=1&ll=f>

GIRLS ONLINE: THE PERCEPTIONS OF GIRLS ABOUT ONLINE GENDER VIOLENCE

Luísa Martins Barroso Montenegro¹, Luana Ferreira Alves², Amanda Calixto Silva³ and Larissa Gonçalves Mangabeira da Silva⁴

INTRODUCTION

The socially determined roles of men and women are quite disparate, in terms, not of biological differences, but of unequal treatment, based on the discourses systematically repeated by society. These discourses, which insist on binary ideological constructions of gender rivalry that impose characteristics and categories on males and females, legitimize “a discourse of domination inscribed in discursive formations that value these meanings over biological nature” (Borges-Teixeira, 2009).

In this context, various mechanisms emerge to control, submit and dominate the bodies, desires, subjectivities and freedom of women and girls. With the popularization of the Internet and its tools, these mechanisms are transposed onto the digital environment, where their reach is greater. According to data from the Helpline of the nongovernmental organization Safernet, in 2016, over 600 cases of revenge pornography and cyberbullying were reported – mostly by women (Safernet, 2018). The report “Violence, suicide and crimes against the honor of women on the Internet” (*Violência, suicídio e crimes contra a honra de mulheres na Internet*), produced by the Secretariat of Women of the Chamber of Deputies (Grangeiro, 2017), analyzed cases publicized in the media. It showed that between 2015 and 2017, 500 cases of revenge porn were reported, in addition to more than 1,000 cases of libel and defamation, and 127 suicides motivated by exposure on the Internet – and once again, girls and women are the biggest victims.

¹ PhD candidate in communication and culture policies from the University of Brasilia (UnB), master’s and undergraduate degrees in organizational communication from UnB. Researcher for the research group Escola de App: Enfrentando a Violência *On-line* de Gênero (App School: Facing Online Gender Violence).

² Master’s candidate in communication and culture policies from UnB and undergraduate degree in history from the Goiás State University (UEG). Researcher in the research group Escola de App: Enfrentando a Violência *On-line* de Gênero (App School: Facing Online Gender Violence).

³ Undergraduate student in organizational communication at the UnB School of Communication, researcher in the research group Escola de App: Enfrentando a Violência *On-line* de Gênero (App School: Facing Online Gender Violence).

⁴ Undergraduate student in organizational communication at the UnB School of Communication and scholarship holder in the research group Escola de App: Enfrentando a Violência *On-line* de Gênero (App School: Facing Online Gender Violence).

There are still few studies about online gender violence, and Brazilian legislation does not encompass all the situations that emerge from online interactions and violence. In most cases, the law is used in analogy, such as in cases of virtual rape and crimes against honor⁵ (Sousa, Scheidweiler, & Montenegro, 2017). If the female condition makes women vulnerable on the Internet, girls are at an even greater risk, because, in general, their tormentors are boys their age – which means that penal sanctions are not applicable. Furthermore, girls are more afraid of their families' reactions and social judgment (Valente, Neris, Ruiz, & Bulgarelli, 2016).

The aim of the present article was to investigate how girls from public schools understand online gender violence, addressing their experiences, reflections and relationships on the Internet. This proposal is part of the Escola de App project⁶ ("App School project"). The general objective was to understand the characteristics of the different types of gender violence suffered on the Internet by girls in their first and second years at the Asa Norte Secondary School (Cean) of Brasília (Federal District), Brazil. The specific goals were to define the types of violence suffered by girls on the Internet; establish the most frequent types of violence; map the support network for girls who face online gender violence; determine the effectiveness of these support network; and identify the consequences of such violence, for victims and perpetrators.

Online gender violence is defined as violence against women and girls in the virtual environment (Sousa et al., 2017). This violence emerges from the resurgence, repetition and proliferation of the power relationships present in patriarchal society, and its goal is to conquer, subjugate, condition, and dominate women and girls' bodies, wills, and sexuality – both on and off the Internet. According to Sousa et al. (2017), "This type of violence includes what has already been defined in the literature as cyberbullying, revenge porn, stalking, slut-shaming, virtual rape, and online misogyny". Considering the enormous potential of the Internet to propagate content, the consequences of online gender violence are highly detrimental and can result in severe cases of depression and suicide (Sousa et al., 2017).

Online gender violence is symbolic, since it is expressed through language, and systemic, since it reproduces power relationships rooted in the sexist and patriarchal structure of society. Symbolic violence sediments stereotypes and prejudice, operating as an instrument of domination (Sousa et al., 2017).

In terms of methodology, a focus group was utilized; this is a research technique that stimulates discussions and free association of ideas (Neto, Moreira, & Sucena, 2002). Focus groups are conversations guided by a mediator based on a script, in which participants are encouraged to freely share their ideas and feelings, freely responding based on the statements of other participants. To guide the focus group, a basic script was created according to the research objectives, including eight questions: two initial icebreaker questions; two about the type of

⁵ Virtual rape is defined as the use of threats and violence on the Internet to obtain intimate and sexual content (Caramigo, 2015). According to Brazilian legislation, crimes against honor include libel, in Brazilian legislation is falsely accusing someone of a crime; defamation, which consists of making statements damaging to a person's reputation; and injury, which consists of offending a person's dignity or decency (Brazilian Penal Code, 1940).

⁶ Escola de App ("App School") is a research and outreach project coordinated by Dr. Janara Kaline Sousa, a graduate-level professor in the School of Communication of Brasília who completed her post-doctoral internship in communication at the University of Minho, in Braga (Portugal). The project is dedicated to understanding the nuances of online gender violence, especially violence directed at girls. The Escola de App also proposes interventions, promoting discussions in public high schools and teaching girls to program applications, to discuss online gender violence and empower them technologically.

online violence suffered by the girls; two about their support network; and the last two about the consequences for victims and perpetrators.

GIRLS ONLINE: AN ANALYTICAL DESCRIPTION OF THE FOCUS GROUP

The focus group was conducted on October 16, 2017, on a Monday afternoon at a public school in the city of Brasília (Federal District), Brazil, and lasted one hour. The school was chosen based on a recent episode reported by the school administration, in which a female and male student were filmed kissing at school, and the girl began to be bullied⁷ on social networks. Although the ideal number of participants in a focus group is no more than 12 (Neto et al., 2002), the present study included 20 girls in their first and second years of Secondary Education – i.e., everyone who was interested. This concession was made because the researchers understood that the group would also be a time for catharsis and reflection, and they did not wish to deny any interested girls the chance to share their experiences. All the names used here are fictitious to preserve the girls' anonymity. During the entire focus group, two researchers took notes on the participants' reactions and gestures in response to each question and topic that was broached.

The resulting material was transcribed and analyzed according to four categories, as per the objectives described in the introduction: types of online violence suffered by girls and most frequent types of violence; support network and their effectiveness; consequences for victims; and consequences for perpetrators.

TYPES OF ONLINE VIOLENCE SUFFERED BY GIRLS AND MOST FREQUENT TYPES OF VIOLENCE

During the focus group, the girls shared several situations involving cases categorized as bullying related to photos or leaked photos and videos on social networking websites, which led to the conclusion that bullying was the most common type of violence suffered by the girls. Leaking nudes was the second most common form of violence. The difference in frequency between the two is that leaking intimate photos is always followed by bullying, but bullying is not only due to the leaking of photos. Below is an excerpt from Mariana, a girl who practiced self-harm, changed schools, and attempted suicide three times because of bullying on social networking websites:

There was a time at school that they started sharing pictures of me without me knowing and not only in school, but also in the condominium where the school is located. Then, after a while I learned that they called me names and took pictures of me and shared them, I didn't know.

⁷ According to Lopes Neto (2005), "Bullying includes all types of aggressive, intentional and repetitive acts that occur without an apparent reason, practiced by one or more students against another or other students, causing pain and distress, carried out within an asymmetrical power relationship".

The third most common form of violence was virtual rape, a modality in which the perpetrator threatens the victim's physical and moral integrity and demands intimate photos and videos (Sousa et al., 2017). The other forms of violence reported included receiving unrequested intimate photos; exposing genitalia to humiliate or embarrass the victim; sexting; and photomontages of the girls with other photos considered socially embarrassing.

The main types of bullying involved appearance and sexual orientation. It is worth noting that the girls were punished for features considered to be outside the norm, such as being overweight and not removing body hair; however, they were also bullied for having what they called – on several occasions – a “body” – having desirable physical characteristics and related to sexuality.

Sexual-related bullying was accompanied by the leaking of intimate photos or videos, expressed in terms of judgment of character, slut-shaming and body-shaming⁸. Leaking nudes was not necessarily linked to a relationship (recent or “stable”); it also took place through the invasion of privacy by peers who invaded other people's mobile phones and forwarded the photos, as described by Sara:

A picture of me was spread online, and when I went to talk to my brother about it, actually, it wasn't my brother, it was my mother, but then my brother butted into the conversation and said that it was my fault. But it really wasn't my fault, it was the boy's fault, because I trusted him, he had been by my side for three years.

SUPPORT NETWORK AND THEIR EFFECTIVENESS

Regarding support network, the greatest source of support for girls in situations of violence and vulnerability was other girls. Most said they sought out the support of friends when they suffered online gender violence. The presence of family in their network was more ambivalent: The participants had different opinions about whether to seek out family support in cases of violence. However, in all the responses in which the family was mentioned as a support network, only specific members were cited, such as mothers or aunts. Because these family figures appeared in the girls' speech in a one-off manner, it can be inferred that the family, as a structure, did not operate as a support network. Indeed, there were various accounts in which family members blamed the victim.

Regarding the school, there was no ambivalence: With the exception of a specific employee, all the girls were emphatic in stating that they did not consider the school a support network. On the contrary, several girls reported cases in which the school punished the victims, calling in the parents to show them the photographs or videos.

⁸ Slut-shaming and body-shaming are ways of stigmatizing women and girls who do not conform to society's sexual norms or body ideals, respectively.

CONSEQUENCES FOR VICTIMS

The consequences of online gender violence included physical violence, name-calling on the street, bathroom graffiti, and throwing stones at the victims' houses. One of the girls reported a case in which her sister-in-law was beaten by her ex-boyfriend and friends because he believed there was a leaked nude photo of her.

They beat her up because she'd always had a "body". Since she was a little girl, it's genetic. She always had a body. Then there was this picture, but nobody was sure it was her. And the boy she was with at the time thought it was her, so he gathered a bunch of other boys together and they beat her up. The photo wasn't of her, but it really looked like her, because she had that kind of body. But she had a birthmark and there wasn't any birthmark in the picture, but he didn't want to hear about it. Just because she looked like the girl and people would come up to him and ask, "Is that your girlfriend?", he went and beat her up. (Simone)

The consequences also included depression, self-harm, and suicide attempts. Depression was the most common: Although not always verbalized, many of the situations described by the girls fit the description of depressive disorders. Self-harm was very common, with various accounts. Suicide attempts were reported by Mariana, who had made three attempts because of the bullying she had suffered on social networking websites.

CONSEQUENCES FOR PERPETRATORS

When asked about the consequences for perpetrators, all the girls emphatically stated that there were none. Their body language denoted disbelief: They looked at each other, laughed sarcastically, and shook their heads. They began reporting cases in which the perpetrators were unscathed and the victims were blamed, as described by Flávia:

In the end nobody found out and she didn't have the courage to tell anyone. I was her friend and she would tell me everything, and I didn't say a word, because I didn't know whether to tell the principal or what to do. The boy ended up getting away with it, they stopped hooking up and nothing came of it, except for her, who was left upset.

Various accounts included solidarity and sorority⁹ in cases of online gender violence suffered by others. However, many girls referred to social structures that pitted them against each as competitors, while also emphasizing the issue of having to make fun of others to fit in. In other words, some girls pick on others to be accepted by the group and to avoid being the target of such actions.

⁹ Costa (2004) posited that "the idea of sorority or sisterhood is that of the strength behind the coming together of women, acknowledged as equal in their biology, and who join forces in a common fight against women's inequality in relation to men".

DISCUSSION AND FINAL CONSIDERATIONS

According to Angela Davis (1997), “It is necessary to establish the relationships between gender, race, class, and sexuality”. Based on this outlook, the violence suffered by the girls in their first and second years at the public secondary school selected for this study was cross-sectional, i.e., it was not limited to gender, but included race and social class. The accounts showed that one category does not exclude the others; in fact, they often crossed over in the girls’ speech. Thus, reports emerged about bullying because of physical appearance, such as one’s hair and simpler clothing. As posited by Davis (1997), gender is also read through the lenses of race and class – and vice versa – similar to how one girl said she had been bullied both because of her hair – which the perpetrators called “nappy” – and for having a body that did not conform to the dominant norm of thinness.

Another important point that emerged in the girls’ reports was the central role of the Internet and social networking websites in their social and love lives. These platforms emerge not only as spaces for one-off interactions, but also as extensions of the classroom, friend groups, and parties on the weekend. In their accounts, it was difficult for the participants to keep on the topic of the Internet: Their narratives began at school, included the mediation of social networking websites, and resulted in consequences in the “real world,” in a type of “weave” between the real and virtual structure that, ultimately, breaks down the barrier between these two realities. Thus, online gender violence cannot be considered less important than other forms of violence. In fact, according to sociologist Sherry Turkle (1999),

I believe we are making a big mistake when talking about real life and virtual life, as if one were real and the other not. As people begin to spend time in virtual spaces, there is pressure, a type of expression of human desire to make the frontier between real and virtual more permeable. In other words, I believe that while experts continue to discuss the real and the virtual, people build a life in which these frontiers are increasingly permeable. (p. 118)

Both the accounts and the expressions and reactions of the focus group participants showed that the practice of exchanging nudes and sexting¹⁰ are constituent elements of the girls’ sex and love lives. Only one participant openly stated that she did not send intimate photos. However, even her account expressed the naturalization, familiarity and proximity of nudes with the girls’ realities.

It is worth emphasizing that, even though it is a common practice, girls did not feel safe sending intimate photos. All of them had at least one account of a situation in which images of a girl were leaked, in very different types of situations: with a boy she was hooking up with for a short while, or a long-lasting relationship; photos in which she appeared naked or only in her underwear; showing or not showing her face. In other words, this form of violence occurs despite any measures they could take to protect themselves.

The girls did not blame the victims who suffered violence such as leaked nudes or revenge porn. However, even though they did not reproduce discourses that openly blamed victims,

¹⁰ A practice in which two people exchange sexual messages. Currently, this includes images (Mitchel, Finkelhor, Jones, & Wolak, 2012).

they often tried to “justify” sending an intimate image, reproducing the discourse of trust, which may be a sign of interiorized victim-blaming. Judith Butler (2003) emphasized the role of discourses in the naturalization of gender categories, pointing to the importance of language in the interiorization of characteristics that can be activated, like control mechanisms. In other words, by justifying the actions of another girl who sent intimate photos, even though they did not judge her, the participants showed that they had interiorized the discourse that blames victims for the violence they suffer. This can be related to the naturalization of discourses related to the control of women’s sexuality.

Finally, the results of the present study showed that girls are in a vulnerable position on the Internet. With the connection dynamics and the reproduction of social spaces on social networking websites, the Internet can be a violent and unsafe place for girls, reproduced 24 hours a day. Bullying that would normally end as soon as girls left the classroom and went home now continues in WhatsApp groups, Instagram comments, and the Facebook Feed. At the same time, girls navigate their sexuality in the troubled waters of the Internet, feeling their way around an unregulated and hostile environment in which they are the main victims of violence.

REFERENCES

- Borges-Teixeira, N. (2009). Discurso publicitário e a pedagogia de gênero: Representações do feminino. *Revista da ESPM – Comunicação, Mídia e Consumo*, 6(17), 37-48.
- Brazilian Chamber of Deputies. *Violência, suicídio e crimes contra a honra de mulheres na Internet*. Retrieved on April 12 2018, from <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossie/violencias/violencia-de-genero-na-Internet/>
- Brazilian Penal Code – Decree Law no. 2.848, of December 7, 1940 (1940). Articles 213, 214 and 216. Retrieved on October 15, 2018, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del2848compilado.htm
- Butler, J. P. (2003). *Problemas de gênero: Feminismo e subversão de identidades*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Caramigo, D. (2015). Estupro virtual: Um crime real. *Canal Ciências Criminais*. Retrieved on October 14, 2018, from <https://canalcienciascriminais.jusbrasil.com.br/artigos/323390332/estupro-virtual-um-crime-real>
- Costa, S. G. (2004). Movimentos feministas, feminismos. *Revista Estudos Feministas*, 12 (Special number).
- Davis, A. (1997). *As mulheres negras na construção de uma nova utopia*. Conference held on December 13, 1997 in São Luís (Maranhão, Brazil) on I Lélia Gonzales Cultural Day, promoted by the Center for Black Culture of Maranhão.
- Grangeiro, J. J. M. (2017). *Violência, suicídio e crimes contra a honra de mulheres na Internet*. (Report of cases appearing in the media between January 2015 and May 2017). Brasília: Secretariat for Women – Chamber of Deputies.
- Lopes Neto, A. A. (2005). Bullying: comportamento agressivo entre estudantes. *Jornal de Pediatria*, 81(5), s164-s172.
- Mitchel, K., Finkelhor, D., Jones, L. M., & Wolak, J. (2012). Prevalence and characteristics of youth sexting: A national study. *Pediatrics*, 129(1), 13-20.

Neto, O. C., Moreira, M. R., & Sucena, L. F. M. (2002). Grupos focais e pesquisa social qualitativa: o debate orientado como técnica de investigação. *Meeting of the Brazilian Association of Population Studies*, Ouro Preto, MG, Brazil, 8.

Safernet (2018). *Indicadores*. Retrieved on April 12, 2018, from <http://indicadores.safernet.org.br/indicadores.html>

Sousa, J., Scheidwieler, G., & Montenegro, L. (2017). O ambiente regulatório brasileiro de enfrentamento à violência de gênero. *XV IBERCOM Congress Annals*, Catholic University of Portugal, Lisbon, Portugal. To be published.

Turkle, S. (1999). Fronteiras do real e do virtual. *Revista Famecos*, 6(11), 117-123.

Valente, M. G., Neris, N., Ruiz, J. P., & Bulgarelli, L. (2016). *O corpo é o código: Estratégias jurídicas de enfrentamento ao revenge porn no Brasil*. São Paulo: InternetLab.

WHAT SCARES CHILDREN ON THE INTERNET IN BRAZIL: RESPONSES OF CHILDREN IN BRAZIL BETWEEN 2012 AND 2014

Zena Eisenberg¹, Laura Cristina Stobäus², Rosália Duarte³ and Clara de Melo Araujo⁴

INTRODUCTION

The analysis presented in this article was produced by the Human Development and Education Study Group (Grudhe) and Education and Media Study Group (Grupem) of the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (PUC-Rio). The aim was to compare and contrast data from the ICT Kids Online Brazil surveys conducted between 2012 and 2014, a period during which the survey instruments included the following open question: “What upsets, bothers or scares people your age on the Internet?” (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br] 2013; 2014; 2015).

The results of the analysis of the 2012 survey (Castro, Eisenberg, Duarte, & Carvalho, 2016) showed that, at the time, children 9 to 16 years old were most upset by the conduct of people on the Internet, i.e., how Internet users behave online, which most respondents considered inappropriate, immoral or unethical. The content of what is published on the Internet ranked second among the participants, who mentioned themes such as pornography (the most-cited topic), accidents, gore, drugs, and negative news.

Any conduct with potentially undesirable results, according to Boyer (2006), can be considered risk behavior. Online risk behaviors among adolescents are a particular cause for concern, as this is a critical period between childhood and adulthood in which youths are bombarded with enormous amounts of information through different social media and the Internet (Lau &

¹ Professor in the Department of Education of the Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro (PUC-Rio), where she coordinates the Human Development and Education Study Group (Grudhe).

² Post-doctoral researcher in the Department of Education at PUC-RIO with a scholarship from the Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel National Program (Capes) and member of Grudhe.

³ Professor in the Department of Education of PUC-Rio, where she coordinates the Education and Media Study Group (Grupem).

⁴ Undergraduate student in education at PUC-Rio, with a scholarship from the Institutional Scientific Initiation Scholarship Program (PIBIC) of the National Council for Scientific and Technological Development (CNPq) and member of Grudhe.

Yuen, 2013). According to Lau and Yuen (2013), boys have been found to engage in more risky online behaviors than girls. Crowell (quoted in Lau & Yuen, 2013) argued that the Internet has facilitated the creation of “psychological distance” between users, loosening social and moral constraints and, consequently, increasing the occurrence of unethical behaviors.

In a more recent article, Sozio et al. (2015) compared the results of the ICT Kids Online Brazil survey with those of seven countries in Europe. Their analyses showed that Brazilian children 9 and 10 years old used the Internet (52%) more than European children. Among children 11 and 12 years old, 75% used social networking websites, placing Brazil behind only three countries in this aspect in the study’s ranking. The authors also observed that 43% of girls kept their online profiles private, while this percentage was only 19% among boys.

The current article presents a comparative analysis of the 2012, 2013 and 2014 results of the survey conducted by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br). The analysis presents the profile of the participants and what they said bothered them online, considering sociodemographic characteristics – sex, age, race, social class, and region – associated with their answers to the open question.

PARTICIPANTS

The ICT Kids Online Brazil survey used different samples in each edition. Table 1 summarizes the profile of the sample in the years considered in this analysis.

TABLE 1
PROFILE OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY SAMPLES (2012 - 2014)

	2012 (N=1 580) %	2013 (N=2 261) %	2014 (N=2 105) %
Age group			
9 to 10 years old	21	20	15
11 to 12 years old	25	21	23
13 to 14 years old	27	23	26
15 to 17 years old	27	36	36
Sex			
Male	49	48	47
Female	51	52	53
Social class			
AB	23	25	19
C	61	57	58
DE	16	18	23

CONTINUES ►

► CONCLUSION

	2012 (N=1 580) %	2013 (N=2 261) %	2014 (N=2 105) %
Race			
White	37	37	34
Black	7	10	10
Brown	54	50	52
Others	1	1	3
Region			
Center-West and North*	23	30	22
Northeast	27	22	42
Southeast	39	37	26
South	10	11	10

Note: (*) The data from the Center-West and North region were combined in the database.

Source: Created by the authors based on the ICT Kids Online Brazil surveys (CGI.br, 2013, 2014, and 2015).

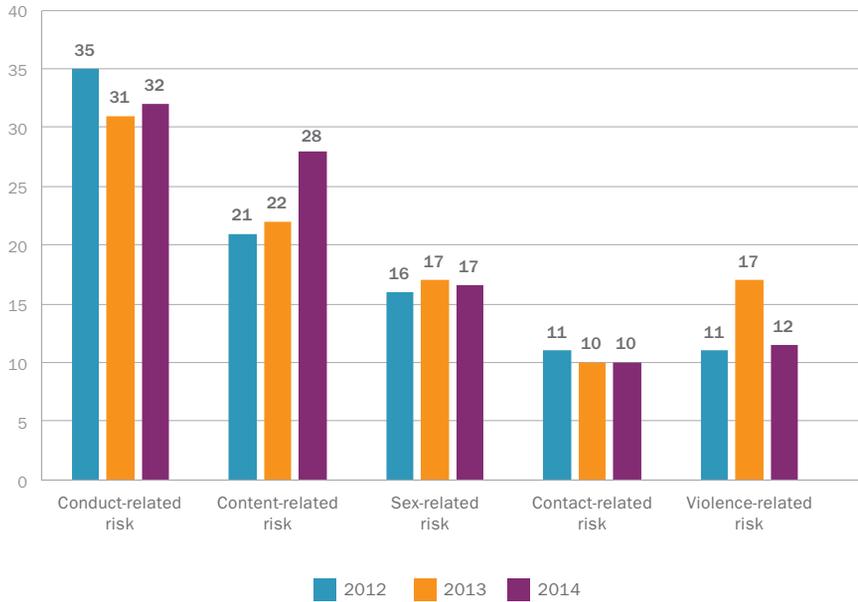
The data was analyzed using Atlas.ti (2002) and SPSS v.20 software programs. Atlas.ti is qualitative analysis software and was used to create codes and then cluster them into families. A total of 83 codes was created and clustered into five families of things that bothered the participants online. These include:

1. Conduct-related risks: how people behave online, which involves nicknames, disrespect, swear words, exposure, bullying, among others;
2. Content-related risks: strong topics or themes, such as content considered inappropriate for children, scenes portraying exorcism or accidents, among others;
3. Perception of sex: sex scenes, nudity, pornography, among others;
4. Contact-related risks: contact with or harassment from unknown or undesirable people, or unknown adults;
5. Perception of violence: physical aggression, mistreatment, murder, among others.

ANALYSIS

Chart 1 presents the frequency of each code family in the three editions of ICT Kids Online Brazil.

CHART 1
PERCEIVED RISK OF EACH CODE FAMILY MENTIONED (2012 - 2014)
Proportion of the total number of Internet users 9 to 17 years old



Source: Created by the authors based on the ICT Kids Online Brazil survey (CGI.br, 2013; 2014; 2015).

On first review, the results of the three studied years are quite uniform. The conduct-related risk was the family most frequently mentioned in all of the analyzed years, followed by content-related risks in second place, and sex-related content in third. The least-mentioned family was contact-related risks. Only violence-related risks showed a peak in 2013.

On closer examination, the chart reveals the surprising fact that not only was there consistency in the order of frequency of code families, but also in the proportion in which they occurred. The anomaly in this pattern (violence-related risk) calls for consideration of the happenings of 2013. In that year, there were numerous street protests in Brazil, which often resulted in extensive broadcasting of images of violence on the Internet, which may explain this particular finding.

The second stage of analysis was to identify possible relationships between the profile of the participants and the reported risks. To this end, chi-squared tests were conducted by crossing sociodemographic variables with code families.⁵ Each sociodemographic variable is discussed below, with the goal of outlining a profile of the participants in terms of their concerns when using the Internet.

⁵ A chi-squared test verifies the difference between observed values and expected values, and whether they are significant. This calculation is based on the contrast between the gathered data and the expected data, in case there are no differences. Every time we refer to the expected results in the text, we are talking about the statistical data.

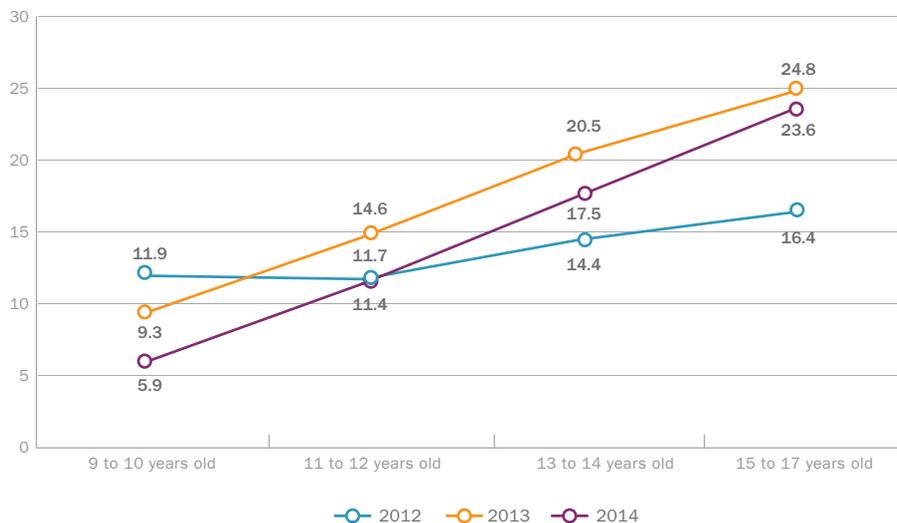
AGE GROUP

Age group and conduct-related risk were associated in all of the studied years - older participants (13 to 17 years old) expressed this concern more frequently, a finding that was significant.⁶ On the other hand, children 9 and 10 years old mentioned this risk less than expected, especially in 2012 (22%) and 2013 (24%). This may be because small children are in the process of building the moral autonomy that enables them to critically assess their own ethical conduct and that of others with whom they interact in the settings they participate in.

Contact-related risks were also more present among older adolescents in 2013 and 2014⁷; however, in 2012, there was no relationship between this code family and age group. There was also no association between age and violence- or content-related risks, i.e., regardless of age, children are capable of identifying behaviors that can be harmful to them, which may in part be a result of discussions promoted in schools and at social events or those broadcast by the media.

It is worth highlighting the results for sex-related content, which presented a clear ascending curve: "concern" about exposure to sexual content grew with age, being mentioned more by older participants as something that bothers people their age, as shown in Chart 2.

CHART 2
PERCEPTION OF SEX-RELATED CONTENT IN DIFFERENT AGE GROUPS (2012 - 2014)
Proportion of the total number of Internet users 9 to 17 years old



Source: Created by the authors based on the ICT Kids Online Brazil survey (CGI.br, 2013; 2014; 2015).

⁶ 2012: $X^2(3) = 8,69$, $p < 0.05$ and 2013: $X^2(3) = 20,054$, $p < 0.001$

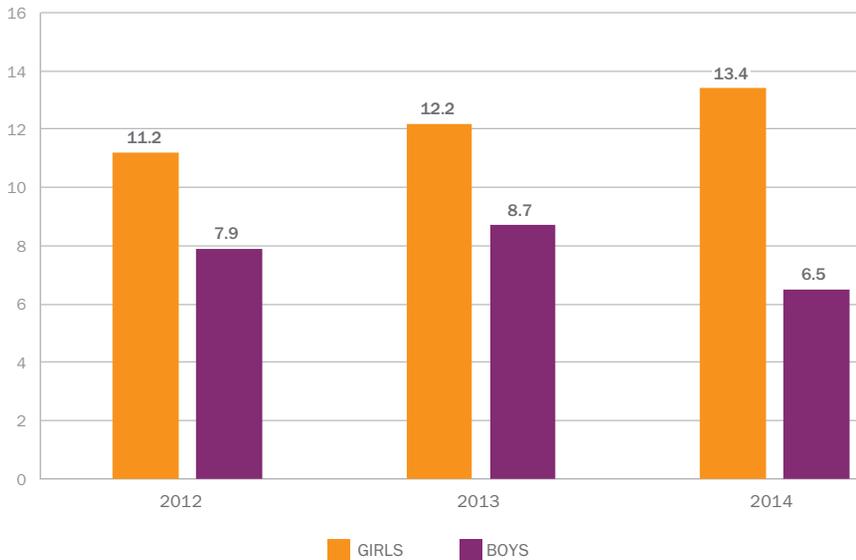
⁷ 2013: $X^2(3) = 18,060$, $p < .001$ and 2014: $X^2(3) = 10,234$, $p < .05$

SEX OF PARTICIPANT

Most code families presented an interesting phenomenon, differentiating boys from girls: in general, girls presented more concern than expected, and boys presented less concern than expected. This pattern was observed for conduct-related risks in 2014⁸; sex-related risks in 2013⁹ and 2014¹⁰; and contact-related risks, which is discussed below. The exception to this pattern was in the violence-related code family in 2013¹¹, when boys voiced more concern, and girls less concern, than statistically expected. Furthermore, there were no differences between boys and girls regarding concern about content-related risks.

There is one finding that warrants further discussion. For all three years¹², girls showed greater concern about contact-related risks than statistically expected, which was not found for boys. Furthermore, this trend increased each year, as shown in Chart 3.

CHART 3
CONCERN WITH RISK-RELATED CONTACT - GIRLS X BOYS (2012 - 2014)
Proportion of the total number of Internet users 9 to 17 years old



Source: Created by the authors based on the ICT Kids Online Brazil survey (CGI.br, 2013; 2014; 2015).

⁸ 2014: $\chi^2(1) = 15,847, p < 0.001$

⁹ 2013: $\chi^2(1) = 16,924, p < 0.001$

¹⁰ 2014: $\chi^2(1) = 8,798, p < 0.01$

¹¹ 2013: $\chi^2(1) = 3,814, p < 0.05$

¹² 2012: $\chi^2(1) = 3,970, p < 0.05$; 2013: $\chi^2(1) = 6,986, p < 0.01$ and 2014: $\chi^2(1) = 26,758, p < 0.001$

SOCIAL CLASS

Higher social classes (AB) were more concerned with conduct-related risks than expected, in contrast with classes DE, which displayed less concern. Concern with this code family was significant in 2013¹³ and 2014¹⁴. The content-related code family followed the same pattern in 2013¹⁵, but was not significant. Contact- and violence-related risks did not present any relationship with social class. Another result that stands out regarding this variable was its association with sex-related content, mentioned more frequently by participants in classes AB in 2013¹⁶.

RACE

Race was not associated with any of the code families. This is unexpected, considering that the hypothesis of the present study was that children who suffer greater marginalization – brown and black children – would express either more or less concern about the mentioned risks.

REGION

Participants from different regions presented similar levels of concern with conduct- and contact-related risks. However, the contact-related family displayed significant differences between 2012¹⁷ and 2013¹⁸. In 2012, the Southeast and South regions showed greater concern than expected, and the Center-West and North, less than expected. The data from 2013 showed similar results, with the exception of the Southeast region, which showed no differences among the concerns.

In the violence-related code family, 2012¹⁹, 2013²⁰ and 2014²¹ showed significant associations with the region where participants lived. In both 2012 and 2014, most of the participants who mentioned this family were from the South. In contrast, in 2013, the Southeast region presented the highest concern with violence-related risks, and the Northeast region, the least.

Furthermore, sex-related risks were significantly associated with region. Participants from the Center-West and the North were the most concerned with this issue in 2012²² and 2013²³, and those in the Northeast cited it the least in 2014²⁴.

¹³ 2013: $\chi^2(2) = 6,667, p < 0.05$

¹⁴ 2014: $\chi^2(2) = 15,591, p < 0.00$

¹⁵ 2013: $\chi^2(2) = 5,264, p = 0.072$

¹⁶ 2013: $\chi^2(2) = 8,977, p < 0.05$

¹⁷ 2012: $\chi^2(3) = 12,104, p < 0.01$

¹⁸ 2013: $\chi^2(3) = 13,490, p < .005$

¹⁹ 2012: $\chi^2(3) = 11,249, p < 0.01$

²⁰ 2013: $\chi^2(3) = 35,259, p < 0.001$

²¹ 2014: $\chi^2(3) = 7,610, p = 0.055$

²² 2012: $\chi^2(3) = 11,601, p < 0.01$

²³ 2013: $\chi^2(3) = 7,611, p = 0.055$

²⁴ 2012: $\chi^2(3) = 11,601, p < 0.01$

FINAL CONSIDERATIONS

Of the associations found between the profile of the respondents and the family of concerns, two in particular stand out:

1. Older adolescents were more concerned with conduct-related risks on the Internet, i.e., they were more upset by disrespectful and invasive attitudes and by noncompliance with conduct rules in this environment. They also presented greater perception of the risks that arise from contact with adult strangers and exposure to sexual content.

This finding suggests that the ability to protect oneself from risks can be associated with moral and cognitive development, which favors more critical-reflective comprehension of the rules associated with life in society. In the absence of “explicit rules” about how to behave in this environment, it is hard for younger children to perceive what is or is not appropriate behavior. In turn, adolescents can operate based on implicit rules, i.e., they have a better understanding of the notion that an ethos is a set of socially constructed rules and, therefore, they have a more critical perception of situations in which they are violated.

These results also show that online experiences, which expand with age and length of use, can also favor literacy, as maturity and experience can also teach users to filter content and avoid contact with undesirable people. In addition, adolescents are more frequently at the center of public debates about risk prevention and safe browsing, because they have greater autonomy in access and, also, because the media most frequently publicize severe situations involving this audience, such as suicide, hate speech or seduction by adults, among others.

2. Girls expressed little concern about violent content, but a lot of concern about conduct-related risks, sex-related content, and contact with strangers; in turn, boys worried more about violence and less about the other risks.

These results indicate the presence of sexism in how boys and girls are educated in terms of safe browsing. Although the risks may be the same, differentiated perceptions of these risks indicate that girls receive more warnings about protecting themselves from sexual harassment by adults and avoiding exposure to sexual content, while boys are warned more about violent content. The high level of concern voiced by girls regarding contact with strangers suggests that parents, and society in general, are more afraid of the risks of this situation for girls, and, for this reason, give them more warnings related to these risks. The data from Sozio et al. (2015) corroborate this hypothesis, showing that girls tend to maintain private social profiles more often than boys.

Even though it was not mentioned much (11% of concerns), and has remained stable over the studied years, the risk that arises from contact with unknown adults is a real threat, and not just a factor that bothers children. This issue deserves greater attention from policies that aim to protect children’s rights.

The greater perception of violence by boys may indicate lower concern of adults regarding their contact with this type of content, or even some form of social encouragement. In society, masculinity is associated with the public affirmation of virility, understood “as the capacity to fight and exercise violence” (Bourdieu, 2002). This naturalizes the relationship between boys and violence, whether real or symbolic, which in the present article, refers to content

disseminated online. The denaturalization and “de-spectacularization” of violence involve mediating access by children (nowadays practically unavoidable) to images of violence, interdicting access to certain products, but, above all, listening and dialoguing with what they see and thinking about what they see.

As identified in previous studies (Castro et al., 2016; Livingstone, Kirwil, Ponte, & Staksrud, 2014), the distribution of responses by code families, both in 2013 and 2014, presented no differences in relation to 2012. The only exception was the family of violence-related risks, whose indicators suggest increased perception over the history of the survey.

As a whole, the results of the surveys show the importance of families and other socialization spaces, such as schools, in carrying out qualified mediation of children’s Internet use. Studies that have analyzed the path of education to media (Buckingham, 1998; 2004; Carlsson & Feilitzen, 2006) have shown that policymakers and independent organizations have moved beyond the concept of “protecting” children to promoting pedagogical actions to develop skills that allow them to autonomously and critically handle content and the opportunities and risks inherent in their relationship with media, especially the Internet. This perspective is anchored in the idea that it is neither possible nor appropriate, from the learning point of view, to control what children and adolescents do when browsing the Internet. It is necessary, and more effective, to provide the resources and adequate conditions for them to develop the skills they need to enjoy the benefits provided by the Internet, safeguarding themselves from the risks.

More recently, debates have focused on the need for social control of media in a way that ensures freedom, but also regulates limits, especially in relation to violence, hate speech, and encouragement of consumption. This means that today, actions to mediate children’s Internet access does not just involve education about how to handle Internet access, but also involves discussions, within society, about what should not circulate online (child pornography and incitement to hatred, for example), in addition to reaching an agreement about the rules of conduct in cyberspace and creating laws to curb crime.

REFERENCES

- Atlas.ti. (2002). *Qualitative Data Analysis*. Scientific Software Development GmbH.
- Banaji, S., & Buckingham, D. (2009). Civic sell: Young people, the Internet, and ethical consumption. *Information, Communication and Society*, 12(8), 1197-1223.
- Bourdieu, P. (2002). *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Boyer, T. W. (2006). The development of risk-taking: A multiperspective review. *Developmental Review*, 26, 291-345.
- Brazilian Internet Steering Committee (2013). Brazilian Internet Steering Committee (2013). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT Kids Online Brazil 2012*. São Paulo: CGI.br.
- Brazilian Internet Steering Committee (2014). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT Kids Online Brazil 2013*. São Paulo: CGI.br.
- Brazilian Internet Steering Committee (2015). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT Kids Online Brazil 2014*. São Paulo: CGI.br.

Buckingham, D. (1998). Media education in the UK: Moving beyond protectionism. *Journal of Communication, 48*(1), 33-43.

Buckingham, D. (2004). *The media literacy of children and young people: A review of the research literature on behalf of Ofcom*. London: Ofcom. Retrieved from <http://www.ofcom.org.uk>

Carlsson, U., & Feilitzen, C.V. (2006). *In the service of young people? Studies and reflections on media in the digital age*. The Clearinghouse Yearbook. Stockholm: Nordicom.

Castro, J., Eisenberg, Z., Duarte, R., & Carvalho, C. (2016). People who only use the Internet to scold others: Things that upset Brazilian children on the Internet. In: Brazilian Internet Steering Committee. *Survey on internet use by children in Brazil: ICT kids online Brazil 2015* (pp. 277-287). São Paulo: CGI.br. Retrieved from http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Kids_2015_LIVRO_ELETRONICO.pdf

Lau, W. W. F., & Yuen, A. H. K. (2013). Adolescents' risky online behaviors: The influence of gender, religion, and parenting style. *Computers in Human Behavior, 29*, 2690-2696. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.005>

Livingstone, S., Kirwil, L., Ponte, C., & Staksrud, E. (2014). In their own words: What bothers children online? *European Journal of Communication, 29*(3), 271-288.

Sozio, M. E., Ponte, C., Sampaio, I. V., Senne, F., Ólafsson, K., Alves, S. J., & Garroux, C. (2015). *Children and internet use: A comparative analysis of Brazil and seven European countries*. London: EU Kids Online, London School of Economics and Political Science.

PART 2

—

**ICT KIDS ONLINE
BRAZIL 2017**

METHODOLOGICAL REPORT ICT KIDS ONLINE BRAZIL

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), herein presents the methodology of the ICT Kids Online Brazil survey.

The ICT Kids Online Brazil survey has its data collection process incorporated to the field operation of the ICT Households survey. Thus, the two surveys share the method for selecting respondents, 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 and legal guardians regarding their children's use of the Internet.

The methodology of the survey is aligned with the conceptual framework developed by the academic network EU Kids Online, (Livingstone, Mascheroni, & Staksrud, 2015), enabling the production of comparative studies on the theme.

CONCEPTS AND DEFINITIONS

- **Census enumeration area:** According to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) definition for the Population 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:** This concept refers to the completion of a specific formal cycle of studies. If an individual has completed all 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. For data collection purposes, level of education was divided into 12 subcategories, ranging from illiterate/Preschool up to complete Tertiary Education or more.
- **Monthly family income:** Monthly family income is defined as the sum of the income of all members of the household, including the respondent. For purposes of data publication, six income levels were established, starting at the monthly minimum wage as defined by the Brazilian Federal Government. The first level refers to households with a total income of up to 1 minimum wage (MW), while the sixth level refers to households with income of over 10 minimum wages.
 - Up to 1 MW;
 - More than 1 MW up to 2 MW;
 - More than 2 MW up to 3 MW;
 - More than 3 MW up to 5 MW;
 - More than 5 MW up to 10 MW;
 - More than 10 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. The Brazilian Criteria was updated in 2015, resulting in classifications that are not comparable with the previous edition (Brazilian Criteria 2008). For results published in 2016 and after, the 2015 Brazil Criteria was adopted.
- **Economic activity status:** This refers to the economic activity status of respondents aged 10 years or older. From a set of four questions, seven classifications were obtained related to respondents’ activity status. These alternatives were then recoded into two categories for analysis, considering the economically active population, as shown in Table 1:

TABLE 1
CLASSIFICATION OF ECONOMIC ACTIVITY STATUS

ANSWER ALTERNATIVES		STATUS CLASSIFICATION
CODE	DESCRIPTION	DESCRIPTION
1	Works, even with no formal registration	Economically active population
2	Works with no pay, i.e., apprentice, assistant, etc.	
3	Works but is on a leave of absence	
4	Attempted to work in the last 30 days	
5	Unemployed and has not looked for work in the last 30 days	Economically inactive population

- **Permanent private household:** A private household located in a unit that serves as a residence (house, apartment, or room). A private household is the residence of a person or a group of people, where the relationship is based on family ties, domestic dependence, or shared living arrangements.
- **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 (2014).

TARGET POPULATION

The survey's target population consists of 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. For the indicators regarding the population of Internet users, analysis considered the answers provided by the child selected for the survey.

Parents and 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 and legal guardians depends on the selection of their children.

DOMAINS OF INTEREST FOR ANALYSIS AND DISSEMINATION

For the units of analysis, the results are reported for domains defined based on the variables and levels described below.

For the variables related to households:

- **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 to IBGE criteria, into the macro-regions Center-West, Northeast, North, Southeast and South;
- **Family income:** Corresponds to the division into the following ranges: 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:** Corresponds to the division into AB, C, or DE, in accordance with CCEB criteria of ABEP.

With regard to variables concerning the target audience of the survey, the following characteristics were added to those above:

- **Sex of child:** Corresponds to the division into Male or Female;
- **Level of education of parents and legal guardians:** Derives from the concept Education levels and corresponds to the divisions of Up to Elementary I, Elementary II and 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.

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 targeted to children aged 9 to 10 years, and the other to children aged 11 to 17 years.

In addition to the questionnaires designed for children, the survey included a separate questionnaire for parents and legal guardians.

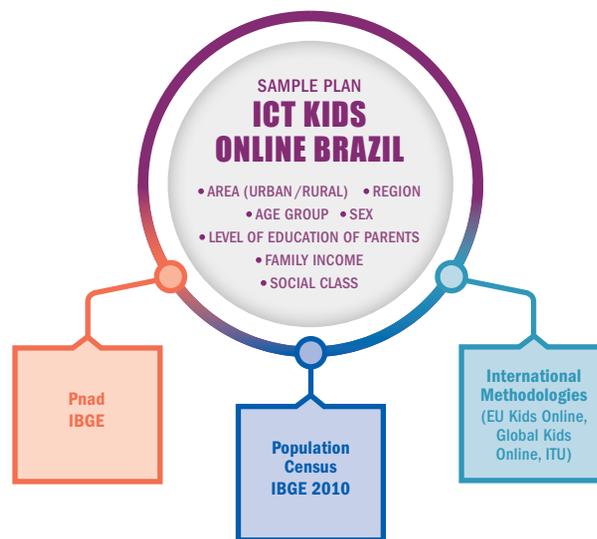
For more information about the questionnaires, see the “Data Collection Instrument” item in the ICT Kids Online Brazil Data Collection Report.

SAMPLE PLAN

SURVEY FRAME AND SOURCES OF INFORMATION

Data from the IBGE 2010 Population 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 to and use of information and communication technologies (Figure 1).

FIGURE 1
SAMPLE DESIGN SOURCES FOR THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL 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. The following sections deal with the sample design for collecting data¹ for both surveys.

SAMPLE DESIGN CRITERIA

The sample plan used to obtain the sample of census enumeration areas can be described as 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 these cases, the municipalities served as strata for selecting the sample of census enumeration areas and, afterwards, of households and residents to interview,

¹ For more information about the data collection, see the Data Collection Report of the ICT Kids Online Brazil survey.

constituting a three-stage sample design. Other municipalities not necessarily included in the sample served as primary sampling units (PSU) in the first sampling stage. In these cases, the probabilistic sample consisted of four stages: selection of municipalities, selection of census enumeration areas in the selected municipalities, selection of households, and afterwards, selection of residents.

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) – self-representative municipalities;
 - The 27 municipalities from the Digital Cities program² were also included automatically 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 non-metropolitan 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” (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 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), and is presented in the survey’s annual Data Collection Report.

² 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 was restructured so that it is financed only with funds from parliamentary amendments” (Brazilian Ministry of Communications, 2014).

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.

A municipality was also considered self-representative when its size used for selection was greater than the stipulated interval for systematic selection within a certain stratum. Thus, the probability of including them in the sample was equal to 1. 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 transformed into a stratum for the selection of census enumeration areas, and consequently, 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 self-representative units. As with capitals and municipalities from the Digital Cities program, self-representative municipalities were stipulated as strata 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 to which it belonged (allocation by ICT strata as presented in the “Sample Stratification” section) excluded from the total stratum of self-representative municipalities.

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 measure of size for the selection of municipalities can be summarized as follows:

$$M_{hi} = I \left\{ \frac{P_{hi}}{P_h} \leq 0.01 \right\} \times 0.01 + I \left\{ \frac{P_{hi}}{P_h} > 0.20 \right\} \times 0.20 + I \left\{ 0.01 < \frac{P_{hi}}{P_h} \leq 0.20 \right\} \times \frac{P_{hi}}{P_h},$$

where:

M_{hi} is the 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 , according to the 2010 Population Census; and

$P_h = \sum_i P_{hi}$ 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, Swensson, & Wretman, 1992) was used to select the municipalities, based on the sizes and stratification presented in the “Sample Stratification” section.

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 Population Census. As with the selection of municipalities, the sizes were 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%.

The measure of size for the selection of census enumeration areas can be summarized as follows:

$$S_{hij} = \left[\frac{1}{2} \times I(\text{rural}) + I(\text{urban}) \right] \times \frac{1}{D_{hi}} \times [I(D_{hij} \leq 50) \times 50 + I(D_{hij} > 600) \times 600 + I(50 < D_{hij} \leq 600) \times D_{hij}],$$

where:

D_{hij} is the total number of permanent private households in census enumeration area j in municipality i in stratum h , according to the IBGE 2010 Population Census;

$D_{hi} = \sum_j D_{hij}$ is the total sum of permanent households in municipality i in stratum h , according to the IBGE Population Census; and

S_{hij} is the size used in the selection of census enumeration area j in municipality i in stratum h .

As in the case of selection of municipalities, the systematic sampling method with PPS (Särndal, Swensson, & Wretman, 1992) was used. 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 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_{hij} , where d_{hij} represents the total number of households found in enumeration area j in municipality i in stratum h . 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 ICT in the household.

To determine which survey would be administered in the household (ICT Household – Individuals or ICT Kids Online Brazil), all the residents 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 who was 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, randomly selected among the household's residents in this age group;
 - 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 family members aged 18 or older, the ICT Households survey was conducted with a randomly selected resident aged 18 years or older.
 - 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.

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, 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 interviews conducted with children aged 9 to 17 years, interviews were also conducted with fathers, mothers or legal guardians – the residents considered the most suitable to talk about the selected child's day-to-day routine.

DATA COLLECTION

DATA COLLECTION METHOD

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 PROCESSING

WEIGHTING PROCEDURES

Each sampling unit (municipality, census enumeration area, household, and resident) was assigned a separate base weight for each stratum, which was the inverse probability of selection.

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:

$$w_{hi} = \begin{cases} 1 & , \text{ if capital, Digital City or self-representative municipality;} \\ \frac{M_h}{n_h \times M_{hi}} & , \text{ otherwise,} \end{cases}$$

where:

w_{hi} is the base weight, equal to the inverse probability of selection of municipality i in stratum h ;

M_h is the total size of non-self-representative municipalities in stratum h , such that

$$M_h = \sum_h M_{hi};$$

M_{hi} is the size measurement 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:

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

where:

w_{ih}^* is the weight adjusted for nonresponse of municipality i in stratum h ;

$W_h^s = \sum_{i \in s} w_{hi}$ is the sum of the weights of selected municipalities in stratum h ; and

$W_h^r = \sum_{i \in r} w_{hi}$ is the sum of the weights of responding municipalities in stratum h .

The ICT stratum 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:

$$w_{j/hi} = \frac{S_{hi}}{n_{hi} \times S_{hij}},$$

where:

$w_{j/hi}$ is the base weight, equal to the inverse probability of selecting census enumeration area j in municipality i in stratum h ;

S_{hi} is the total size of census enumeration areas in municipality i in stratum h ;

S_{hij} is the total size of census enumeration area j , in municipality i in stratum h ; and

n_{hi} is the total sample of census enumeration areas in municipality i , in stratum h .

Complete nonresponse of an enumeration area in the sample was adjusted with the following calculation:

$$w_{j/hi}^* = w_{hij} \times \frac{W_{*/hi}^s}{W_{*/hi}^r},$$

where:

$w_{j/hi}^*$ is the adjusted weight of nonresponse for census enumeration area j in municipality i in stratum h ;

$W_{*/hi}^s = \sum_{j \in s} w_{j/hi}$ is the sum of the weights of selected census enumeration areas j in municipality i in stratum h ; and

$W_{*/hi}^r = \sum_{j \in r} w_{j/hi}$ is the sum of the weights of responding census enumeration areas j 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 (only households 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 listed 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}^R . The weight of each household, $w_{k/hij}$, in census enumeration area j in municipality i in stratum h is given by:

$$w_{k/hij} = \frac{E_{hij}}{d_{hij}^R}.$$

WEIGHTING OF RESPONDENTS IN EACH HOUSEHOLD

In each selected household, the ICT Kids Online Brazil survey 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:

$$w_{l/hijk}^K = \frac{1}{0.54} \times P_{hijk}^K,$$

where:

$w_{l/hjk}^K$ is the weight of the respondent aged 9 to 17 years in household k in enumeration area j in municipality i in stratum h ; and

P_{hjk}^K is the number of people in the 9 to 17 age group in household k in census enumeration area j in municipality i in stratum h .

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.

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:

$$w_{hijk} = w_{hi}^* \times w_{j/hi}^* \times w_{k/hij},$$

Weight of the respondent to the ICT Kids Online Brazil survey:

$$w_{hijkl} = w_{hi}^* \times w_{j/hi}^* \times w_{k/hij} \times w_{l/hijk}^K.$$

CALIBRATION OF THE SAMPLE

The weights of the interviews were calibrated to reflect certain known and accurately-estimated population counts, obtained from microdata in the most recent available PNAD or PNADC. 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: household area (urban or rural), ICT stratum, household size by number of residents (six categories: 1, 2, 3, 4, 5, 6 or more) and education of the head of the family (Illiterate/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: sex, 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 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 was used, which estimates variances for total estimators in multi-stage sample plans. Proposed by Hansen, Hurwitz and Madow (1953), this method considers only the variation between information available at the level of the PSU and assumes that these have been selected from the stratum with population repositioning.

Based on this concept, one can consider stratification and selection with uneven probabilities for both the PSU 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. Thus, if the survey were repeated several times, 19 times out of 20, the range would include 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 the tables.

DATA DISSEMINATION

The results of this survey were presented in accordance with the variables described in the “Domains of Interest for Analysis and Dissemination” section.

Rounding made it so that in some results, the sum of the partial categories differed from 100% for single-answer questions. The sum of frequencies on multiple answer questions is usually different from 100%. It is worth noting that, in cases with no response to the item, a hyphen was used. Since the results are presented without decimal places, a cell's content is zero whenever an answer was given to that item, but the result for this cell is greater than zero and smaller than one.

The data and the results for the ICT Kids Online Brazil survey are published in book format and are made available on the Cetic.br website (www.cetic.br) and on the Cetic.br data visualization portal (<http://data.cetic.br/cetic>). The tables of estimates and margins of error for each indicator are only available on the Cetic.br website.

REFERENCES

- Bolfarine, H, & Bussab, W. O. (2005). *Elementos de amostragem*. São Paulo: Blucher.
- Brazilian Institute of Geography and Statistics – IBGE (n.d.). *Pesquisa nacional por amostra de domicílios (PNAD)*. Retrieved on September 9, 2016, from http://downloads.ibge.gov.br/downloads_estatisticas.htm
- Brazilian Ministry of Communications (2014). *Cidades digitais*. Retrieved on August 19, 2016, from <http://www.mc.gov.br/cidades-digitais>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.) New York: John Wiley & Sons.
- Hansen, M. H., Hurwitz, W. N., & Madow, W. G. (1953). *Sample survey methods and theory*. New York: Wiley.
- International Telecommunications Union – ITU (2014). *Manual for measuring ICT access and use by households and individuals 2014*. Retrieved on September 9, 2016, from http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ITCMEAS-2014-PDF-E.pdf
- Kish, L. (1965). *Survey sampling*. New York: Wiley.
- Livingstone, S., Mascheroni, G., & Staksrud, E. (2015). *Developing a framework for researching children's online risks and opportunities in Europe*. Retrieved on June 12, 2017, from <http://eprints.lse.ac.uk/64470/>
- Lumley, T. (2010). *Complex surveys: a guide to analysis using R*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Särndal, C., Swensson, B., & Wretman, J. (1992). *Model assisted survey sampling*. New York: Springer Verlag.

DATA COLLECTION REPORT

ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2017

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 “Data Collection Report” of the ICT Kids Online Brazil 2017 survey. The objective of this report is to provide information about the specific features of the 2017 survey, including changes made to the data collection instruments, sample allocation, and response rates.

The complete survey methodology, including the objectives, main concepts, definitions, and characteristics of the sampling plan, are described in the “Methodological Report”, available in this publication.

SAMPLE ALLOCATION

Sample allocation was based on 36 ICT strata used to monitor data collection (which include a more aggregated stratification than the sample selection), as presented in Table 1.

TABLE 1
SAMPLE ALLOCATION BY ICT STRATA

ICT STRATUM		Sample		
		Municipalities	Census enumeration areas	Planned interviews
NORTH	Rondônia	4	19	285
	Roraima	4	15	225
	Acre	4	17	255
	Amapá	6	16	240
	Tocantins	4	15	225
	Amazonas	8	41	615
	Pará – Belém MR	4	28	420
	Pará – Countryside	9	55	825

CONTINUES ►

► CONCLUSION

ICT STRATUM		Sample		
		Municipalities	Census enumeration areas	Planned interviews
NORTHEAST	Maranhão	12	75	1,125
	Piauí	7	38	570
	Ceará – Fortaleza MR	6	42	630
	Ceará – Countryside	8	52	780
	Pernambuco – Recife MR	6	40	600
	Pernambuco – Countryside	10	52	780
	Rio Grande do Norte	7	40	600
	Paraíba	11	45	675
	Alagoas	7	41	615
	Sergipe	6	32	480
	Bahia – Salvador MR	6	44	660
	Bahia – Countryside	19	113	1,695
SOUTHEAST	Minas Gerais – Belo Horizonte MR	8	65	975
	Minas Gerais – Countryside	27	147	2,205
	Espírito Santo	8	45	675
	Rio de Janeiro – Rio de Janeiro MR	13	131	1,965
	Rio de Janeiro – Countryside	7	46	690
	São Paulo – São Paulo MR	18	204	3,060
	São Paulo – Countryside	42	228	3,420
SOUTH	Paraná – Curitiba MR	6	44	660
	Paraná – Countryside	15	87	1,305
	Santa Catarina	13	78	1,170
	Rio Grande do Sul – Porto Alegre MR	7	50	750
	Rio Grande do Sul – Countryside	14	87	1,305
CENTER-WEST	Mato Grosso do Sul	5	33	495
	Mato Grosso	7	42	630
	Goiás	11	74	1,110
	Federal District	1	33	495

DATA COLLECTION INSTRUMENTS

THEMES

For surveys conducted 2017 and on, the ICT Kids Online Brazil survey has adopted a rotation system for its thematic modules.

In a context in which new themes relative to technology use have been emerging, there is a growing demand for specific and more in-depth thematic indicators. At the same time, there are time restrictions in administering questionnaires to respondents.

For these reasons, the ICT Kids Online Brazil survey has chosen to rotate the themes addressed in the questionnaire. The thematic rotation of the modules involves collecting in-depth information about a given topic in alternate editions of the survey, to generate broad estimates at greater time intervals without impacting the time needed to administer the questionnaire.

In addition to contextual and sociodemographic variables, the questionnaire administered to children in this year's survey also collected indicators through the following thematic modules:

- Module A: Profile of Internet use;
- Module B: Online activities;
- Module D: Internet skills;
- Module E: Mediation of Internet use;
- Module G: Risks and harm.

In the questionnaire for parents and legal guardians, indicators were produced through the following thematic modules:

- Module A: Profile of Internet use;
- Module C: Mediation of Internet use.

COGNITIVE INTERVIEWS

Cognitive interviews were carried out to identify and correct any problems in understanding of the questions about skills for safe Internet use and activities carried out on the Internet. A total of 16 cognitive interviews was conducted in São Paulo (SP), with users who had used the Internet in the three months prior to the survey. The interviews were distributed among children 9 to 17 years old and among classes B, C and DE, according to the Brazilian Criteria for Economic Classification (CCEB), as defined by the Brazilian Association of Research Institutes (Abep).

PRETESTS

Pretests were conducted to identify possible problems in the stages of the field work, such as approaching households, selecting the questionnaire on the tablet, and administering the interview. This also helped to evaluate how well the questionnaires flowed and the time needed to administer them.

A total of 10 interviews were conducted in the city of São Paulo.

In the 2017 edition, households were approached intentionally for pretests, without listing or random selection of households. On approaching the households, the interviewers first certified whether there were any residents between 9 and 17 years old, as well as their parents or legal guardians, in the different profiles desired for the pretest.

Furthermore, not all visits were conducted as foreseen in the procedure for approaching households, on different days and at different times. Interviewers only listed the residents who were present at the time of the approach.

The complete pretest interviews administered to the children and their parents and legal guardians lasted an average of 36 minutes.

CHANGES TO THE DATA COLLECTION INSTRUMENTS

The data collection instruments for the ICT Kids Online Brazil 2017 survey underwent some revisions, with changes and exclusion of existing items, primarily due to the implementation of the module rotation system and the results obtained from the cognitive interviews.

In the children's questionnaire, the main changes were in the online activities module. New items were included, related to Internet activities involving citizenship and engagement. In addition, the question regarding the frequency with which specific activities are performed was asked in a different way, to make the interview more fluid and agile. In the same module, due to the results from the cognitive interviews, the term "online" was changed to "on the Internet," in order to make these questions easier to understand, especially for younger children.

As a result of the rotation of modules in this year's survey, the modules related to social networking websites and consumption were excluded from the children's questionnaire. Furthermore, indicators on mediation by friends and teachers were excluded from the mediation module.

Finally, in the skills module, the skill "edit photos or videos that other people posted on the Internet" was investigated, and the word "money" was included in the item "Checking how much money you have spent on an application," to make it easier for interviewees to understand.

In the questionnaire for parents and legal guardians, some items from Module C, on mediation, were changed, to standardize them to match the wording of questions on the same topic in the children's questionnaire. Due to the rotation of modules in this year's survey, the module on safe Internet use was reduced and the module referring to consumption was excluded.

INTERVIEWER TRAINING

Interviews were conducted by a team of trained and supervised interviewers. They underwent basic survey research training; organizational training; ongoing improvement training; and refresher training. They also underwent specific training for the ICT Kids Online Brazil 2017 survey, which addressed the process of listing census enumerations areas, household selection, selecting the survey to be conducted, approaching the selected households, and properly filling out the data collection instruments. The training also addressed all field procedures and situations, as well as the rules regarding return visits to households.

Interviewers were given two field handbooks, which were available for reference during data collection to ensure the standardization and quality of the work. One provided all the information needed to conduct household listing and selection. The other contained all the information necessary to approach selected households and administer questionnaires.

Data was collected by 383 interviewers and 26 field supervisors.

DATA COLLECTION PROCEDURES

DATA COLLECTION METHOD

Data collection was conducted 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 respondents use a tablet to answer the questions without the interviewer's involvement.

DATA COLLECTION PERIOD

Data collection took place between November 2017 and May 2018 throughout Brazil.

FIELD PROCEDURES AND CONTROLS

Various measures were taken to ensure the greatest possible standardization of data collection.

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 on different days and at different times in an effort to conduct interviews in households, in case of the following situations:

- No member of the household was found;
- No resident was able to receive the interviewer;
- The selected resident or his/her legal guardian was unable to receive the interviewer;

- The selected resident or his/her legal guardian was not at home;
- Denial of access by the gatekeeper or administrator (to a gated community or building);
- Denial of access to the household.

It was impossible to complete the interviews in some households even after four visits, as in the situations described in Table 2. In some cases, no interviews were conducted in entire census enumeration areas because of issues relative to violence, blocked access, weather conditions, and absence of households in the area, among other issues.

TABLE 2
FINAL FIELD SITUATIONS BY NUMBER OF CASES RECORDED

Situations	Number of cases	Rate
Interview completed	23,592	71%
Residents were not found or were unable to receive the interviewer	3,498	10.5%
The selected respondent or their legal guardian was not at home or was not available	492	1.5%
The selected respondent was traveling and would be away for longer than the survey period (prolonged absence)	180	0.5%
Household up for rent or sale, or abandoned	794	2.4%
Household used for a different purpose (store, school, summer house, etc.)	209	0.6%
Refusal	3,040	9.2%
Denial of access by gatekeeper or another person	822	2.5%
Household not approached because of violence	369	1.1%
Household not approached because of access difficulties, such as blocked access, unfavorable weather, etc.	14	0.0%
Household only contained individuals who were unqualified to answer the survey (all residents were younger than 16 years old, did not speak Portuguese, or had disabilities that prevented them from answering the questionnaire)	80	0.2%
Other situations	120	0.4%

Throughout the data collection period, weekly and biweekly control procedures were carried out. Every week, the number of listed census enumeration areas and the number of interviews completed were recorded, by type of survey in each ICT stratum. Every two weeks, information about the profile of the households interviewed was verified, such as income and social class, and information about the profile of residents, such as sex and age, in addition to the record of situations for households in which interviews were not conducted and the use of information and communication technologies by the selected respondents.

In general, it was difficult to achieve the desired response rate in some census enumeration areas with specific features, such areas with a large number of gated communities or buildings, where access to the households was more difficult. In these cases, to motivate residents to participate in the survey, letters were sent via the post office to 976 selected households.

VERIFICATION OF INTERVIEWS

To ensure the quality of the collected data, 8,292 interviews were verified, corresponding to 25% of the total number of interviews. The verification procedure was carried out by listening to audio recordings of the interviews or, in some cases, through phone calls.

Whenever corrections were needed to the interviews in part or in their entirety, return calls or visits were carried out, depending on the result of the verification.

DATA COLLECTION RESULTS

A total of 23,592 households in 350 municipalities were approached, reaching 71% of the planned sample of 33,210 households (Table 3). In 20,490 households, interviews were conducted with individuals who were the target population of the ICT Households survey (individuals 10 years old or older). In the other 3,102 households, interviews were conducted relative to the ICT Kids Online Brazil survey, which has been conducted as part of the same field operation since 2015.

TABLE 3
RESPONSE RATES BY FEDERATIVE UNIT AND HOUSEHOLD STATUS

	Response rate
TOTAL BRAZIL	71%
FEDERATIVE UNION	
Rondônia	91%
Acre	90%
Amazonas	84%
Roraima	93%
Pará	77%
Amapá	92%
Tocantins	68%
Maranhão	69%
Piauí	66%
Ceará	72%
Rio Grande do Norte	74%
Paraíba	77%
Pernambuco	75%
Alagoas	77%
Sergipe	78%
Bahia	81%
Minas Gerais	80%
Espírito Santo	60%
Rio de Janeiro	62%
São Paulo	59%
Paraná	70%
Santa Catarina	74%
Rio Grande do Sul	74%
Mato Grosso do Sul	74%
Mato Grosso	77%
Goiás	64%
Federal District	71%
HOUSEHOLD STATUS	
Urban	70%
Rural	84%

ANALYSIS OF RESULTS ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2017

PRESENTATION

In its sixth edition, the ICT Kids Online Brazil survey indicated a growth trend in the number of Internet users 9 to 17 years old in the country, and found that mobile phones were the devices most used for Internet access. In view of this, it is increasingly relevant to investigate the activities that young users carry out online and what digital skills they have, in order to understand the impact – in terms of opportunities and risks – that Internet use has on children's development.

Apart from considering the importance of Internet access, the literature on the subject has demonstrated that the quality of this access is an increasingly crucial aspect. Contact with various devices and platforms, as well as hardware characteristics and updates of the software used, have an impact on the development of skills and diversified Internet use. There is evidence that reproduction of inequalities among users is associated with conditions of access to the Internet and available devices (Deursen & Dijk, 2018).

In the case of children, it is also necessary to recognize a two-way street between opportunities and risks. Research in the field shows that those who develop more of the skills needed to deal with different types of situations experienced online. Therefore, the possibilities afforded by the Internet, such as contact with people from other countries, cities and cultures, and access to a wide variety of content, can, in some cases, result in risks or harm to this audience, while also offering development opportunities.

In light of this context, besides investigating Internet use by children and the skills they have developed to use it, it is also essential to gather information on mediation by parents, legal guardians and educators. This aspect is crucial, in view of the role these actors play in mitigating risks and enabling opportunities that children can experience online.

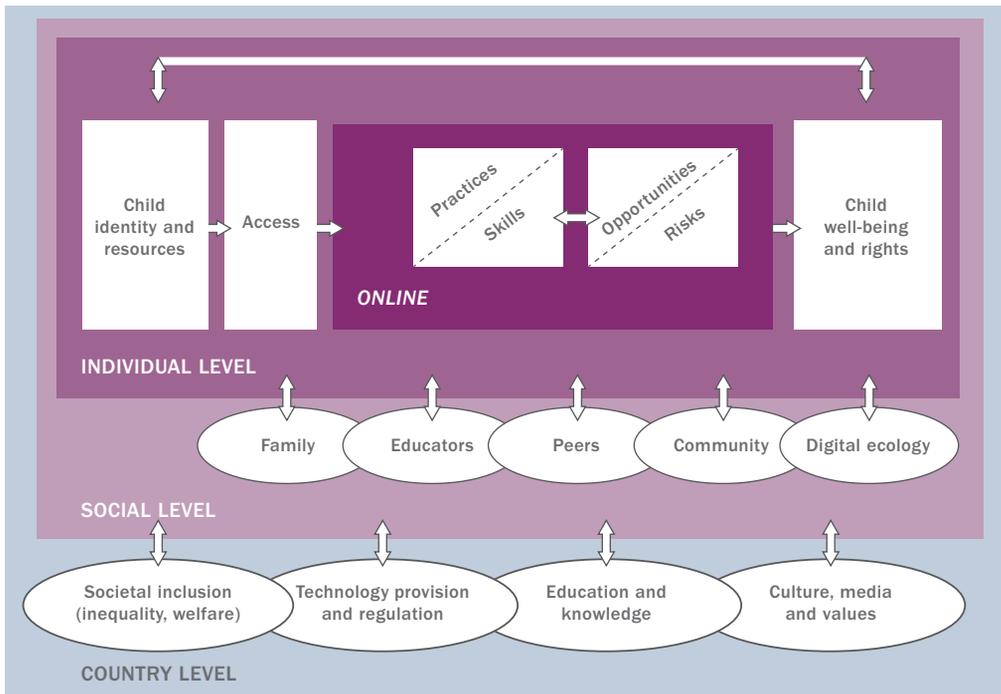
Based on a comprehensive conceptual framework, the ICT Kids Online survey has served as input for the state and civil society that support measures aimed at ensuring the rights of children. These rights involve provision, protection and participation of children in society, as described in the United Nations Convention on the Rights of the Child, proclaimed in 1989 – although the current context shows the need to also extend these rights to the digital environment (Livingstone & O'Neill, 2014).

THEORETICAL FRAMEWORK

The ICT Kids Online survey has been conducted in Brazil since 2012, based on the theoretical framework developed by the EU Kids Online network (Livingstone, Mascheroni & Staksrud, 2015). The framework used by the survey adopts a multi-level perspective, taking into consideration individual and social dimensions, as well as contextual aspects noted in the country (Figure 1).

At the individual level, the model describes a balance between opportunities and risks, the influence of demographic and psychosocial aspects on the digital experience, and how this experience impacts the well-being of children and guaranteeing their rights. At the social level, the model identifies the influence of social circumstances on the online habits of this audience. And, finally, at the national level, the model seeks to show the relevance of the country context to the investigation.

FIGURE 1
THEORETICAL FRAMEWORK OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY



Source: Livingstone et al. (2015).

In conjunction with the theoretical framework, this report presents new data on the practices of young Internet users, their skills for using the Internet, and the online risks they have experienced. This report is divided into the following sections:

- Connectivity and dynamics of use;
- Opportunities and practices;
- Skills for Internet use;
- Risks and harm;
- Mediation of Internet use.

ICT KIDS ONLINE BRAZIL

2017

HIGHLIGHTS



CONNECTIVITY AND MOBILITY IN INTERNET ACCESS

In 2017, 85% of children 9 to 17 years old were Internet users, corresponding to 24.7 million users in Brazil. Of these, 93% accessed the Internet through mobile phones. The proportion of children who exclusively used these devices for Internet access was 44% in 2017, indicating that 11 million Brazilian children used the Internet only via mobile phones and, of these, more than 10 million belonged to classes C and DE.

CITIZENSHIP AND ENGAGEMENT ACTIVITIES ON THE INTERNET

In 2017, the ICT Kids Online Brazil survey started investigating the use of the Internet for activities related to citizenship and civic engagement among Internet users 9 to 17 years old. The results showed that activities such as talking with people from other cities, countries or cultures (40%) and participating on webpages or online groups to talk about subjects they like (36%) were more frequent than those more related to political participation, such as talking about problems in the city or country on the Internet (12%) and participating in online campaigns or protests (4%).

PARENTAL MEDIATION

The survey showed that 70% of parents and legal guardians felt that their children used the Internet safely. On the other hand, 50% of young Internet users reported that their parents and legal guardians knew little or nothing about their Internet activities. In addition, 70% of Internet users 11 to 17 years old felt they knew a lot of things about how to use the Internet, and 76% claimed to know more than their parents.

INTERNET CONTENT RISKS

The survey indicated that 22% of young Internet users said they had been treated offensively on the Internet, in a way they did not like or that bothered them. In terms of exposure to intolerant content or hate speech, 39% of Internet users in this age group mentioned having seen someone being discriminated against or subjected to prejudice on the Internet. The survey also points out that only 8% mentioned having suffered from discrimination on the Internet.



CONNECTIVITY AND DYNAMICS OF USE

The ICT Kids Online Brazil survey estimated that, in 2017, 85% of children 9 to 17 years old were Internet users in the country¹. In absolute figures, this percentage corresponds to 24.7 million connected individuals in this age group. Despite the high percentage of young Internet users in Brazil, regional and socioeconomic inequalities were also detected in relation to access (Chart 1).

With respect to the distribution of young Internet users in the country, the survey showed that, on a proportional basis, they were more concentrated in urban areas (90%) than rural areas (63%), and more in the Southeast (93%), Center-West (93%) and South (92%) than in the North (68%) and Northeast (77%). It is worth noting that the territorial disparities identified in relation to the 9- to 17-year-old population reflected the reality faced by the set of the population 10 years old or older, as found by the ICT Households 2017 survey (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2018a).²

Discrepancies in Internet access were also observed in socioeconomic variables. Children in classes AB (98%) and C (93%) were nearly all Internet users. However, in classes DE, the proportion was seven out of ten children.

Also from a socioeconomic perspective, and following the trend observed in previous editions, the survey showed that the higher the level of education of the parents and legal guardians, the greater the likelihood that the children will be Internet users. In 2017, 93% of children 9 to 17 years old whose parents and legal guardians had secondary education or higher were Internet users. Among those whose parents and legal guardians had completed the first level of elementary education, the proportion was 76%.

Age group is also a factor that influences Internet access. The proportion of Internet users was the highest among the population of 15- to 17-year-olds (93%) and lower among children 13 to 14 years old (87%), 11 to 12 years old (82%), and 9 to 10 years old (74%).

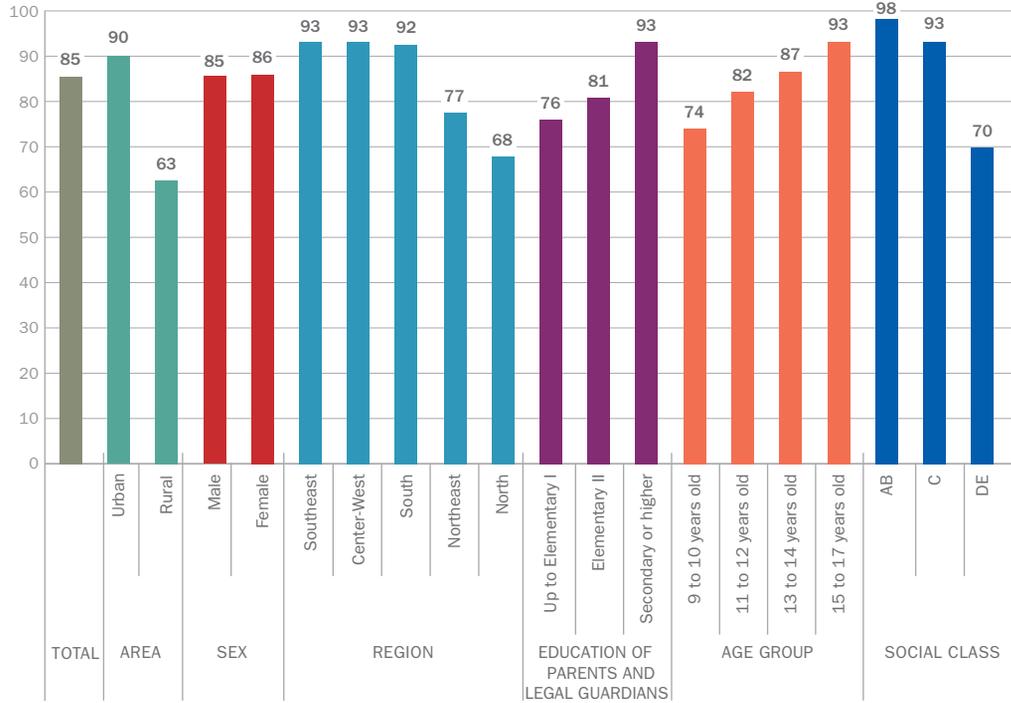
¹ Internet users are defined as children 9 to 17 years old who had accessed the Internet at least once in the three months prior to the survey.

² According to the survey, in 2017, 67% of the Brazilian population 10 years old or older were Internet users, but this proportion was significantly higher in urban areas (71%) than rural areas (44%). The survey also pointed out noticeable differences in the proportion of Internet users among the country's regions, which was higher in the Center-West (76%), Southeast (74%) and South (69%) than in the North (58%) and Northeast (58%).

CHART 1

CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET IN THE LAST THREE MONTHS BY AREA, SEX, REGION, EDUCATION OF PARENTS AND LEGAL GUARDIANS, AGE GROUP AND SOCIAL CLASS (2017)

Total number of children 9 to 17 years old (%)



The survey also showed that, in 2017, 8% of children 9 to 17 years old had never accessed the Internet, which is equivalent to 2.2 million Brazilians in this age group. Combined with those who had not accessed the Internet in the three months prior to the survey, 15% of individuals 9 to 17 years old were not Internet users, a percentage that represents 4.2 million people. In 2017, most of the children who had never accessed the Internet were in classes DE (2 million people), resided in rural areas (1.3 million), or were from the Northeast (1.2 million), as shown in Table 1.

Among the reasons why children did not use the Internet, lack of connection in the household (9%) was the main reason, especially among those residing in rural areas (23%) or in the North (22%) and among those belonging to classes DE (19%). Therefore, the first-level digital divide is still striking in the country (Deursen & Dijk, 2018)³, and this restricts Internet access to a specific portion of the population. It is essential to break down these barriers and guarantee to Brazilian children the right to provision of Internet access, so that this population can take advantage of the opportunities offered by the Internet.

³ The authors consider aspects related to Internet connection as first-level digital divide. Apart from Internet access, those that deal with different online skills and types of use correspond to the second level.

TABLE 1
CHILDREN WHO HAD NEVER ACCESSED THE INTERNET BY AREA,
REGION AND SOCIAL CLASS (2017) - TOTAL IN MILLIONS
Total number of children 9 to 17 years old

		Total (millions)
TOTAL		2.2
AREA	Urban	0.9
	Rural	1.3
REGION	Southeast	0.3
	Northeast	1.2
	South	0.07
	North	0.6
	Center-West	0.07
SOCIAL CLASS	AB	0.07
	C	0.2
	DE	2.0

Lack of digital skills also stood out as a reason for not using the Internet; it was reported by 6% of children 9 to 17 years old, especially those belonging to classes DE (14%) and in the 9- to 10-year-old age group (14%).

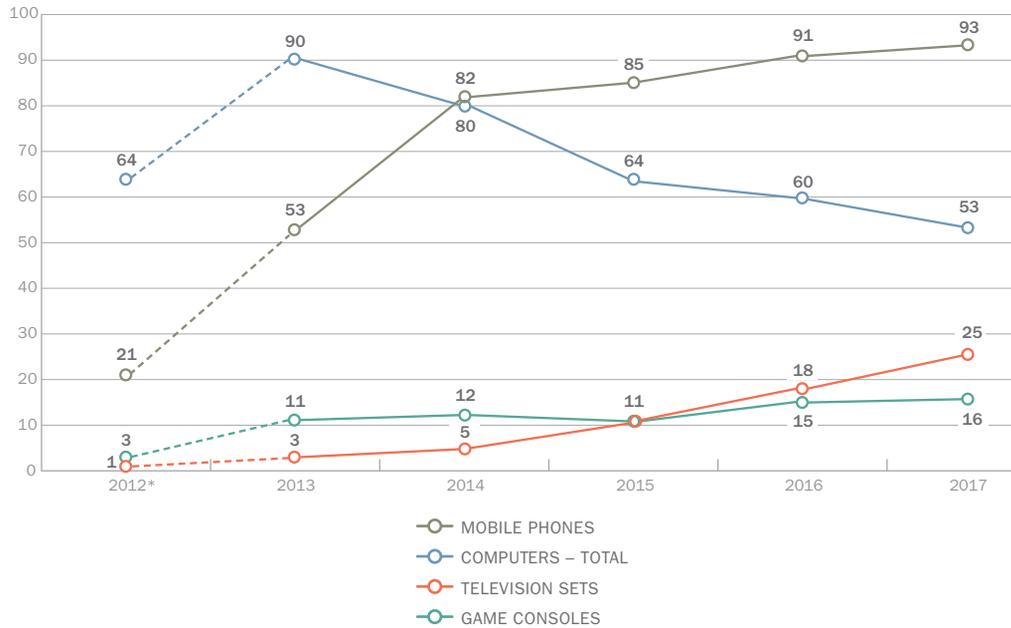
Other reasons cited by children who did not access the Internet were: the perception that the Internet is not for people their age (5%); because they cannot use the Internet at school (5%); lack of desire to use the Internet (5%); and because their parents or legal guardians do not allow it (5%). Other factors that were cited were lack of connection in the places they usually go (4%), the fact that their friends also do not use it (2%), religious reasons (2%), and being bothered or upset by something on the Internet (2%).

DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET

In 2017, 93% of Internet users 9 to 17 years old connected via mobile phones, which is equivalent to 23 million children. As was also observed in the Brazilian population in general (CGI.br, 2018a), mobile phones are the devices used the most to access the Internet.

Although the percentage of mobile phone use to access the Internet did not grow significantly in relation to 2016 (91%), the time series of the survey has shown that the use of these devices for going online has been growing (Chart 2).

CHART 2
CHILDREN BY DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET (2012 - 2017)
Total number of children 9 to 17 years old (%)



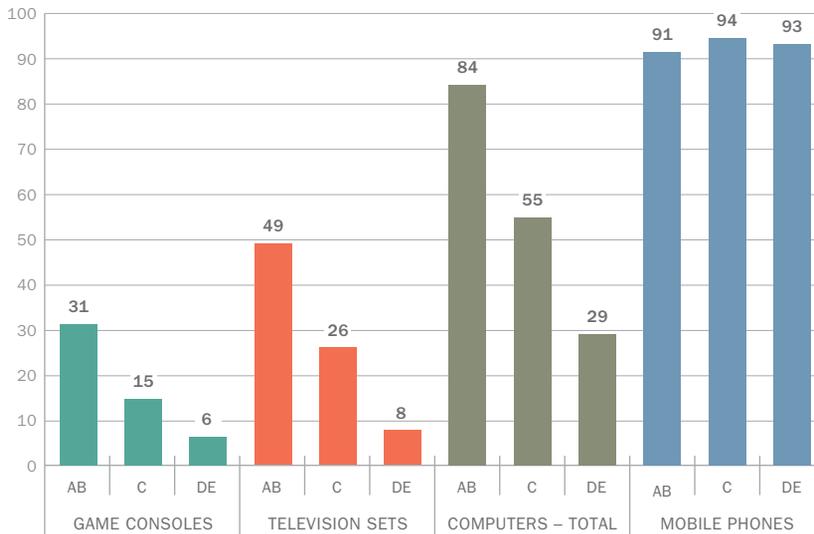
*In 2012, the target population of the survey was Internet users 9 to 16 years old.

In contrast to the growing use of mobile phones, there is a downward trend in the use of computers for accessing the Internet. In 2017, 53% of Internet users 9 to 17 years old used these devices – whether desktop computers, portable computers or tablets – for connecting. In 2013, this proportion was 90%. Although it has been occurring for the three types of computers surveyed, this decrease has been slower in the case of tablets, especially among 9- and 10-year-olds. In 2017, 32% of the children interviewed from this age group used tablets to connect to the Internet, whereas this proportion did not exceed 18% for the other age groups.

In relation to devices used, the ICT Kids Online Brazil 2017 survey also noted the growing use of televisions for accessing the Internet: one-quarter of 9- to 17-year-olds used this device to go online, compared to 18% in 2016. This trend has also been observed among the population as a whole: According to the ICT Households 2017 survey, 22% of Internet users 10 years old or older accessed the Internet through televisions, as opposed to only 7% in 2014 (CGI.br, 2018a). Game consoles were also used to access the Internet by 16% of 9- to 17-year-old users. They were used more by boys (23%) than girls (8%) for this purpose.

No noticeable differences were observed in mobile phone use among the different regions and according to the socioeconomic conditions of the children's households. There were clear patterns in relation to computer, television and game console use, and the main difference in the use of these devices was between classes AB and DE (Chart 3). In the case of computers, 84% of young Internet users 9 to 17 years old in classes AB used the devices for accessing the Internet, compared to only 29% in classes DE. In the case of televisions, almost half (49%) of the users in classes AB used this equipment to connect to the Internet, whereas only 8% of those in classes DE did so.

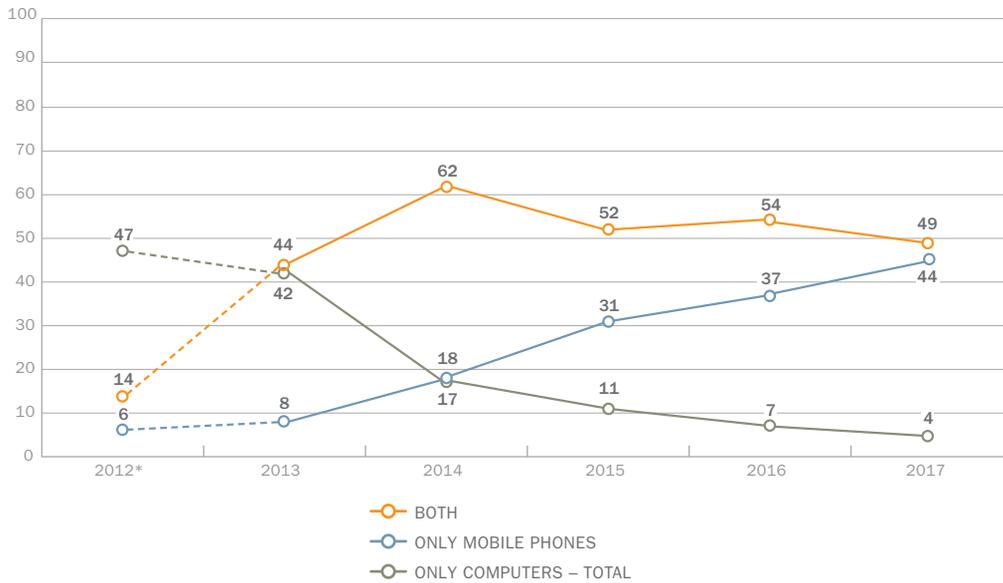
CHART 3
CHILDREN BY DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET, BY SOCIAL CLASS (2017)
Total number of Internet users 9 to 17 years old (%)



In 2017, 49% of Internet users 9 to 17 years old accessed the Internet through both computers and mobile phones. The proportion was higher among users in classes AB (76%) than classes DE (26%). This factor is relevant to the extent that the availability of a wider variety of devices among children with better socioeconomic conditions could result in more diversified Internet experiences (Deursen & Dijk, 2018).

The exclusive use of mobile phones to access the Internet has been growing in the last few years (Chart 4), corresponding to a proportion of almost one-half of 9- to 17-year-old users (44%). However, this phenomenon is more prevalent among individuals in classes DE (67%) than among those in classes AB (15%). As for estimates, in 2017, approximately 11 million children accessed the Internet exclusively via mobile phones, and 10.2 million of them were in classes C and DE. This data reinforces the conclusion that users from higher classes are able to perform more varied activities on the Internet than those with lower socioeconomic conditions.

CHART 4
CHILDREN BY DEVICE USED EXCLUSIVELY OR SIMULTANEOUSLY TO ACCESS THE INTERNET (2012 - 2017)
Total number of Internet users 9 to 17 years old (%)



*In 2012, the target population of the survey was Internet users 9 to 16 years old.

The predominance of use of mobile phones for Internet access by Brazilian young people is a trend that has also been noted in other countries in Latin America. The Kids Online Chile 2016 (Cabello, Claro, Lazcano, & Antezana, 2018) and the Kids Online Uruguay 2017 (UNICEF, 2018) found high rates for children who accessed the Internet through these devices: 92% and 83%, respectively.

However, even though mobile phone use was predominant in the three countries, Uruguay's digital inclusion and socioeducational policies (particularly the Ceibal Plan⁴), create better conditions for children to use other devices, such as notebooks, mobile computers and tablets, for accessing the Internet. According to the Kids Online Uruguay 2017 survey, most of the country's 9- to 17-year-old users (94%) had at least one computer at home, and 64% had Internet access in their households. Furthermore, public schools had free Internet connections for student use (UNICEF, 2018).

Among the implications of diversity of devices for Internet access is the development of multiple online skills. In view of this, it is essential to develop public policies in Brazil that are based on digital inclusion and equal opportunities for accessing and using information and communication technologies (ICT).

⁴ The Ceibal Plan is the main Uruguayan public policy for digital inclusion and equal opportunities for access and use of new technologies by children. Created in 2007, the initiative provides each public school student in the country with a portable computer, in addition to free Internet access in schools. Through the Ceibal Plan, Uruguay became the only country in the world to provide such conditions to all students in the public school system (UNICEF, 2018).

TYPES OF INTERNET CONNECTIONS VIA MOBILE PHONE

The ICT Kids Online Brazil survey also investigates the types of connections used by children who access the Internet through mobile phones. The time series of the survey has found increasingly frequent use of Wi-Fi: In 2013, it was more common to use 3G or 4G (38%) than Wi-Fi (30%); in 2017, the use of Wi-Fi was substantially higher (84%) than the use of 3G or 4G networks (49%) for connecting to the Internet.

This phenomenon reflects the growing number of Brazilian households connected to the Internet with Wi-Fi (CGI.br, 2018a), as well as greater availability of connection points in public spaces (provided by both the government and companies). Due to the spread of Wi-Fi networks, differences in the use of this type of connection between children living in urban (85%) and rural (80%) areas, and between classes AB (89%), C (85%) and DE (79%), were less than those observed in other indicators of the survey. Nonetheless, in geographic terms, in the North region, where there is less available infrastructure for accessing the Internet, the use of Wi-Fi was less frequent among children 9 to 17 years old (60%), compared to the other regions in the country, all of which had proportions over 80% for this type of connection.

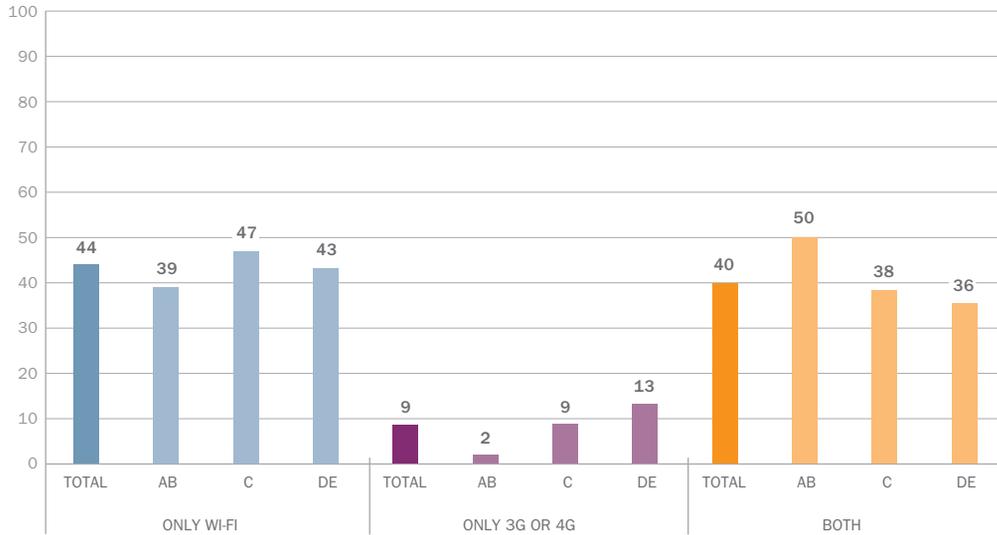
Having both Wi-Fi and 3G/4G networks for accessing the Internet was more prevalent among children residing in households with better socioeconomic conditions, whereas among those in classes DE, exclusive use of 3G or 4G networks was more frequent. As shown in Chart 5, in 2017, 13% of Internet users in classes DE used only 3G or 4G networks, compared to only 2% among those in classes AB. The use of both 3G/4G and Wi-Fi networks was considerably higher among those in classes AB (50%) than those in classes DE (36%).

In addition to differences between social classes, the survey also identified the existence of different patterns of use of these types of connections by age group: the proportion of 9- and 10-year-old Internet users who only used Wi-Fi networks for connecting with their mobile phones (50%) was higher than among 15- to 17-year-olds (37%). However, it was more common among the latter group to use both Wi-Fi and 3G/4G (49%) than among 9- and 10-year-olds (30%).

CHART 5

CHILDREN BY CONNECTIONS USED EXCLUSIVELY OR SIMULTANEOUSLY TO ACCESS THE INTERNET ON MOBILE PHONES, BY TOTAL AND SOCIAL CLASS (2017)

Total number of Internet users 9 to 17 years old (%)

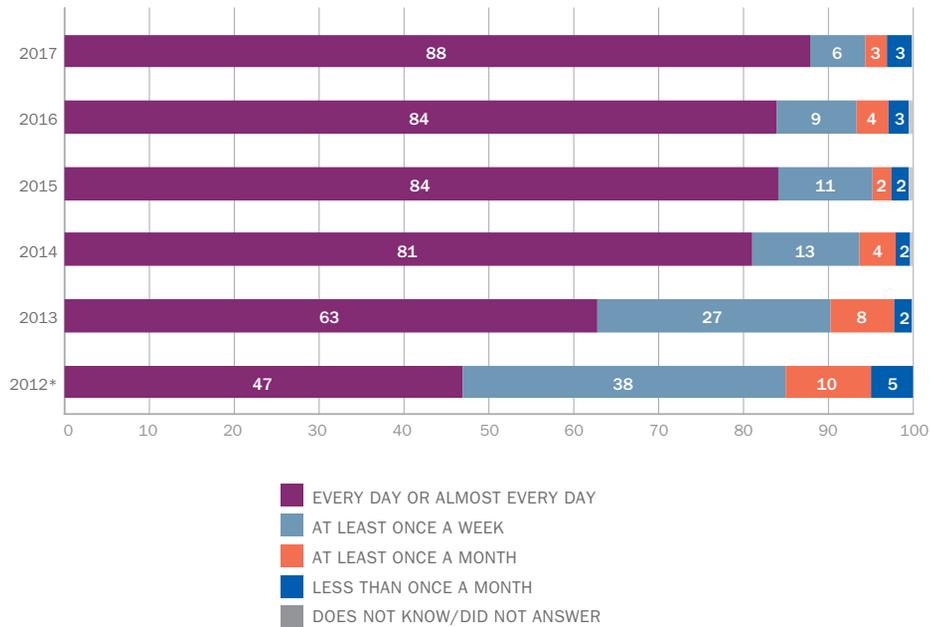


The survey has also found that exclusive Wi-Fi use has been growing, whereas the exclusive use of 3G or 4G networks has been decreasing. In 2014, 28% of Internet users 9 to 17 years old connected to the Internet only through Wi-Fi, and 22% only using 3G or 4G networks. In 2017, these proportions were 44% and 9%, respectively.

FREQUENCY OF INTERNET ACCESS

The increased proportion of children who access the Internet through mobile phones has an impact on the frequency with which they remain connected during the day. The ICT Kids Online Brazil survey has shown that, parallel to the growth in Internet use via mobile phones, the frequency with which children access the Internet has also increased. In 2013, approximately two-thirds of Internet users 9 to 17 years old went online every day or almost every day, a proportion which rose to 88% in 2017, when 71% of children reported using the Internet more than once a day. Less frequent use, of at least once a week, has been dropping every year, as shown in Chart 6.

CHART 6
CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE (2012 - 2017)
Total number of Internet users 9 to 17 years old (%)



*In 2012, the target population of the survey was Internet users 9 to 16 years old.

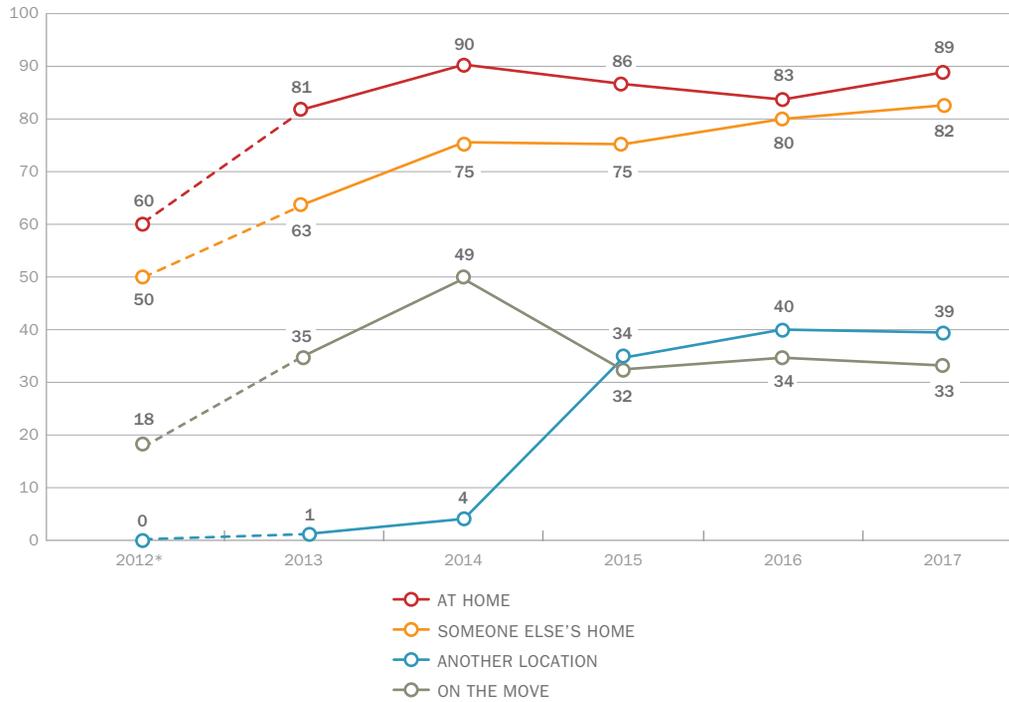
Using the Internet more than once a day was higher among 15- to 17-year-olds (78%), and decreased the lower the age, dropping to 57% in among 9-and 10-year-olds. And, reflecting Internet access inequalities in Brazil, the survey found that use of the Internet more than once a day was significantly higher among children residing in urban areas (73%) and in classes AB (82%) than among those in rural areas (58%) and in classes DE (57%).

LOCATION OF INTERNET ACCESS

In 2017, as has been observed in previous editions of the survey, the most common place for children to access the Internet was in their homes (89%). However, reflecting unequal access to different types of connections and devices, Internet use in the home was less frequent among users from rural areas (75%), from the North (77%), and in classes DE (74%).

The second-most-common location for Internet use was someone else’s house: In 2017, this corresponded to a proportion of 82%. As seen in Chart 7, Internet access in the houses of third parties has been growing since the first edition of the survey, whereas the proportions in the other locations investigated has remained stable. These results go hand-in-hand with the growing use of mobile phones by children for connecting, which favors mobility and the possibility of using the Internet in locations other than one’s own household.

CHART 7

CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS (2012 - 2017)
Total number of Internet users 9 to 17 years old (%)

*In 2012, the target population of the survey was Internet users 9 to 16 years old.

Despite the increasingly frequent use of the Internet through mobile phones, Internet access by children on the move was less common (33%), a proportion that has remained stable in the last three editions of the survey. In this case, due to greater availability of and dependence on 3G or 4G connections to access the Internet, it was more common for children 15 to 17 years old to use the Internet on the move than among younger age groups: 33% among 13- and 14-year-olds; 23% among 11- and 12-year-olds; and 21% among 9- and 10-year-olds. This trend has also been observed in Europe, according to a report from the Net Children Go Mobile project, which did a comparative study in 2015 on Internet use by children in different countries of the continent (Sozio et al., 2015).

Although the Internet is present in nearly all public and private Brazilian schools in urban areas, use of the Internet is not always available for students, as demonstrated in the ICT in Education survey (CGI.br, 2018b). The ICT Kids Online Brazil 2017 survey found that a little under one-third (30%) of children reported having used the Internet in school environments. This proportion was even lower among those in classes DE, who could benefit from Internet connection in schools, given the low penetration of connection in their households⁵. It is also worth noting that Internet use in schools was even less frequent among 9- and

⁵ According to the ICT Households 2017 survey (CGI.br, 2018a), 30% of households in classes DE had Internet access, as opposed to more than 90% of those in class B (93%) and 99% of those in class A.

10-year-olds (10%) and 11- and 12-year-olds (22%), compared to 13- and 14-year-olds (30%) and 15- to 17-year-olds (42%).

In relation to Internet use in school environments, the Brazilian reality is very different from that of children in Chile and Uruguay. According to the Kids Online Chile 2016 survey, the percentage of users 9 to 17 years old who had accessed the Internet in schools was 66% (Cabello et al., 2018). In the Uruguayan context, the situation is even better. According to the Kids Online Uruguay 2017 survey, 82% of the population in this age group had accessed the Internet, at least once in schools (UNICEF, 2018). The high proportion of Internet use in school environments in this country is a result of the Ceibal Plan, as described earlier.

The ICT Kids Online Brazil 2017 survey also showed that, in smaller proportions, children 9 to 17 years old also used the Internet in paid public access centers (14%), such as LAN houses, and in free public access centers (9%), such as telecenters. Although the results for both locations were stable in relation to 2016, there has been a downward trend in their use over the time series of the survey: In 2014, 22% of Internet users in the age group of the survey used the Internet in paid public access centers, and 17% in free public access centers.

OPPORTUNITIES AND PRACTICES

In order to investigate the digital experience of children from the perspective of opportunities provided by using the Internet, the ICT Kids Online Brazil 2017 survey gathered information on the practices and activities carried out online.

In accordance with the theoretical framework adopted for the survey, the discussion regarding the mitigation of online risks and harm must be counterbalanced with a consideration of the opportunities and potential benefits of Internet use. These include: (i) communication, which involves participating in social networking websites and producing and sharing content; (ii) entertainment, such as watching videos, movies, and TV series, listening to music, and playing games online; (iii) engagement and citizenship, where Internet users discuss problems in their cities or countries, participate in campaigns or protests on the Internet, and talk with people from other cities or countries; (iv) education and searching for information, which involves using the Internet for schoolwork, doing research and reading news; and (v) creativity, which include creating and posting videos and songs and developing blogs and websites.

Data regarding the potential of the digital era will give parents, legal guardians and educators better ways to encourage safe Internet use, skill development and digital citizenship. To this end, it is necessary to also consider the behavioral complexities and socioeconomic heterogeneity of different children's profile.

As in previous years, activities related to communication, education and searching for information were the most common among young Brazilian Internet users. Among communication activities, instant messaging (79%) and the use of social networking websites (73%) were performed the most.

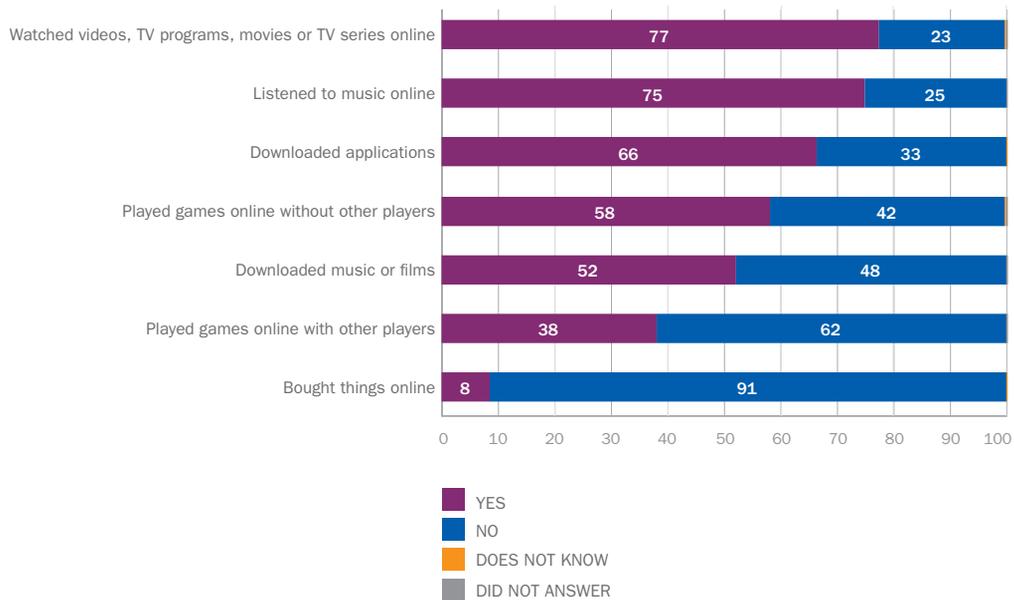
Among activities focused on education and searching for information, looking up information on the Internet for schoolwork was the most predominant, done by 76% of Internet users 9 to 17 years old. With respect to searching for information, the study also indicated notable growth

in the consumption of online news by this age group: 51% of connected children read and/or watched the news online in 2017. In 2013, this proportion was only 34%.

Multimedia and entertainment activities intensified, with levels of use similar to communication and education. Activities such as watching videos, TV programs, movies and TV series online and listening to music were carried out by close to three out of four young Internet users (Chart 8). It is noted that these percentages did not exceed 70% in the 2016 edition of the survey for the activities of watching videos (64%) and listening to music online (59%).

According to the data from the ICT Households 2017 survey (CGI.br., 2018a), among Brazilian Internet users 10 years old or older, 71% watched videos, shows, movies and TV series online and listened to music online. Apart from these activities being more common among children, it is interesting to note that, in terms of frequency, a larger proportion of children engaged in these activities every day or almost every day, which shows the daily presence of the Internet and the importance of online cultural practices in this segment of the population.

CHART 8
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – MULTIMEDIA, ENTERTAINMENT, DOWNLOADING AND CONSUMPTION (2017)
Percentage of the total number of Internet users 9 to 17 years old (%)



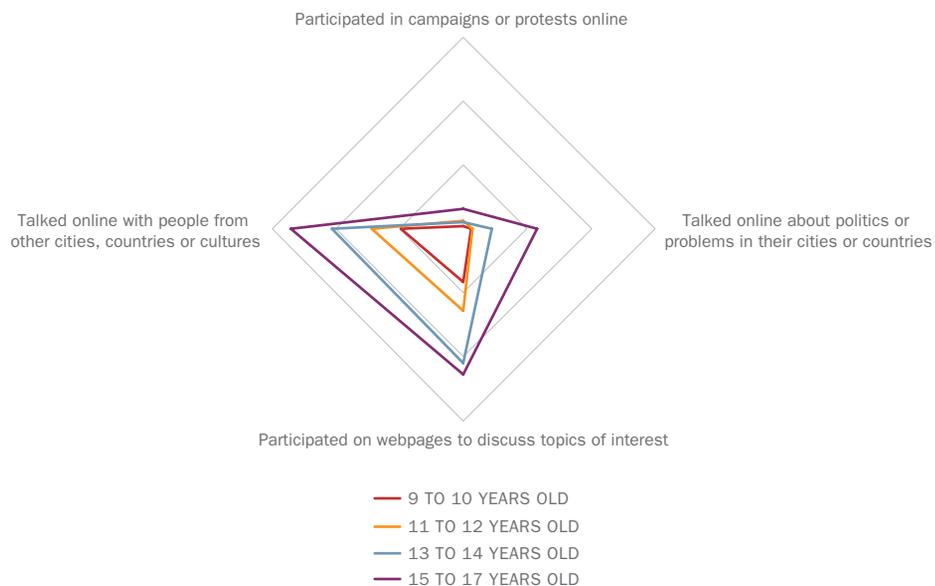
Similar to Brazil, in Uruguay and Chile, the main activities that children reported carrying out on the Internet were communication, searching for information, and entertainment. In Uruguay, particularly noteworthy activities were watching movies and learning something new, done by 92% and 87%, respectively, of Internet users 9 to 17 years old (UNICEF, 2018). Watching movies (95%) stood out in Chile, followed by use of the Internet for doing schoolwork (84%) (Cabello et al., 2018).

Also in relation to activities carried out by children on the Internet, the ICT Kids Online 2017 survey investigated, for the first time, activities related to citizenship and engagement. Considering the Internet’s potential to provide venues for participation and expression, the results demonstrated that activities such as talking with people from other cities, countries or cultures (40%) and participating on web pages or online groups to talk about things they like (36%) were quite common among 9- to 17-year-old users. However, activities more related to political participation, such as talking on the Internet about problems in the cities or countries where they live (12%), were carried out less often in the three months prior to the survey. It was the same with participating in campaigns or protests on the Internet, mentioned by only 4% of users 9 to 17 years old.

There were no notable differences in these results among the socioeconomic classes of the children, except for the activity of talking about politics or problems in their cities or countries, where the percentage was higher among users in classes AB (18%) than among those in classes DE (9%).

Overall, the survey revealed that the percentages of engagement in these activities were higher the older the age group of users. Talking on the Internet about politics or problems in their cities or countries, for example, was mentioned by 23% of 15- to 17-year-olds and by only 9% of 13- and 14-year-olds. The highest percentage was among 15- to 17-year-olds, which was also the case with the other citizenship and engagement activities, as demonstrated in Chart 9.

CHART 9
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET - CITIZENSHIP AND ENGAGEMENT (2017)
Total number of Internet users 9 to 17 years old (%)



In terms of the increase in frequency of activities according to the age group, the main exception was multimedia activities, especially watching videos or playing games on the Internet. For multimedia activities, the percentages were either higher among younger children, or there was no notable difference among the different age groups analyzed in the survey.

In addition to differences in Internet use by age group, the ICT Kids Online Brazil 2017 survey also found different usage patterns according to sex. Most of the activities examined were carried out with greater intensity by girls than boys. In this regard, communication activities predominated, such as instant messaging (engaged in by 83% of girls and 75% of boys who used the Internet) and producing and sharing content, such as posting texts, images or videos they created (35% of girls and 27% of boys).

Among the activities most carried out by boys were those related to games, such as playing games online with other players (56% of boys and 20% of girls) and playing games online without other players (66% of boys and 50% of girls).

The ICT Kids Online Brazil 2017 survey also showed that, although most children had accessed the Internet in the three months prior to the survey (85%), use and activities carried out were different, depending on socioeconomic conditions. Children in lower classes carried out the activities investigated less frequently, which may reinforce inequalities.

From the perspective of socioeconomic variables, differences in patterns of use were more evident in activities that require better Internet connection quality. The biggest differences among users, according to socioeconomic levels, were in entertainment activities, especially watching videos (done by 65% of users in classes DE and by 91% of those in classes AB) and playing games online, whether with other players (51% in classes AB and 25% in classes DE) or without (70% in classes AB and 45% in classes DE).

SKILLS FOR INTERNET USE

The ICT Kids Online Brazil survey generates indicators on the Internet use skills of Brazilians 11 to 17 years old⁶. The development of digital skills is essential for children to be able to partake of the benefits and opportunities afforded by the Internet, as well as to identify related risks. In this report, these skills are presented in five categories: i) social skills, ii) mobile skills, iii) operational skills, iv) creative skills and v) information skills. The framework for this investigation, which was initiated in 2016, uses the skill self-assessment measurements developed by the Global Kids Online project and the From Digital Skills to Tangible Outcomes (DiSTO)⁷ project. These measurements also provide the basis for studies being carried out in various other countries, including in Latin America⁸, and enable international comparison of results.

⁶ The questions about Internet skills were applied to respondents 11 to 17 years old.

⁷ The objective of this project is to develop measurements of digital skills and Internet use among individuals. The initiative has support from the University of Oxford (in England), through the John Fell OUP Research Fund, the London School of Economics, and the University of Twente (in Holland). Retrieved on August 27, 2018, from <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/disto>

⁸ There are studies referenced by Global Kids Online in Argentina, Uruguay and Chile. Retrieved on August 27, 2018, from <http://globalkidsonline.net/results/> Studies are also being carried out in reference to the DiSTO project in Chile and Uruguay. Retrieved on August 27, 2018, from <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/disto/disto-uruguay> and from <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/research/research-projects/disto/disto-chile>.

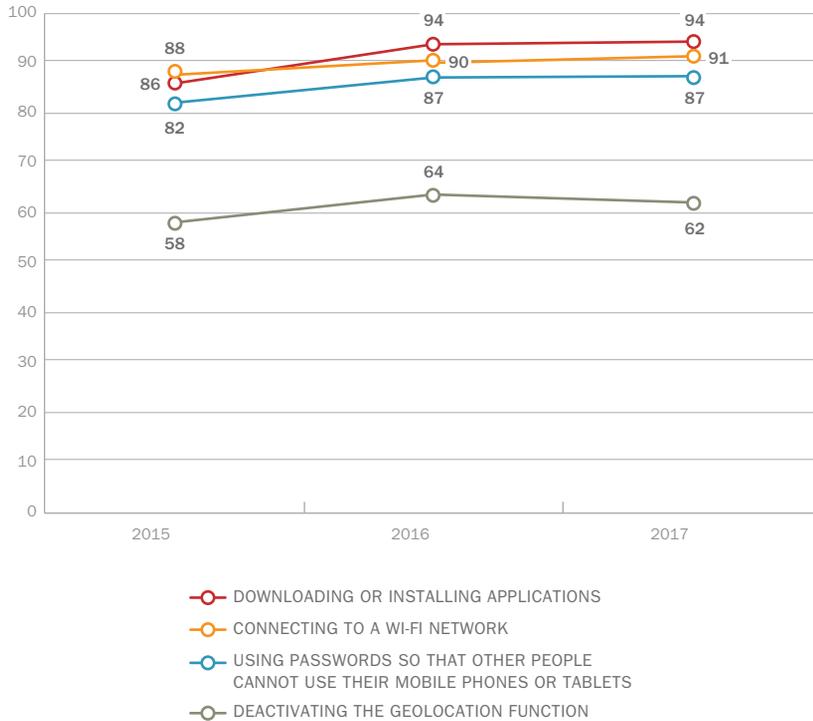
In 2017, social skills, such as defining what should be shared or not on the Internet (89%) and deleting people from their lists of contacts or friends (91%), were once again the skills most cited by young Internet users 11 to 17 years old (Table 2).

TABLE 2
CHILDREN BY INTERNET USE SKILLS BY AGE GROUP (2017)
Total number of Internet users 11 to 17 years old (%)

		TOTAL	AGE GROUP		
			11 to 12 years old	13 to 14 years old	15 to 17 years old
OPERATIONAL SKILLS	Saving photos found on the Internet	90	75	91	96
	Changing privacy settings on social networking websites	63	30	61	79
	Editing photos or videos posted by other people on the Internet	54	43	52	61
INFORMATION SKILLS	Checking whether information found on the Internet is accurate	63	46	58	75
	Choosing the best words to search for something on the Internet	84	73	83	91
SOCIAL SKILLS	Defining what can or cannot be shared on the Internet	89	78	92	94
	Deleting people from their list of contacts or friends	91	80	92	95
CREATIVE SKILLS	Posting videos or music they created on Internet	64	52	63	71
MOBILE SKILLS	Downloading or installing applications	94	88	95	97
	Checking how much was spent on applications	37	33	35	41
	Deactivating the geolocation function	62	45	60	72
	Connecting to a Wi-Fi network	91	83	92	95
	Using passwords on their mobile phones or tablets	87	78	88	92

Skills related to mobile devices were also quite common, particularly downloading or installing applications (94%), which remained stable in relation to the previous survey. Using passwords on mobile devices, such as mobile phones and tablets (87%), and connecting to a Wi-Fi network (91%) were also mentioned by considerable proportions of users in this age group. The skills mentioned less within this category of mobile skills were deactivating the geolocation function (62%) and checking how much was spent on applications (37%).

CHART 10
CHILDREN BY INTERNET SKILLS – MOBILE SKILLS (2015 - 2017)
Total number of Internet users 11 to 17 years old (%)



Among the activities related to operational skills, saving photos they found on the Internet was reported the most: nine out of ten Internet users 11 to 17 years old mentioned doing this. Changing privacy settings on social networking websites (63%) and editing photos or videos posted by other people on the Internet (54%) – skills for which data started being collected in this edition – were mentioned by a smaller proportion of users. Associated with the creative dimension, posting their own videos or songs was mentioned by 64% of Internet users from the age group studied.

The skills of deactivating the geolocation function and changing privacy settings on social networking websites, although cited little, were among the most important on agendas for children's Internet safety and privacy protection. Looking at the different age groups, it can be seen that these skills were mentioned in lower proportions by younger users. The survey showed that 30% of 11- and 12-year-olds and 79% of 15- to 17-year-olds knew how to change privacy settings on social networking websites. The difference between these age groups underscores the greater vulnerability of younger users in relation to privacy rights.

In the context of information skills, 84% of users 11 to 17 years old said that they knew the best words to choose when searching for something on the Internet, and 63% said they knew how to check whether information found on the Internet is accurate.

As noted in previous editions of the survey, although there were no notable differences in digital skills by class and sex, most of these skills tended to vary according to age, and were cited more frequently by older children (Table 3). The results for mobile skills, such as downloading or installing applications, checking how much money was spent on applications, and connecting to Wi-Fi networks, varied the least based on the age groups examined.

From these results, it can be seen that guaranteeing that children have the right to develop these digital skills can be a way of ensuring that they will use the Internet more safely and take greater advantage of the opportunities it offers.

The data also showed that, in 2017, there continued to be high proportions of Internet users 11 to 17 years old who felt they knew a lot about using the Internet (70%). This was likewise the case with those who said they know more about the Internet than their parents (70%), although this proportion was lower than in the last edition of the survey (76%). In both cases, these perceptions varied according to the age group. Internet users 15 to 17 years old gave themselves the best assessment regarding Internet use knowledge, and also reported more frequently that they knew more about the Internet than their parents.

RISKS AND HARM

The risks to which children are exposed while using the Internet is one of the main points investigated in the ICT Kids Online Brazil survey⁹. According to the theoretical framework adopted by the survey (Livingstone et al., 2015), these risks are associated with exposure to sensitive or inappropriate content for their age, contact and interaction with unknown people online, and risky behavior engaged in by children on the Internet. As noted in previous editions, the results of the survey identified important differences in the levels of exposure to these risks according to the age and sex of the interviewees.

It is worth pointing out that children create strategies for managing risks and that these risks do not necessarily result in harm. However, it is necessary to have specific knowledge and skills to manage risks (Livingstone et al., 2015).

Children who use the Internet the most have access to more opportunities and develop more skills, but they are also exposed to more risks. Restrictive mediation decreases contact with risks, but also reduces access to benefits and opportunities for developing digital skills. Developing these skills involves regulation and protection mechanisms by users themselves in relation to their online behavior. In the balance between control and freedom, the mediation of parents and legal guardians and also peers encourages children to explore the limitless possibilities found on the Internet and helps better prepare them to use it.

⁹ Some questions about risks were only posed to Internet users 9 to 17 years old, whereas others were only posed to users 11 to 17 years old, due to the sensitivity of the topics.

RISKS OF EXPOSURE OF CHILDREN TO SENSITIVE OR INAPPROPRIATE CONTENT FOR THEIR AGE

In relation to the risks of online content, one of the points investigated in the survey is exposure to content involving self-harm or other sensitive topics. In 2017, around two out of every ten Internet users 11 to 17 years old (19%) reported having had contact with ways to become very thin, 15% with ways to hurt themselves, 13% with ways to commit suicide, and 10% with content related to drug use or experiences. It is worth emphasizing that girls were more exposed to content related to self-harm: 25% of girls aged 11 to 17 reported having had contact with content regarding ways to become very thin; among boys in the same age group the proportion was 12%. Differences were also observed between the proportion of female (20%) and male respondents (10%) who reported having had contact with content related to ways to hurt themselves and commit suicide (17% among girls, and 9% among boys).

In addition to topics related to self-harm, the ICT Kids Online Brazil survey also investigates children's contact with online content of a sexual nature. In 2017, 14% of users 9 to 17 years old reported having seen sexual content in images or videos on the Internet. Contact with this type of content was more frequent among 15- to 17-year-olds (23%) than among 9- and 10-year-olds and 11- and 12-year-olds (5% for each age group). It should be noted, however, that only 6% of the total number of users 9 to 17 years old felt upset after seeing videos or images of this type on the Internet.

CONTACT AND CONDUCT RISKS

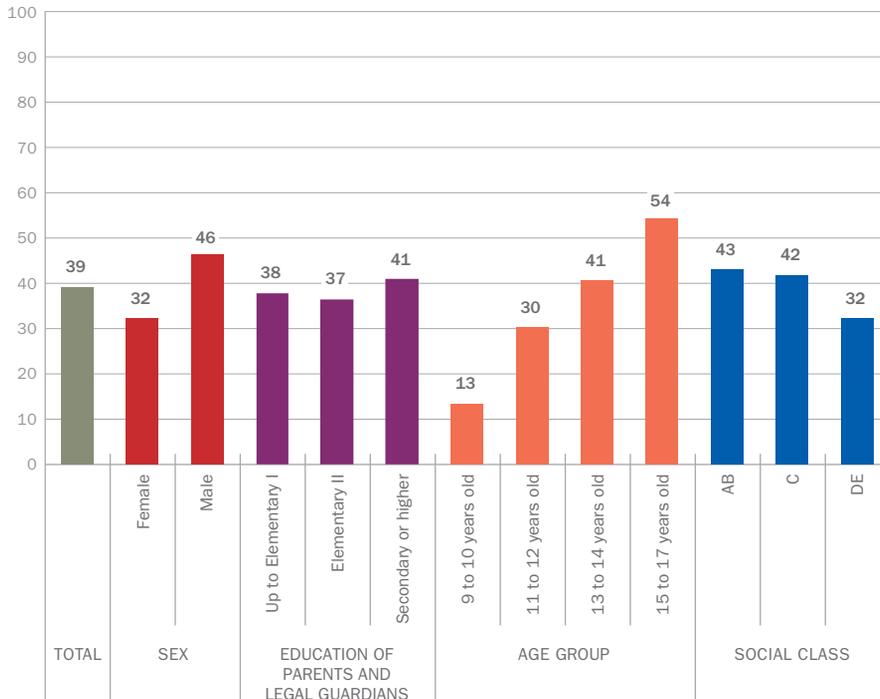
According to the classification defined by the theoretical framework of the survey, the ICT Kids Online Brazil survey also investigates online risks related to behavior adopted by children online and their contact with unknown people through the Internet.

In 2017, 22% of users 9 to 17 years old said they had been treated offensively on the Internet, in ways they did not like or that bothered them, in the 12 months prior to the survey. This percentage corresponds to approximately five million Brazilian children. In addition, the proportion of those who said they had acted in an offensive way on the Internet was 15%, which was stable in relation to 2016 (16%).

Despite these results, parents and legal guardians indicated that only 9% of children in this age group saw something or experienced a situation that upset, offended or bothered them on the Internet. This difference may indicate possible lack of knowledge of parents and legal guardians about the experiences of their children on the Internet.

Risk of exposure to intolerant content and hate speech also remained stable in 2017: 39% of Internet users 9 to 17 years old reported having seen someone being discriminated against or subjected to prejudice on the Internet. The main reason cited for the discrimination witnessed by this audience was color or race (26%), followed by physical appearance (16%), same-sex attraction (14%), and religion (11%). The results of the survey indicated that girls and older children had the most exposure to this type of content on the Internet, as shown in Chart 11.

CHART 11
CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS, BY TOTAL, SEX, EDUCATION OF PARENTS AND LEGAL GUARDIANS, AGE AND SOCIAL CLASS (2017)
Total number of Internet users 9 to 17 years old (%)



It is worth mentioning, that only 8% of Internet users 9 to 17 years old reported having felt discriminated against or subjected to prejudice on the Internet in the 12 months prior to the survey. This was a stable proportion in relation to the last edition (7%), and substantially lower than those who said they witnessed this type of situation happening to other people.

As for sending and receiving messages with sexual content on the Internet, 16% of users 11 to 17 years old mentioned that they had received them, compared to 5% who had sent messages with this type of content in the 12 months prior to the survey. In addition, 12% reported feeling bothered by exposure to messages with sexual content on the Internet, which was more common among girls (15%) than boys (9%).

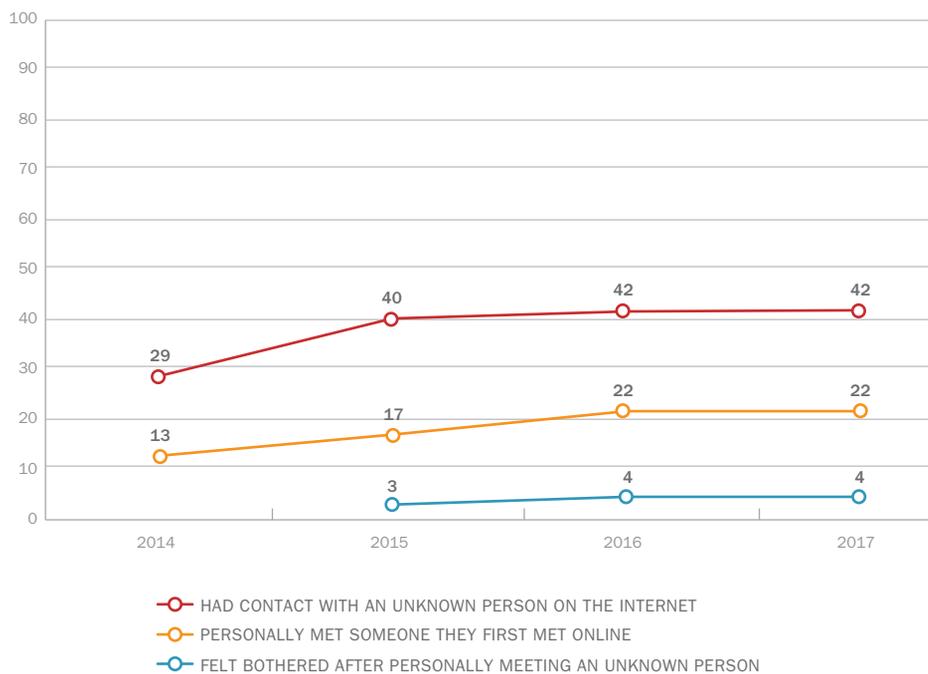
The survey also examined risks related to children having contact with unknown people on the Internet. In 2017, around 10 million children mentioned they had already had contact with unknown people on the Internet, which corresponds to 42% of Internet users 9 to 17 years old. The main platforms used for this contact, according to the children, were social networking websites (27%) and instant messaging (21%).

It warrants pointing out that although most of the time, children’s contact with unknown people is associated with possible harm, in the online and offline world, this practice can be interpreted not only as a risk, but also as an opportunity (Livingstone, Haddon, Gorzing, & Ólafsson, 2011). Apart from the hazards, it is important to bear in mind the expansion of children’s relational networks, which increases their ability to interact and socialize as they meet new people.

The proportion of Internet users 9 to 17 years old who met someone in person whom they had first met on the Internet was 22%. Although this proportion was stable in relation to 2016 (Chart 12), it has been a growing trend since 2014, at which time 13% of Internet users from this age group reported having had a meeting of this type. Despite this trend, it is worth mentioning that only 4% of users from this age group said they had felt bothered after personally meeting an unknown person. Although children's contact with unknown people on the Internet can represent an opportunity, it can also be a risk, if this contact is not done safely or mediated by parents and legal guardians.

In general, the survey revealed that older children adopted riskier behavior on the Internet and were also exposed the most to risks related to contact with unknown people on the Internet. Among 15- to 17-year-old users, 63% reported having had contact with unknown people on the Internet, and 36% had personally met someone they first met online. Among children 9 to 10 years old, these proportions were 11% and 3%, respectively.

CHART 12
CHILDREN WHO HAD CONTACT WITH AN UNKNOWN PERSON ON THE INTERNET, WHO PERSONALLY MET SOMEONE THEY FIRST MET ONLINE, AND WHO FELT BOTHERED AFTER PERSONALLY MEETING AN UNKNOWN PERSON (2014 - 2017)
Total number of Internet users 9 to 17 years old (%)



Considering the growth trend in the number of connected children and the frequency with which they use the Internet, as demonstrated by the results presented earlier, the survey investigates possible consequences of excessive Internet use by this audience.

The data showed that approximately one-fifth of Internet users 11 to 17 years old tried, but were unable, to spend less time online (23%). An equivalent proportion said they had felt bad at some point about not being able to be on the Internet (23%). In addition, 22% of users from

this age group mentioned that they spent less time with their families and friends or doing homework because they spent a lot of time on the Internet; 18% reported that the Internet kept them from eating and sleeping, and 18% said that they caught themselves browsing the Internet without really being interested in what they were looking at.

Although it is important to consider the negative impact that excessive Internet use can have on children's well-being – such as greater exposure to content that increases their desire to consume, undermines their self-esteem, and causes them to spend less time interacting with their families – recent research casts doubt on the hypothesis that the harm caused by the use of digital technologies is proportionate to the length of time of exposure to these technologies. Studies have found that, more important than focusing only on the impact that Internet exposure time can have on children's well-being, it is necessary to consider the influences of the content to which these users are exposed and the activities they carry out on the Internet, as well as take into account the social life and family environments in which these children are inserted (Kardefelt-Winther, 2017).

INTERNET USE MEDIATION

Given the potential harm that exposure to risks associated with use of the Internet can have on children's development, it is important to investigate the mediation measures and strategies of parents and legal guardians to ensure safe Internet use by this audience. To this end, the ICT Kids Online Brazil survey has interviewed, since its first edition, the parents and legal guardians of the children who participated in the survey, in order to understand the parental context and perceptions of these adults in relation to how their children or those in their care use the Internet.

With respect to the parental context, the survey showed that, in 2017, 77% of young Brazilian Internet users had parents or legal guardians who were also Internet users, a percentage that has been growing since 2014, at which time this proportion was 50%. However, similar to what was observed in the Internet use of the children interviewed, there are regional and socioeconomic disparities in Internet use by parents and legal guardians. In rural areas, it was less common for children to have parents or legal guardians who were also Internet users (54%), compared to those residing in urban areas (80%). In addition, 93% of young Internet users in classes AB had parents or legal guardians who were also users, whereas that was lower among those in classes DE (54%).

The survey asks children how much their parents and legal guardians know about their online activities. Approximately one-half (49%) of the interviewees reported that their parents and legal guardians were very knowledgeable about their Internet activities. This percentage varied according to age group: it was lower among 15- to 17-year-olds (36%), but exceeded 60% among 9- and 10-year-olds (61%) and 11- and 12-year-olds (68%).

In terms of the perceptions of parents and legal guardians regarding children's Internet use, 70% said that their children or those in their care used the Internet safely, a percentage that remained stable in relation to the last edition of the survey (69%). Perceptions of online safety were lower among parents and legal guardians with lower levels of education: 60% among those with the first level of elementary education and 75% among those with secondary or

higher education. Also in regard to safe Internet use, the ICT Kids Online survey investigates guidance, permission and restrictions given by parents and legal guardians to children on Internet use. To assess these mediation strategies, the survey uses the classification created by the EU Kids Online network as a framework, as shown in Table 3:

TABLE 3
INTERNET USE MEDIATION STRATEGIES, BY TYPE OF MEDIATION

ACTIVE MEDIATION OF INTERNET USE	Parents and legal guardians talk to their children about content present on the Internet and carry out online activities together.
MEDIATION OF SAFE INTERNET USE	Parents and legal guardians promote or encourage safe and responsible Internet use by their children.
RESTRICTIVE MEDIATION	Parents and legal guardians establish rules that limit or regulate time and location of Internet use, and for engaging in online activities.
TECHNICAL RESTRICTIONS	Parents and legal guardians use software or technical instruments to filter and restrict the online activities of their children.
MONITORING OF ACTIVITIES	Parents and legal guardians monitor or check their children's history of online activities.

Source: Adapted from Helsper, Kalmus, Hasebrink, Sagvari and De Haan (2013).

In 2017, children reported that active mediation strategies were adopted the most frequently by their parents and legal guardians. Restrictive mediation and monitoring of activities – which includes permissions, restrictions and checking Internet use – were also common, but carried out in lower proportions.

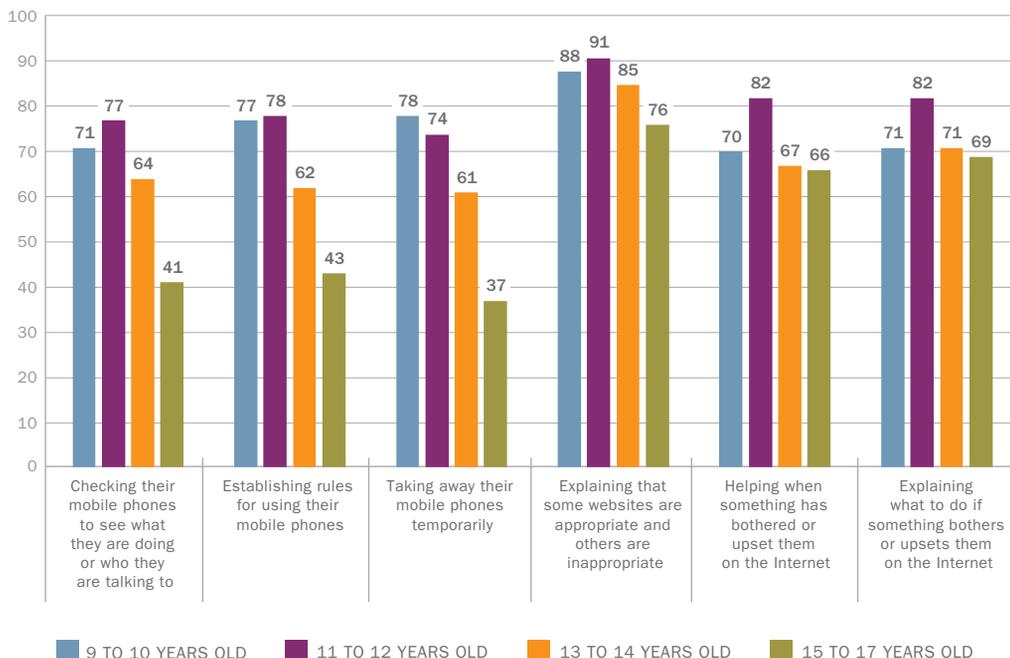
Over half of the children Internet users reported having been encouraged by their parents and legal guardians to learn things on the Internet (56%), and 63% said that their parents and legal guardians helped them do something on the Internet that they did not understand. There were no major differences in the encouragement received from parents and legal guardians according to the sex or age group of young Internet users, but there were marked differences in terms of class: Encouragement was more frequently reported by children in classes AB (73%) than by those in classes DE (40%). The proportion of users who said that their parents and legal guardians helped them do something on the Internet that they did not understand was similar among socioeconomic classes, but it was more common the younger the Internet user: 78% among 9- and 10-year-olds and 47% among 15- to 17-year-olds.

Mediation strategies were even more important in the context in which most Internet users 9 to 17 years old engaged in communication activities online. As mentioned earlier, many children used the Internet for talking to people from other cities, countries or cultures. In this context, 84% of this audience mentioned that their parents and legal guardians taught them how to behave on the Internet with other people. Seven out of ten interviewees (71%) said that their parents and legal guardians talked with them about what they do on the Internet, and half (50%) mentioned that their parents and legal guardians sit with them, talking and participating in what they are doing on the Internet. There were few variations in these activities according to the sex, age group and socioeconomic class of Internet users.

Also in reference to active mediation strategies, 83% of Internet users 9 to 17 years old reported that their parents or legal guardians explain that some websites are appropriate and others are inappropriate. In addition, they mentioned that they also explain what to do if something bothers or upsets them on the Internet (73%), and that they help them when something has bothered or upset them on the Internet (70%). In the current context, where mobile phones are the main devices used by children to connect to the Internet, restrictive mediation strategies for mobile phone use were common: 60% of the children reported that their parents and legal guardians established rules for mobile phone use, and 57% said they took away their mobile phones temporarily. With respect to monitoring activities carried out on the Internet, 58% of users 9 to 17 years old reported that their parents and legal guardians check their mobile phones to see what they are doing and who they are talking to, 66% said they sit with them while using the Internet, but without participating in what they are doing, and 67% mentioned that their parents and legal guardians stay around while they use the Internet, but don't look at what they are doing.

It is worth noting that mediation and monitoring strategies differ according to children's ages. Whereas those most exposed to risks are generally older children, as shown earlier, mediation strategies by parents and legal guardians were reported more frequently by younger Internet users (Chart 13), with the exception of sitting together and staying around while they use the Internet, but without participating or looking at what they are doing, where the results were similar among the different age groups.

CHART 13
CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS AND LEGAL GUARDIANS ON INTERNET USE, BY AGE (2017)
Total number of Internet users 9 to 17 years old (%)



In view of the complexity of this topic and the diversity of behavior among children, parents and legal guardians, as well as teachers, are in the best position to guide young people on how to use the Internet safely. However, is important to consider that restrictive measures can have an impact on the development of risk management skills, making children more vulnerable to possible harm involving use of the Internet.

FINAL CONSIDERATIONS: AGENDA FOR PUBLIC POLICIES

The ICT Kids Online Brazil survey, as well as the other surveys conducted by CGI.br, point out notable advances in the digital inclusion of the Brazilian population in recent years. However, socioeconomic and regional inequalities persist in relation to ICT access and use in the country. It is important to note that this progress has been primarily due to the spread of mobile phones, which can impose limitations on the quality of this access and Internet use possibilities. The literature on the subject has included warnings that Internet use exclusively by mobile phones can become a factor that replicates preexisting inequalities (Pearce & Rice, 2013; Mossberger, Tolbert, & Anderson, 2014). Among children – the audience that especially accesses the Internet through mobile phones – it is necessary to assess restrictions on access to the opportunities provided by Internet use and the development of skills for its use.

Increased connectivity and ICT use by Brazilian children is already a consolidated trend. Therefore, skill development is crucial in order to minimize the risks and harness the opportunities afforded by Internet use. Among these opportunities, the ICT Kids Online Brazil 2017 survey investigated, for the first time, items associated with citizenship and civic engagement on the Internet, which indicate the exposure of users to topics relevant to their countries or cities and to people from other countries, cities or cultures. However, the survey found that the proportion of children who engaged in this type of activity was still reduced, which may be related, among other factors, to the lack of operational, informational and critical skills required for these activities.

The ICT Kids Online Brazil 2017 survey also showed that, overall, the exposure of children to online risks remains at the similar levels in relation to previous editions. However, according to the ICT in Education survey, situations of this type are increasingly present in school contexts. In 2017, 40% of Brazilian public and private school teachers in urban areas said they had helped students deal with situations that occurred on the Internet related to bullying, discrimination, harassment and dissemination of images without consent. In addition, 81% of directors of studies reported that their schools promoted activities on safe Internet use, in order to provide guidance for students in dealing with these types of situations (CGI.br, 2018b). Thus, there is a clear need for actions that support school communities in this process.

Brazil has specific laws and public policies that promote rights and duties within the country's digital ecosystem. Although they make few references to Internet use by children, some advances have been noted recently on the subject of protection of personal data. Enacted in August 2018, the General Personal Data Protection Law (Law No. 13709,2018) delves deeper into issues related to treatment of personal information, in order to protect the freedom and privacy of users. In Section III, the law specifically addresses the treatment of children's personal data and improves the protection of this audience in terms of respect for privacy.

According to this law, children's personal data can only be used with the consent of at least one of their parents or legal guardians, and a privacy policy must be provided every time personal information is requested, whether on online platforms and applications or in physical stores and establishments. The Brazilian law joins a list of other laws and terms addressing the topic, as the case of the General Data Protection Regulation (GDPR), sanctioned by the European Union in 2018.

In view of the scenario presented by the ICT Kids Online Brazil 2017 survey and the need to ensure protection, assurance of rights, privacy and freedom of expression on the Internet, the scope of public policies should include measures to promote the implementation of policies and measures specifically intended for children. At the same, investigations of online habits reveal an environment in which changes are rapid and constant, which requires strategies to take into account the evidence from surveys conducted with this audience.

REFERENCES

Cabello, P., Claro, M., Lazcano, D., & Antezana, L. (2018). La inclusión digital de niños y adolescentes chilenos desde la perspectiva de usos y habilidades. In E. Jiménez, M. Garmendia, M.A Casado (Coords.). *Entre selfies y whatsapps: Oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada*, 1st ed (pp. 259-277). Spain: Gedisa.

Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) (2018a). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households: ICT Households 2017*. São Paulo: CGI.br.

Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) (2018b). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian schools: ICT in Education 2017*. São Paulo: CGI.br.

Deursen, A., & Dijk, J. (2018). The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access. *New Media & Society*, 1-22. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444818797082>

Helsper, E. J., Kalmus, V., Hasebrink, U., Ságvári, B., & De Haan, J. (2013). *Country classification: Opportunities, risks, harm and parental mediation*. London: EU Kids Online.

Kardefelt-Winther, D. (2017). *How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity? An evidence-focused literature review*. New York: UNICEF. Retrieved from <https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/Children-digital-technology-wellbeing.pdf>

General Personal Data Protection Law (LGPD), Law No. 13709, August 14, 2018 (2018). This law addresses the treatment of personal data, including digital media, by individuals or public or private legal entities, in order to protect the fundamental rights of freedom and privacy and the free development of the personality of the individual. Brasília. Retrieved on October 11, 2018, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2011). *EU Kids Online: Final report*. London: EU Kids Online and London School of Economics & Political Science.

Livingstone, S., & O'Neill, B. (2014). Children's rights online: Challenges, dilemmas and emerging directions. In S. van der Hof, B. van den Berg & B. Schermer (Eds.). *Minding minors wandering the web: Regulating online child safety* (Vol. 24, pp. 20-38). The Hague: T.M.C.

Livingstone, S., Mascheroni, G., & Staksrud, E. (2015). *Developing a framework for researching children's online risks and opportunities in Europe*. London: EU Kids Online.

Pearce, E., & Rice, E. (2013). Digital divides from access to activities. *Journal of Communication* (63), 721-744.

Sozio, M., Ponte, C., Sampaio, I., Senne, F., Ólafsson, K., Alves, S., & Garroux, C. (2015). *Children and internet use: A comparative analysis of Brazil and seven European countries*. London: EU Kids Online.

United Nations Children's Fund (UNICEF) (2018). *Niños, niñas y adolescentes conectados: Informe kids online Uruguay*. Montevideo: UNICEF.

PARTE 3

TABELAS DE RESULTADOS

INDICADORES SELECIONADOS
PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES
E PAIS OU RESPONSÁVEIS

PART 3

TABLES OF RESULTS

SELECTED INDICATORS FOR CHILDREN
AND PARENTS OR LEGAL GUARDIANS



CONTINUA/ CONTINUES ►

A1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET
CHILDREN BY DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Computador – Total Computer – Total	Computador de mesa Desktop computer	Computador portátil Portable computer	Tablet Tablet
TOTAL		53	32	28	19
ÁREA AREA	Urbana / Urban	55	34	29	20
	Rural / Rural	40	23	25	15
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	59	37	32	22
	Nordeste Northeast	48	27	27	18
	Sul South	56	33	33	21
	Norte North	34	22	18	10
	Centro-Oeste Center-West	52	35	19	17
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	55	35	28	19
	Feminino / Female	51	30	29	19
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	41	22	22	14
	Fundamental II Elementary II	48	27	23	20
	Médio ou mais Secondary or more	61	39	33	21
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	61	32	28	32
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	56	37	23	18
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	49	32	26	18
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	50	31	33	15
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	36	20	19	13
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	46	28	20	17
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	64	35	34	27
	Mais de 3 SM More than 3 MW	73	51	43	24
	Não tem renda Has no income	36	22	33	17
	Não sabe Does not know	48	32	32	10
	Não respondeu Did not answer	68	33	49	31
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	84	56	54	31
	C	55	33	27	18
	DE	29	14	13	13

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET
CHILDREN BY DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNETTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

	Percentual (%) Percentage (%)	Telefone celular Mobile phone	Videogame Game console	Televisão Television	Outro Other
TOTAL		93	16	25	-
ÁREA AREA	Urbana / Urban	93	17	27	-
	Rural / Rural	94	7	11	-
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	94	21	32	-
	Nordeste Northeast	95	8	19	-
	Sul South	92	19	26	-
	Norte North	89	9	12	-
	Centro-Oeste Center-West	91	15	25	-
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	91	23	25	-
	Feminino / Female	95	8	26	-
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	94	8	12	-
	Fundamental II Elementary II	93	13	18	-
	Médio ou mais Secondary or more	93	20	34	-
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	88	20	32	-
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	89	13	24	-
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	95	16	26	-
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	97	15	23	-
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	93	7	13	-
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	93	11	20	-
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	91	21	27	-
	Mais de 3 SM More than 3 MW	94	28	46	-
	Não tem renda Has no income	100	9	0	-
	Não sabe Does not know	94	18	18	-
	Não respondeu Did not answer	91	21	30	-
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	91	31	49	-
	C	94	15	26	-
	DE	93	6	8	-

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

A1B CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONEXÃO UTILIZADA PARA ACESSAR A INTERNET NO TELEFONE CELULAR
CHILDREN BY TYPE OF INTERNET CONNECTION VIA MOBILE PHONE
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		WiFi Wi-Fi	3G ou 4G 3G ou 4G
TOTAL		84	49
ÁREA AREA	Urbana / Urban	85	49
	Rural / Rural	80	44
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	86	53
	Nordeste Northeast	89	44
	Sul South	84	43
	Norte North	60	62
	Centro-Oeste Center-West	83	37
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	85	46
	Feminino / Female	84	52
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	82	50
	Fundamental II Elementary II	88	43
	Médio ou mais Secondary or more	84	51
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	81	37
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	81	35
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	88	50
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	86	60
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	82	46
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	82	47
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	86	51
	Mais de 3 SM More than 3 MW	91	52
	Não tem renda Has no income	71	57
	Não sabe Does not know	73	39
	Não respondeu Did not answer	88	58
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	89	52
	C	85	47
	DE	79	49

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

A1C CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO
CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESSTOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Há menos de três meses (usuário) ¹ Less than three months ago (user) ¹	Mais de três meses atrás More than three months ago	Nunca acessou a Internet Has never accessed the Internet
TOTAL		85	7	8
ÁREA AREA	Urbana / Urban	90	6	4
	Rural / Rural	63	12	25
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	93	4	3
	Nordeste Northeast	77	9	14
	Sul South	92	6	2
	Norte North	68	14	18
	Centro-Oeste Center-West	93	4	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	85	7	8
	Feminino / Female	86	7	8
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	76	9	15
	Fundamental II Elementary II	81	8	11
	Médio ou mais Secondary or more	93	5	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	74	11	15
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	82	7	11
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	87	6	7
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	93	5	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	75	10	15
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	87	6	8
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	92	6	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	98	1	0
	Não tem renda Has no income	65	7	27
	Não sabe Does not know	80	13	8
	Não respondeu Did not answer	86	10	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	98	1	1
	C	93	5	1
	DE	70	12	18

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Considera-se 'usuário' aquele que utilizou a Internet pelo menos uma vez nos três meses que antecederam a entrevista.

¹ A 'user' is considered to be someone who used the Internet at least once in the three months preceding the interview.

CONTINUA/ CONTINUES ►

A1D CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET

CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET
TOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Porque não tem Internet em casa Because they have no Internet at home	Porque não sabe usar a Internet Because they do not know how to use the Internet	Porque não tem vontade de usar a Internet Because they do not want to use the Internet
TOTAL		9	6	5
ÁREA AREA	Urbana / Urban	6	3	4
	Rural / Rural	23	19	11
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	5	2	3
	Nordeste Northeast	13	9	7
	Sul South	6	3	2
	Norte North	22	15	9
	Centro-Oeste Center-West	4	3	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	9	6	5
	Feminino / Female	9	6	4
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	14	10	8
	Fundamental II Elementary II	13	9	5
	Médio ou mais Secondary or more	4	2	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	14	12	10
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	12	8	5
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	10	5	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	4	1	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	16	10	7
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	10	7	5
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	3	2	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	0	1
	Não tem renda Has no income	8	14	12
	Não sabe Does not know	14	4	5
	Não respondeu Did not answer	5	5	7
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	1	1
	C	4	1	3
	DE	19	14	9

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

A1D CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET

CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET

TOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Por causa da religião For religious reasons	Porque não tem Internet em nenhum lugar que costuma ir Because there is no Internet in places they usually go	Porque os amigos não usam Because their friends do not use it
TOTAL		2	4	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	1	3	2
	Rural / Rural	7	9	7
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	0	1	1
	Nordeste Northeast	4	7	4
	Sul South	1	3	1
	Norte North	5	12	6
	Centro-Oeste Center-West	2	4	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	2	4	2
	Feminino / Female	2	5	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	4	10	4
	Fundamental II Elementary II	4	4	4
	Médio ou mais Secondary or more	1	2	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	5	7	5
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	2	6	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	4	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	0	2	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	3	8	4
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	3	4	4
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	1	3	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	0	0
	Não tem renda Has no income	7	7	4
	Não sabe Does not know	2	5	2
	Não respondeu Did not answer	3	4	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	0	0
	C	1	1	1
	DE	5	10	6

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

A1D CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET

CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET

TOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Porque não pode usar a Internet na escola Because they cannot use the Internet at school	Porque seus pais ou as pessoas que cuidam dele(a) não deixam Because their parents or those taking care of them do not allow it	Porque a Internet não é para pessoas da idade dele(a) Because the Internet is not for people their age
TOTAL		5	4	5
ÁREA AREA	Urbana / Urban	3	3	4
	Rural / Rural	11	10	13
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	3	2	1
	Nordeste Northeast	7	7	9
	Sul South	1	2	2
	Norte North	14	9	11
	Centro-Oeste Center-West	2	3	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	5	4	5
	Feminino / Female	4	5	5
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	7	6	9
	Fundamental II Elementary II	5	7	7
	Médio ou mais Secondary or more	3	2	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	9	10	11
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	8	5	7
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	4	5
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	2	1	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	8	5	7
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	5	7	7
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	2	2	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	1	1
	Não tem renda Has no income	1	19	12
	Não sabe Does not know	10	6	6
	Não respondeu Did not answer	9	8	3
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	1	1
	C	2	2	2
	DE	10	9	11

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A1D CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET

CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET

TOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Porcentagem (%)		Porque algumas coisas o(a) chatearam ou incomodaram na Internet Because there were things that bothered or upset them on the Internet	Outro Other
TOTAL		2	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	2	0
	Rural / Rural	3	2
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	1	0
	Nordeste Northeast	3	1
	Sul South	0	1
	Norte North	5	1
	Centro-Oeste Center-West	1	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	2	1
	Feminino / Female	2	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	3	1
	Fundamental II Elementary II	2	1
	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	4	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	2	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	3	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	2	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	1	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	0
	Não tem renda Has no income	4	4
	Não sabe Does not know	4	1
	Não respondeu Did not answer	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	0
	C	1	0
	DE	4	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

A1E CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA PARA ACESSAR A INTERNET
CHILDREN BY DEVICES USED EXCLUSIVELY OR SIMULTANEOUSLY TO ACCESS THE INTERNET

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Apenas computador Only computer	Apenas telefone celular Only mobile phone	Ambos Both
TOTAL		4	44	49
ÁREA AREA	Urbana / Urban	5	43	50
	Rural / Rural	3	57	37
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	4	39	55
	Nordeste Northeast	3	49	46
	Sul South	5	41	51
	Norte North	4	59	30
	Centro-Oeste Center-West	8	48	44
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	5	42	49
	Feminino / Female	3	47	48
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	3	56	38
	Fundamental II Elementary II	4	49	44
	Médio ou mais Secondary or more	5	37	55
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	10	36	51
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	7	40	49
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	49	46
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	48	49
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	4	61	32
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	4	51	43
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	7	34	57
	Mais de 3 SM More than 3 MW	5	26	68
	Não tem renda Has no income	0	64	36
	Não sabe Does not know	2	48	46
	Não respondeu Did not answer	4	27	64
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	7	15	76
	C	4	43	51
	DE	3	67	26

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

A2 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET

CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Casa Home	Escola School	Casa de outra pessoa Someone else's house	Centro público de acesso pago Paid public access center
TOTAL		89	30	82	14
ÁREA AREA	Urbana / Urban	91	30	83	15
	Rural / Rural	75	24	80	7
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	92	36	86	13
	Nordeste Northeast	84	23	80	16
	Sul South	93	30	82	17
	Norte North	77	27	73	15
	Centro-Oeste Center-West	93	20	79	8
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	87	27	84	17
	Feminino / Female	90	33	81	11
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	81	25	78	14
	Fundamental II Elementary II	87	28	80	16
	Médio ou mais Secondary or more	93	32	85	14
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	90	10	78	9
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	86	22	81	10
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	88	30	82	16
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	90	42	85	18
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	76	24	77	14
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	89	24	80	15
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	95	28	86	12
	Mais de 3 SM More than 3 MW	98	41	88	15
	Não tem renda Has no income	80	42	84	23
	Não sabe Does not know	84	32	81	21
	Não respondeu Did not answer	95	45	93	9
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	99	42	89	16
	C	93	28	82	13
	DE	74	24	79	15

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A2 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET
CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Porcentagem (%)		Centro público de acesso gratuito Free public access center	Em deslocamento On the move	Outro Other
TOTAL		9	33	39
ÁREA AREA	Urbana / Urban	8	34	41
	Rural / Rural	10	28	28
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	10	44	44
	Nordeste Northeast	7	21	33
	Sul South	12	34	42
	Norte North	7	24	33
	Centro-Oeste Center-West	4	22	36
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	8	30	37
	Feminino / Female	9	36	42
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	9	31	35
	Fundamental II Elementary II	7	33	36
	Médio ou mais Secondary or more	9	34	42
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	4	21	21
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	6	23	29
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	7	33	40
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	13	44	52
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	7	27	27
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	10	29	35
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	9	35	39
	Mais de 3 SM More than 3 MW	10	40	57
	Não tem renda Has no income	9	55	41
	Não sabe Does not know	6	32	40
	Não respondeu Did not answer	6	51	51
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	11	42	53
	C	9	31	40
	DE	5	29	28

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

A4 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET

CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

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		71	17	6	3
ÁREA AREA	Urbana / Urban	73	16	6	2
	Rural / Rural	58	23	8	5
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	75	14	6	3
	Nordeste Northeast	69	20	5	3
	Sul South	74	17	6	2
	Norte North	60	19	12	2
	Centro-Oeste Center-West	69	14	9	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	70	19	6	3
	Feminino / Female	73	15	6	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	65	19	8	3
	Fundamental II Elementary II	70	16	8	4
	Médio ou mais Secondary or more	75	16	5	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	57	24	11	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	70	14	10	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	72	16	5	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	78	15	3	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	57	23	8	6
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	71	15	9	2
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	79	12	6	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	83	13	3	0
	Não tem renda Has no income	79	3	9	0
	Não sabe Does not know	56	34	5	0
	Não respondeu Did not answer	76	16	1	6
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	82	14	2	1
	C	75	14	6	2
	DE	57	23	10	5

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A4 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET

CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Menos de uma vez por mês Less than once a month	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		3	0	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	2	0	0
	Rural / Rural	6	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	2	0	0
	Nordeste Northeast	3	0	0
	Sul South	1	0	0
	Norte North	7	0	0
	Centro-Oeste Center-West	4	0	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	2	0	0
	Feminino / Female	3	0	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	5	0	0
	Fundamental II Elementary II	3	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	2	0	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	4	1	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	3	0	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	0	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	2	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	6	0	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	3	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	1	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	0	0
	Não tem renda Has no income	9	0	0
	Não sabe Does not know	5	0	0
	Não respondeu Did not answer	0	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	0	0
	C	2	0	0
	DE	5	0	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

B1A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – EDUCAÇÃO E BUSCA DE INFORMAÇÕES

CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – EDUCATION AND SEARCH FOR INFORMATION

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Pesquisou na Internet para fazer trabalhos escolares <i>Looked up information on the Internet for schoolwork</i>	Pesquisou na Internet por curiosidade ou por vontade própria <i>Looked up information on the Internet out of curiosity or personal desire</i>	Procurou na Internet informações sobre oportunidades de emprego ou cursos <i>Looked up information on the Internet regarding job opportunities or courses</i>
TOTAL		76	64	30
ÁREA AREA	Urbana / Urban	76	65	31
	Rural / Rural	78	60	24
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	78	67	34
	Nordeste Northeast	75	62	28
	Sul South	73	62	32
	Norte North	76	58	27
	Centro-Oeste Center-West	75	66	18
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	73	64	27
	Feminino / Female	80	65	33
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	72	58	31
	Fundamental II Elementary II	73	64	31
	Médio ou mais Secondary or more	79	68	29
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	63	54	4
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	78	54	10
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	83	62	29
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	77	75	53
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	72	57	28
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	75	64	33
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	76	67	32
	Mais de 3 SM More than 3 MW	86	70	28
	Não tem renda Has no income	81	69	45
	Não sabe Does not know	67	66	25
	Não respondeu Did not answer	70	68	32
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	81	69	31
	C	77	66	32
	DE	72	59	27

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

B1A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – EDUCAÇÃO E BUSCA DE INFORMAÇÕES
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – EDUCATION AND SEARCH FOR INFORMATION

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Procurou na Internet informações sobre o que acontece no lugar onde mora, na sua rua ou seu bairro Looked up information on the Internet regarding what is happening in the place where they live, on their street or neighborhood	Procurou na Internet informações sobre saúde Looked up health information on the Internet	Leu ou assistiu a notícias na Internet Read or watched the news online	Usou mapas na Internet Used online maps
TOTAL		22	28	51	36
ÁREA AREA	Urbana / Urban	22	28	52	38
	Rural / Rural	23	26	47	25
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	23	28	52	42
	Nordeste Northeast	25	32	52	32
	Sul South	22	27	53	37
	Norte North	22	22	46	25
	Centro-Oeste Center-West	11	23	46	32
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	21	24	49	40
	Feminino / Female	23	33	53	33
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	25	30	49	35
	Fundamental II Elementary II	20	27	51	34
	Médio ou mais Secondary or more	21	28	53	38
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	13	15	35	26
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	16	20	32	26
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	21	21	53	33
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	30	42	67	48
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	22	27	48	27
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	23	27	49	35
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	23	27	54	43
	Mais de 3 SM More than 3 MW	23	31	60	43
	Não tem renda Has no income	42	51	51	34
	Não sabe Does not know	18	22	43	40
	Não respondeu Did not answer	11	24	44	39
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	23	28	52	44
	C	22	28	54	38
	DE	22	28	46	28

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.
Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

B1B CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – COMMUNICATION AND SOCIAL NETWORKING WEBSITESTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Usou redes sociais Used social networking websites	Enviou mensagens instantâneas Sent instant messages	Conversou por chamada de vídeo Talked using video calls
TOTAL		73	79	29
ÁREA AREA	Urbana / Urban	73	80	30
	Rural / Rural	76	75	18
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	76	86	34
	Nordeste Northeast	73	78	24
	Sul South	80	79	25
	Norte North	63	67	16
	Centro-Oeste Center-West	63	61	37
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	68	75	29
	Feminino / Female	79	83	28
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	77	82	24
	Fundamental II Elementary II	72	73	27
	Médio ou mais Secondary or more	72	80	31
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	33	54	21
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	66	70	29
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	80	85	31
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	92	91	30
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	73	71	20
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	73	80	27
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	71	80	27
	Mais de 3 SM More than 3 MW	76	85	40
	Não tem renda Has no income	64	82	34
	Não sabe Does not know	78	83	40
	Não respondeu Did not answer	77	79	26
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	71	83	38
	C	75	80	29
	DE	72	74	22

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

B1C CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – PRODUÇÃO E COMPARTILHAMENTO DE CONTEÚDO

CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – CONTENT CREATION AND SHARING

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Compartilhou na Internet um texto, imagem ou vídeo Shared texts, images or videos on the Internet	Postou ou compartilhou na Internet o lugar onde estava Posted or shared their location on the Internet	Postou na Internet um texto, imagem ou vídeo de autoria própria Posted texts, images or videos they created	Postou na Internet uma foto ou vídeo em que aparece Posted photos or videos on the Internet in which they appeared
TOTAL		46	26	31	48
ÁREA AREA	Urbana / Urban	47	26	31	48
	Rural / Rural	38	21	33	47
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	51	27	32	51
	Nordeste Northeast	48	24	34	50
	Sul South	42	27	26	44
	Norte North	32	21	30	36
	Centro-Oeste Center-West	33	27	23	51
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	42	22	27	44
	Feminino / Female	49	30	35	53
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	47	28	35	51
	Fundamental II Elementary II	43	26	28	49
	Médio ou mais Secondary or more	46	24	30	46
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	25	12	16	30
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	33	17	23	38
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	48	34	32	54
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	60	32	41	58
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	41	25	28	47
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	46	27	31	49
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	44	25	31	50
	Mais de 3 SM More than 3 MW	51	26	34	51
	Não tem renda Has no income	49	25	45	45
	Não sabe Does not know	48	22	25	43
	Não respondeu Did not answer	44	22	30	32
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	48	23	33	48
	C	46	26	28	48
	DE	43	28	33	49

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

B1D CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – MULTIMÍDIA E ENTRETENIMENTO
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – MULTIMEDIA AND ENTERTAINMENTTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Jogou na Internet, conectado com outros jogadores <i>Played games online with other players</i>	Jogou na Internet, não conectado com outros jogadores <i>Played games online without other players</i>	Assistiu a vídeos, programas, filmes ou séries na Internet <i>Watched video clips, TV programs, films or series online</i>	Ouviu música na Internet <i>Listened to music online</i>
TOTAL		38	58	77	75
ÁREA AREA	Urbana / Urban	40	60	79	77
	Rural / Rural	23	44	63	58
REGIÃO REGION	Sudeste <i>Southeast</i>	43	63	84	81
	Nordeste <i>Northeast</i>	35	56	73	74
	Sul <i>South</i>	39	63	76	75
	Norte <i>North</i>	27	44	60	58
	Centro-Oeste <i>Center-West</i>	34	47	80	67
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	56	66	77	72
	Feminino / Female	20	50	78	78
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	29	49	67	72
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	35	55	77	73
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	44	63	82	77
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	46	64	84	68
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	36	68	70	67
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	40	57	79	77
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	35	51	77	81
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	27	48	63	71
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	35	54	79	75
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	49	67	81	77
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	49	70	89	81
	Não tem renda <i>Has no income</i>	31	56	82	77
	Não sabe <i>Does not know</i>	38	54	73	63
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	26	59	79	74
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	51	70	91	81
	C	40	61	79	77
	DE	25	45	65	68

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

B1E CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – DOWNLOADS E CONSUMO
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – DOWNLOADS AND CONSUMPTION
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Baixou músicas ou filmes Downloaded music or films	Baixou aplicativos Downloaded applications	Realizou compras na Internet Bought things online
TOTAL		52	66	8
ÁREA AREA	Urbana / Urban	53	68	9
	Rural / Rural	47	57	2
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	60	72	9
	Nordeste Northeast	50	66	8
	Sul South	42	68	13
	Norte North	46	55	5
	Centro-Oeste Center-West	44	50	6
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	49	70	10
	Feminino / Female	55	63	7
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	52	66	5
	Fundamental II Elementary II	53	62	6
	Médio ou mais Secondary or more	52	69	11
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	25	52	7
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	40	63	5
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	63	68	7
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	64	74	11
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	50	59	3
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	54	67	6
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	54	71	13
	Mais de 3 SM More than 3 MW	53	73	13
	Não tem renda Has no income	77	85	4
	Não sabe Does not know	45	66	9
	Não respondeu Did not answer	45	60	19
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	50	75	14
	C	53	66	9
	DE	53	61	4

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

B1F CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – CIDADANIA E ENGAJAMENTO
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – CITIZENSHIP AND ENGAGEMENTTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Conversou na Internet sobre política ou problemas da sua cidade ou seu país Talked about politics or problems in their city or country on the Internet	Usou a Internet para conversar com pessoas de outras cidades, países ou culturas Used the Internet to talk to people from other cities, countries or cultures	Participou de uma campanha ou protesto na Internet Participated in an online campaign or protest	Participou de uma página ou grupo na Internet para conversar sobre coisas que gosta Participated in a web page or online group to talk about things they like
TOTAL		12	40	4	36
ÁREA AREA	Urbana / Urban	13	40	4	36
	Rural / Rural	6	41	1	32
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	14	42	4	38
	Nordeste Northeast	11	41	4	35
	Sul South	12	36	5	38
	Norte North	9	36	2	26
	Centro-Oeste Center-West	10	39	2	33
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	11	39	3	37
	Feminino / Female	14	41	4	34
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	10	42	3	38
	Fundamental II Elementary II	11	39	4	32
	Médio ou mais Secondary or more	14	40	3	36
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	3	20	1	17
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	3	29	3	26
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	9	41	2	42
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	23	54	6	45
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	9	37	4	33
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	13	43	2	32
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	13	38	5	39
	Mais de 3 SM More than 3 MW	15	43	4	41
	Não tem renda Has no income	3	70	0	58
	Não sabe Does not know	5	32	4	32
	Não respondeu Did not answer	17	34	2	33
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	18	40	4	37
	C	12	39	4	36
	DE	9	41	3	34

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

CONTINUA/ CONTINUES ►

D1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY PERCEPTIONS REGARDING THEIR INTERNET SKILLS
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

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		70	8	21	1	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	70	9	19	1	0
	Rural / Rural	67	5	29	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	72	11	17	0	0
	Nordeste Northeast	75	5	19	0	0
	Sul South	66	7	26	1	0
	Norte North	64	10	26	0	0
	Centro-Oeste Center-West	50	9	27	13	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	69	11	20	0	0
	Feminino / Female	71	6	21	2	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	78	4	17	0	0
	Fundamental II Elementary II	72	6	22	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	65	12	21	2	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	-	-	-	-	-
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	48	14	37	0	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	68	7	21	4	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	82	6	12	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	72	7	21	0	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	75	8	18	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	68	7	24	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	63	11	21	5	0
	Não tem renda Has no income	80	3	17	0	0
	Não sabe Does not know	74	6	20	0	1
	Não respondeu Did not answer	54	19	26	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	67	14	19	1	0
	C	70	8	19	2	0
	DE	70	6	23	0	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET

CHILDREN BY PERCEPTIONS REGARDING THEIR INTERNET SKILLS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

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		70	13	17	0	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	70	13	17	0	0
	Rural / Rural	71	12	17	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	73	13	15	0	0
	Nordeste Northeast	71	10	18	0	0
	Sul South	68	17	13	1	0
	Norte North	69	11	19	1	0
	Centro-Oeste Center-West	55	19	26	0	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	72	13	14	0	0
	Feminino / Female	68	13	19	0	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	74	10	17	0	0
	Fundamental II Elementary II	66	15	19	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	70	14	15	1	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	-	-	-	-	-
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	64	17	19	0	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	68	11	21	0	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	74	13	13	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	69	12	18	1	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	71	12	18	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	69	12	18	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	71	17	12	1	0
	Não tem renda Has no income	78	19	3	0	0
	Não sabe Does not know	75	10	15	0	1
	Não respondeu Did not answer	59	14	27	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	79	9	10	1	0
	C	67	17	16	0	0
	DE	68	10	21	1	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY PERCEPTIONS REGARDING THEIR INTERNET SKILLS
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

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 the same age as them				
		Concorda Agrees	Não concorda nem discorda Neither agrees nor disagrees	Discorda Disagrees	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		81	9	10	0	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	81	9	9	0	0
	Rural / Rural	82	4	13	1	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	83	10	7	0	0
	Nordeste Northeast	85	5	9	0	0
	Sul South	78	12	10	0	0
	Norte North	85	4	10	0	0
	Centro-Oeste Center-West	60	14	24	1	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	83	9	8	0	0
	Feminino / Female	80	8	11	0	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	82	6	11	0	0
	Fundamental II Elementary II	78	8	14	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	83	10	7	0	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	-	-	-	-	-
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	70	17	12	1	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	80	6	13	1	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	88	6	6	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	80	6	13	0	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	85	6	8	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	85	7	7	1	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	77	14	9	0	0
	Não tem renda Has no income	74	0	26	0	0
	Não sabe Does not know	77	10	12	1	1
	Não respondeu Did not answer	78	20	1	1	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	84	12	4	0	0
	C	82	8	9	0	0
	DE	79	7	14	0	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

D2 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY INTERNET SKILLSTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Salvar uma foto que encontrou na Internet Saving photos they found on the Internet	Mudar as configurações de privacidade em redes sociais Changing privacy settings on social networking websites	Verificar se uma informação encontrada na Internet está correta Checking whether information found on the Internet is accurate
TOTAL		90	63	63
ÁREA AREA	Urbana / Urban	90	63	64
	Rural / Rural	86	59	59
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	91	65	67
	Nordeste Northeast	88	62	62
	Sul South	88	62	69
	Norte North	87	57	54
	Centro-Oeste Center-West	92	62	49
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	88	60	62
	Feminino / Female	92	65	65
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	89	63	65
	Fundamental II Elementary II	88	61	64
	Médio ou mais Secondary or more	91	63	63
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	-	-	-
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	75	30	46
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	91	61	58
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	96	79	75
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	88	62	63
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	89	63	61
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	90	62	66
	Mais de 3 SM More than 3 MW	92	62	63
	Não tem renda Has no income	94	75	78
	Não sabe Does not know	89	58	72
	Não respondeu Did not answer	92	69	68
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	94	64	71
	C	90	64	62
	DE	86	60	60

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D2 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET CHILDREN BY INTERNET SKILLS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Escolher que palavras usar para encontrar algo na Internet Choosing the best words to search for something on the Internet	Definir o que deve ou não deve compartilhar na Internet Defining what can or cannot be shared on the Internet	Excluir pessoas da lista de contatos ou amigos Deleting people from their list of contacts or friends
TOTAL		84	89	91
ÁREA AREA	Urbana / Urban	83	89	91
	Rural / Rural	91	90	90
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	85	90	92
	Nordeste Northeast	87	91	91
	Sul South	81	91	89
	Norte North	85	79	85
	Centro-Oeste Center-West	80	92	90
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	83	87	87
	Feminino / Female	86	92	94
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	85	89	91
	Fundamental II Elementary II	86	93	90
	Médio ou mais Secondary or more	83	88	91
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	-	-	-
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	73	78	80
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	83	92	92
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	91	94	95
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	83	86	90
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	87	92	90
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	84	90	87
	Mais de 3 SM More than 3 MW	82	90	94
	Não tem renda Has no income	89	94	98
	Não sabe Does not know	91	92	92
	Não respondeu Did not answer	83	89	85
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	87	90	94
	C	83	90	90
	DE	86	88	89

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

D2 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY INTERNET SKILLSTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Postar na Internet vídeos ou músicas de autoria própria Posting videos or music they created on the Internet	Baixar ou instalar aplicativos Downloading or installing applications	Verificar quanto gastou com aplicativos Checking how much was spent on applications
TOTAL		64	94	37
ÁREA AREA	Urbana / Urban	65	94	38
	Rural / Rural	56	95	31
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	64	97	39
	Nordeste Northeast	66	94	35
	Sul South	59	93	32
	Norte North	57	86	31
	Centro-Oeste Center-West	75	95	51
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	64	95	39
	Feminino / Female	64	94	35
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	65	94	34
	Fundamental II Elementary II	64	93	32
	Médio ou mais Secondary or more	64	95	41
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	-	-	-
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	52	88	33
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	63	95	35
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	71	97	41
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	61	91	33
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	63	95	34
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	61	94	38
	Mais de 3 SM More than 3 MW	72	98	47
	Não tem renda Has no income	86	100	42
	Não sabe Does not know	55	95	31
	Não respondeu Did not answer	65	86	34
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	70	97	46
	C	62	94	35
	DE	63	92	34

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D2 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY INTERNET SKILLS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Editar fotos ou vídeos que outras pessoas postaram na Internet Editing photos or videos other people posted on the Internet	Desativar a função de geolocalização Deactivating the geolocation function	Colocar senha para que outras pessoas não consigam usar seu tablet ou celular Using passwords so that other people cannot use their tablet or mobile phone	Conectar-se a uma rede WiFi Connecting to a Wi-Fi network
TOTAL		54	62	87	91
ÁREA AREA	Urbana / Urban	55	63	88	92
	Rural / Rural	46	54	82	90
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	54	66	91	93
	Nordeste Northeast	52	57	84	92
	Sul South	51	67	85	90
	Norte North	58	50	78	84
	Centro-Oeste Center-West	58	67	92	92
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	55	61	87	91
	Feminino / Female	53	64	88	92
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	58	61	86	91
	Fundamental II Elementary II	54	60	86	90
	Médio ou mais Secondary or more	52	64	89	92
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	-	-	-	-
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	43	45	78	83
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	52	60	88	92
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	61	72	92	95
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	54	55	84	90
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	57	64	87	92
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	54	63	86	89
	Mais de 3 SM More than 3 MW	51	66	93	95
	Não tem renda Has no income	44	52	96	95
	Não sabe Does not know	55	69	90	93
	Não respondeu Did not answer	51	70	80	83
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	51	72	92	94
	C	54	64	88	92
	DE	56	54	84	90

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

E3 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO RECEBIDA DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA O USO DA INTERNET

CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ON USING THE INTERNET

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Sentam junto enquanto usa a Internet, falando ou participando do que está fazendo Sitting together while they use the Internet, talking or participating in what they are doing	Ficam por perto enquanto usa a Internet, mas sem olhar o que está fazendo Staying around while they use the Internet, but not looking at what they are doing	Incentivam a aprender coisas na Internet sozinho(a) Encouraging them to learn things on the Internet on their own	Sentam junto enquanto usa a Internet, mas sem participar do que está fazendo Sitting together while they use the Internet, but without participating in what they are doing
TOTAL		50	67	56	66
ÁREA AREA	Urbana / Urban	51	68	58	66
	Rural / Rural	45	60	38	65
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	54	68	63	67
	Nordeste Northeast	47	66	44	67
	Sul South	47	72	63	65
	Norte North	52	62	46	53
	Centro-Oeste Center-West	50	64	53	65
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	46	64	57	61
	Feminino / Female	55	70	54	70
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	46	64	43	63
	Fundamental II Elementary II	49	66	51	67
	Médio ou mais Secondary or more	53	69	63	66
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	58	66	53	65
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	62	64	57	63
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	50	71	52	65
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	41	67	58	67
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	55	63	45	65
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	49	67	51	61
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	48	72	57	64
	Mais de 3 SM More than 3 MW	49	72	70	73
	Não tem renda Has no income	64	65	34	36
	Não sabe Does not know	45	56	52	59
	Não respondeu Did not answer	50	63	74	76
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	55	70	73	71
	C	49	71	58	66
	DE	49	59	40	61

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

E3 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO RECEBIDA DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA O USO DA INTERNET CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ON USING THE INTERNET

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Olham o celular para ver o que está fazendo ou com quem está falando Checking their mobile phone to see what they are doing or who they are talking to	Colocam regras para usar o celular Establishing rules for using their mobile phone	Deixam sem usar o celular por algum tempo Taking away their mobile phone temporarily	Ajudam a fazer alguma coisa na Internet que não entende Helping them do something on the Internet that they do not understand
TOTAL		58	60	57	63
ÁREA AREA	Urbana / Urban	58	59	56	65
	Rural / Rural	58	67	61	52
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	60	59	54	66
	Nordeste Northeast	59	60	58	56
	Sul South	58	53	53	65
	Norte North	55	67	67	60
	Centro-Oeste Center-West	56	71	65	69
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	56	59	58	66
	Feminino / Female	61	61	56	60
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	50	52	50	49
	Fundamental II Elementary II	60	64	59	60
	Médio ou mais Secondary or more	62	62	59	70
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	71	77	78	78
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	77	78	74	75
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	64	62	61	68
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	41	43	37	47
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	61	61	57	59
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	56	61	56	59
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	57	58	60	67
	Mais de 3 SM More than 3 MW	60	63	58	73
	Não tem renda Has no income	73	66	36	62
	Não sabe Does not know	56	52	52	50
	Não respondeu Did not answer	48	50	52	58
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	61	60	59	73
	C	58	59	56	63
	DE	58	62	57	56

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

E3 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO RECEBIDA DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA O USO DA INTERNET

CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ON USING THE INTERNET

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

	Percentual (%) Percentage (%)	Explicam que alguns sites são bons e outros são ruins Explaining that some websites are appropriate and others are inappropriate	Ensinam jeitos de usar a Internet com segurança Teaching them how to use the Internet safely	Ensinam como se comportar na Internet com outras pessoas Teaching them how to behave with other people on the Internet
TOTAL		83	79	84
ÁREA AREA	Urbana / Urban	84	80	84
	Rural / Rural	81	74	84
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	85	81	87
	Nordeste Northeast	84	78	86
	Sul South	77	76	81
	Norte North	74	75	81
	Centro-Oeste Center-West	90	85	73
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	83	76	82
	Feminino / Female	84	83	87
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	77	73	82
	Fundamental II Elementary II	81	76	82
	Médio ou mais Secondary or more	87	84	86
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	88	87	85
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	91	90	91
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	85	81	82
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	76	70	82
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	80	76	85
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	82	78	84
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	88	79	83
	Mais de 3 SM More than 3 MW	87	86	84
	Não tem renda Has no income	89	62	95
	Não sabe Does not know	67	72	79
	Não respondeu Did not answer	84	81	88
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	90	87	90
	C	83	80	83
	DE	79	73	82

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

E3 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO RECEBIDA DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ON USING THE INTERNET

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Ajudam quando alguma coisa na Internet o(a) incomoda ou chateia Helping when something has bothered or upset them on the Internet	Explicam o que fazer se alguma coisa na Internet o(a) incomodar ou chatear Explaining what to do if something bothers or upsets them on the Internet	Conversam sobre o que faz na Internet Talking about what they do on the Internet
TOTAL		70	73	71
ÁREA AREA	Urbana / Urban	70	73	71
	Rural / Rural	68	71	71
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	74	77	72
	Nordeste Northeast	68	72	72
	Sul South	68	71	71
	Norte North	61	65	65
	Centro-Oeste Center-West	65	66	67
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	67	70	66
	Feminino / Female	73	76	76
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	64	71	67
	Fundamental II Elementary II	67	72	71
	Médio ou mais Secondary or more	74	74	73
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	70	71	75
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	82	82	78
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	67	71	71
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	66	69	65
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	69	72	74
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	67	72	71
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	68	70	67
	Mais de 3 SM More than 3 MW	75	78	70
	Não tem renda Has no income	84	81	71
	Não sabe Does not know	64	65	66
	Não respondeu Did not answer	84	67	73
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	80	80	72
	C	69	71	70
	DE	65	70	70

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

G1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE FORAM TRATADOS DE FORMA OFENSIVA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHO EXPERIENCED OFFENSIVE TREATMENT ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹TOTAL 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		22	72	4	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	23	72	4	2
	Rural / Rural	17	78	3	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	20	75	4	1
	Nordeste Northeast	25	68	5	2
	Sul South	19	75	5	1
	Norte North	21	74	4	1
	Centro-Oeste Center-West	25	69	3	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	20	74	5	1
	Feminino / Female	24	71	3	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	25	70	4	1
	Fundamental II Elementary II	22	72	4	2
	Médio ou mais Secondary or more	21	74	4	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	11	81	6	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	10	84	3	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	26	69	4	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	30	65	4	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	22	71	5	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	22	73	3	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	22	69	8	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	23	74	3	1
	Não tem renda Has no income	19	65	12	3
	Não sabe Does not know	18	78	3	1
	Não respondeu Did not answer	13	82	2	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	20	76	3	1
	C	22	71	5	1
	DE	23	71	4	2

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

G1A CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE AGIRAM DE FORMA OFENSIVA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHO BEHAVED OFFENSIVELY ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹
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		15	74	10	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	16	73	10	1
	Rural / Rural	11	83	5	2
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	14	77	8	1
	Nordeste Northeast	18	70	10	1
	Sul South	16	74	8	2
	Norte North	14	79	6	2
	Centro-Oeste Center-West	11	68	21	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	15	74	9	1
	Feminino / Female	15	74	10	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	17	74	8	1
	Fundamental II Elementary II	16	75	8	2
	Médio ou mais Secondary or more	14	73	11	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	6	82	11	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	10	82	7	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	16	72	11	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	21	68	10	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	13	78	7	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	15	76	8	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	13	71	14	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	18	69	12	1
	Não tem renda Has no income	31	50	18	0
	Não sabe Does not know	17	75	7	1
	Não respondeu Did not answer	13	78	7	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	14	76	8	2
	C	16	71	12	1
	DE	15	77	7	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

G5 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM IMAGENS OU VÍDEOS DE CONTEÚDO SEXUAL NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN WHO SAW SEXUAL-RELATED IMAGES OR VIDEOS ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹

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		14	81	2	3
ÁREA AREA	Urbana / Urban	14	80	2	4
	Rural / Rural	12	84	3	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	16	79	2	3
	Nordeste Northeast	12	83	2	3
	Sul South	13	79	4	4
	Norte North	14	78	4	3
	Centro-Oeste Center-West	10	84	1	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	16	76	3	4
	Feminino / Female	11	85	1	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	13	82	3	3
	Fundamental II Elementary II	11	81	4	4
	Médio ou mais Secondary or more	15	80	2	4
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	5	91	1	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	5	90	3	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	12	82	3	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	23	70	2	4
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	11	83	3	3
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	15	79	2	4
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	13	83	2	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	14	82	2	3
	Não tem renda Has no income	19	81	0	0
	Não sabe Does not know	21	72	3	4
	Não respondeu Did not answer	22	70	2	6
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	15	79	1	5
	C	14	80	2	3
	DE	12	82	3	3

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

G13 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ TIVERAM CONTATO COM ALGUÉM NA INTERNET QUE NÃO CONHECIAM PESSOALMENTE

CHILDREN WHO HAD CONTACT WITH SOMEONE ON THE INTERNET THEY DID NOT PERSONALLY KNOW

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹

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		42	53	3	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	43	52	3	2
	Rural / Rural	34	59	5	2
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	43	53	3	1
	Nordeste Northeast	37	57	3	3
	Sul South	44	50	3	2
	Norte North	43	51	3	3
	Centro-Oeste Center-West	48	47	3	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	41	53	4	2
	Feminino / Female	43	53	3	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	46	47	4	2
	Fundamental II Elementary II	42	53	3	2
	Médio ou mais Secondary or more	40	56	3	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	11	84	4	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	21	72	6	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	46	48	3	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	63	33	2	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	40	53	5	3
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	41	56	2	2
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	40	54	5	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	46	51	2	1
	Não tem renda Has no income	67	33	0	0
	Não sabe Does not know	44	47	6	2
	Não respondeu Did not answer	45	50	1	3
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	43	54	1	2
	C	42	53	4	1
	DE	42	52	4	3

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

G14 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ENCONTRARAM PESSOALMENTE COM ALGUÉM QUE CONHECERAM NA INTERNET

CHILDREN WHO HAVE MET SOMEONE IN PERSON THAT THEY MET ON THE INTERNET

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹TOTAL 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		22	19	1	0	58
ÁREA AREA	Urbana / Urban	22	19	1	0	57
	Rural / Rural	16	17	1	0	66
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	22	19	1	0	57
	Nordeste Northeast	21	15	1	0	63
	Sul South	22	20	2	1	56
	Norte North	16	26	0	0	57
	Centro-Oeste Center-West	25	23	0	0	52
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	20	20	1	0	59
	Feminino / Female	24	18	1	0	57
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	26	19	1	0	54
	Fundamental II Elementary II	22	18	2	0	58
	Médio ou mais Secondary or more	20	20	1	0	60
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	3	8	0	0	89
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	7	12	1	0	79
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	23	22	1	0	54
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	36	26	1	0	37
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	21	17	1	0	60
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	22	19	1	0	59
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	21	17	2	0	60
	Mais de 3 SM More than 3 MW	23	22	1	0	54
	Não tem renda Has no income	43	22	2	0	33
	Não sabe Does not know	24	17	3	0	56
	Não respondeu Did not answer	12	29	2	2	55
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	20	21	2	0	57
	C	22	19	0	0	58
	DE	22	17	2	0	58

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

CONTINUA/CONTINUES ►

G16 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – SEGURANÇA E PRIVACIDADE

CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SAFETY AND PRIVACY

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS¹

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		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	Publiquei alguma coisa na Internet, me arrependi e depois apaguei I posted something on the Internet, regretted it and afterwards deleted it	Perdi dinheiro sendo enganado(a) na Internet I was scammed on the Internet and lost money
TOTAL		6	22	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	7	24	1
	Rural / Rural	6	15	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	5	24	0
	Nordeste Northeast	6	22	2
	Sul South	4	18	2
	Norte North	8	18	2
	Centro-Oeste Center-West	18	28	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	7	18	1
	Feminino / Female	6	27	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	4	17	1
	Fundamental II Elementary II	7	24	1
	Médio ou mais Secondary or more	7	24	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	–	–	–
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	2	11	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	9	25	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	7	27	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	5	20	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	6	20	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	7	23	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	9	28	1
	Não tem renda Has no income	2	34	2
	Não sabe Does not know	6	21	0
	Não respondeu Did not answer	7	23	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	4	26	1
	C	8	22	0
	DE	6	21	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

G16 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – SEGURANÇA E PRIVACIDADE

CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SAFETY AND PRIVACY

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS¹TOTAL 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	Alguém tentou fingir que era eu na Internet Someone pretended to be me on the Internet
TOTAL		3	7
ÁREA AREA	Urbana / Urban	3	7
	Rural / Rural	2	7
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	3	8
	Nordeste Northeast	3	8
	Sul South	1	3
	Norte North	2	8
	Centro-Oeste Center-West	2	8
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	3	7
	Feminino / Female	3	8
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	4	7
	Fundamental II Elementary II	3	9
	Médio ou mais Secondary or more	2	7
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	–	–
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	7
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	4	9
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	3	8
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	3	7
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	3	8
	Mais de 3 SM More than 3 MW	2	7
	Não tem renda Has no income	0	15
	Não sabe Does not know	6	8
	Não respondeu Did not answer	5	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	3	6
	C	3	7
	DE	3	8

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

G16 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – SEGURANÇA E PRIVACIDADE

CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SAFETY AND PRIVACY

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS¹

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Nenhuma dessas None of these	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		61	6	4
ÁREA AREA	Urbana / Urban	60	6	3
	Rural / Rural	67	6	5
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	62	5	2
	Nordeste Northeast	61	6	5
	Sul South	63	8	6
	Norte North	65	6	4
	Centro-Oeste Center-West	53	7	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	62	8	5
	Feminino / Female	60	4	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	62	7	6
	Fundamental II Elementary II	57	7	5
	Médio ou mais Secondary or more	63	5	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	–	–	–
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	77	5	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	57	7	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	56	6	4
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	59	7	5
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	64	7	3
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	62	5	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	61	4	2
	Não tem renda Has no income	61	4	0
	Não sabe Does not know	51	9	12
	Não respondeu Did not answer	65	7	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	63	3	3
	C	63	6	2
	DE	58	7	6

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

CONTINUA / CONTINUES ►

G18 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONTEÚDO COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – AUTO-DANO E CONTEÚDOS SENSÍVEIS

CHILDREN BY CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SELF-HARM AND SENSITIVE CONTENT

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS¹
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Formas de machucar a si mesmo Ways to hurt oneself	Formas de cometer suicídio Ways to commit suicide	Formas para ficar muito magro(a) Ways to become very thin	Experiências ou uso de drogas Drug use or experiences
TOTAL		15	13	19	10
ÁREA AREA	Urbana / Urban	16	13	19	11
	Rural / Rural	11	12	13	6
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	15	12	21	12
	Nordeste Northeast	15	14	15	7
	Sul South	10	10	14	7
	Norte North	16	11	16	12
	Centro-Oeste Center-West	28	25	33	14
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	10	9	12	7
	Feminino / Female	20	17	25	13
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	14	10	14	6
	Fundamental II Elementary II	16	15	17	9
	Médio ou mais Secondary or more	15	14	22	12
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	–	–	–	–
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	7	7	10	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	19	17	20	9
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	17	14	22	14
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	12	13	15	6
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	17	13	18	12
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	13	8	20	9
	Mais de 3 SM More than 3 MW	16	16	23	10
	Não tem renda Has no income	34	19	23	25
	Não sabe Does not know	9	10	11	8
	Não respondeu Did not answer	24	24	31	22
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	15	13	21	13
	C	15	13	19	10
	DE	15	13	16	8

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

G18 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONTEÚDO COM O QUAL TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – AUTO-DANO E CONTEÚDOS SENSÍVEIS
CHILDREN BY CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – SELF-HARM AND SENSITIVE CONTENT

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS¹
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD¹

		Percentual (%) Percentage (%)	Nenhuma dessas None of these	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL			58	7	4
ÁREA AREA	Urbana / Urban		58	6	4
	Rural / Rural		57	10	6
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast		59	5	3
	Nordeste Northeast		58	7	5
	Sul South		62	9	5
	Norte North		57	10	5
	Centro-Oeste Center-West		47	6	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male		64	7	6
	Feminino / Female		52	6	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I		58	8	7
	Fundamental II Elementary II		56	9	4
	Médio ou mais Secondary or more		59	5	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old		–	–	–
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old		72	7	5
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old		56	7	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old		52	6	5
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW		58	6	7
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW		55	8	3
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW		61	9	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW		59	4	3
	Não tem renda Has no income		62	4	0
	Não sabe Does not know		58	13	10
	Não respondeu Did not answer		50	4	7
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB		63	3	3
	C		58	7	3
	DE		54	8	7

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

G20 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE VIRAM ALGUÉM SER DISCRIMINADO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHO WITNESSED SOMEONE BEING DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹
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		39	54	5	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	40	53	5	2
	Rural / Rural	30	62	6	3
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	42	53	4	1
	Nordeste Northeast	38	55	4	4
	Sul South	38	50	8	3
	Norte North	34	59	5	2
	Centro-Oeste Center-West	36	60	4	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	32	59	5	3
	Feminino / Female	46	48	4	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	38	52	7	4
	Fundamental II Elementary II	37	57	3	3
	Médio ou mais Secondary or more	41	54	4	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	13	80	5	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	30	64	5	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	41	51	5	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	54	40	4	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	33	57	6	4
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	43	53	3	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	34	59	5	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	46	49	4	1
	Não tem renda Has no income	11	70	2	17
	Não sabe Does not know	33	53	9	5
	Não respondeu Did not answer	47	45	5	3
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	43	52	5	1
	C	42	52	5	2
	DE	32	59	5	4

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

CONTINUA/CONTINUES ►

G20A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹

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 ser pobre For being poor	Pela cor ou raça Color or race	Por não usar roupas da moda For not wearing fashionable clothing
TOTAL		4	10	26	8
ÁREA AREA	Urbana / Urban	3	10	27	8
	Rural / Rural	5	12	19	7
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	4	9	29	10
	Nordeste Northeast	3	13	25	7
	Sul South	3	10	24	5
	Norte North	3	9	23	6
	Centro-Oeste Center-West	5	8	18	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	3	10	20	5
	Feminino / Female	4	11	32	10
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	6	9	24	6
	Fundamental II Elementary II	3	11	24	6
	Médio ou mais Secondary or more	3	10	28	9
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	2	5	6	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	2	6	17	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	6	25	8
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	5	17	39	12
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	6	9	20	5
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	4	12	29	9
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	3	10	24	7
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	11	32	7
	Não tem renda Has no income	0	9	4	2
	Não sabe Does not know	1	7	20	6
	Não respondeu Did not answer	2	7	37	16
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	2	10	33	10
	C	4	11	26	7
	DE	4	10	20	6

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

G20A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Pela religião Religion	Pelo lugar onde mora Neighborhood the person lives in	Pela aparência física Physical appearance	Por gostar de pessoas do mesmo sexo Same-sex attraction
TOTAL		11	7	16	14
ÁREA AREA	Urbana / Urban	11	7	17	15
	Rural / Rural	9	8	14	9
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	12	9	19	18
	Nordeste Northeast	12	7	14	12
	Sul South	10	6	16	16
	Norte North	8	7	13	10
	Centro-Oeste Center-West	5	6	11	8
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	8	6	12	9
	Feminino / Female	15	9	20	20
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	10	5	15	14
	Fundamental II Elementary II	9	8	12	11
	Médio ou mais Secondary or more	12	8	19	16
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	2	2	2	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	3	3	9	6
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	9	7	16	12
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	20	12	27	26
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	8	7	11	11
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	11	8	18	13
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	11	6	16	13
	Mais de 3 SM More than 3 MW	14	7	20	21
	Não tem renda Has no income	2	2	3	4
	Não sabe Does not know	7	5	12	11
	Não respondeu Did not answer	19	15	26	24
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	14	9	20	20
	C	11	7	17	15
	DE	9	6	12	10

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

G20A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Por não estar trabalhando For being a unemployed	Por ser mulher ou menina For being a woman or a girl	Outro Other
TOTAL		2	5	4
ÁREA AREA	Urbana / Urban	2	5	4
	Rural / Rural	3	4	6
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	2	7	5
	Nordeste Northeast	2	4	3
	Sul South	4	3	6
	Norte North	2	3	4
	Centro-Oeste Center-West	0	3	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	2	3	4
	Feminino / Female	2	7	4
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	3	3	3
	Fundamental II Elementary II	1	4	4
	Médio ou mais Secondary or more	2	6	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
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	0	1	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	1	3	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	4	10	7
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	2	2	3
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	2	5	5
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	2	5	4
	Mais de 3 SM More than 3 MW	3	8	7
	Não tem renda Has no income	2	0	0
	Não sabe Does not know	1	1	3
	Não respondeu Did not answer	0	14	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	2	11	5
	C	2	4	5
	DE	3	2	2

Fonte: CGL.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGL.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

G20A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO TESTEMUNHADA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION WITNESSED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹TOTAL 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	61
ÁREA AREA	Urbana / Urban	3	1	60
	Rural / Rural	2	1	70
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	3	1	58
	Nordeste Northeast	2	0	62
	Sul South	2	3	62
	Norte North	2	1	66
	Centro-Oeste Center-West	10	0	64
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	3	1	68
	Feminino / Female	3	1	54
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	2	62
	Fundamental II Elementary II	2	1	63
	Médio ou mais Secondary or more	4	1	59
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	2	1	87
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	4	1	70
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	1	59
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	3	1	46
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	3	1	67
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	2	1	57
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	3	1	66
	Mais de 3 SM More than 3 MW	5	1	54
	Não tem renda Has no income	0	0	89
	Não sabe Does not know	2	4	67
	Não respondeu Did not answer	2	1	53
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	2	1	57
	C	4	1	58
	DE	3	1	68

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

G21 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE SE SENTIRAM DISCRIMINADOS NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN WHO FELT DISCRIMINATED AGAINST ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹

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		8	86	4	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	8	85	4	2
	Rural / Rural	7	87	4	2
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	8	86	4	2
	Nordeste Northeast	8	85	3	3
	Sul South	6	87	5	2
	Norte North	11	81	6	2
	Centro-Oeste Center-West	6	91	2	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	6	86	4	3
	Feminino / Female	10	85	4	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	11	82	4	4
	Fundamental II Elementary II	7	84	6	3
	Médio ou mais Secondary or more	7	88	3	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	2	92	4	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	6	89	4	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	8	84	5	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	11	82	4	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	9	83	5	3
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	8	88	3	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	7	85	5	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	7	88	4	1
	Não tem renda Has no income	17	64	2	17
	Não sabe Does not know	7	81	8	4
	Não respondeu Did not answer	7	87	2	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	7	89	3	1
	C	7	87	4	1
	DE	10	81	5	4

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

G21A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO SOFRIDA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION EXPERIENCED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHSTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹
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 ser pobre For being poor	Pela cor ou raça Color or race	Por não usar roupas da moda For not wearing fashionable clothing
TOTAL		1	1	3	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	1	1	3	1
	Rural / Rural	1	3	3	3
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	1	1	3	1
	Nordeste Northeast	1	2	4	1
	Sul South	1	0	1	0
	Norte North	1	2	3	2
	Centro-Oeste Center-West	1	3	2	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	1	2	3	1
	Feminino / Female	1	1	3	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	3	5	2
	Fundamental II Elementary II	1	2	3	1
	Médio ou mais Secondary or more	1	0	2	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	0	1	1	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	2	2	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	1	0	3	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	2	2	4	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	2	3	4	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	1	1	3	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	1	1	2	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	0	2	0
	Não tem renda Has no income	0	7	0	0
	Não sabe Does not know	0	2	2	2
	Não respondeu Did not answer	0	2	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	0	1	0
	C	1	1	2	1
	DE	1	3	4	2

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de autoperenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

G21A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO SOFRIDA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION EXPERIENCED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Pela religião Religion	Pelo lugar onde mora Neighborhood I live in	Pela aparência física Physical appearance	Por gostar de pessoas do mesmo sexo Same-sex attraction
TOTAL		2	1	2	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	1	1	2	1
	Rural / Rural	2	4	2	1
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	1	1	1	1
	Nordeste Northeast	2	2	2	1
	Sul South	1	0	1	0
	Norte North	3	2	4	1
	Centro-Oeste Center-West	2	1	3	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	1	1	1	1
	Feminino / Female	2	1	2	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	2	3	1
	Fundamental II Elementary II	1	1	1	0
	Médio ou mais Secondary or more	1	1	1	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	0	0	0	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	1	1	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	2	0	1	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	2	2	3	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	2	2	2	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	2	0	2	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	1	1	1	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	0	1	1
	Não tem renda Has no income	16	9	2	0
	Não sabe Does not know	0	2	2	2
	Não respondeu Did not answer	0	1	3	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	0	1	1
	C	1	1	2	1
	DE	3	2	2	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

G21A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO SOFRIDA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION EXPERIENCED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD¹

Percentual (%) Percentage (%)		Por não estar trabalhando For being unemployed	Por ser mulher ou menina For being a woman or a girl	Outro Other
TOTAL		1	1	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	1	1	1
	Rural / Rural	1	1	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	0	1	1
	Nordeste Northeast	1	2	1
	Sul South	0	1	0
	Norte North	1	1	2
	Centro-Oeste Center-West	0	1	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	1	0	1
	Feminino / Female	0	2	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	1	1	1
	Fundamental II Elementary II	0	0	1
	Médio ou mais Secondary or more	0	1	1
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	0	0	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	1	1	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	2	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	1	0	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	1	1	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	0	1	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	2	1
	Não tem renda Has no income	0	0	9
	Não sabe Does not know	0	0	2
	Não respondeu Did not answer	0	1	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	3	2
	C	1	1	1
	DE	1	0	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de auto-preenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

G21A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE DISCRIMINAÇÃO SOFRIDA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY TYPE OF DISCRIMINATION EXPERIENCED ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS¹
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		1	0	92
ÁREA AREA	Urbana / Urban	1	0	92
	Rural / Rural	0	1	93
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	1	0	92
	Nordeste Northeast	0	1	92
	Sul South	2	1	94
	Norte North	0	0	89
	Centro-Oeste Center-West	0	0	94
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	1	0	94
	Feminino / Female	1	1	90
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	1	1	89
	Fundamental II Elementary II	0	1	93
	Médio ou mais Secondary or more	1	0	93
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	0	0	98
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	0	1	94
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	0	1	92
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	0	89
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	1	1	91
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	1	0	92
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	1	0	93
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	0	93
	Não tem renda Has no income	2	0	83
	Não sabe Does not know	1	0	93
	Não respondeu Did not answer	1	0	93
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	0	93
	C	1	1	93
	DE	0	0	90

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Dados coletados por meio de questionários de autopreenchimento.

¹ Data collected through self-completion questionnaires.

A3 CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS JÁ ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO

CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS HAVE ALREADY ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Há menos de três meses (usuário) ¹ Less than three months ago (user) ¹	Entre três meses e 12 meses atrás Between three and 12 months ago	Mais de 12 meses atrás More than 12 months ago
TOTAL		77	1	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	80	2	1
	Rural / Rural	54	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	82	2	1
	Nordeste Northeast	65	1	0
	Sul South	81	1	1
	Norte North	72	1	2
	Centro-Oeste Center-West	87	1	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	78	1	1
	Feminino / Female	75	2	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	40	1	1
	Fundamental II Elementary II	76	3	1
	Médio ou mais Secondary or more	93	1	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	86	1	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	83	1	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	74	3	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	71	1	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	60	2	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	75	2	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	85	1	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	95	1	1
	Não tem renda Has no income	51	0	0
	Não sabe Does not know	64	5	3
	Não respondeu Did not answer	86	0	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	93	0	2
	C	84	1	1
	DE	54	3	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Considera-se 'usuário' aquele que utilizou a Internet pelo menos uma vez nos três meses que antecederam a entrevista.

¹ A 'user' is considered to be someone who used the Internet at least once in the three months preceding the interview.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A3 CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS JÁ ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO
 CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS HAVE ALREADY ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS
 TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
 TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Porcentagem (%)		Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		2	0	18
ÁREA AREA	Urbana / Urban	2	0	15
	Rural / Rural	3	0	42
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	2	0	13
	Nordeste Northeast	4	0	30
	Sul South	1	0	15
	Norte North	3	0	22
	Centro-Oeste Center-West	3	0	8
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	2	0	18
	Feminino / Female	3	0	19
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	7	0	50
	Fundamental II Elementary II	2	0	18
	Médio ou mais Secondary or more	1	0	4
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	3	0	9
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	0	14
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	0	21
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	3	0	23
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	6	0	31
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	2	0	21
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	2	0	12
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	0	3
	Não tem renda Has no income	0	0	49
	Não sabe Does not know	3	1	25
	Não respondeu Did not answer	0	0	13
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	0	4
	C	2	0	12
	DE	5	0	38

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

¹ Considera-se ‘usuário’ aquele que utilizou a Internet pelo menos uma vez nos três meses que antecederam a entrevista.

¹ A ‘user’ is considered to be someone who used the Internet at least once in the three months preceding the interview.

CONTINUA / CONTINUES ►

A4 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET

CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS

Percentual (%) Porcentagem (%)		Casa Home	Trabalho Work	Escola ou estabelecimento de ensino School or educational institution	Casa de outra pessoa Someone else's house
TOTAL		94	48	17	58
ÁREA AREA	Urbana / Urban	95	49	17	59
	Rural / Rural	92	32	18	48
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	95	55	17	61
	Nordeste Northeast	95	38	16	51
	Sul South	96	46	19	64
	Norte North	89	42	19	54
	Centro-Oeste Center-West	89	49	18	59
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	95	47	19	54
	Feminino / Female	94	49	15	63
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	93	36	4	52
	Fundamental II Elementary II	94	39	6	58
	Médio ou mais Secondary or more	95	53	24	60
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	98	49	20	62
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	93	46	21	55
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	94	51	12	58
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	93	46	16	59
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	90	25	9	54
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	93	44	12	58
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	98	53	14	60
	Mais de 3 SM More than 3 MW	98	67	32	59
	Não tem renda Has no income	46	5	0	68
	Não sabe Does not know	90	37	16	60
	Não respondeu Did not answer	96	60	13	67
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	99	69	29	61
	C	96	43	15	57
	DE	85	34	8	59

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A4 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET
CHILDREN BY LOCATION OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS

Percentual (%) Percentage (%)		Centro público de acesso gratuito Free public access center	Centro público de acesso pago Paid public access center	Em deslocamento On the move	Outro Other
TOTAL		17	13	47	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	16	13	48	2
	Rural / Rural	18	12	34	0
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	18	13	57	3
	Nordeste Northeast	15	10	31	1
	Sul South	23	16	51	2
	Norte North	15	19	37	0
	Centro-Oeste Center-West	7	7	40	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	16	13	49	3
	Feminino / Female	17	13	45	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	12	10	31	1
	Fundamental II Elementary II	14	12	45	0
	Médio ou mais Secondary or more	19	14	51	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	17	14	51	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	13	11	44	6
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	15	11	44	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	19	14	48	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	12	10	30	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	15	14	41	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	19	11	50	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	20	15	64	6
	Não tem renda Has no income	9	10	33	0
	Não sabe Does not know	6	8	44	0
	Não respondeu Did not answer	25	14	54	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	23	13	65	6
	C	15	13	44	0
	DE	12	11	33	1

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

CONTINUA / CONTINUES ►

A5 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET

CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS

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		88	9	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	88	9	2
	Rural / Rural	86	9	4
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	91	7	1
	Nordeste Northeast	86	11	3
	Sul South	86	12	1
	Norte North	83	12	3
	Centro-Oeste Center-West	84	10	5
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	89	8	2
	Feminino / Female	86	11	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	77	18	4
	Fundamental II Elementary II	83	13	4
	Médio ou mais Secondary or more	91	7	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	89	10	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	86	10	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	88	10	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	88	8	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	77	18	4
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	88	9	2
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	88	9	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	95	4	1
	Não tem renda Has no income	52	24	24
	Não sabe Does not know	91	7	2
	Não respondeu Did not answer	88	12	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	96	3	1
	C	88	10	1
	DE	78	15	6

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

A5 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE ACESSO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS À INTERNET
CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET ACCESS BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SÃO USUÁRIOS DE INTERNET
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ARE INTERNET USERS

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	1	0	0
	Sul South	1	0	0
	Norte North	2	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	0	0	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	1	0	0
	Fundamental II Elementary II	1	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	0	0	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	2	0	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	0	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 More than 1 MW up to 2 MW	1	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	0	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	0	0
	Não tem renda Has no income	0	0	0
	Não sabe Does not know	0	0	0
	Não respondeu Did not answer	1	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	0	0
	C	1	0	0
	DE	1	0	0

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

C1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE UTILIZAM A INTERNET COM SEGURANÇA, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS

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

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentage (%) Porcentagem (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		70	22	4	-	4
ÁREA AREA	Urbana / Urban	70	23	3	-	4
	Rural / Rural	66	19	7	-	8
REGIÃO REGION	Sudeste Southeast	69	24	3	-	3
	Nordeste Northeast	68	20	4	-	8
	Sul South	80	16	2	-	2
	Norte North	63	26	6	-	4
	Centro-Oeste Center-West	68	29	2	-	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	70	22	3	-	5
	Feminino / Female	70	23	4	-	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	60	20	9	-	11
	Fundamental II Elementary II	68	24	3	-	4
	Médio ou mais Secondary or more	75	23	1	-	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	75	20	1	-	4
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	69	24	2	-	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	65	26	5	-	5
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	71	21	5	-	4
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	68	20	4	-	8
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	70	20	5	-	5
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	72	23	3	-	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	69	29	2	-	0
	Não tem renda Has no income	77	2	0	-	21
	Não sabe Does not know	65	20	12	-	4
	Não respondeu Did not answer	80	17	2	-	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	72	24	3	-	0
	C	72	22	3	-	3
	DE	65	21	5	-	9

Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil – TIC Kids Online Brasil 2017.

Source: CGI.br/NIC.br, Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Survey on Internet use by children in Brazil – ICT Kids Online Brazil 2017.

PARTE 4
—
APÊNDICES

PART 4
—
APPENDICES



LISTA DE ABREVIATURAS

Abep – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa

BNCC – Base Nacional Comum Curricular

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

Conanda – Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente

ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente

FTC - Federal Trade Commission (Comissão Federal de Comércio dos Estados Unidos)

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)

BNCC – Base Nacional Comum Curricular (National Common Curricular Base)

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)

ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente (Statute of the Child and Adolescent)

FTC – Federal Trade Commission

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

cetic.br

Centro Regional de Estudos
para o Desenvolvimento da
Sociedade da Informação
sob os auspícios da UNESCO

nic.br

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

cgi.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil

Tel 55 11 5509 3511
Fax 55 11 5509 3512

www.cgi.br
www.nic.br
www.cetic.br