

cetic.br

TIC KIDS ONLINE BRASIL

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

2018

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

2018

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
2019

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 / Statistics and Quantitative Methods Coordination :

Marcelo Pitta

Coordenação de Métodos Qualitativos e Estudos Setoriais / Sectoral Studies and Qualitative Methods

Coordination : Tatiana Jereissati

Coordenação de Gestão de Processos e Qualidade / Process and Quality Management Coordination :

Nádilla Tsuruda

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

Equipe Técnica / Technical Team : Ana Laura Martínez, Camila dos Reis Lima, Daniela Costa, Fabricio

Torres, Isabela Coelho, Javiera F. Medina Macaya, José Márcio Martins Júnior, Leonardo Melo Lins,

Luciana Piazzon Barbosa Lima, Luciana Portilho, Luiza Carvalho, Manuella Maia Ribeiro, Mayra Pizzott

Rodrigues dos Santos, Rafael Fiacadori, Stefania Lapolla Cantoni e Winston Oyadomari

Gestão da Pesquisa em Campo / Fieldwork Management : **Coordenação / Coordination** : IBOPE Inteligência

Pesquisa e Consultoria Ltda, Helio Gastaldi, Rosi Rosendo, Guilherme Militão, Tais Magalhães e Gabriela

Amorim

Apoio à edição / Editing support team : **Comunicação NIC.br**: Caroline D’Avo, Carolina Carvalho e Renato

Soares

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 2018 = Survey on internet use by children in Brazil : ICT kids online Brazil 2018 [livro eletrônico] / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, [editor]. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019.
6.000 Kb ; PDF

Edição bilingue: português/inglês.

Vários colaboradores.

Vários tradutores.

Bibliografia

ISBN 978-85-5559-089-4

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 I. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. II. Título: Survey on internet use by children in Brazil : ICT kids online Brazil 2018.

19-29629

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 2018
Pesquisa sobre o Uso da Internet
por Crianças e Adolescentes no Brasil

*ICT Kids Online Brazil 2018
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 2019 / In October, 2019)

Coordenador / *Coordinator*

Maximiliano Salvadori Martinhão

Conselheiros / *Counselors*

Antônio José Barreto de Araújo Júnior

Cláudio Benedito Silva Furtado

Demi Getschko

Eduardo Fumes Parajo

Eduardo Levy Cardoso Moreira

Flávia Lefèvre Guimarães

Franselmo Araújo Costa

Henrique Faulhaber Barbosa

José Luiz Ribeiro Filho

Leonardo Euler de Moraes

Luis Felipe Salin Monteiro

Luiz Fernando Martins Castro

Marcos Dantas Loureiro

Nivaldo Cleto

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 2018 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 7ª 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:

Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (ACERP)

Regina Alcântara de Assis

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 Infância (Unicef)

Gabriela Mora, Mário Volpi e Danilo Moura

Fundação Getúlio Vargas (FGV)

Guilherme Klafke

Fundação Roberto Marinho

Katcha Poloponsky

Instituto Alana

Isabella Henriques, Maíra Bosi e Pedro Hartung

Interactive Advertising Bureau (IAB Brasil)

Luciana Corrêa

InternetLab

Natália Neris

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 e Karla Skeff

Pesquisador independente

Danilo Doneda

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

Graça Moreira

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR)

Dilmeire Vosgerau

SaferNet Brasil

Juliana Cunha, Rodrigo Nejm e Thiago Tavares

Sociedade Brasileira de Pediatria

Evelyn Eisenstein

Universidade de São Paulo (USP)

Drica Guzzi e Ismar de Oliveira Soares

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Inês Vitorino

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Daniel Spritzer

ACKNOWLEDGEMENTS

The ICT Kids Online Brazil 2018 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 7th 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, Maíra Bosi and Pedro Hartung

Brazilian National Computer Emergence Response Team (Cert.br)

Miriam Von Zuben

Brazilian Network Information Center (NIC.br)

Kelli Angelini

Brazilian Society of Pediatrics

Evelyn Eisenstein

Federal University of Ceará (UFC)

Inês Vitorino

Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS)

Daniel Spritzer

FIAM/FAAM University

Juliana Doretto

Getúlio Vargas Foundation (FGV)

Guilherme Klafke

Independent researcher

Danilo Cesar Maganhoto Doneda

Interactive Advertising Bureau (IAB Brazil)

Luciana Corrêa

InternetLab

Natália Neris

Pontifical Catholic University of Paraná (PUC-PR)

Dilmeire Vosgerau

Pontifical Catholic University of São Paulo (PUC-SP)

Graça Moreira

Roberto Marinho Foundation

Katcha Poloponsky

Roquette Pinto Educational Communication Association (ACERP)

Regina Alcântara de Assis

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)

Gabriela Mora, Mário Volpi and Danilo Moura

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

Adauto Cândido Soares and Karla Skeff

University of São Paulo (USP)

Drica Guzzi and Ismar de Oliveira Soares

SUMÁRIO / CONTENTS

- 5 AGRADECIMENTOS / ACKNOWLEDGEMENTS, 6
- 19 PREFÁCIO / FOREWORD, 139
- 21 APRESENTAÇÃO / PRESENTATION, 141
- 23 INTRODUÇÃO / INTRODUCTION, 143

PARTE 1: ARTIGOS / PART 1: ARTICLES

- 29 VAZOU, E AGORA? DISCUTINDO O VAZAMENTO DE IMAGENS ÍNTIMAS SEM CONSENTIMENTO: UMA ANÁLISE DO PROJETO CARETAS
IT'S BEEN LEAKED, NOW WHAT? DISCUSSING NONCONSENSUAL IMAGE SHARING: AN ANALYSIS OF THE CARETAS PROJECT, 149
GABRIELA GOULART MORA E JANARA SOUSA
- 37 CONTATO COM CONTEÚDOS SENSÍVEIS DE SUICÍDIO: LIÇÕES APRENDIDAS COM OS CASOS BALEIA AZUL E MOMO
EXPOSURE TO SENSITIVE SUICIDE CONTENT: LESSONS LEARNED FROM THE BLUE WHALE AND MOMO CASES, 157
JULIANA CUNHA E RODRIGO NEJM
- 47 TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES: PROTEÇÃO E CONSENTIMENTO
THE PROCESSING OF PERSONAL DATA OF CHILDREN AND ADOLESCENTS: PROTECTION AND CONSENT, 167
CHIARA SPADACCINI DE TEFFÉ
- 55 REDES SOCIAIS E INDICADORES DE SAÚDE MENTAL NAS PESQUISAS TIC KIDS ONLINE BRASIL (2013 – 2017)
SOCIAL NETWORKS AND MENTAL HEALTH INDICATORS IN ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEYS (2013 – 2017), 175
IVELISE FORTIM E MATEUS DONIA MARTINEZ
- 67 UMA ANÁLISE COMPARATIVA DAS HABILIDADES DIGITAIS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO BRASIL E URUGUAI
A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE DIGITAL SKILLS OF CHILDREN IN BRAZIL AND URUGUAY, 187
CECILIA HUGHES E EMILIANO PEREIRO

PARTE 2: TIC KIDS ONLINE BRASIL 2018*PART 2: ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2018*

- 83 RELATÓRIO METODOLÓGICO – TIC KIDS ONLINE BRASIL
METHODOLOGICAL REPORT – ICT KIDS ONLINE BRAZIL, 203
- 99 RELATÓRIO DE COLETA DE DADOS – TIC KIDS ONLINE BRASIL 2018
DATA COLLECTION REPORT – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2018, 219
- 107 ANÁLISE DOS RESULTADOS – TIC KIDS ONLINE BRASIL 2018
ANALYSIS OF RESULTS – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2018, 227

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

- 257 TABELAS DE RESULTADOS – TIC KIDS ONLINE BRASIL 2018
TABLES OF RESULTS – ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2018

PARTE 4: APÊNDICES / PART 4: APPENDICES

- 345 LISTA DE ABREVIATURAS
LIST OF ABBREVIATIONS, 346

LISTA DE GRÁFICOS / CHART LIST

ARTIGOS / ARTICLES

- 38 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONTEÚDOS COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR IDADE – AUTODANO E CONTEÚDOS SENSÍVEIS
CHILDREN BY CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS, BY AGE – SELF-HARM AND SENSITIVE CONTENT, 158
- 38 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONTEÚDOS COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR SEXO – AUTODANO E CONTEÚDOS SENSÍVEIS
CHILDREN BY CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS, BY GENDER – SELF-HARM AND SENSITIVE CONTENT, 158
- 70 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSAM A INTERNET NA ESCOLA
CHILDREN WHO CONNECT TO THE INTERNET IN SCHOOLS, 190
- 71 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM TER A HABILIDADE DE SALVAR FOTOGRAFIAS OU IMAGENS QUE ENCONTROU NA INTERNET
CHILDREN WHO HAVE THE ABILITY TO SAVE PHOTOS FOUND ON THE INTERNET, 191
- 72 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM TER A HABILIDADE DE SALVAR FOTOGRAFIAS OU IMAGENS QUE ENCONTROU NA INTERNET
CHILDREN WHO HAVE THE ABILITY TO SAVE PHOTOS FOUND ON THE INTERNET, 191
- 72 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM TER A HABILIDADE DE CONFIGURAR PERFIS DE SEGURANÇA EM REDES SOCIAIS
CHILDREN WHO HAVE THE ABILITY TO CONFIGURE SECURITY PROFILES ON SOCIAL NETWORKS, 192
- 73 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM TER A HABILIDADE DE CONFIGURAR PERFIS DE SEGURANÇA EM REDES SOCIAIS
CHILDREN WHO HAVE THE ABILITY TO CONFIGURE SECURITY PROFILES ON SOCIAL NETWORKS, 192
- 73 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM TER A HABILIDADE DE CONFIGURAR PERFIS DE SEGURANÇA POR IDADE
CHILDREN WHO HAVE THE ABILITY TO CONFIGURE SECURITY PROFILES BY AGE, 193
- 74 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER ESCOLHER QUE PALAVRAS USAR PARA ENCONTRAR ALGO NA INTERNET
CHILDREN WHO KNOW HOW TO CHOOSE KEYWORDS FOR INTERNET SEARCHES, 194
- 75 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER ESCOLHER QUE PALAVRAS USAR PARA ENCONTRAR ALGO NA INTERNET
CHILDREN WHO KNOW HOW TO CHOOSE KEYWORDS FOR INTERNET SEARCHES, 194
- 75 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER VERIFICAR SE UMA INFORMAÇÃO ENCONTRADA NA INTERNET É VERDADEIRA OU FALSA
CHILDREN WHO KNOW HOW TO DISCERN WHETHER INFORMATION FOUND ON THE INTERNET IS TRUE OR FALSE, 195
- 76 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER VERIFICAR SE UMA INFORMAÇÃO ENCONTRADA NA INTERNET É VERDADEIRA OU FALSA
CHILDREN WHO KNOW HOW TO DISCERN WHETHER INFORMATION ON THE INTERNET IS TRUE OR FALSE, 195
- 76 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER POSTAR NA INTERNET VÍDEOS OU MÚSICAS DE AUTORIA PRÓPRIA
CHILDREN WHO KNOW HOW TO UPLOAD VIDEOS OR MUSIC CREATED BY THEM TO THE INTERNET, 196

- 77 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER POSTAR NA INTERNET VÍDEOS OU MÚSICAS DE AUTORIA PRÓPRIA
CHILDREN WHO KNOW HOW TO UPLOAD VIDEOS OR MUSIC CREATED BY THEM TO THE INTERNET, 196
- 77 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER BAIXAR OU INSTALAR APLICATIVOS
CHILDREN WHO KNOW HOW TO INSTALL APPLICATIONS, 197
- 78 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER BAIXAR OU INSTALAR APLICATIVOS
CHILDREN WHO KNOW HOW TO INSTALL APPLICATIONS, 197

ANÁLISE DOS RESULTADOS / ANALYSIS OF RESULTS

- 111 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES (2018)
CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET IN THE THREE MONTHS PRIOR TO THE SURVEY (2018), 231
- 113 CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET, POR DISPOSITIVO UTILIZADO PARA ACESSAR A INTERNET (2018)
CHILDREN WHO WERE INTERNET USERS BY DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET (2018), 233
- 114 CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA PARA ACESSAR A INTERNET (2014 – 2018)
CHILDREN WHO WERE INTERNET USERS BY DEVICES USED EXCLUSIVELY OR SIMULTANEOUSLY TO ACCESS THE INTERNET (2014 – 2018), 234
- 115 CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET, POR USO EXCLUSIVO DO TELEFONE CELULAR PARA ACESSAR A INTERNET (2018)
CHILDREN INTERNET USERS BY EXCLUSIVE MOBILE PHONE USE TO ACCESS THE INTERNET (2018), 235
- 116 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET (2015 – 2018)
CHILDREN BY LOCATIONS OF INTERNET ACCESS (2015 – 2018), 236
- 118 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONEXÃO UTILIZADA PARA ACESSAR A INTERNET NO TELEFONE CELULAR (2018)
CHILDREN BY TYPE OF INTERNET CONNECTION VIA MOBILE PHONES, 238
- 121 CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET, POR ATIVIDADES REALIZADAS ON-LINE (2018)
CHILDREN WHO WERE INTERNET USERS BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET (2018), 241
- 122 CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET (2018)
CHILDREN WHO WERE INTERNET USERS BY INTERNET SKILLS (2018), 242
- 125 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL EM REDES SOCIAIS (2018)
CHILDREN WHO HAD THEIR OWN PROFILES ON SOCIAL NETWORKS (2018), 245
- 126 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR REDES SOCIAIS EM QUE POSSUEM PERFIL (2014 – 2018)
CHILDREN BY SOCIAL NETWORKS ON WHICH THEY HAD PROFILES (2014 – 2018), 246
- 127 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR POSSE DE PERFIL EM REDE SOCIAL (2018)
CHILDREN WHO HAD PROFILES ON SOCIAL NETWORKS (2018), 247
- 129 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL (2015 – 2018)
CHILDREN BY TYPE OF INFORMATION SHARED THROUGH THEIR SOCIAL NETWORK PROFILES (2015 – 2018), 249
- 132 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMAS DE DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS OU MARCAS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2018)
CHILDREN BY FORMS OF PUBLICITY OF PRODUCTS OR BRANDS SEEN IN THE LAST 12 MONTHS (2018), 252

LISTA DE TABELAS / TABLE LIST

ARTIGOS / ARTICLES

- 58 PROPORÇÃO DE ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL PRÓPRIO EM REDE SOCIAL, POR FAIXA ETÁRIA (2013 – 2017)
PROPORTION OF ADOLESCENTS WITH THEIR OWN PROFILES ON SOCIAL NETWORKS, BY AGE GROUP (2013 – 2017), 178
- 59 PROPORÇÃO DE ADOLESCENTES QUE UTILIZARAM REDE SOCIAL, POR FAIXA ETÁRIA (2013 – 2017)
PROPORTION OF ADOLESCENTS WHO USED SOCIAL NETWORKS, BY AGE GROUP (2013 – 2017), 178
- 59 PROPORÇÃO DE ADOLESCENTES QUE ENVIARAM MENSAGENS INSTANTÂNEAS, POR FAIXA ETÁRIA (2013 – 2017)
PROPORTION OF ADOLESCENTS WHO USED INSTANT MESSAGING, BY AGE GROUP (2013 – 2017), 179
- 60 EFEITOS NA SAÚDE MENTAL COM RELAÇÃO A REDES SOCIAIS LEVANTADOS PELA PESQUISA STATUS OF MIND X INDICADORES DAS PESQUISAS TIC KIDS ONLINE BRASIL
EFFECTS ON MENTAL HEALTH IN RELATION TO SOCIAL MEDIA SURVEYED BY THE STATUS OF MIND VS. INDICATORS FROM THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEYS, 181
- 61 INDICADORES QUE PODEM TER RELAÇÃO COM SAÚDE MENTAL E REDES SOCIAIS NA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL
INDICATORS THAT MAY BE RELATED TO MENTAL HEALTH AND SOCIAL MEDIA IN THE ICTS KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY, 181

RELATÓRIO METODOLÓGICO / METHODOLOGICAL REPORT

- 85 CLASSIFICAÇÃO DA CONDIÇÃO DE ATIVIDADE
CLASSIFICATION OF ECONOMIC ACTIVITY STATUS, 205

RELATÓRIO DE COLETA DE DADOS / DATA COLLECTION REPORT

- 99 ALOCAÇÃO DA AMOSTRA, SEGUNDO ESTRATO TIC
SAMPLE ALLOCATION BY ICT STRATA, 219
- 104 OCORRÊNCIAS FINAIS DE CAMPO, SEGUNDO NÚMERO DE CASOS REGISTRADOS
FINAL FIELD SITUATIONS BY NUMBER OF CASES RECORDED, 224
- 105 TAXA DE RESPOSTA, SEGUNDO UNIDADE FEDERATIVA (UF) E SITUAÇÃO DO DOMICÍLIO (%)
RESPONSE RATES BY FEDERATIVE UNIT AND HOUSEHOLD STATUS, 225

ANÁLISE DOS RESULTADOS / ANALYSIS OF RESULTS

- 112 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVO PARA NÃO ACESSAR A INTERNET – PROPORÇÃO E ESTIMATIVA EM MILHÕES (2018)
CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET – PROPORTIONS AND ESTIMATES IN MILLIONS (2018), 232

- 134 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CATEGORIAS DE PRODUTOS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2018)
CHILDREN BY CATEGORIES OF PRODUCTS SEEN ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS (2018), 253
- 134 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SOBRE PROPAGANDA DE MARCAS OU PRODUTOS NA INTERNET (2018)
CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ABOUT THE ONLINE ADVERTISING OF BRANDS OR PRODUCTS (2018), 254

LISTA DE FIGURAS / *FIGURE LIST*

ARTIGOS / *ARTICLES*

- 40 BUSCAS PELO TERMO “DESAFIO BALEIA AZUL” NO BUSCADOR GOOGLE ENTRE OS DIAS
1º E 4 DE ABRIL DE 2017
*SEARCHES FOR THE TERM “BLUE WHALE CHALLENGE” ON GOOGLE SEARCH, APRIL 1-4,
2017, 160*

RELATÓRIO METODOLÓGICO / *METHODOLOGICAL REPORT*

- 87 FONTES PARA O DESENHO AMOSTRAL DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL
SAMPLE DESIGN SOURCES FOR THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY, 207

ANÁLISE DOS RESULTADOS / *ANALYSIS OF RESULTS*

- 108 ENQUADRAMENTO TEÓRICO DA TIC KIDS ONLINE BRASIL
THEORETICAL FRAMEWORK OF THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY, 228

LISTA DE TABELAS DE RESULTADOS TABLES OF RESULTS LIST

INDICADORES SELECIONADOS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES

SELECTED INDICATORS FOR CHILDREN

- 259 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET
CHILDREN BY DEVICE USED TO ACCESS THE INTERNET
- 261 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONEXÃO UTILIZADA PARA ACESSAR A INTERNET NO TELEFONE CELULAR
CHILDREN BY TYPE OF INTERNET CONNECTION VIA MOBILE PHONE
- 262 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO
CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS
- 263 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVOS PARA NÃO ACESSAR A INTERNET
CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET
- 267 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
- 268 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET
CHILDREN BY LOCATION OF ACCESS TO THE INTERNET
- 270 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FREQUÊNCIA DE USO DA INTERNET
CHILDREN BY FREQUENCY OF INTERNET USE
- 272 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
- 274 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – COMMUNICATION AND SOCIAL NETWORKS
- 275 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
- 276 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – MULTIMÍDIA E ENTRETENIMENTO
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – MULTIMEDIA AND ENTERTAINMENT
- 277 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – DOWNLOADS E CONSUMO
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – DOWNLOADS AND CONSUMPTION
- 278 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – CIDADANIA E ENGAJAMENTO
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – CITIZENSHIP AND ENGAGEMENT
- 279 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL EM REDES SOCIAIS
CHILDREN WITH PROFILES ON SOCIAL NETWORK
- 280 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR REDES SOCIAIS EM QUE POSSUEM PERFIL
CHILDREN WITH PROFILES ON SOCIAL NETWORK

- 282 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PRINCIPAL REDE SOCIAL UTILIZADA
CHILDREN BY MAIN SOCIAL NETWORK USED
- 284 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONFIGURAÇÃO DE PRIVACIDADE NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL
CHILDREN BY TYPE OF PRIVACY SETTING ON THEIR SOCIAL NETWORK PROFILE
- 286 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL
CHILDREN ON THEIR SOCIAL NETWORK PROFILE
- 288 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY PERCEPTIONS REGARDING THEIR INTERNET SKILLS
- 291 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY INTERNET SKILLS
- 295 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
- 299 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PLATAFORMA EM QUE TIVERAM CONTATO COM ALGUMA PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY TYPES OF PLATFORMS ON WHICH THEY WERE EXPOSED TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS
- 301 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PEDIRAM AOS PAIS ALGUM PRODUTO APÓS CONTATO COM PUBLICIDADE OU PROPAGANDA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHO ASKED THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS FOR A PRODUCT AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS
- 302 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMAS DE DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS OU MARCAS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY TYPES OF ONLINE ADVERTISING ABOUT PRODUCTS OR BRANDS SEEN IN THE LAST 12 MONTHS
- 304 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CATEGORIAS DE PRODUTOS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY CATEGORIES OF PRODUCTS SEEN ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS
- 306 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMA DE INTERAÇÃO COM CONTEÚDOS DE PRODUTO OU MARCA NA INTERNET
CHILDREN BY TYPES OF INTERACTIONS WITH CONTENT ABOUT PRODUCTS OR BRANDS ONLINE
- 307 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SOBRE PROPAGANDA DE MARCAS OU PRODUTOS NA INTERNET
CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ABOUT ONLINE ADVERTISING ABOUT BRANDS OR PRODUCTS
- 309 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE PROPAGANDAS NA INTERNET PARA PESSOAS DA SUA IDADE
CHILDREN BY PERCEPTIONS ABOUT ONLINE ADVERTISING TARGETED TO INDIVIDUALS THEIR AGE
- 315 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
- 316 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
- 317 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
- 318 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

- 319 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – USO EXCESSIVO
CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – EXCESSIVE USE
- 322 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
- 324 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
- 325 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

INDICADORES SELECIONADOS PARA PAIS OU RESPONSÁVEIS

SELECTED INDICATORS FOR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

- 326 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
- 328 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
- 330 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
- 332 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE TIVERAM CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NÃO APROPRIADA PARA A SUA IDADE, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
CHILDREN WHO WERE EXPOSED TO ONLINE ADVERTISING CONSIDERED INAPPROPRIATE FOR THEIR AGE, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
- 333 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PEDIRAM ALGUM PRODUTO APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
CHILDREN WHO ASKED FOR PRODUCTS AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
- 334 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
CHILDREN BY TYPES OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS
- 337 CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS COMPRARAM ALGUM PRODUTO SOLICITADO APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS PURCHASED PRODUCTS REQUESTED AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS
- 338 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO RECEBIDA DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS SOBRE PROPAGANDAS NA INTERNET
CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS AND LEGAL GUARDIANS ABOUT ONLINE ADVERTISING
- 340 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
- 341 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR COMPORTAMENTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
CHILDREN BY BEHAVIOR ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS

PREFÁCIO

Há 50 anos, em 29 outubro de 1969, houve a primeira troca de mensagens entre computadores dentro do projeto Arpanet, origem da futura Internet. Vinte anos depois, em 18 de abril de 1989, o .br foi delegado por Jon Postel, diretor da Autoridade para Atribuição de Números da Internet (Internet Assigned Numbers Authority – Iana), ao grupo da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) que operava redes acadêmicas. Também em 1989, era oficialmente lançada a Rede Nacional de Pesquisa (RNP).

Portanto, em 2019, celebramos acontecimentos marcantes para a Internet no mundo e no Brasil. Completam-se também os dez anos da divulgação dos Princípios para a Governança e Uso da Internet no Brasil, decálogo elaborado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) que foi entusiasticamente recebido pela comunidade mundial. O documento foi o foco gerador do debate que levaria ao nosso Marco Civil da Internet (Lei n. 12.965, de 23 de abril de 2014) e também motivador da discussão sobre a necessidade de proteção da privacidade, que redundaria na Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018).

Ao longo das últimas décadas, a governança da Internet no país tem se destacado por sua estrutura multissetorial, consolidada na atuação do CGI.br. O Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) tem alocado os recursos gerados pelo seu Registro.br para a implementação de um conjunto de projetos e atividades voltados à melhoria contínua da Internet no Brasil, tais como ações associadas à gestão da troca de 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.

Desde 2005, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) vem produzindo indicadores sobre o uso e a apropriação das tecnologias de informação e comunicação (TIC), com a disseminação de dados fundamentais para a tomada de decisões, seja por parte do governo, das empresas, da academia ou da sociedade em geral. Os estudos do Cetic.br têm contribuído de maneira relevante para a elaboração de políticas públicas de inclusão digital, bem como para o fortalecimento da economia digital. Atuando como centro regional de Categoria II da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) desde 2012, o Cetic.br 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 período recente, o trabalho do Cetic.br foi decisivo para a aprovação, pela Unesco, em novembro de 2018, dos Indicadores de Universalidade da Internet, um marco de referência para avaliar internacionalmente o desenvolvimento do ecossistema de Internet. Além de estimular a consulta aos indicadores pelos atores relevantes no plano regional, o Cetic.br foi responsável pela implementação do piloto da metodologia no Brasil, o que reforçou o papel estratégico do país em assuntos relacionados ao desenvolvimento da Internet e fez com que outras nações passassem a se empenhar na implementação desses levantamentos.

Na área de capacitação, é de se destacar a realização do MOOC (do inglês Massive Open Online Course) “Tecnologia para o Bem: O papel das Tecnologias de Informação e Comunicação no alcance dos ODSs” (“Tech for Good: The role of ICT in Achieving the SDGs”), produzido pela Unesco e pelo Cetic.br/NIC.br em parceria com a SDG Academy. Fornecendo conteúdos de alta qualidade de forma aberta e gratuita, o Cetic.br contribui para destacar o papel central das TIC na agenda de desenvolvimento sustentável e sua relação com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU). Em sua primeira edição, mais de 1.300 pessoas de todo o mundo fizeram o curso.

O relacionamento e a cooperação com outros organismos internacionais também têm sido substantivos para a promoção de metodologias internacionalmente comparáveis de medição. São os casos do trabalho conjunto do Cetic.br e do Centro de Estudos, Resposta e Tratamento de Incidentes de Segurança no Brasil (CERT.br) na área de segurança digital, em diálogo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE); do desenvolvimento de indicadores domiciliares e *smart cities*, com a União Internacional de Telecomunicações (UIT); da publicação de referenciais sobre TIC na saúde, em conjunto com a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) e a Organização Mundial da Saúde (OMS); e da geração de um guia prático para a implementação de pesquisas TIC em escolas, em parceria com o Instituto de Estatística da Unesco (UIS).

Em período de inúmeras transformações, a existência de estatísticas rigorosas e atualizadas sobre os impactos socioeconômicos da Internet segue sendo fundamental para orientar o desenvolvimento da rede nas próximas décadas. Esperamos, dessa forma, contribuir para a geração de políticas públicas que consolidem e fortaleçam uma Internet aberta e para todos.

Boa leitura!

Demi Getschko

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

APRESENTAÇÃO

Em um cenário de acelerada transformação digital, os desafios para a criação de um ecossistema inovador no país são de múltiplas ordens. É cada vez mais premente coordenar, ao mesmo tempo, a promoção de avanços tecnológicos, o estímulo a um ambiente regulatório adequado e a criação de mecanismos que garantam a sustentabilidade econômica dos diversos setores produtivos envolvidos. Tudo isso deve ser referendado por políticas públicas aderentes a esse novo momento, estabelecendo estratégias de governança coerentes que contem com o envolvimento de toda a sociedade.

Estamos diante de inúmeras oportunidades para a consolidação de uma Internet que privilegie a inovação e o desenvolvimento social e econômico. O novo cenário também apresenta riscos, os quais devem ser mitigados por meio de políticas que sejam inclusivas e que avancem na proteção da privacidade e da confiança dos usuários no ambiente *on-line*. Com a criação da Estratégia Brasileira para a Transformação Digital (E-Digital), lançada em 2018, temos um marco de referência para os próximos anos, o que permitirá aos atores relevantes estabelecerem ações mais coordenadas, efetivas e eficientes. Cabe ressaltar, ainda, os avanços no Plano Nacional de Internet das Coisas, que atualiza as políticas do setor frente a temas emergentes.

Nesse contexto, monitorar a transformação digital é um exercício central para governo e sociedade. O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) tem reforçado seu compromisso com a produção regular de estatísticas e indicadores sobre o acesso e uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) no país. Por meio da atuação 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), o Brasil tem acesso, anualmente, a mais de 550 indicadores sobre a adoção das TIC em setores estratégicos, como é o caso dos domicílios, empresas, provedores de Internet, telecentros, órgãos governamentais e das instituições que proveem serviços essenciais como saúde, educação e cultura.

O Cetic.br tem sido reconhecido internacionalmente como referência de boas práticas na produção de indicadores TIC. Suas pesquisas, realizadas periodicamente no Brasil, possibilitam o monitoramento do desenvolvimento digital do país e permitem análises comparativas para o acompanhamento de agendas globais, a exemplo dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), das metas da Cúpula Mundial sobre a Sociedade da Informação (WSIS) e da Agenda Digital para América Latina e Caribe (eLAC).

O presente livro é resultado do compromisso multissetorial do CGI.br com a produção de dados relevantes para o desenvolvimento da Internet, e permite que governo e sociedade atuem de forma colaborativa para o fortalecimento de uma economia digital inclusiva.

INTRODUÇÃO

A ampliação do acesso à Internet e a popularização do uso de dispositivos móveis intensificam as possibilidades de socialização, participação, busca de informação e entretenimento. Por outro lado, alinhados às inúmeras oportunidades criadas pelo uso de tecnologias de informação e comunicação (TIC), os desafios e as responsabilidades para a garantia de direitos e de bem-estar se renovam na era digital.

Pela perspectiva dos direitos de crianças e adolescentes, estamos em um momento particularmente especial. Em 2019, a Convenção sobre os Direitos da Criança, adotada pela Organização das Nações Unidas (ONU), completa seu 30º aniversário. A celebração de três décadas desse importante instrumento, amplamente ratificado por países do mundo inteiro, abre espaço para um balanço quanto aos avanços e desafios para a proteção, a promoção e a participação de crianças e adolescentes em uma sociedade cada vez mais digital. As transformações provocadas pela disseminação das tecnologias digitais exigem que decisores públicos, setor privado e representantes da sociedade civil ampliem seu compromisso para que os direitos de crianças e adolescentes sejam tratados como prioridade absoluta.

Compromissos internacionais adotados por diversos países reconhecem as TIC como componentes essenciais para o desenvolvimento socioeconômico, incluindo o alcance de metas acordadas, como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU. Para que sejam cumpridas as agendas de desenvolvimento sustentável e para que as desigualdades nas oportunidades de uso da Internet por crianças e adolescentes sejam superadas, é preciso que os direitos ao cuidado, proteção e bem-estar, bem como ao desenvolvimento e ao lazer, estabelecidos pela Convenção sobre os Direitos da Criança, sejam constantemente revisitados e complementados pela perspectiva das novas práticas *on-line*.

Nesse contexto, é fundamental que crianças e adolescentes sejam ouvidos acerca dos usos que eles fazem da Internet e sobre a forma como lidam com os riscos e oportunidades no ambiente digital. Diante da relevância do desenvolvimento de políticas baseadas em evidências, a pesquisa TIC Kids Online Brasil é conduzida anualmente, desde 2012, pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). A iniciativa tem como objetivo central mapear riscos e oportunidades no ambiente digital, gerando indicadores confiáveis e comparáveis sobre acesso à Internet por crianças e adolescentes de 9 a 17 anos de idade e sobre os usos que eles fazem da rede. Dessa forma, busca-se entender a percepção desse público quanto à experiência e à segurança *on-line*, bem como delinear as práticas de mediação de pais ou responsáveis relacionadas ao uso da Internet.

O mesmo referencial é adotado por outros projetos em vários países do mundo, que estão engajados na produção de estudos comparáveis sobre as atividades *on-line* de crianças e adolescentes. Esse é o caso dos países que adotaram o marco conceitual e metodológico Global Kids Online, uma iniciativa internacional desenvolvida pela London School of Economics e pelo Unicef Office of Research. Outros exemplos são os projetos conduzidos no âmbito da rede Kids Online América Latina, que reúne pesquisadores interessados em compartilhar abordagens metodológicas e em apoiar a produção de indicadores e estudos quantitativos e qualitativos sobre crianças e adolescentes *on-line* em países da região.

Reiterando o seu compromisso com o desenvolvimento de projetos centrados em crianças e adolescentes, bem como na garantia de seus direitos e bem-estar, em 2019, o Cetic.br, em parceria com a SaferNet Brasil, contribuiu com o projeto Comentário Geral para Crianças e o Ambiente Digital. A iniciativa consistiu no desenvolvimento de oficinas com atividades planejadas para reunir informações sobre o entendimento e as experiências de crianças e adolescentes a respeito de seus direitos na era digital.¹

As atividades foram formuladas pela Western Sydney University, em parceria com o 5Rights Foundation e a London School of Economics. Foram realizadas 42 oficinas em 21 países. A contribuição brasileira para a consulta consistiu no desenvolvimento de quatro oficinas – com atividades sobre direitos da criança, consumo, saúde e confiança no ambiente digital –, sendo duas realizadas em Salvador (BA) e duas em São Paulo (SP), nos dias 11 e 12 de junho de 2019, com a participação de 60 adolescentes com idade entre 14 e 16 anos, de escolas públicas e privadas.

TIC KIDS ONLINE BRASIL 2018

Em 2018, a pesquisa estimou que 86% da população entre 9 e 17 anos era usuária de Internet no país. Embora uma parte expressiva dos indivíduos na faixa etária investigada tenha acesso à rede, ainda persistem desigualdades de acesso e no uso das tecnologias. A proporção de crianças e adolescentes usuários de Internet foi maior entre as classes AB (98%) e C (94%) do que nas classes DE (73%). As proporções também foram maiores nas regiões Sul (95%), Sudeste (94%) e Centro-Oeste (94%), na comparação com Norte e Nordeste (ambos com 75%).

A TIC Kids Online Brasil também evidencia o aumento na realização de atividades multimídia por crianças e adolescentes usuários de Internet com idade entre 9 e 17 anos. Em 2018, 83% da população investigada reportaram ter assistido a vídeos, programas, filmes ou séries *on-line*. Pela primeira vez na série histórica do estudo, essas atividades passaram a ser as mais frequentes entre as crianças e os adolescentes usuários de Internet no Brasil, superando pesquisas na Internet para trabalhos escolares (74%) e o envio de mensagens instantâneas (77%).

Ainda considerando atividades multimídia, a pesquisa estima que 82% das crianças e adolescentes usuários de Internet escutaram música *on-line*, 60% jogaram na Internet sem conexão com outros jogadores e 55% jogaram conectados com outros jogadores.

¹ Mais informações no *website* da iniciativa. Recuperado em 10 outubro, 2019, de <https://www.ohchr.org/EN/HRBodies/CRC/Pages/GCChildrensRightsRelationDigitalEnvironment.aspx>

O celular segue sendo o principal dispositivo utilizado por crianças e adolescentes. A proporção de usuários de Internet na faixa etária investigada que acessaram a rede por meio do celular foi de 93%, o equivalente a 22,7 milhões de indivíduos com idade entre 9 e 17 anos. Também cresceu a proporção de usuários cujo acesso à Internet é feito exclusivamente pelo celular: a pesquisa mostra que, para 53% dos usuários investigados, o celular foi o único dispositivo usado para acessar a rede. Nas classes DE, essa proporção foi de 71%. Em contrapartida ao celular, nota-se que o acesso à rede pela televisão aumentou em 2018 (32%), seguindo a tendência de alta observada desde 2014, quando apenas 5% das crianças e adolescentes conectados utilizavam esse dispositivo para acessar a Internet.

A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2018 apresenta, ainda, resultados de dois módulos rotativos que foram aplicados em 2016 e voltaram a ser aplicados nesta edição. O primeiro deles se refere à ecologia digital e aborda fenômenos relacionados ao uso de redes sociais, em especial no que tange à posse de perfis, às questões de privacidade e ao compartilhamento de conteúdos.

Em 2018, cerca de 20 milhões de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos usuários de Internet possuíam perfil em redes sociais, o que equivalia a 82% dos usuários nessa faixa etária. O aplicativo WhatsApp foi a plataforma em que crianças e adolescentes reportaram possuir um perfil em maiores proporções (72%), superando pela primeira vez na série histórica da pesquisa o Facebook (66%). Já o Instagram apresentou o maior crescimento em relação ao número de crianças e adolescentes que possuem perfil na plataforma (saltando de 36%, em 2016, para 45%, em 2018).

O segundo módulo rotativo envolve questões sobre consumo e contato com conteúdos mercadológicos no ambiente *on-line*. A proporção de crianças e adolescentes de 11 a 17 anos usuários de Internet que afirmaram ter visto propaganda ou publicidade diminuiu em quase todas as plataformas analisadas em relação a 2016. Em 2018, 64% mencionaram ter contato com propaganda pela televisão – uma redução de 16 pontos percentuais na comparação com 2016 (80%), ficando no mesmo patamar dos sítios de vídeos (67%).

Já com relação às crianças e adolescentes de 11 a 17 anos expostas à divulgação de produtos ou marcas na Internet (74%), os principais conteúdos foram aqueles de pessoas ensinando como usar algum produto (55%), abrindo a embalagem de um produto (49%) e mostrando produtos que alguma marca já forneceu a elas (48%). Nesse sentido, a pesquisa revela, de maneira inédita, a presença de novas formas de divulgação de conteúdos mercadológicos, os quais merecem crescente atenção no debate público.

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 proteção sobre o uso de dados pessoais na Internet, com debates a respeito de proteção e consentimento. Também são abordados o contato com conteúdos sensíveis que crianças e adolescentes podem encontrar no ambiente *on-line* e o desenvolvimento de habilidades digitais para o uso seguro e responsável da Internet por essa população;

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 2018; 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

VAZOU, E AGORA? DISCUTINDO O VAZAMENTO DE IMAGENS ÍNTIMAS SEM CONSENTIMENTO: UMA ANÁLISE DO PROJETO CARETAS

Gabriela Goulart Mora¹ e Janara Sousa²

INTRODUÇÃO

O vazamento de imagens íntimas sem consentimento tem conduzido Estados, corporações e organizações da sociedade civil a pensar em soluções para amparar as vítimas, geralmente mulheres e meninas, e punir agressores. No Brasil, o tema começou a figurar com mais frequência nas páginas dos jornais em 2013, quando a jovem piauiense Júlia Rebeca, de 17 anos, cometeu suicídio após ter um vídeo íntimo compartilhado na Internet sem o seu consentimento³. Depois desse caso, foram divulgados diversos acontecimentos relacionados ao vazamento de imagens íntimas.

A sociabilidade e a interação têm sido profundamente alteradas pela Internet, assim como a vivência da sexualidade (Pelúcio, 2015). Segundo Nejm (2016, p. 44), “a exposição de si é vista, pois, como parte do processo mais amplo, no qual as interações sociais modelam e são modeladas durante o desenvolvimento dos adolescentes”.

Compreendemos o *sexting* como prática contemporânea do comportamento sexual, que incorpora a tecnologia expandindo as formas de sedução e de relacionamento; já o vazamento de imagens íntimas sem consentimento traz consigo o peso da exposição vexatória, muitas vezes com o intuito de vingança. Por essa razão, os jornais brasileiros costumam se referir a esse vazamento de imagens como pornografia de vingança⁴. As principais vítimas do vazamento de imagens íntimas sem consentimento no Brasil são as adolescentes (Valente,

¹ Oficial do Programa de Desenvolvimento e Participação de Adolescentes do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) no Brasil, tem mestrado em Antropologia e Desenvolvimento pela London School of Economics and Political Science (LSE) e mestrado e graduação em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB).

² Professora do curso de Comunicação Organizacional e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Comunicação (UnB), escreveu este artigo em consultoria para o Unicef.

³ Mais informações no *website* G1. Recuperado em 11 março, 2019, de <http://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2013/11/mae-de-jovem-achada-morta-apos-video-intimo-reclama-de-violacao.html>

⁴ Consideramos que esse termo gera uma profunda confusão, visto que já traz consigo uma carga de juízo de valor. A produção de imagens íntimas é um livre exercício de liberdade de expressão e pode não ter fins pornográficos.

Neres, Ruiz, & Bulgarelli, 2016; Sousa, Scheidweiler, & Montenegro, 2017). De acordo com a organização não governamental SaferNet Brasil⁵, o seu canal de ajuda *on-line* recebeu mais de 600 pedidos de ajuda sobre *sexting*, em 2018, sendo a maioria das solicitantes do sexo feminino. Pedidos de orientação desse tipo estão em primeiro lugar entre os mais recorrentes, seguidos de *cyberbullying/ofensa* e *fraude/golpes/e-mails falsos*.

Diante desse cenário, em 2017, o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) no Brasil, em parceria com as empresas Sherpas⁶ e Chat-Tonic⁷, mais a Safernet, implementou o projeto Caretas. A iniciativa consiste em uma experiência de *storytelling* interativo, no qual internautas com conta no Facebook trocam mensagens com uma personagem fictícia conhecida como Fabi Grossi, que teve suas imagens íntimas compartilhadas pelo ex-namorado. Por meio de inteligência artificial, a personagem está programada a interagir com o público, conduzindo a conversa a partir das diversas fases enfrentadas por aqueles que são vítimas desse tipo de crime. Fabi Grossi orienta os internautas a lidar com o desespero inicial que eles sentem por causa do problema e para que conheçam seus direitos e saibam como encaminhar a situação.

Para interagir com a Fabi Grossi, as pessoas precisam ter uma conta no Facebook. Após acessar a *fanpage*⁸ do projeto, por meio do Messenger (o espaço de bate-papo do Facebook), os internautas começam a conversar com a personagem, que é interpretada pela atriz Kathia Calil. Na narrativa, Fabi Grossi é uma jovem de 21 anos. A história se desenrola em sete etapas, que vão desde a exposição do problema até a personagem apresentar sinais de superação. Fabi responde com textos, imagens e áudios, simulando a naturalidade de uma conversa entre adolescentes nos meios digitais.

O objetivo do projeto é discutir as práticas de *sexting* e as consequências do vazamento de imagens íntimas sem consentimento, para promover o engajamento de adolescentes, estimular empatia com as vítimas e promover mudança de comportamento social. Ao compreender melhor esses fenômenos, o Unicef procura gerar subsídios para novas ações e políticas públicas para prevenção e enfrentamento do problema no Brasil.

Participaram dessa primeira fase da experiência, realizada durante um ano, quase um milhão de pessoas. Mais de metade desse contingente – 537 mil pessoas – concluiu as sete etapas propostas pela narrativa⁹. Após a experiência, foram apresentadas aos usuários questões para uma avaliação rápida do projeto. Quase 300 mil pessoas responderam, a maior parte delas composta por mulheres (75%) com idades entre 13 e 25 anos. Mais de 90% avaliaram a iniciativa como boa ou muito boa; quase metade afirmou que já haviam falado sobre o assunto ou praticado *sexting*; e 92% afirmaram que aprenderam mais sobre o tema ao participar do projeto.

⁵ A SaferNet mantém um canal de denúncias *on-line* (Hotline) e outro de ajuda (Helpline) a adolescentes com relação à violação de direitos ocorridos na Internet. O Helpline mantém uma equipe de profissionais para o acolhimento das vítimas e, dependendo do caso, oferece orientação para encaminhamento formal de denúncias. Mais informações no *website* do Helpline. Recuperado em 11 março, 2019, de <https://helpline.org.br/indicadores/>

⁶ Empresa especializada em *storytelling* e mudança de comportamento, trabalha com pesquisas aplicadas para construir soluções eficazes com alto impacto social.

⁷ Empresa de tecnologia que ajuda seus clientes a promover o uso de tecnologias para melhorar a comunicação e a experiência de seus clientes.

⁸ Mais informações na página do projeto no Facebook. Recuperado em 11 março, 2019, de <https://pt-br.facebook.com/ProjetoCaretas/>

⁹ É importante esclarecer que internautas participantes podem interromper a experiência a qualquer momento, seja parando de interagir e ignorando as mensagens da Fabi, seja utilizando o comando "Parar".

ESTRATÉGIA METODOLÓGICA E ÉTICA DE CAMPO

Este artigo apresenta uma análise quanti-qualitativa do projeto Caretas, com base em uma segunda coleta de dados com adolescentes do sexo feminino participantes da experiência. Aproveitando a base de relacionamentos já constituída pela Fabi, essa segunda fase foi aplicada para uma amostra de 14 mil respondentes de 13 a 18 anos, no período de 8 a 20 de novembro de 2018, tendo alcançado, em média, mais de 8 mil adolescentes. Essa amostra correspondeu a 2,44% do universo, nos proporcionando um grau de confiabilidade de mais de 99%¹⁰. Foi elaborado um questionário de aproximadamente 28 questões, com tempo médio de dez minutos de resposta, dividido em quatro categorias: dados sócio-demográficos; práticas de *sexting*; consequências para as vítimas de vazamento de imagens sem consentimento; e rede apoio e orientação. Nem todas as 8 mil adolescentes responderam a todas as perguntas. É importante destacar que, tanto para o desenho dessa etapa de pesquisa, quanto para sua aplicação, levou-se em consideração as recomendações éticas preconizadas pelo Office of Research – Innocenti, do Unicef, em especial o relatório *Ethical considerations when using social media for evidence generation*, elaborado por Berman, Powell e Herranz (2018).

Para fazer a coleta e análise qualitativa e quantitativa desses resultados, trabalhou-se com uma triangulação metodológica (Martins & Theóphilo, 2009). Para a análise qualitativa, foi construída uma amostra aleatória de cem interações *on-line* de adolescentes do sexo feminino, entre 13 a 18 anos, resultado da primeira etapa da experiência do Caretas. Sobre tais interações fez-se uma análise de conteúdo, a partir de categorias.

Para garantir que nenhum dano fosse causado às participantes, foram tomadas as seguintes medidas:

1. Podiam participar apenas pessoas com conta no Facebook, cujo termo de serviço¹¹ não aceita pessoas com menos de 13 anos de idade;
2. Havia o esclarecimento de que se tratava de uma experiência fictícia, acessível a partir do perfil da Fabi Grossi. Era estimulada a leitura da explicação do projeto. A experiência tinha início quando a pessoa decidia dialogar com a personagem, recebendo da plataforma o pedido de consentimento livre e esclarecido;
3. A análise do material coletado preservou o anonimato dos participantes. Afinal, conforme Berman, Powell e Herranz (2018) recomendam, os dados de uma pesquisa não podem, sob qualquer hipótese, identificar as pessoas que responderam sobre temas que podem deixá-las vulneráveis;
4. No perfil da Fabi, estavam disponíveis as informações sobre a política de uso dos dados. As interações foram armazenadas para uso exclusivo da equipe do projeto Caretas, com o intuito de subsidiar pesquisas e pavimentar caminhos para novas ações;
5. Finalmente, a base de dados da pesquisa foi constituída sob sigilo, pertencendo unicamente ao Unicef Brasil e à Sherpas.

¹⁰ É importante esclarecer que entende-se por universo não o número de meninas de 13 a 18 anos no Brasil, mas sim o número de meninas que participaram do projeto Caretas. Seguramente, o grau de confiabilidade foi calculado precisamente para que se pudesse gerar conclusões capazes de ser estendidas ao conjunto da população de meninas brasileiras.

¹¹ Mais informações na página do Facebook. Recuperado em 11 março, 2019, de <https://web.facebook.com/legal/terms>

SURVEY

O questionário foi aplicado a adolescentes de 13 a 18 anos de diferentes regiões do país. A maioria das respondentes tinha entre 16 e 18 anos e afirmou estar cursando o Ensino Médio (50%) ou já ter terminado o período escolar (22%). Quase 84% das que afirmaram estar estudando eram de escolas públicas. Com relação à orientação sexual, 18% das adolescentes preferiram não responder; 23% se declararam bissexuais; 54%, heterossexuais; e 3%, homossexuais. A maioria das participantes se autodeclarou branca (45%), 35% parda, menos de 10% se declararam negras e menos de 5%, amarelas e indígenas.

Com relação às práticas de *sexting*, mais de 70% afirmaram ter recebido *nudes*¹² sem pedir, 80% disseram que já lhes foi solicitado envio de *nudes* e 35% mencionaram já ter mandado *nudes*¹³. Esse cenário demonstra que o *sexting* compõe parte importante da vivência da sexualidade entre as adolescentes (Pelucio, 2005; Sousa et al., 2017). Quando perguntadas por quais razões enviaram imagens íntimas, quase 70% das adolescentes preferiram não responder. As que responderam apontaram que o fizeram porque tiveram vontade (45%), porque a namorada ou o namorado pediu (34%) e porque se sentiram pressionadas (13%). Com relação a solicitar *nudes*, menos de 20% disseram que já fizeram esse pedido. Finalmente, a maioria das entrevistadas atestou que essas práticas acontecem pelo Whatsapp (55%) e pelo Snapchat (25%).

No que tange ao vazamento de imagens íntimas, quase 10% das adolescentes revelaram que já passaram por isso. Quando perguntadas se elas compartilharam com alguém o fato de terem imagens íntimas vazadas, 35% declararam que não contaram para ninguém, 31% disseram ter contado para uma amiga, 16% para alguém da família e somente 2% para docentes da escola. Ambiguamente, a maioria das respondentes considerou ter se sentido apoiada na situação de vazamento de imagens íntimas, mesmo não recebendo orientação da família, da escola ou de pessoas próximas. Esse quadro de falta de apoio e de informação esclarece o porquê de 80% das meninas reconhecerem que se sentiram culpadas pelo vazamento das imagens e revela que as principais consequências para quem enfrenta esse tipo de experiência são: sentir-se triste e sozinha (30%), pensar em acabar com a própria vida (27%) e tentar fazer algum dano ao próprio corpo (26%). Além disso, 4% das respondentes afirmaram que mudaram de escola e 1%, de cidade.

Finalmente, o último bloco de perguntas versou sobre a rede de apoio das adolescentes em uma situação de vazamento de imagens íntimas. A primeira indagação foi sobre a possibilidade de contar o episódio a alguém da escola, como corpo docente, direção e orientadores. Quase 15% das entrevistadas preferiram não responder a essa pergunta enquanto, entre as respondentes, 52% apontaram que não fariam e 48% que fariam. Embora o resultado demonstre uma tendência dividida, é possível vislumbrar um espaço para que a escola seja um local de mediação e orientação em casos de vazamento de imagens íntimas sem consentimento. Entretanto, quando questionadas se o tema vazamento de *nudes* já foi discutido na escola, mais de 70% declararam que não. As que afirmaram “sim” apontaram que o assunto foi

¹² Modo informal como adolescentes se referem à prática de *sexting*.

¹³ É importante esclarecer que a pergunta feita às participantes não questionava especificamente se as imagens que elas enviaram eram delas ou de outra pessoa. Logo, não se pode inferir que 35% das adolescentes enviaram somente seus próprios *nudes*, porém, pode-se assumir que elas compartilharam imagens íntimas.

abordado principalmente na sala de aula (38%), pelos próprios estudantes (28%), em debates promovidos por palestrantes (21%) e em projetos realizados na escola (10%).¹⁴

Com relação a discutir com a família a prática de *sexting*, quase 70% reconheceram que isso nunca aconteceu. Quando perguntadas com quem falariam sobre o vazamento de imagens íntimas, as adolescentes listaram como principais opções as pessoas amigas (50%) e os pais (26%); e mais de 15% delas declararam que não falariam com ninguém. No que concerne à indagação se já procurou informações sobre vazamento de imagens íntimas na Internet, mais de 85% responderam negativamente. Já as que buscaram disseram que o fizeram principalmente em *sites* e nos vídeos do YouTube.

Finalmente, perguntou-se às adolescentes se elas já apoiaram alguém que teve *nudes* vazados. Das quase 8 mil respondentes, aproximadamente 60% responderam que sim. Mais uma vez, fica demonstrado o quanto a sexualidade da juventude contemporânea inclui práticas de *sexting* e o quanto as vítimas de vazamento de imagens íntimas não acessam redes de amparo para além das pessoas amigas, as quais igualmente têm pouco nível de informação sobre possíveis canais de ajuda.

ANÁLISE DAS INTERAÇÕES

Para a compreensão das interações das adolescentes, o estudo apoiou-se na avaliação de conteúdo da pesquisa. A partir dela, foram criadas, *a priori*, três pré-categorias de análise, as quais, após um contato mais intenso com o material, resultaram em categorias finais (Bardin, 1977): i) reações ao vazamento do vídeo; ii) informações sobre como proceder em caso de vazamento de imagens íntimas; e iii) reações sobre a possibilidade da personagem fazer dano ao próprio corpo.

As reações ao relato de Fabi sobre o vazamento de suas imagens revelam que 83% das participantes do projeto consideraram que a personagem não teve culpa no episódio. Os restantes 17%, que acreditam que Fabi teve culpa, alegaram que quando uma pessoa se deixa gravar em momento íntimo, assume a responsabilidade por um possível vazamento.

É interessante observar a diferença em relação aos dados do *survey*, em que 80% das adolescentes que tiveram imagens íntimas divulgadas acreditam que tiveram culpa por esse acontecimento. Entretanto, quando colocadas no papel de quem precisa consolar uma “amiga”, praticamente a mesma porcentagem de meninas consideraram que a pessoa exposta não teve culpa. Nessa posição, elas se sentem estimuladas a ajudar e não a aumentar o ciclo da revitimização. A maioria das adolescentes (54%) relataram conhecer alguém que passou por uma situação desse tipo, sendo que, embora a pergunta não tenha sido diretamente a respeito de suas próprias experiências, 10% relataram que estão passando ou já passaram por isso. Quando questionadas se já enviaram *nudes*, 41% afirmaram que já o fizeram. Comparado com as respostas do *survey*, é possível inferir que as práticas de *sexting* são cada vez mais comuns

¹⁴ A pesquisa reforça a tendência mostrada pela TIC Educação (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2018): 40% dos docentes ajudaram os estudantes a enfrentar situações ocorridas na Internet (*bullying*, discriminação, assédio e disseminação de imagens sem consentimento).

e que uma média de 10% das adolescentes que produzem e compartilham suas imagens são vítimas de exposição desse conteúdo sem seu consentimento.

No que concerne à segunda categoria de análise, uma das principais informações concedidas, sem que se tenha feito uma pergunta direta sobre o assunto para as entrevistadas, foi a de que as vítimas devem bloquear o agressor e seus amigos, desativar as mídias sociais e trocar o número telefônico. Espontaneamente, a maioria delas (65%) também estimulou a Fabi a fazer uma denúncia formal à polícia.

Quando perguntadas pela Fabi se ela deveria contar para os pais, 80% das participantes disseram que sim. No momento em que a personagem compartilha o fato de ter feito uma denúncia *on-line* no *site* da Safernet Brasil, questionando as adolescentes se elas conhecem esse canal, somente 6% responderam positivamente, confirmando o dado obtido no *survey* sobre o desconhecimento de espaços de ajuda *on-line*.

Finalmente, a terceira categoria teve como objetivo observar as reações das participantes quando a Fabi narra o suicídio de uma menina por motivo de exposição *on-line*. Mais de 80% das adolescentes pediram textualmente que a personagem não fizesse nenhum dano ao próprio corpo.

A partir da análise das interações, percebeu-se que a experiência teve adesão da maioria das participantes, as quais se sentiram estimuladas a conversar e compartilhar suas experiências e informações de maneira empática, solidarizando-se com a Fabi e provendo apoio e consolo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do projeto Caretas demonstra que a produção e a troca de imagens íntimas são uma prática cada vez mais comum entre os adolescentes. Em contraste com esse processo, o cenário é de profunda falta de informação e de desconhecimento, por parte dos jovens, de qualquer rede de proteção e amparo. Aliás, mais do que isso, os dados revelam uma profunda desconfiança das adolescentes em discutir o tema com a família e a escola, preferindo silenciar ou confidenciar, tanto as práticas de *sexting* quanto eventuais consequências, apenas com as amigas.

As mídias de redes sociais definitivamente têm um impacto na vida sexual dessas jovens. Entretanto, a Internet não é aproveitada ou mesmo percebida por elas como um espaço de busca de informações sobre o tema. Quando o fazem, recorrem especialmente a *sites* e aos vídeos do YouTube. Destaca-se o papel que os influenciadores digitais podem ter no provimento de informações sobre o assunto. É possível inferir também que os esforços das organizações públicas, privadas e de terceiro setor para disponibilizar materiais *on-line* ainda não alcança as jovens a contento, sendo preciso, portanto, que haja um trabalho complementar para que tais informações cheguem em escala ao público mais vulnerável.

Os dados analisados sugerem que a escola é um espaço privilegiado para o debate sobre esse tema, bem como para mediação de questões que possam surgir em virtude dele. A escola pode facilitar o acesso dos jovens ao conteúdo já existente sobre o assunto, promovendo o debate, sensibilizando os estudantes e estimulando nos adolescentes uma mudança de comportamento que quebre o ciclo de vazamento de imagens íntimas.

Os dados gerados na pesquisa nos permitem encaminhar algumas recomendações para o debate a respeito das práticas de *sexting* e suas consequências no Brasil. Como se trata de um problema complexo, ele exige o envolvimento dos mais diversos atores sociais na criação alternativas de como se lidar com a questão. Estado, empresas privadas, organizações sociais e organismos internacionais precisam criar caminhos conjuntos. Projetos isolados e pontuais tendem a ter pouco alcance e não compartilhar resultados que possam prover informações e inspirações para outras iniciativas.

É fundamental a geração de ações e políticas públicas para a prevenção das consequências do vazamento de imagens íntimas sem consentimento. Mais do que criminalizar ou apontar culpados, é preciso informação, esclarecimento e sensibilização.

A pesquisa trouxe alguns caminhos que podem ser trilhados por essa rede de atores sociais envolvidos com o tema. Vale enfatizar alguns deles:

- Ações que fortaleçam os vínculos entre pares para enfrentamento de situações de violência *on-line* são fundamentais. As adolescentes preferem confiar suas questões a outras jovens. Isso faz com que umas se tornem a primeira rede de apoio para as outras. É preciso, portanto, reforçar a importância desse acolhimento e prover as informações necessárias para que elas saibam como se ajudar;
- O papel de influenciadores digitais é importante e pode ser explorado, considerando o fato de as adolescentes declararem que, quando procuram sobre o tema na rede, buscam por vídeos no YouTube;
- O papel dos educadores e da escola é fundamental. Deve haver investimentos em ações que tenham como foco as instituições de ensino e o quadro docente, pois eles têm um papel essencial na mediação de conflitos provenientes das práticas de *sexting*;
- O papel da família também é essencial. Os dados da pesquisa revelam que boa parte das participantes costumam buscar os pais quando a situação relacionada ao vazamento de imagens íntimas se complica. Os adultos responsáveis pelas adolescentes precisam, portanto, estar preparados para exercer uma mediação quanto ao uso da tecnologia. Eles devem fomentar hábitos saudáveis de maneira sistemática, assim como em relação a outros temas importantes para o desenvolvimento dos jovens, a exemplo da boa alimentação ou da prática de exercícios físicos. O diálogo franco e respeitoso é fundamental para que todos os integrantes da família aprendam e promovam um uso seguro, saudável, crítico e construtivo das tecnologias;
- O uso da Internet se mostra importante, embora delicado, quando se trata do vazamento de imagens íntimas. Os vários espaços na rede que se dedicam ao tema são desconhecidos pela maioria das adolescentes. Porém, iniciativas inovadoras podem trazer resultados importantes e em grande escala.

Percebe-se que a escola está no centro desse debate. Conflitos provenientes das práticas de *sexting* começam ou terminam desembocando nos ambientes escolares. Não obstante, esses ambientes parecem despreparados para lidar com essas questões. Pouco se discute sobre o tema nas escolas, muito embora boa parte das meninas afirmem estar abertas a discutir o tema com o corpo docente e outros profissionais.

Experiências inovadoras, interativas e criativas na Internet podem complementar os esforços já empenhados para promover engajamento no debate de temas importantes, atingindo números significativos de adolescentes. O projeto Caretas chegou a quase um milhão de pessoas. A maioria delas tinha pouca ou nenhuma informação sobre o que fazer em casos de vazamento de imagens sem consentimento e, ao final da experiência, sentiam-se mais aptas a lidar com o tema.

REFERÊNCIAS

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Berman, G., Powell, J., & Herranz, M. G. (2018). *Ethical considerations when using social media for evidence generation* (Innocenti Research Brief, 2018-20). Recuperado em 11 março, 2019, de <https://www.unicef-irc.org/publications/968-ethical-considerations-when-using-social-media-for-evidence-generation-research-brief.html>

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2018). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras: TIC Educação 2017*. São Paulo: CGI.br.

Martins, G. A., & Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. São Paulo: Atlas.

Nejm, R. (2016). *Exposição de si e gerenciamento da privacidade de adolescentes nos contextos digitais*. Tese de doutorado, Instituto de Psicologia, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil.

Pelúcio, L. (2015). O amor em tempos de aplicativos: Notas afetivas e metodológicas sobre pesquisas com mídias digitais. L. Pelúcio, H. Pait, & T. Sabatine (Orgs). *No emaranhado da rede: Gênero, sexualidade e mídia – desafios teóricos e metodológicos do presente*. São Paulo: Annablume.

Sousa, J., Scheidweiler, G., & Montenegro, L. (2017). O ambiente regulatório brasileiro de enfrentamento à violência online de gênero. *XV Congresso Ibero-americano de Comunicação (Ibercom) – Comunicação, diversidade e tolerância*, Lisboa, Portugal.

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.

CONTATO COM CONTEÚDOS SENSÍVEIS DE SUICÍDIO: LIÇÕES APRENDIDAS COM OS CASOS BALEIA AZUL E MOMO

Juliana Cunha¹ e Rodrigo Nejm²

Nos últimos anos, especialistas, pais e educadores têm expressado uma grande preocupação com a ocorrência de suicídios de jovens e crianças, após veículos de comunicação terem reportado a existência de grupos de incitação a essa prática na Internet, a exemplo dos casos da Baleia Azul e do Momo.

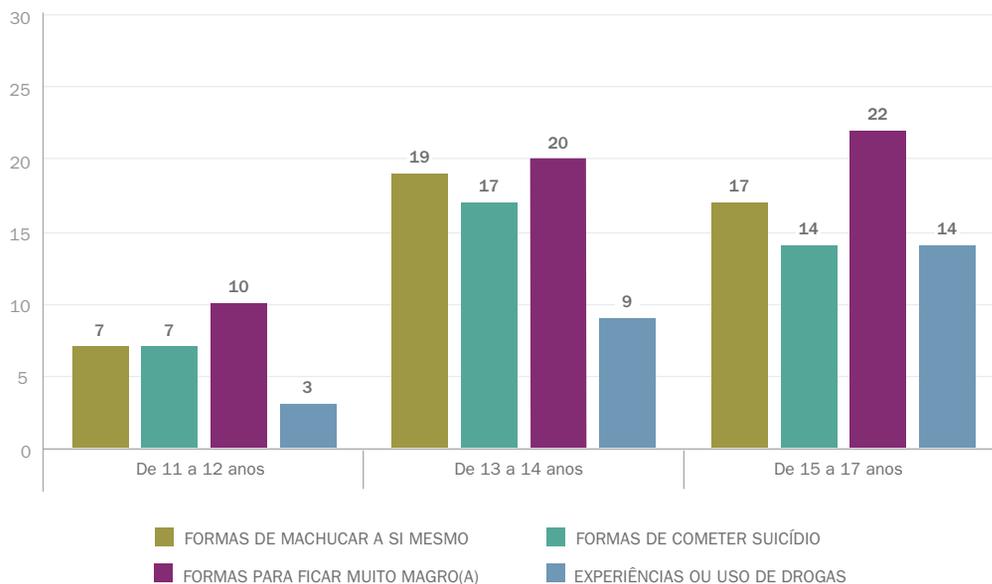
Conteúdos de autodano desse tipo não são fenômenos recentes, tampouco foram inaugurados com a Internet. Como ocorre com tantos outros temas, este também ganhou maior visibilidade e circulação com a massificação do acesso à Internet no país. Objeto de estudo de especialistas, pela maneira como se manifestam nas redes digitais, os conteúdos relacionados a autodano têm alguns de seus aspectos investigados pela pesquisa TIC Kids Online Brasil desde 2014. O estudo mostra que 15% das crianças e adolescentes já acessaram algum conteúdo sobre formas de machucar a si mesmo, e 13% tiveram acesso a assuntos relacionados a formas de cometer suicídio (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2018). Nos Gráficos 1 e 2, é possível notar as variações de acesso por idade e sexo das crianças e adolescentes entrevistados.

¹ Psicóloga, mestre em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e membro da Associação Científica Campo Psicanalítico. Tem 12 anos de experiência em clínica com crianças e adolescentes e em docência no Ensino Superior. Na SaferNet Brasil, é diretora de projetos, com foco em empoderamento e segurança de crianças, adolescentes, jovens e mulheres. É responsável pelo HelpLine, único serviço *on-line* de abrangência nacional que oferece orientação sobre o uso seguro da Internet, e também desenvolve materiais pedagógicos e palestras de conscientização sobre uso cidadão da Internet no Brasil.

² Psicólogo, doutor em Psicologia pela UFBA e diretor de educação da SaferNet Brasil, na qual coordena projetos de promoção do uso consciente e crítico da Internet, contemplando a formação de educadores e jovens multiplicadores, bem como a criação de campanhas e recursos educacionais voltados para a cidadania digital. 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 pós-doutor 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.

GRÁFICO 1

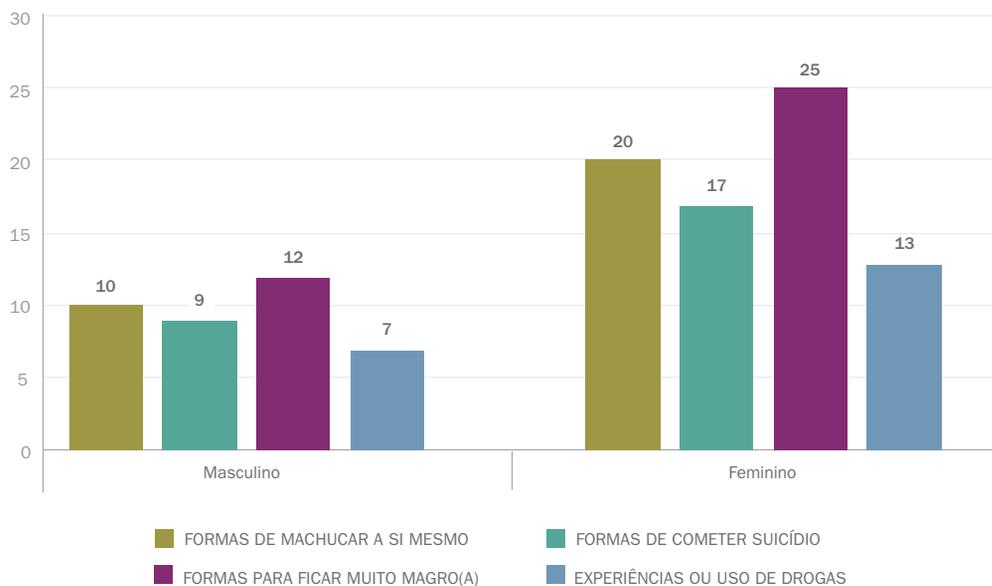
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONTEÚDOS COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR IDADE - AUTODANO E CONTEÚDOS SENSÍVEIS



Fonte: CGI.br, 2018.

GRÁFICO 2

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONTEÚDOS COM OS QUAIS TIVERAM CONTATO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR SEXO - AUTODANO E CONTEÚDOS SENSÍVEIS



Fonte: CGI.br, 2018.

Apesar de os valores serem expressivos, vale frisar que nem sempre os conteúdos acessados possuem o caráter de incitação ao autodano ou suicídio. As formas de contato com os conteúdos sensíveis podem variar muito, desde o encontro aleatório até a busca por informações, por mera curiosidade, ou com o interesse em ajudar algum conhecido, ou ainda a pesquisa a partir de notícias. São casos que não obrigatoriamente representam uma busca direta por instruções para prática de atividades que geram autodano.

Por outro lado, fenômenos como o da Baleia Azul e o do Momo nos ensinam sobre a importância de se aprofundar as investigações sobre as relações entre risco, dano e ações concretas de suicídio motivadas por conteúdos de incitação à autoviolência veiculados via Internet. O presente artigo pretende, a partir dos dados da TIC Kids Online Brasil, discutir como a cobertura midiática dos últimos fenômenos envolvendo o engajamento de crianças e adolescentes em grupos de incitação ao suicídio impactaram na disseminação desse tipo de conteúdo e de que maneira esses casos impulsionaram um debate sobre a agenda regulatória, com medidas de prevenção e segurança baseadas em pânico moral.

DESAFIO DA BALEIA AZUL NO DIA DA MENTIRA: QUANDO UMA NOTÍCIA FALSA VIRA REALIDADE

Ironicamente, a primeira notícia³ sobre a Baleia Azul foi veiculada por uma grande emissora de televisão no Brasil, em 1º de abril de 2017, data conhecida como "dia da mentira". A reportagem relatava ocorrências de suicídio entre adolescentes na Rússia relacionadas a um novo jogo, embora não houvesse comprovação dos fatos. O Safer Internet Centre da Bulgária⁴ já havia apontado como origem dos rumores⁵ uma matéria falsa publicada na Rússia em 15 de março de 2016, a qual afirmava que 130 adolescentes do país haviam se matado depois de participar do suposto jogo em uma rede social local. No entanto, até o momento da reportagem no Brasil, não havia nenhum relato de suspeitas de suicídio relacionadas ao desafio da Baleia Azul por aqui.

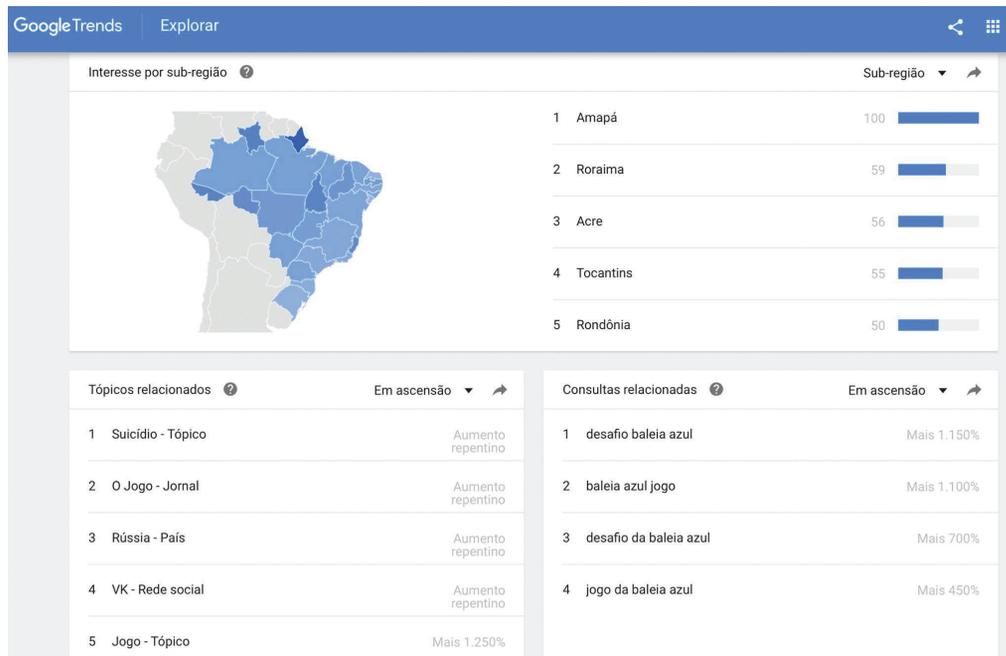
A repercussão dessa notícia falsa no Brasil fez com que as buscas no Google pelo suposto jogo aumentassem mais de mil por cento, como se vê na Figura 1.

³ Mais informações no Portal R7. Recuperado em 10 janeiro, 2019, de <http://noticias.r7.com/fala-brasil/videos/-jogo-mortal-preocupa-pais-na-europa-01042017>

⁴ Organização dedicada à promoção do uso seguro da Internet na Bulgária, é instituição membro da Rede Europeia de proteção *on-line* (Rede Insafe/Inhope). Mais informações no *website* da entidade. Recuperado em 10 janeiro, 2019, de <https://www.safenet.bg/en/>

⁵ Mais informações no *website* Balkan Insight. Recuperado em 10 janeiro, 2019, de <http://www.balkaninsight.com/en/article/experts-warn-against-rumours-for-spread-of-suicide-game-in-bulgaria-02-21-2017>

FIGURA 1
BUSCAS PELO TERMO "DESAFIO BALEIA AZUL" NO BUSCADOR GOOGLE ENTRE OS DIAS 1º E 4 DE ABRIL DE 2017



Fonte: GoogleTrends (2017).

Em um erro de abordagem, a matéria mostrou com detalhes e de forma "didática" como as pessoas podiam se engajar nas comunidades do jogo e quais eram os desafios para chegar até o fim do *game*. A Organização Mundial da Saúde, em seu manual de prevenção do suicídio, faz uma série de recomendações para uma abordagem responsável por parte da mídia em casos de ocorrência de suicídio, tais como checar as fontes da informação, esclarecer de forma responsável a população, evitar sensacionalismo e focar em cuidados e prevenção (Organização Mundial da Saúde [OMS], 2000). Apesar de ser um manual didático e disponível ao público, também na versão em português desde o ano 2000, todas as recomendações básicas de cuidados foram ignoradas pela emissora brasileira, impulsionando uma abordagem alarmista e de pânico, com muitos efeitos colaterais danosos.

Desde muito antes da Internet, existe a preocupação sobre a forma de como se reportar casos de suicídio, a fim de minimizar o chamado efeito contágio e a influência que uma ocorrência desse tipo pode exercer em outros indivíduos. Uma das primeiras e mais conhecidas situações deu nome a um fenômeno chamado de Efeito Werther. O termo se refere ao romance *Os sofrimentos do jovem Werther*, de Goethe, obra na qual o personagem do título se mata. A ampla repercussão do livro na Europa do século 18 provocou uma onda de suicídio entre os jovens leitores que copiaram até a forma como o personagem agiu.

A reportagem que, de certa maneira, inaugurou o caso Baleia Azul no Brasil, estimulou matérias semelhantes em outros veículos, provavelmente impulsionadas pelo aumento expressivo de pesquisas na Internet sobre o assunto. Algumas dessas buscas podem ter sido motivadas pela curiosidade, com as pessoas procurando mais informações sobre o fenômeno,

mas, ao mesmo tempo, o tema pode ter despertado o interesse de indivíduos vulneráveis. Esses conteúdos sensíveis podem atuar como gatilhos e influenciar o engajamento em situações e comportamentos de risco, a exemplo do autodano e tentativas de suicídio. A abordagem sensacionalista de notícias reportando supostas mortes de adolescentes em razão do engajamento em desafios na Internet pode resultar em estímulo à disseminação e busca por assuntos desse tipo, inclusive influenciando crianças e adolescentes a procurarem pelos termos e a tentarem participar.

O que se sucedeu a partir da repercussão das notícias foi uma rápida disseminação de desinformação *on-line*, causada por veículos de imprensa e pelas próprias autoridades, apontando de forma precoce a ligação entre o desaparecimento de adolescentes e as suspeitas de participação desses jovens em grupos de Baleia Azul em aplicativos de mensagem e redes sociais. Muitos rumores e boatos apontavam a existência de umnexo causal entre as mortes e o jogo da Baleia Azul. Assim como ocorreu em outros países, a falta de informação vinda de fontes confiáveis causou um enorme pânico social, especialmente entre pais e educadores, os quais temiam pela vida de crianças e adolescentes pelo simples fato de eles terem recebido uma mensagem sobre a Baleia Azul em seus celulares. Sem levar em conta a complexidade e pluralidade de fatores associados ao suicídio, tampouco ponderando a diversidade de oportunidades e riscos presentes na Internet, muitas notícias amplificaram a abordagem alarmista que enfatizava o enorme perigo desse tipo de conteúdo sensível. O pânico moral provocado pelos "perigos da Internet", somado à desinformação sobre um tema tão sensível como o suicídio entre adolescentes, resultou em uma combinação explosiva.

O QUE VEIO DEPOIS: NOTA PARA IMPRENSA, CAMPANHAS E AUDIÊNCIAS PÚBLICAS

No auge do pânico social e da falta de orientação, a SaferNet Brasil publicou uma nota com recomendações para a mídia, famílias e escolas (SaferNet Brasil, 2017). A entidade considera que, em casos envolvendo temas tabu, é preciso ainda mais informação, e não menos. Portanto, a declaração alertava para o fato de que a abordagem equivocada do episódio interferia negativamente na disseminação da desinformação sobre o fenômeno Baleia Azul no Brasil. A nota enfatizou recomendações e diretrizes, baseadas no documento da OMS, voltado a jornalistas, influenciadores, famílias e escolas. Afora oferecer orientações básicas sobre o tema, o intuito da SaferNet Brasil foi apresentar medidas preventivas e canais de ajuda para que as famílias e as escolas pudessem ter informações e evidências de uma fonte confiável para além das notícias de alerta e alarme.

Publicada nas redes sociais, a nota alcançou mais de 150 mil pessoas logo nos primeiros dias, e de forma "orgânica" (sem impulsionamento pago). Isso mostra a importância do compartilhamento de informações qualificadas, vindas de uma fonte confiável, quando há uma situação crítica. Orientação adequada gera um impacto saudável no uso das redes digitais para disseminação de informações e canais de ajuda disponíveis aos usuários em geral. A força de amplificação e a velocidade das comunicações nessas redes sociais teve um efeito muito positivo naquele momento. Muito rapidamente a mensagem alcançou o seu propósito, ajudando a orientar a cobertura de muitos veículos da imprensa, com muitos jornalistas e

grandes veículos publicando e compartilhando o conteúdo da postagem. Em complemento à disseminação de novas informações e recomendações pela própria imprensa, importantes parceiros e autoridades⁶ também se manifestaram publicamente com declarações baseadas na nota inicial da SaferNet.

O episódio Baleia Azul chamou a atenção da sociedade brasileira para a importância de se falar sobre prevenção ao suicídio. O caso também mostrou que família, escola, imprensa e a própria Internet podem ser aliadas no debate sobre temas que ainda são um tabu e que provocam medo e apreensão em pais e educadores. Para aproveitar o momento mais intenso do debate e de maior recepção da audiência, a SaferNet, em parceria com o Centro de Valorização da Vida (CVV) e o Facebook, lançou uma campanha *on-line* com um guia de como reconhecer se alguém está em risco na Internet e de como buscar apoio adequado. Na mesma ocasião, outra campanha também teve início, oferecendo recursos e aconselhamento por meio do canal de ajuda da SaferNet⁷. A iniciativa alcançou mais de 2.9 milhões de pessoas nas redes sociais. O grande interesse pelos materiais das campanhas deixou evidente que o público tem carência de informações sobre os conteúdos sensíveis acessados por crianças e adolescentes na Internet. Ao mesmo tempo, o episódio mostrou o quanto as notícias equivocadas podem ter um efeito reverso, de aumentar o problema em vez de prevenir a população. De maneira inversa, a capilaridade da Internet permite que uma enorme teia de sensibilização se forme, com as orientações dos órgãos especializados chegando aos mais remotos pontos do país onde haja alguma conexão à rede.

Depois da repercussão da Baleia Azul, um conjunto de mobilizações ocorreram no Congresso Nacional, provocando reações muito variadas, de diferentes setores da sociedade, em sucessivas audiências públicas e debates sobre projetos de lei relacionados ao tema. Num período de apenas 45 dias, a SaferNet Brasil participou de cinco audiências públicas no Congresso Nacional e registrou um aumento de 228,05% nas chamadas referentes à incitação a crimes contra a vida em seu canal de denúncias, e um crescimento de 384,31% no número de casos recebidos pelo seu canal de ajuda Helpline.⁸

O fenômeno Baleia Azul também repercutiu entre os políticos, provocando uma forte reação emocional e indignação. Muitos deputados e senadores, se apressaram em propor novos projetos e outras iniciativas legislativas, na tentativa de responder à onda de pânico criada na população pela divulgação das notícias que associavam diretamente casos de suicídio com o jogo.

Entre as iniciativas legislativas, havia vários projetos de lei que propunham mudanças nos artigos do Marco Civil da Internet (MCI), uma lei modelo, fruto de sete anos de discussão com a sociedade brasileira e hoje copiada por países como França e Itália, e que define princípios, direitos e deveres para usuários da rede no Brasil.

⁶ Mais informações no *website* do Ministério Público Federal. Recuperado em 10 janeiro, 2019, de <http://www.mpf.br/regiao2/sala-de-imprensa/noticias-r2/baleia-azul-mpf-esclarece-pontos-a-respeito-de-phenomeno-on-line>

⁷ Mais informações no *website* da iniciativa. Recuperado em 10 janeiro, 2019, de www.canaldeajuda.org.br

⁸ Mais informações sobre os indicadores dos canais no *website* da SaferNet. Recuperado em 10 janeiro, 2019, de <http://indicadores.safernet.org.br/indicadores.html>

O caso da Baleia Azul é um exemplo emblemático de como a desinformação *on-line* e a cobertura inadequada da imprensa podem impactar a opinião pública e a agenda regulatória, gerando impactos negativos justamente sobre aqueles que supostamente se pretende proteger: as crianças e adolescentes. Uma boa regulamentação em questões complexas, como o suicídio, exige um profundo conhecimento das causas do problema, cujas motivações e consequências são plurais. E isso só pode ser alcançado se houver um amplo debate, do qual participem os múltiplos setores da sociedade, especialmente especialistas em políticas públicas em saúde mental e organizações que oferecem serviços de orientação e acolhimento de pessoas que sofrem emocionalmente e pensam em suicídio.

Em julho de 2018, uma nova onda de pânico teve início, dessa vez associada a uma espécie de lenda urbana que circulou sob o nome de Momo. Tratava-se de uma imagem aterrorizante de uma mulher, de olhos esbugalhados, que passou a circular no Brasil em correntes de aplicativos de mensagens⁹. Sua figura logo despertou curiosidade. Um dos rumores dizia que números de telefone com a figura estavam fazendo contato com crianças para ameaçá-las, obter informações pessoais e persuadi-las a cometer suicídio.

O caso Momo foi muito semelhante ao da Baleia Azul, embora tenha alcançado escala menor. Depois da divulgação e grande repercussão, em páginas de influenciadores digitais, de supostas conversas atribuídas à boneca, houve um aumento das buscas no Google sobre o tema, que ganhou ainda mais projeção após a morte de uma criança¹⁰. Ainda há investigações em curso, referentes aos dois casos, para se chegar aos responsáveis, mas não há indícios de que havia uma organização ou entidade responsável pela criação e disseminação do "desafio" em escala global, uma vez que em cada país e em cada região muitas derivações foram geradas.

Momo apontava para uma lista variada de desafios, alguns estimulando autodano e outros comportamentos de risco. Não bastasse a vulnerabilidade socioemocional de crianças e adolescentes, a pouca maturidade dos mais novos para discernir elementos de ficção de golpes virtuais gerou um cenário no qual criminosos se aproveitaram da repercussão do Momo para disseminar vírus digitais e invadir contas de celulares com fins de extorsão financeira ou chantagem emocional.

Nos dois casos, a participação nos "desafios" também rendeu brincadeiras e "zoeiras" entre crianças e adolescentes, que repercutiram no tema para ganhar curtidas ou simplesmente assustar seus pares. Jovens influenciadores digitais com canais de vídeo e perfis de ampla audiência nas redes sociais simularam a participação nos desafios em tom cômico. Essa disseminação viral, aliada à cobertura sensacionalista da imprensa, tornou ainda mais difícil discernir efetivamente as situações inofensivas das situações de vulnerabilidade, que colocavam em risco a saúde mental e a vida de crianças e adolescentes. Diferenciar brincadeiras de riscos com dano iminente não é trivial e exige um esforço integrado de educação e sensibilização das

⁹ A imagem, de origem japonesa, é a face de uma boneca representando uma mulher-pássaro, obra exposta em 2016 numa galeria em Ginza, distrito de Tóquio, e atribuída à artista Keisuke Aisawa. Já os números de celulares que provocavam as ameaças ou disseminaram os convites mudavam conforme o fenômeno circulou entre os países e as cidades. Mais informações no *website* da BBC. Recuperado em 10 janeiro, 2019, de <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-44961410>

¹⁰ Mais informações no *website* UOL. Recuperado em 10 fevereiro, 2019, de <https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2018/08/30/boneca-momo-reacende-debate-sobre-seguranca-de-criancas-na-internet.htm>

famílias, da imprensa e dos influenciadores digitais – estes últimos, cada vez mais, exercendo um papel importante na sociabilidade de crianças e adolescentes.

Como já apontado, a complexidade do suicídio e do sofrimento emocional não permite uma redução simplista e a associação unidirecional de causa-efeito entre o contato com conteúdos sensíveis na Internet e danos imediatos à saúde mental. A seriedade do tema exige extrema cautela para que eles não sejam menosprezados em sua dimensão de sofrimento. Para se lidar com as múltiplas facetas desse assunto, é indispensável somar os esforços dos múltiplos setores da sociedade, incluindo as próprias crianças e adolescentes, para que análises, pesquisas, reportagens, políticas públicas e ferramentas tecnológicas sejam criadas de maneira mais prudente a serviço da promoção do bem-estar.

A MELHOR ABORDAGEM É MULTISSETORIAL E BALANCEADA

Temas sensíveis, como o suicídio e autodano, geram fortes reações emocionais em todos, especialmente naqueles que lidam com situações assim por experiência própria ou no contexto familiar. Quando a isso se soma o ainda vigente desafio de refletir de forma balanceada sobre as oportunidades e os riscos que a Internet pode oferecer às novas gerações, o resultado é uma combinação que pode ser explosiva. Afinal, pânico moral, desinformação e oportunismo político, muitas vezes, geram respostas que, em vez de enfrentar essas questões, criam problemas.

Nesse contexto, os indicadores da pesquisa TIC Kids Online Brasil nos ajudam a entender que temas sensíveis estão presentes na Internet desde há muito tempo, não porque chegaram com ela, mas por perpassarem também a vida de crianças e adolescentes dentro e fora das redes. Novas pesquisas qualitativas poderiam nos ajudar a refletir com mais profundidade sobre quais, efetivamente, foram os sentidos e significados que as próprias crianças e adolescentes produziram com as ondas de desinformação dos casos Baleia Azul e Momo. Sem dúvida, tais dados nos ajudariam a subsidiar não apenas melhores regulações, quando necessárias, mas também a pensar em novas tecnologias e abordagens capazes de potencializar a incorporação da educação socioemocional na agenda de letramento e ensino midiático, em um mundo com fronteiras cada vez mais diluídas entre as ambiências digitais.

Não há dúvidas de que os fenômenos mencionados, os quais ainda se encontram sob investigação das autoridades, podem produzir danos irreparáveis. Mas, eles também nos ensinam muito sobre como responder aos desafios envolvendo o acesso a conteúdos sensíveis e a entender sua influência no comportamento de risco de crianças e adolescentes. Para isso, é importante que todos os setores e atores responsáveis pela educação e pela proteção dos jovens trabalhem em cooperação para formar uma ampla rede de conscientização e acolhimento, evitando a ocorrência de danos. Família e escola continuam sendo os principais agentes na prevenção, pois são eles que acompanham de perto o dia a dia de crianças e adolescentes. Por isso, é preciso sensibilizá-los e treiná-los para identificar primeiros sinais de risco e sofrimento, para que saibam quando agir. Redes e serviços de apoio, como o Centro de Valorização da Vida (CVV), o canal de ajuda da Safenet, o Dimincuida, bem como pediatras e especialistas, devem atuar de forma conjunta e ser multiplicadores de ações coordenadas. Também é preciso um trabalho contínuo para qualificar a cobertura da imprensa sobre temas

sensíveis, evitando as abordagens sensacionalistas que amplificam o problema. É importante manter e aperfeiçoar mecanismos de checagens de informação, para evitar a disseminação de boatos e desinformação *on-line*. Além disso, as plataformas devem continuamente aperfeiçoar as ferramentas de denúncias, suas diretrizes e termos de serviços, bem como implementar melhorias no trabalho de moderadores, com soluções de inteligência artificial, *feedback* e cooperação de especialistas para temas sensíveis e emergentes.

Quanto mais integradas e convergentes forem essas iniciativas multissetoriais, maior será a eficácia das ações que buscam implementar as políticas públicas previstas para promoção e garantia da saúde e bem-estar das crianças e adolescentes, um público que vivencia de forma cada vez mais intensa seu desenvolvimento nos ambientes digitais.

REFERÊNCIAS

- Barbosa, A., O'Neill, B., Ponte, C., Simões, J., & Jereissati, J. (2013). *Risks and safety on the internet: Comparing brazilian and european findings*. LSE, London: EU Kids Online.
- Byrne, J., Albright, K., & Kardefelt-Winther, D. (2016). *Using research findings for policymaking*. Londres: Global Kids Online.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2018). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2017*. São Paulo: CGI.br.
- Dinh, T., Farrugia, L., O'Neill, B., Vandoninck, S., & Velicu, A. (2016). *Internet safety helplines: Exploratory study first findings*. Recuperado em 7 novembro, 2018, de http://eprints.lse.ac.uk/65358/1/EU_Kids_Online_Internet%20safety%20helplines.pdf
- Livingstone, S. (2014). Risk and harm on the internet. In A. Jordan, & D. Romer (Eds.). *Media and the well-being of children and adolescents*. Oxford: Oxford University Press.
- Organização Mundial da Saúde – OMS (2000). *Prevenção do suicídio: Um manual para profissionais da mídia*. Genebra: OMS.
- SaferNet Brasil (2017). *"Jogo" do suicídio: Nossas recomendações para imprensa e alerta aos pais*. Recuperado em 7 novembro, 2018, de <https://web.facebook.com/SafernetBR/posts/jogo-do-suicidio-nossas-recomendacoes-para-a-imprensa-e-alerta-aos-paisa-saferne/1317178101663414/>

TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES: PROTEÇÃO E CONSENTIMENTO

Chiara Spadaccini de Teffé¹

CONSIDERAÇÕES SOBRE A LEI BRASILEIRA DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

A lei brasileira de proteção de dados pessoais, ao assegurar o direito da pessoa humana de manter controle sobre as próprias informações e disciplinar seu tratamento por terceiros, protege o princípio da dignidade da pessoa humana e, por consequência, seus quatro corolários: a liberdade, a igualdade, a integridade psicofísica e a solidariedade social. O desenvolvimento de mecanismos, inclusive legais, destinados a regular o tratamento dos dados visa evitar, por exemplo, discriminações que não encontrem fundamento constitucional, como aquelas que possam dificultar o acesso ao crédito ou a empregos melhores por determinados grupos. Esses mecanismos também contribuem para afastar práticas que possam reduzir concretamente a autonomia dos indivíduos, tendo em vista a possibilidade de serem tomadas decisões com base em análises de dados, sem que ao menos as pessoas saibam ou a partir de critérios pouco transparentes. A tutela especializada de dados pessoais representa, sem dúvida, garantia de maior segurança às informações e serve para impedir práticas autoritárias e danosas por parte de governos e entidades privadas.

Cada um de nós, muito possivelmente, já teve seus dados tratados indevidamente e, inclusive, vazados em algum episódio de vulnerabilidade de determinada empresa. Isso reforça, sobremaneira, a demanda por normas atentas aos novos desafios tecnológicos que estabeleçam tanto mecanismos efetivos para a proteção e reparação das pessoas quanto deveres e responsabilidades específicas a todo aquele que realizar o tratamento de dados pessoais. A partir do desenvolvimento de tecnologias cada vez mais sofisticadas para o tratamento de dados, de uma maior aplicação da inteligência artificial em sistemas e processos e da ampliação da capacidade de armazenamento de informações, mostrou-se urgente a atualização, ou

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) (2017-2018) e pesquisadora do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio (ITS Rio). É professora de Direito Civil no IBMEC. Professora convidada de cursos livres do ITS Rio, Centro de Estudos e Pesquisas no Ensino do Direito da UERJ (CEPED-UERJ) e Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro (EMERJ). Membro do conselho executivo da revista eletrônica *civilistica.com*. Membro do Fórum permanente de mídia e liberdade de expressão da Emerj.

mesmo a edição, de legislações e documentos nos planos nacional, regional e internacional, para tratar de maneira mais específica e atualizada as demandas e questões enfrentadas no que concerne à proteção da privacidade e dos dados pessoais.

O Brasil, até então, não dispunha de uma lei específica para a tutela dos dados. O conjunto normativo existente, ainda que tratasse de algumas questões relacionadas ao tema, era, por vezes, pouco preciso e não oferecia garantias adequadas às partes. Além de gerar insegurança jurídica, isso acabava tornando o país menos competitivo no contexto de uma sociedade cada vez mais movida a dados. Todavia, esse quadro mudou em agosto de 2018, quando foi publicada a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD (Lei n. 13.709, 2018), a qual traz orientação de caráter preventivo e um extenso rol de princípios para as atividades de tratamento de dados pessoais, em elevado diálogo com o Regulamento 2016/679 do parlamento europeu e do conselho, relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados (conhecido, em inglês, como *General Data Protection Regulation* – GDPR). Busca-se, na LGPD, antecipar os riscos de violação à privacidade, além de evitar danos à pessoa humana, tratamentos abusivos de informações e vazamentos de dados.

Para a LGPD não existe dado pessoal insignificante. Por essa razão, adotou-se um conceito amplo de dado pessoal: informação relacionada à pessoa natural identificada ou identificável.

Dados que pareçam não relevantes num determinado momento, ou que não façam referência a alguém diretamente agora, uma vez transferidos, cruzados e/ou organizados, podem resultar em informações bastante específicas sobre uma determinada pessoa, trazendo inclusive elementos de caráter sensível a respeito dela.

Acerca da categoria dos dados sensíveis, entendeu o legislador que a melhor forma de proteger o indivíduo seria trazendo para o documento exemplos desse tipo de informação, a saber (Art. 5º, II): dados “sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural”. Diante do cuidado com o tema, foi estabelecido como regra geral que qualquer pessoa que trate dados, seja ela natural ou jurídica, de direito público ou privado, inclusive na atividade realizada nos meios digitais, deverá ter uma base legal para fundamentar sua atividade.

O consentimento do titular recebeu uma tutela destacada na Lei, ainda que não seja, vale lembrar, a única base legal para o tratamento dos dados. Ele é caracterizado como “manifestação livre, informada e inequívoca pela qual o titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada”. O consentimento apresenta-se como a primeira possibilidade para a realização do tratamento de dados pessoais (Art. 7º, I), sendo que, nesse caso, deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular (Art. 8º). A manifestação deverá referir-se a finalidades determinadas, de modo que autorizações genéricas para o tratamento serão nulas. Outra disposição relevante afirma que o consentimento poderá ser revogado a qualquer momento, mediante manifestação expressa do titular, por procedimento gratuito e facilitado. Quando o dado for sensível, porém, o tratamento dele somente poderá ocorrer se o titular ou seu responsável legal consentir, de forma específica e destacada, para finalidades específicas, ou nas demais hipóteses listadas, de forma expressa na lei. Entende-se que tanto ao cidadão quanto às coletividades devem ser garantidos instrumentos jurídicos, técnicos e sociais que aumentem seu poder e controle sobre

suas informações, pois quando se controla o tratamento de dados, não se resguarda apenas o indivíduo cujos dados estão relacionados, mas também o grupo social do qual ele faz parte.

As disposições estabelecidas na LGPD reconhecem a elevada assimetria informacional em que vivemos: geralmente, grandes empresas e Estados detêm mais poder, recursos e melhores informações do que o cidadão comum, por vezes consumidor nas relações desenvolvidas. Esse cenário enseja diversos questionamentos acerca, por exemplo, da validade do consentimento do titular dos dados nos contratos celebrados, principalmente quando os documentos são de adesão. A assimetria não se revela apenas no poder que o agente dispõe sobre os dados pessoais de terceiros, mas também nas novas modalidades de negócio, nas quais as informações pessoais dos usuários representam uma das bases centrais do sistema desenvolvido. Pegando como exemplo as mídias sociais, a própria estrutura delas apresenta forte necessidade de constante inserção de dados pessoais por parte de seus usuários. É essencial ao negócio a existência de uma massa substancial de usuários, os quais são estimulados a inserir, de forma constante, diversas informações. Posteriormente, parte-se para a exploração e monetização dos dados inseridos no sistema, estrutura que pode ser um tanto preocupante, se nesse ambiente estiverem sendo tratados inclusive dados sensíveis ou de crianças e adolescentes.

Diante dos instigantes temas tratados na LGPD, no presente artigo, busca-se analisar em detalhe a norma relativa ao tratamento de dados pessoais de crianças e adolescentes, com ênfase nas possibilidades de interpretação e aplicação da mesma, bem como trazer considerações relativas ao uso das mídias sociais e à Internet das Coisas (do inglês, *Internet of Things* – IoT).

DO TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES

A LGPD, em seu Artigo 14, dispõe de forma específica acerca do tratamento de dados pessoais de crianças e de adolescentes. Conforme disposto, o tratamento deverá ser realizado no melhor interesse desses sujeitos, levando-se em conta especialmente as normas protetivas estabelecidas na Constituição Federal, no Estatuto da Criança e do Adolescente e na Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança. Busca-se, assim, assegurar que o desenvolvimento físico, mental, moral e social desse público ocorra de forma digna, respeitando-se a autonomia existencial e o livre desenvolvimento da personalidade de cada um.

Com relação às crianças (pessoas até doze anos de idade incompletos), afirma-se que o tratamento dos dados pessoais deverá ser realizado com o consentimento específico e em destaque dado por, pelo menos, um dos pais ou pelo responsável legal (§1º). Tal consentimento, deve ser também livre, informado, inequívoco e direcionado a tratamento de dados pessoais para uma finalidade determinada. Sobre a mencionada disposição, não restam dúvidas, visto que se trata de criança, sujeito hipervulnerável e absolutamente incapaz, o qual deve ser representado, sob pena de nulidade absoluta do ato praticado. Todavia, ao não mencionar o adolescente (indivíduo com idade entre doze e dezoito anos), a norma não deixa propriamente claro se o consentimento manifestado diretamente por ele, sem assistência ou representação, deveria ser considerado plenamente válido. Seria essa uma hipótese de capacidade especial ou, simplesmente, o legislador teria optado por não tratar do tema, por já existir legislação geral sobre a matéria no Código Civil? Haveria na norma um equívoco do legislador? Ao que parece, o legislador pode ter entendido que deveria ser considerado válido mesmo o consentimento

expresso individualmente pelo adolescente, nas hipóteses relativas ao tratamento de dados pessoais desse sujeito. Tomando como base a realidade da utilização da Internet e das redes sociais, ambientes que têm entre seus usuários diversos adolescentes e jovens, é possível que se tenha optado por considerar jurídica e legítima situação dotada de ampla aceitação social².

Vale lembrar que, como regra, as principais redes sociais determinam a idade mínima de 13 anos para a criação de perfis e utilização dos canais. Como exemplos, recordamos os termos de uso do Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube, Twitter e Snapchat para o Brasil. Essa determinação tem como fundo a norma norte-americana, que considera criança o indivíduo com menos de 13 anos de idade. O *Children's Online Privacy Protection Act* de 1998 (COPPA), dos Estados Unidos, proíbe atos ou práticas injustas ou enganosas relacionadas à coleta, uso e/ou divulgação de informações pessoais de e sobre crianças na Internet (§312.1).

Por outro lado, quanto à idade mínima para a utilização das redes sociais na Europa, encontramos disposições diversas nos termos de uso de algumas ferramentas. Como alguns países ainda estão se adequando ao Artigo 8º do GDPR, é possível encontrar disposições que afirmam que o usuário deverá ter pelo menos 16 anos para usar o serviço. Isso porque o Artigo 8º dispõe, em síntese, que, quando for aplicável, o Artigo 6º, n. 1, “a”, quanto à oferta direta de serviços da sociedade da informação para crianças, o tratamento dos dados pessoais de uma criança será legal quando ela tiver pelo menos 16 anos de idade. Caso a criança seja mais nova, o tratamento só será lícito se o consentimento for dado ou autorizado pelos titulares da autoridade parental. Contudo, destaca-se que os Estados-Membros poderão estabelecer idade menor para os efeitos referidos, desde que não inferior a 13 anos. Nesses casos, o responsável pelo tratamento deverá promover todos os esforços adequados para verificar se o consentimento foi dado ou autorizado pelo titular das responsabilidades parentais da criança, tendo em conta a tecnologia disponível.

Voltando ao Artigo 14 da LGPD, na hipótese do tratamento do parágrafo 1º, os controladores deverão manter públicas as informações sobre os tipos de dados coletados, bem como a forma de sua utilização e os procedimentos para o exercício dos direitos a que se refere o Artigo 18 da lei (artigo presente no capítulo dos direitos do titular). Isso porque o consentimento, por si só, não afasta a responsabilidade do agente de avaliar todos os riscos do processamento dos dados, nem seu dever de observar fielmente as disposições protetivas da LGPD. Além disso, os controladores deverão realizar todos os esforços razoáveis para verificar se o consentimento a que se refere o parágrafo 1º foi manifestado pelo responsável pela criança, consideradas as tecnologias disponíveis (Artigo 14, § 5º). Identifica-se, aqui, dever de cuidado atribuído ao controlador. Pondera a doutrina que se, por um lado, o controlador não pode tratar dados antes do consentimento, por outro, precisará de tais dados para contatar o responsável legal pela criança.

² De acordo com a pesquisa TIC Kids Online Brasil, “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%” (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2018, p. 122). Ainda segundo o estudo, “considerando os diferentes tipos de uso que crianças e adolescentes estabelecem no ambiente *on-line*, a pesquisa 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.” (CGI.br, 2018, pp. 25-26).

Afirma-se que os controladores deverão estar atentos e passar a exigir a data de nascimento do usuário, a fim de apurar sua verdadeira idade para, se for o caso, suspender o tratamento de seus dados até a obtenção do consentimento do responsável (Cots & Oliveira, 2018).

Assim como no GDPR (em seu Artigo 8º), a questão do consentimento do responsável pela criança na LGPD levanta muitas questões sobre sua implementação. Por exemplo, como as empresas verificarão se a pessoa que forneceu o consentimento é realmente um dos responsáveis? Não está claro na lei em que se constituirá o “esforço razoável” por parte do controlador e quem avaliará a tecnologia implementada e o esforço desempenhado por ele. Certamente, algumas empresas, pelo porte e pelo poderio econômico, estarão em posição muito melhor para investir nas medidas necessárias. Outros desafios a se cogitar são as chances de as medidas de implementação ocasionarem maior processamento de dados pessoais, em contrariedade ao princípio da minimização dos dados; além do risco de que crianças desenvolvam estratégias para contornarem a regra relativa ao consentimento parental. Do ponto de vista educacional, questiona-se ainda qual seria a extensão dos espaços de liberdade na Internet a serem assegurados às crianças sem a interferência de seus pais.

O parágrafo 4º, do Artigo 14, prevê que os controladores não deverão condicionar a participação de crianças em jogos, aplicações de Internet ou outras atividades ao fornecimento de informações pessoais além das estritamente necessárias à atividade, o que evidencia que a norma é refratária à requisição excessiva de dados de crianças em serviços de divertimento e entretenimento. O dispositivo prestigia o princípio da minimização dos dados, segundo o qual os dados devem ser adequados, pertinentes e limitados ao que for necessário relativamente às finalidades para as quais serão tratados. Se houver desrespeito a tal previsão, o tratamento será considerado abusivo, mesmo tendo havido o consentimento do responsável pela criança. Por meio dessa disposição, busca-se afastar políticas de tudo ou nada, em que o usuário ou aceita todas as disposições e termos do serviço ou não pode utilizá-lo.

Dispõe também a norma que as informações sobre o tratamento de dados referidas no artigo 14 deverão ser fornecidas de maneira simples, clara e acessível, consideradas as características físico-motoras, perceptivas, sensoriais, intelectuais e mentais do usuário, com uso de recursos audiovisuais quando adequado, de forma a proporcionar informação necessária aos pais ou ao responsável legal e adequada ao entendimento da criança. Portanto, as ações direcionadas ao cumprimento dos deveres de informação e de transparência precisarão se adequar, inclusive, à capacidade de compreensão das crianças e adolescentes, sujeitos tutelados pela doutrina da proteção integral e que apresentam condição peculiar, por se encontrarem em desenvolvimento.

Entende-se que a previsão do Artigo 14 deverá ser aplicada especialmente nos casos de produtos e serviços direcionados ou diretamente ofertados a crianças e adolescentes, hipóteses em que quaisquer informações transmitidas para os menores deverão estar em linguagem clara, simples e condizente com a idade do público esperado. Deve-se também incentivar o uso de produtos e serviços de forma monitorada e/ou orientada pelos responsáveis do menor. Essa disposição encontra-se em linha com práticas educacionais e com uma perspectiva de reconhecimento da criança e do adolescente como protagonista de seus direitos.

A norma acima deve ser lida juntamente com as disposições do Estatuto da Criança e do Adolescente, especialmente seus Artigos 70 e 71, segundo os quais é dever de todos prevenir a ocorrência de ameaça ou violação aos direitos da criança e do adolescente, indivíduos

que têm direito à informação, cultura, lazer, esportes, diversões e produtos e serviços que respeitem suas condições peculiares de pessoas em desenvolvimento (Estatuto da Criança e do Adolescente [ECA], Lei n. 8.069, 1990).

Na LGPD, também são mencionadas hipóteses de tratamento de dados de menores sem a necessidade de consentimento. Como afirmado na primeira parte do texto, o consentimento é uma das bases legais para o tratamento de dados, mas não a única. No caso em tela, que envolve menores de idade, não foi estabelecida norma especial com novas possibilidades para o tratamento, devendo ser aplicadas, como regra, as disposições dos Artigos 7³ e 11. Como complemento às hipóteses de autorização legal para o tratamento de dados, a LGPD indica, no parágrafo 3º, do Artigo 14, que poderão ser coletados dados pessoais de crianças sem o consentimento a que se refere o parágrafo 1º do mencionado artigo quando: a) a coleta for necessária para contatar os pais ou o responsável legal, devendo os dados ser utilizados uma única vez e sem armazenamento; ou b) para a proteção da criança. Porém, em nenhum caso, esses dados poderão ser repassados a terceiros sem o consentimento de que trata o parágrafo 1º.

Para além dos jogos e aplicações *on-line*, nos últimos anos, vêm sendo desenvolvidos dispositivos conectados, no ambiente da Internet das Coisas, direcionados a crianças e adolescentes. Relógios, geladeiras, leitores de digitais, detectores de movimento, câmeras, máquinas de café, peças de vestuário e brinquedos já se encontram conectados à Internet e presentes nas casas, ambientes de trabalho e corpos das mais diversas pessoas. Entretanto, se a IoT pode oferecer novas e importantes oportunidades para a educação, facilitar tarefas cotidianas, proporcionar uma interação inédita entre crianças e brinquedos, aumentar a segurança de residências e melhorar a qualidade e oferta de bens, na sua utilização também é possível verificar problemas relativos à segurança da informação e ao tipo de tratamento conferido à privacidade e aos dados pessoais dos usuários. Nesse ambiente, quanto maior o número de dispositivos conectados, mais dados serão produzidos e, conseqüentemente, tratados. Ou seja, quanto maior a quantidade de coisas “inteligentes”, mais dados sobre movimentos, preferências e hábitos as empresas terão a respeito dos usuários de seus produtos, indivíduos que, por vezes, não têm nem mesmo plena capacidade civil.

Inclusive, especialistas já ressaltaram possibilidades de hackeamento de dispositivos conectados e seu uso para a espionagem do ambiente onde eles se encontram (Teffé & Souza, 2018). Verifica-se também a falta de transparência de algumas empresas sobre o tratamento das informações pessoais das crianças e adolescentes que interagem diretamente com esses bens, além de terceiros que se encontram próximos a eles e podem ter seus dados coletados sem sequer terem conhecimento disso. Ainda em relação ao tratamento de dados pessoais, verifica-se que alguns termos de uso são vagos sobre a retenção de informações e seu envio para terceiros, enquanto outros impõem uma coleta massiva de dados para a obtenção de uma experiência integral com o dispositivo.

Outro ponto que recebe críticas, é o da possibilidade de inserção de publicidade de produtos e serviços de parceiros comerciais durante as interações das crianças com os brinquedos

³ Há de se questionar, todavia, a aplicação da disposição acerca do atendimento dos interesses legítimos do controlador ou de terceiro (Artigo 7, IX). Nesse caso, o legislador ressaltou que a hipótese não será possível “se prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais”. Sobre a exceção, é necessário ponderar que, no caso de dados de crianças e adolescentes, será importante considerar tal ressalva com maior cuidado, assim como optou o regulamento europeu, em seu Artigo 6º.

e demais dispositivos conectados. A partir das técnicas atuais de tratamento de dados, os fornecedores têm cada vez mais a possibilidade de obter informações individualizadas sobre seus consumidores, o que lhes permite guiar o fluxo informacional e a publicidade de forma particular para cada pessoa.

O investimento das empresas em segurança e em mecanismos que garantam uma tutela mais efetiva à privacidade dos usuários durante o desenvolvimento e a utilização dos produtos pertencentes ao ambiente da Internet das Coisas, bem como a consciência crítica por parte dos consumidores a respeito dos possíveis riscos advindos da interação com tais dispositivos, passam a ser fundamentais. É importante termos em mente que todas essas tecnologias atreladas à IoT possuem vulnerabilidades. Mesmo que tenhamos normas jurídicas que regulem com qualidade temas relativos ao uso de novas tecnologias, o Direito, sozinho, não será suficiente para proteger de forma integral as pessoas. Portanto, deve-se também inserir nessa estrutura regulatória as normas sociais, o mercado e a arquitetura.

CONCLUSÃO

A legislação para a proteção de dados pessoais, no Brasil, é dotada de caráter preventivo e elevada preocupação com a informação, a transparência e a finalidade do tratamento dos dados do indivíduo. Seu impacto será efetivo nos mais diversos setores da sociedade, trazendo direitos aos titulares e deveres e responsabilidades aos agentes de tratamento. Todos os sujeitos terão que se adaptar a uma nova cultura de tutela dos dados pessoais, cabendo ao Judiciário e à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) harmonizarem a interpretação e aplicação da lei. A disposição relativa ao tratamento de dados de crianças e adolescentes é significativa e importante, porém traz alguns desafios nos campos da interpretação e do diálogo com as demais normas do sistema, devendo sempre ser aplicada de modo a priorizar o melhor interesse desses sujeitos.

REFERÊNCIAS

Borgesius, F. J. Z., Kruikemeier, S., Boerman, S. C., & Helberger, N. (2017). Tracking walls, take-it-or-leave-it choices, the GDPR, and the eprivacy regulation. *European Data Protection Law Review*, 3.

Cavoukian, A. (2011). *Privacy by design: The 7 foundational principles* (Ed. rev.). Information and Privacy Commissioner of Ontario. Toronto, Canadá. Recuperado em 27 dezembro, 2018, de <https://www.ipc.on.ca/wp-content/uploads/resources/7foundationalprinciples.pdf>

Children's Online Privacy Protection Act – Coppa. 15 U.S.C. 6501–6505. October 21, 1998 (1998). Imposes certain requirements on operators of websites or online services directed to children under 13 years of age, and on operators of other websites or online services that have actual knowledge that they are collecting personal information online from a child under 13 years of age. Washington, DC. Recuperado em 27 dezembro, 2018, de <https://www.ftc.gov/enforcement/rules/rulemaking-regulatory-reform-proceedings/childrens-online-privacy-protection-rule>

Comissão Europeia (s.d.). *What does data protection 'by design' and 'by default' mean?* Recuperado em 27 dezembro, 2018, de https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform/rules-business-and-organisations/obligations/what-does-data-protection-design-and-default-mean_en#references

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2018). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2017*. São Paulo: CGI.br.

Cots, M., & Oliveira, R. (2018). *Lei geral de proteção de dados pessoais comentada*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil.

Doneda, D. (2018). O GDPR e a globalização da proteção de dados. *UOL Tecnologia*. Recuperado em 25 dezembro, 2018, de <https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2018/05/25/o-gdpr-e-a-globalizacao-da-protecao-de-dados.htm>

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

Frazão, A. (2018). Nova LGPD: Tratamento dos dados de crianças e adolescentes. *Jota*. Recuperado em 28 dezembro, 2018, de <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/nova-lgpd-tratamento-dos-dados-de-criancas-e-adolescentes-03102018>

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, 2018. Recuperado em 28 dezembro, 2018, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm

Lessig, L. (1999). The law of the horse: What cyberlaw might teach. *Harvard Law Review*, 113, p. 501-549.

Monteiro, R. L. (2018). Lei Geral de Proteção de Dados do Brasil: Análise contextual detalhada. *Jota*. Recuperado em 28 dezembro, 2018, de <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/agenda-da-privacidade-e-da-protecao-de-dados/lgpd-analise-detalhada-14072018>

Regulamento (EU) 2016/679, de 27 de abril de 2016 (2016). Relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados e que revoga a Diretiva 95/46/CE (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados). Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia. Bruxelas, 2016. Recuperado em 28 dezembro, 2018, de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>

Rodotà, S. (2008). *A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje*. Rio de Janeiro: Renovar.

Teffé, C. S. de, & Souza, C. A. (2018). Infância conectada: Direitos e educação digital. 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 2017*. São Paulo: CGI.br.

Tepedino, G. (2014). Liberdades, tecnologia e teoria da interpretação. *Revista Forense*, 110(419), p. 77–96.

REDES SOCIAIS E INDICADORES DE SAÚDE MENTAL NAS PESQUISAS TIC KIDS ONLINE BRASIL (2013 – 2017)

Ivelise Fortim¹ e Mateus Donia Martinez²

INTRODUÇÃO

As redes sociais (RS) fazem parte das tecnologias da informação e comunicação (TIC) e ajudam os jovens a construir suas identidades, aprender sobre o mundo, se expressar e se relacionar. Assim, o relacionamento social *on-line* é entendido como o processo de se desenvolver e se engajar em uma rede de pessoas articulada dentro de um ambiente virtual (Boyd & Ellyson, 2008).

As possibilidades e usos das redes são múltiplos, assim como seus efeitos na saúde mental dos usuários. Na literatura especializada, são encontrados diversos exemplos, sejam efeitos positivos (EP) ou efeitos negativos (EF) (Berryman, Ferguson, & Negy, 2018; Brailovskaia & Margraf, 2018; Marino, Gini, Vieno, & Spada, 2018). Os resultados das pesquisas (Sussman & DeJong, 2018) apontam para preponderância de efeitos negativos, contudo, isso não significa necessariamente que as redes produzam mais prejuízos que benefícios à saúde mental. Pode-se compreender que tais resultados representam uma preponderância de estudos que privilegiam a investigação de efeitos negativos.

Como efeitos positivos notam-se: maiores possibilidades de aprendizado com o acesso a experiências compartilhadas de cuidado à saúde e acesso a informações de saúde (Maslen & Lupton, 2018; Ridout & Campbell, 2018); melhora na formação de comunidades *on-line* e no consequente apoio emocional; facilitação na comunicação de sentimentos e formação da

¹ Doutora em Psicologia Clínica, mestre em Ciências Sociais e graduada em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), atualmente é professora da Faculdade de Ciências Humanas e da Saúde (PUC-SP), nos cursos de graduação em Psicologia e de Tecnologia em Jogos Digitais, e coordenadora do Janus – Laboratório de Estudos de Psicologia e Tecnologias da Informação e Comunicação, na mesma universidade.

² Mestrando pelo programa de Psicologia Social e do Trabalho do Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo (USP) e membro do Laboratório de Psicologia Anomalística e Processos Psicossociais da USP (Inter-Psi-USP), é especialista em Religiosidade e Espiritualidade na Prática Clínica pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) e tem aprimoramento em Psicologia Clínico-Institucional – com estágio no Núcleo de Pesquisas da Psicologia em Informática (NPPI), atual Janus- e graduação em Psicologia pela PUC-SP. É Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (Capes) – Código de Financiamento 001.

identidade ao acompanhar páginas específicas nas redes sociais; construção e manutenção de relacionamentos (de amizade e amorosos); prevenção e monitoramento de populações em zonas de risco de ocorrência de desastres naturais, como também a implementação de estratégias de recuperação pós desastre (Wiederhold, 2013; Eckert et al., 2017), entre outros benefícios.

Com relação aos efeitos negativos, são reportados: aumento de ansiedade e depressão, provocando dificuldades de sair de casa, se divertir, estudar e trabalhar; piora da qualidade do sono e aumento do cansaço crônico; piora da satisfação com a imagem corporal, já que se estabelece a comparação do próprio corpo com imagens idealizadas e editadas na Internet (Stronge et al., 2015), sendo que essa comparação influencia o aumento da prevalência de transtornos alimentares, como bulimia e anorexia (Holland & Tiggemann, 2016; Walker et al., 2016); *cyberbullying*, caracterizado como a prática ou o recebimento de atos de violência (física e psicológica de forma repetida e intencional) (Brewer & Kerlake, 2015); *Fear of missing out* (FoMO), isto é, o medo de perder as atualizações e postagens mais recentes, gerando uma espécie de compulsão por checagem constante das RS; aumento de problemas em relacionamentos conforme se passa mais tempo utilizando RS (Elphinston & Noller, 2011); e dependência de RS, porque elas podem ser consideradas mais viciantes que o uso de cigarros e álcool (Royal Society for Public Health [RSPH], 2017), entre outros prejuízos.

As pesquisas sobre os EP e EN são relevantes para a construção de novos olhares e de formas mais conscientes de se conhecer e se relacionar com as redes. Os achados são importantes para o planejamento de intervenções visando à promoção do uso mais saudável e benéfico dessas plataformas, inclusive para implementação de políticas públicas. Apesar de as pesquisas mostrarem que o uso intensivo pode trazer impactos importantes para a saúde mental dos indivíduos, as redes não podem ser isoladas como único fator determinante. Uma pesquisa de destaque é a inglesa *Status of mind: Social media and young people's mental health and wellbeing*, realizada em 2017 pela Royal Society for Public Health (RSPH), com jovens entre 14 a 24 anos, mostrando como eles se sentem a respeito das redes sociais. O estudo levanta os principais efeitos positivos e negativos relatados pelos entrevistados.

No Brasil, ainda não existem levantamentos específicos sobre o uso de redes sociais e sua associação com os efeitos na saúde mental de crianças e adolescentes. A pesquisa TIC Kids Online Brasil, apesar de não ter como objetivo avaliar esse tema especificamente, mostra alguns dados que podem dar indícios de como os jovens têm usado as redes e também dos possíveis efeitos dessa utilização na saúde dos indivíduos.

Nesse sentido, o objetivo deste artigo é verificar quais indicadores dos dados da TIC Kids Online (2013-2017) se referem aos temas (efeitos positivos e negativos) levantados pela pesquisa *Status of mind*.

PESQUISA STATUS OF MIND: SOCIAL MEDIA AND YOUNG PEOPLE'S MENTAL HEALTH AND WELLBEING

A pesquisa *Status of mind* (RSPH, 2017) objetivou estimular o debate e propor a promoção de intervenções para empoderar os jovens para um uso mais seguro e saudável das redes sociais. O estudo expõe possíveis efeitos negativos e positivos dessas plataformas na saúde mental dos usuários, com base na literatura. Foram elencados os seguintes efeitos negativos: maior

probabilidade de aumento da ansiedade e depressão para usuários que passam mais de duas horas por dia nas redes, bem como surgimento ou aumento do FoMO; piora na qualidade de sono em decorrência do aumento do uso das redes – e, de forma retroativa, o aumento da utilização a partir da piora da qualidade do sono, com o conseqüente cansaço crônico; insatisfação com a imagem corporal como resultado da comparação de fotos (na maioria editadas) de outras pessoas; e aumento do *cyberbullying*. Já os efeitos positivos foram: acesso a informações de saúde disseminadas por especialistas e compartilhamento de experiências sobre tratamentos realizados por outras pessoas; maior apoio emocional e comunicação de sentimentos e necessidades; melhora na autoexpressão (criativa e positiva) e na formação da identidade; aumento das possibilidades de formação e manutenção de relacionamentos.

Foi realizado um levantamento sobre o perfil de uso do Snapchat, Twitter, YouTube, Facebook e Instagram por jovens de 14 a 24 anos. Avaliou-se sobre como eles se sentem após usar as redes sociais, com relação aos temas elencados acima, a partir de uma escala de -2 (muito pior), 0 (sem efeito) a +2 (muito melhor).

A pesquisa apontou que diferentes redes têm diferentes efeitos na saúde mental dos usuários. Por exemplo, o YouTube é uma das plataformas apontadas com mais efeitos positivos, ao passo que o Instagram tem maiores pontuações nos negativos, especialmente nas questões de FoMO e de imagem corporal. O YouTube é indicado como a rede que mais promove o conhecimento, mas também é a que traz maior prejuízo para o sono. O Snapchat, por exemplo, é apontado como uma das redes principais para *cyberbullying*. O Twitter, por sua vez, mostra altos índices de expressão, mas é uma rede onde o *bullying* é apontado com *scores* mais altos. Já o Facebook, aparece como uma das plataformas que produzem mais ansiedade, depressão e problemas com relação à imagem corporal. Ao mesmo tempo, é uma das que mais apresentam *scores* no item suporte emocional. O Snapchat é apontado como a rede que mais proporciona prejuízo ao sono, e também a que apresenta os maiores *scores* com relação a FoMO e *bullying*. O Instagram, apesar de apresentar *scores* grandes em autoexpressão, é o que tem a pior pontuação no que se refere à imagem corporal, além de índices altos em ansiedade e depressão.

Os efeitos negativos e positivos investigados pela pesquisa podem servir de parâmetro para uma verificação dos principais efeitos das redes na saúde mental dos usuários.

DADOS DA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL

O referencial teórico adotado pela pesquisa TIC Kids Online Brasil é focado em práticas, habilidades, oportunidades e riscos. Embora não seja um estudo diretamente comparável com o *Status mind*, pode-se verificar quais indicadores da pesquisa TIC Kids Online Brasil fornecem informações sobre a saúde mental de adolescentes com relação ao uso das redes sociais. Apesar de a pesquisa inglesa ter entrevistado adolescentes mais velhos do que o estudo brasileiro, a revisão bibliográfica confirma os efeitos positivos e negativos como alguns dos principais temas de atenção para os profissionais de saúde.

O uso de redes sociais por crianças e adolescentes no Brasil é bastante frequente. De acordo com o indicador de atividades realizadas, em 2012, 68% dos indivíduos entre 9 e 16 anos reportaram ter visitado um perfil/página de uma rede social no país. Na TIC Kids Online Brasil

2013, 81% afirmaram ter acessado uma plataforma como o Facebook, Orkut, etc. Em 2014, 79% dos entrevistados disseram possuir perfil próprio em redes sociais, índice que passou para 87% em 2015 e para 86% em 2016 (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2014; 2015; 2016; 2017).

Nas pesquisas, há pouca variação com relação à classe social, o que indica que a utilização das redes é uma atividade onipresente na sociedade. Na edição de 2017, o estudo apontou que 73% dos usuários entre 9 e 17 anos marcaram o item “usou redes sociais”. Com relação à distribuição por classe social, o uso foi de 71% nas classes AB, 75% na classe C e 72% nas classes DE. A pesquisa ainda informou que 80% dos usuários adolescentes estavam na faixa de 13 a 14 anos e 92%, na de 15 a 17 anos.

Com relação aos adolescentes, as edições de 2013 a 2016 perguntavam sobre a criação de perfil em redes sociais, sendo que a participação se manteve alta ao longo dos anos, como mostrado na Tabela 1.

TABELA 1
PROPORÇÃO DE ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL
PRÓPRIO EM REDE SOCIAL, POR FAIXA ETÁRIA (2013 - 2017)

Edição da pesquisa	Faixa etária	%
2013	13 a 14 anos	83
	15 a 17 anos	91
2014	13 a 14 anos	88
	15 a 17 anos	95
2015	13 a 14 anos	93
	15 a 17 anos	96
2016	13 a 14 anos	94
	15 a 17 anos	97
2017	Pergunta não foi realizada	

FONTE: CGI.BR (2014, 2015, 2016, 2017 e 2018).

O uso das redes é mais frequente entre os adolescentes, sendo quase unânime entre aqueles na faixa de 15 a 17 anos, conforme indica a Tabela 2.

TABELA 2
PROPORÇÃO DE ADOLESCENTES QUE UTILIZARAM REDE SOCIAL, POR FAIXA ETÁRIA (2013 - 2017)³

Edição da pesquisa	Faixa etária	%
2013	13 a 14 anos	84
	15 a 17 anos	93
2014	13 a 14 anos	83
	15 a 17 anos	87
2015	13 a 14 anos	88
	15 a 17 anos	91
2016	13 a 14 anos	88
	15 a 17 anos	92
2017	13 a 14 anos	80
	15 a 17 anos	92

FORNTE: CGI.BR (2014, 2015, 2016, 2017 e 2018).

De acordo com a TIC Kids Online Brasil 2016, as redes sociais mais acessadas foram o Facebook (75%), WhatsApp (72%), Instagram (36%), Snapchat (27%) e Twitter (16%). Jovens das classes AB estavam presentes em todas as plataformas, sendo que, em algumas delas, como o Instagram, havia diferença na proporção de meninos e meninas com perfil em redes sociais: as meninas acessavam mais frequentemente (42%) do que os meninos (31%). Já a edição de 2017 do estudo não especificou quais plataformas eram as mais acessadas.

A pesquisa também mostrou que acessar redes sociais tem se tornado uma das três atividades mais frequentes entre crianças e adolescentes (73%), ficando atrás apenas do uso da Internet para envio de mensagens instantâneas (79%) e para pesquisas escolares (76%) (CGI.br, 2017). Destaca-se, na Tabela 3, o uso muito frequente feito pelos adolescentes das mensagens instantâneas, as quais, na pesquisa TIC Kids, são classificadas como um tipo de rede social, portanto, tendo sido incluídas aqui.

TABELA 3
PROPORÇÃO DE ADOLESCENTES QUE ENVIARAM MENSAGENS INSTANTÂNEAS, POR FAIXA ETÁRIA (2013 - 2017)

Edição da pesquisa	2013	2014	2015	2016	2017
13 a 14 anos	49	69	85	86	85
15 a 17 anos	49	82	87	92	91

FORNTE: CGI.BR (2014, 2015, 2016, 2017 e 2018).

³ Cabe lembrar que o nome do indicador foi alterado ao longo dos anos. Na edição de 2013, era descrito como "Visitou um perfil/página de uma rede social". Em 2014, passou a ser "Entrou/acessou uma rede social" e, a partir de 2015, "Usou redes sociais".

Destaca-se, na Tabela 3, que o percentual de jovens que fazem uso das mensagens instantâneas praticamente dobrou em cinco anos. Assim, evidenciando-se um uso considerável, tanto das mensagens instantâneas quanto das redes sociais, cabe fazer considerações acerca dos possíveis efeitos dessa utilização na saúde mental dos usuários.

ANÁLISE

Esta análise se propõe a verificar, na pesquisa TIC Kids Online Brasil, quais indicadores podem estar relacionados com os efeitos das redes sociais na saúde mental de adolescentes. Apesar de o estudo se referir ao uso da Internet, e não especificamente dessas plataformas, hoje, grande parte da interação no ambiente digital é mediada tanto pelas redes sociais quanto pelos comunicadores instantâneos. A Tabela 4 aponta os temas (efeitos positivos e negativos) levantados na pesquisa *Status of mind*.

TABELA 4
EFEITOS NA SAÚDE MENTAL COM RELAÇÃO A REDES SOCIAIS LEVANTADOS PELA PESQUISA *STATUS OF MIND* X INDICADORES DAS PESQUISAS TIC KIDS ONLINE BRASIL

EFEITOS POSITIVOS	INDICADORES	EFEITOS NEGATIVOS	INDICADORES
Experiência e contato com profissionais de saúde e pessoas com problemas similares	Sem indicador	Ansiedade/depressão	Sem indicador
Suporte emocional	Sem indicador	Sono	G17 – crianças e adolescentes, por situações vivenciadas ao usar a Internet nos últimos 12 meses – uso excessivo: • Deixou de comer ou dormir por causa da Internet.
Auto expressão	B1F – crianças e adolescentes, por atividades realizada na Internet - cidadania e engajamento: • Conversar na Internet sobre problemas da cidade ou país em que moram; • Participação em uma campanha ou protesto. B1C – crianças e adolescentes, por atividades realizadas na Internet – produção e compartilhamento de conteúdo: • Postar na Internet vídeos ou músicas de autoria própria.	Imagem corporal	G18 – crianças e adolescentes, por conteúdos com os quais tiveram contato na Internet nos últimos 12 meses – autodano e conteúdos sensíveis: • Já viu formas para ficar muito magro.
Manutenção de relacionamentos on-line e off-line	B1B – crianças e adolescentes, por atividades realizadas na Internet – comunicação e redes sociais. C2 – proporção de crianças/adolescentes que possuem um ou mais de um perfil na rede social de maior uso.	FoMO	Sem indicador

CONTINUA ►

► CONCLUSÃO

EFEITOS POSITIVOS	INDICADORES	EFEITOS NEGATIVOS	INDICADORES
Expressão da identidade	Sem indicador	Cyberbullying	<p>G1 – crianças e adolescentes que foram tratados de forma ofensiva na Internet nos últimos 12 meses.</p> <p>G1A – crianças e adolescentes que agiram de forma ofensiva na Internet nos últimos 12 meses.</p> <p>G20 – crianças e adolescentes que viram alguém ser discriminado na Internet nos últimos 12 meses.</p> <p>G21 – crianças e adolescentes que se sentiram discriminados na Internet nos últimos 12 meses:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ver alguém ser discriminado <i>on-line</i>; • Ser discriminado <i>on-line</i>.

Fonte: Elaboração dos autores.

A pesquisa TIC Kids Online Brasil apresenta outros indicadores que tem relação com a saúde mental, como mostrado na Tabela 5.

TABELA 5
INDICADORES QUE PODEM TER RELAÇÃO COM SAÚDE MENTAL E REDES SOCIAIS NA PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL

EFEITOS POSITIVOS	INDICADORES	EFEITOS NEGATIVOS	INDICADORES
	Sem indicador	Sem indicador	<p>G18 – crianças e adolescentes, por conteúdos com os quais tiveram contato na Internet nos últimos 12 meses – autodano e conteúdos sensíveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formas de machucar a si mesmo; • Formas de cometer suicídio; • Experiências ou uso de drogas.
		Dependência de Internet	<p>G17 – crianças e adolescentes, por situações vivenciadas ao usar a Internet nos últimos 12 meses – uso excessivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deixou de comer ou dormir para estar na Internet; • Se pegou navegando na rede sem estar interessado no que via; • Se sentiu mal em algum momento por não estar na Internet; • Passou menos tempo com a família, amigos ou fazendo lição de casa porque ficou muito tempo na Internet.
		Contato com conteúdo sexual inapropriado	<p>G7 – crianças e adolescentes que se sentiram incomodados após contato com imagens ou vídeos de conteúdo sexual na Internet nos últimos 12 meses.</p> <p>G11A – crianças e adolescentes que se sentiram incomodados após contato com mensagens de conteúdo sexual na Internet nos últimos 12 meses.</p>

Fonte: Elaboração dos autores.

A edição de 2017 da TIC Kids Online Brasil, além de manter esses dados, apresenta no quadro teórico pontos possivelmente benéficos: (i) aspectos comunicacionais (redes sociais, produção e compartilhamento de conteúdo); (ii) aspectos de entretenimento (vídeos, filmes, ouvir música e jogar *on-line*); (iii) aspectos de engajamento e cidadania; (iv) aspectos educacionais e de busca de informação; e (v) aspectos criativos (criação e postagem de vídeos e músicas e o desenvolvimento de *blogs* e *sites*) (CGI.br, 2018).

No que se refere aos aspectos de autoexpressão, a TIC Kids Online Brasil 2017 traz dados sobre criação de conteúdo, especialmente “postar na Internet vídeos ou músicas de autoria própria”, atividade realizada por 31% dos usuários entre 9 a 17 anos. Contudo, as crianças e adolescentes compartilham muito mais conteúdo do que o produzem: 46% compartilham imagens que não foram feitas por eles.

Os dados obtidos na edição de 2017 apresentam atividades relacionadas à cidadania, o que poderia ter como fruto possíveis efeitos positivos na saúde mental dos usuários, pois se trata uma forma de expressar-se. Porém, as atividades mais relacionadas à participação política, como conversar na Internet sobre problemas da cidade ou país em que moram (12%) foram menos realizadas, bem como o envolvimento em uma campanha ou protesto, citado por apenas 4% os usuários de 9 a 17 anos. Conversar na Internet sobre política ou problemas da cidade ou país, por exemplo, foi mencionado por 23% dos adolescentes entre 15 e 17 anos e por apenas 9% daqueles entre 13 e 14 anos (CGI.br, 2018).

O alto uso das redes sociais e da troca de mensagens, como apontado nas Tabelas 1, 2 e 3, indica que as plataformas digitais podem estar ajudando os adolescentes a manterem seus relacionamentos *on-line* e *off-line*.

Com relação aos efeitos negativos, a pesquisa não coleta dados sobre ansiedade, depressão e FoMO, mas faz algumas considerações a respeito do sono. No entanto, o indicador é difícil de discernir, pois pergunta ao usuário se ele “deixou de comer ou dormir por causa da Internet”, não sendo possível distinguir as duas atividades (comer ou dormir). Em 2017, o índice foi de 20% entre crianças e adolescentes de 9 a 17 anos, de 22% entre jovens de 13 a 14 anos e de 24% entre aqueles de 15 a 17 anos.

A TIC Kids Online Brasil também apresenta dados sobre temas relacionados à imagem corporal. O item “já viu formas para ficar muito magro” se refere a uma questão que pode ter influência na imagem corporal das crianças e adolescentes. Aqui, há um viés de gênero, na medida em que meninas já viram mais formas de ficarem mais magras do que os meninos. Por exemplo, na edição de 2017, 25% das meninas e apenas 12% dos meninos tiveram contato com esse material. Adolescentes de 15 a 17 anos (22%) são os que estão mais expostos a esse material.

A pesquisa também traz resultados que remetem ao *cyberbullying*, como “ver alguém ser discriminado *on-line*” e “ser discriminado *on-line*”. Na edição de 2017, 54% dos adolescentes entre 15 a 17 anos disseram que já viram alguém sendo discriminado *on-line*, sendo a discriminação mais frequente aquela relacionada com cor ou raça (39% entre os entrevistados de 15 a 17 anos). Quanto à discriminação sofrida por eles próprios, apenas 8% relataram ter enfrentado algo do tipo, sendo que destes 8% têm entre 13 e 14 anos e 11%, de 15 a 17 anos. Também fazem referência ao *cyberbullying* os itens “ser tratado de forma ofensiva” (citado por 26% dos adolescentes de 13 a 14 anos e por 30% daqueles de 15 a 17 anos) e “agir de forma ofensiva” (mencionado por 16% dos jovens de 13 a 14 anos e por 21% daqueles de 15 a 17 anos) (CGI.br, 2018).

A TIC Kids Online Brasil revela ainda dados que podem remeter a outros aspectos da saúde mental não levantados pela *Status of mind*, como ter tido contato com material sobre formas de machucar a si mesmo, experiência com o uso de drogas e suicídio. Na edição de 2017, 19% dos usuários de 13 a 14 anos e 17% daqueles entre 15 a 17 anos reportaram já ter tido contato com formas de machucar a si mesmo. O contato com formas de cometer suicídio foi citado por 17% dos jovens de 13 a 14 anos e por 14% daqueles entre 15 e 17 anos. Já o contato com assuntos relacionados a experiência ou uso de drogas foi mencionado por 9% dos entrevistados de 13 a 14 anos e por 14% daqueles entre 15 e 17 anos. Aqui, o viés de gênero é novamente importante, sendo que, entre os usuários de 11 a 17 anos, as meninas foram mais expostas a assuntos como autodano do que os meninos (os índices foram de 20% e 10%, respectivamente). No que se refere a formas de cometer suicídio, a proporção de meninas foi de 17%, ante 9% de meninos (CGI.br, 2018).

Com relação aos itens “formas de se machucar”, “formas de cometer suicídio”, “formas de ficar muito magro” e “experiências ou uso de drogas”, a pesquisa não especifica quais são estes materiais e nem como o adolescente teve contato com eles. Os dados se referem à Internet de maneira geral, não sendo possível saber exatamente onde o material foi visto, especialmente se foi em uma rede social. Outro ponto importante do ponto de vista da saúde mental seria saber se houve busca ativa do material, se foi visto de relance em rede social ou se foi recebido em mensagem privada. Os materiais podem ser de diversos tipos, como por exemplo, filmes ou séries de ficção, vídeos no YouTube ou de amigos ou pessoas conhecidas (como é o caso dos desafios mortais, também conhecido como brincadeiras perigosas⁴). Seria importante diferenciá-los, visto que a busca por materiais, especialmente sobre magreza excessiva, autolesão, drogas e suicídio, pode revelar aspectos importantes sobre a saúde mental da criança ou adolescente, bem como sobre o tipo de uso, pois buscar ativamente o material ou ser apenas impactado por ele denotam usos e perfis distintos.

Também faz diferença saber quem foi a pessoa que compartilhou o material, pois seu grau de proximidade com a criança ou o adolescente pode ter impactos diferentes. Quanto mais próxima a pessoa, maior confiança no material o usuário terá e mais difícil será a correção da informação quando ela for danosa ou incorreta (De keersmaecker & Roets, 2017).

A mesma discussão é válida para a exposição a conteúdo sexual. O contato com esse material não é necessariamente danoso para saúde mental, principalmente entre adolescentes mais velhos, mas cabe lembrar que ele deve ser reservado a maiores de 18 anos. Além disso, não é possível saber como é o conteúdo, se de sexo convencional ou de parafilias e situações humilhantes para um dos praticantes. Porém, na TIC Kids Online Brasil 2017, existem indicadores perguntando se o adolescente se sentiu incomodado após ver material relacionado a sexo (a resposta foi afirmativa em 6% daqueles de 13 a 14 anos e em 9% daqueles entre 15 e 17 anos) e se o usuário se sentiu incomodado com mensagens de conteúdo sexual (10% entre jovens de 13 a 14 anos e 18% daqueles de 15 a 17 anos). Neste último caso, o incômodo pode estar relacionado com algum efeito negativo na saúde mental.

⁴ Desafios mortais ou brincadeiras perigosas são jogos que consistem em cortar a passagem de ar para o cérebro, provocando o desmaio. O objetivo da prática seria a busca de uma sensação de euforia ou alucinatória. São apresentados em forma de desafios, propostos por amigos ou grupos via Internet (Instituto Dimicuida, s.d.). Também podem ser vistos vídeos no YouTube.

A dependência de Internet é um diagnóstico ainda não formalizado pelos manuais nosográficos, mas que tem como principal característica a dificuldade em se desconectar, gerando consequências graves e severas pelo excesso do uso do ambiente digital (Pontes, Taylor, & Stavropoulos, 2018). Aproximadamente um quinto dos usuários de Internet entre 11 e 17 anos (23%) tentaram, mas não conseguiram, passar menos tempo na rede e uma parcela equivalente (23%) declarou ter se sentido mal em algum momento por não poder estar na Internet. 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 (CGI.br, 2018). Para que seja feito o diagnóstico de dependência, é preciso cumprir diversos critérios, entre os quais os perguntados acima. Por exemplo, para haver indício de dependência, o mesmo sujeito precisaria ter respondido “sim” a todas essas perguntas, pois uma questão isolada não faz o diagnóstico. Apesar de não haver índices de dependência, é importante considerar que há uma parcela, ainda que pequena, que já mostra dificuldades em se desconectar da rede. Isso pode estar ligado ao FoMO, que, com frequência, faz parte dos diagnósticos de dependência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os dados da TIC Kids Online Brasil em relação aos usos da Internet e redes sociais por crianças e adolescentes, evidencia-se a penetração das plataformas digitais na vida de jovens de diferentes idades, com o uso mais disseminado conforme a progressão etária. Chama atenção o avanço da troca de mensagens instantâneas entre jovens com o passar dos anos, denotando a importância de melhor compreender as possíveis transformações e impactos comunicacionais do uso dos aplicativos de comunicação instantânea nesse público.

No esteio da pesquisa da Royal Society for Public Health (2017), pode-se afirmar que são variados os indícios de efeitos negativos e positivos para a saúde mental de crianças e adolescentes como consequência do uso das redes sociais. No Brasil, apesar de alguns exemplos já identificados neste artigo a partir dos dados da TIC Kids Online Brasil, é clara a necessidade da realização de estudos focados nessa investigação, inclusive para a promoção de políticas públicas que tratem do tema.

Por fim, como possíveis intervenções no Brasil, é pertinente considerar as proposições de ações veiculadas na pesquisa *Status of mind*. São elas: (i) introdução de avisos nas telas (*pop-ups*), a fim de esclarecer os potenciais danos e alertar o uso intensivo; (ii) avisos e sinais de que as fotos foram manipuladas e editadas, para reduzir a comparação que os usuários fazem com sua imagem real; (iii) maior controle e verificação de conteúdos de saúde por órgãos oficiais, a fim de evitar a propagação de notícias e informações equivocadas; (iv) educação para uso mais seguro das redes sociais; (v) identificação dos usuários que estejam sofrendo problemas mentais, para facilitar o acesso à busca adequada de ajuda profissional; (vi) capacitação de pessoas que trabalham com jovens para que esses profissionais compreendam os usos e impactos das plataformas digitais no cotidiano dos jovens e, assim, atuem de forma mais adequada; e (vii) realização de mais pesquisas envolvendo redes e saúde mental, visto que os estudos a respeito do tema ainda são escassos e as possibilidades das plataformas são vastas.

Ainda, é necessário assinalar que o viés de gênero é um importante fator. Por que meninas estão mais expostas aos usos que possuem efeitos negativos do que os meninos? Por que elas têm mais contato com esses materiais? Essas e outras questões podem ser esclarecidas em pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

- Baker, D. A.; Algorta, G. P. (2016). The Relationship Between on-line Social Networking and Depression: A Systematic Review of Quantitative Studies. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, v.100, n.100, p.1-11.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Berryman, C., Ferguson, C. J., & Negy, C. (2018). Social media use and mental health among young adults. *Psychiatric Quarterly*, 89, 307-314.
- Brailovskaia, J., & Margraf, J. (2018). What does media use reveal about personality and mental health? An exploratory investigation among german students. *Plos One*, 13(1), 1-16.
- Brewer, G., & Kerslake, J. (2015). Cyberbullying, self-esteem, empathy and loneliness. *Computers in Human Behavior*, 48, 255-260.
- Comitê Gestor da Internet do 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 do 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.
- Comitê Gestor da Internet do Brasil – CGI.br (2016). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2015*. São Paulo: CGI.br.
- Comitê Gestor da Internet do 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.
- Comitê Gestor da Internet do Brasil – CGI.br (2018). *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2017*. São Paulo: CGI.br.
- De keersmaecker, J., & Roets, A. (2017). 'Fake news': Incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions. *Intelligence*, 65, 107-110.
- Dyson, M. P., Newton, A. S., Shave, K., Featherstone, R. M., Thomson, D., Wingert, A., Fernandes, R. M., & Harting, L. (2017). Social media for the dissemination of Cochrane child health evidence: Evaluation study. *Journal of Medical Internet Research*, 19(9), 1-12.
- Eckert, S., Sopory, P., Day, A., Wilkins, L., Padgett, D., Novak, J., Noyes, J., Nyka, A., Vanderfort, M., & Gamhewage, G. (2017). Health-related disaster communication and social media: Mixed-method systematic review. *Health Communication*, 33(12), 1389-1400.
- Elphinston, R. A., & Noller, P. (2011). Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(11), 631-635.
- Holland, G., & Tiggermann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100-110.

Instituto DimiCuida (s.d.). Brincadeira perigosas. Recuperado em 17 maio, 2019, de <http://www.institutodimicuida.org.br/brincadeiras-perigosa>

Le Febvre, L., Blackburn, K., & Brody, N. (2014). Navigating romantic relationships on Facebook: Extending the relationship dissolution model to social networking environments. *Journal of Social and Personal Relationships, 32*(1), 78-98.

Marino, C., Gini, G., Vieno, A., & Spada. (2018). The associations between problematic Facebook use, psychological distress and well-being among adolescents and young adults: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders, 226*, 274-281.

Maslen, S., & Lupton, D. (2018). "You can explore it more online": A qualitative study on Australian women's use of online health and medical information. *BMC Health Services Research, 18*(916), 1-10.

Pontes, H. M., Taylor, M., & Stavropoulos, V. (2018). Beyond "Facebook addiction": The role of cognitive-related factors and psychiatric distress in social networking site addiction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 21*(4), 240-247.

Ridout, B., & Campbell, A. (2018). The use of social networking sites in mental health interventions for young people: A systematic review. *Journal of Medical Internet Research, 20*(12), 1-11.

Royal Society for Public Health – RSPH (2017). *Status of Mind: Social media and young people's mental health and wellbeing*. Londres: RSPH. Recuperado em 15 maio, 2019, de <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>

Stronge, S., Greaves, L. M., Milojev, P., West-Newman, T., Barlow, F. K., & Sibley, C. G. (2015). Facebook is linked to body dissatisfaction: Comparing users and non-users. *Sex Roles, 73*, 200-213.

Sussman, N., & DeJong, S. M. (2018). Ethical considerations for mental health clinicians working with adolescents in the digital age. *Current Psychiatry Reports, 20*(113), 1-8.

Walker, M., Thornton, L., De Choudhury, M., Teevan, J., Bulik, C. M., Levinson, C. A., & Zerwas, S. (2015). Facebook use and disordered eating in college-aged women. *Journal of Adolescent Health, 57*(2), 157-163.

Wiederhold, B. K. (2013). In a disaster, social media has the power to save lives (Editorial). *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 16*(11), 781-782.

UMA ANÁLISE COMPARATIVA DAS HABILIDADES DIGITAIS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO BRASIL E URUGUAI

Cecilia Hughes¹ e Emiliano Pereiro²

Em 2019, a Internet é parte fundamental de nossas vidas. O mundo está se digitalizando e as maiores empresas globais são empresas de tecnologia. A cidadania digital é uma realidade e avança a passos largos. Em alguns anos, a falta de letramento digital será uma barreira para o exercício pleno da cidadania.

Apesar da persistência das desigualdades de acesso à Internet (a pesquisa TIC Kids Online Brasil mostra que, em 2017, 4,1 milhões de crianças e adolescentes não eram usuários de Internet), uma proporção considerável de crianças e adolescentes têm acesso à rede. Aqueles que acessam, não conhecem um mundo sem Internet. Mesmo sendo verdade que jovens podem ter grande domínio de ferramentas tecnológicas, o apoio de adultos é essencial para que eles possam autorregular o exercício de sua participação digital. A vida digital de crianças e adolescentes é tão importante quanto sua vida real. Por isso, os adultos têm a responsabilidade de acompanhá-los em seu processo de aprendizagem digital, da mesma maneira que não se deixa crianças sozinhas na rua quando são pequenas. A orientação dos adultos é muito importante e não devemos permitir que crianças e adolescentes naveguem no mundo digital sem a presença de adultos que lhes forneçam ferramentas que os possibilitem lidar com riscos e aproveitar ao máximo as oportunidades.

Este artigo apresenta a análise de um conjunto de habilidades autodeclaradas por crianças e adolescentes com base nos dados das pesquisas TIC Kids Online Brasil 2017 e Kids Online Uruguai 2017, a partir de uma análise comparativa entre os resultados dessas pesquisas.

Nossa hipótese, fundada nas ideias de Laar, Deursen e Dijk (2018), seria a de que quanto mais contato as crianças e os adolescentes tiverem com a Internet, maior a autopercepção positiva de suas habilidades digitais. Nesse sentido, o objetivo foi o de verificar, empiricamente, se o maior contato com a Internet nas escolas estaria associado com a autopercepção mais positiva

¹ Graduação em Ciência Política, Chefe da Unidade de Monitoramento e Avaliação do Plano Ceibal (Programa Nacional de Uso das TIC na Educação). Professora de Metodologia de Pesquisa e Ciências Sociais na Universidade Católica do Uruguai.

² Mestrando em Políticas Educacionais, Sociólogo, Chefe do Programa de Pensamento Computacional do Plano Ceibal (Programa Nacional de Uso das TIC na Educação).

das habilidades digitais. Nesse contexto, os professores são agentes-chave para ajudar crianças em seu aprendizado sobre o mundo digital.

Quanto mais as crianças e os adolescentes tiverem contato com a orientação de adultos no uso de tecnologias digitais, mais domínio elas alcançarão no que tange às habilidades digitais. Da mesma forma, o maior uso de Internet em ambientes escolares está associado a um contato maior com a orientação de professores e, portanto, a um aumento das percepções positivas de crianças e adolescentes sobre suas habilidades digitais. Se essa hipótese estiver correta, um bom ambiente de acesso à Internet deverá incentivar os alunos a fazerem melhor uso dessas ferramentas, especialmente nos atributos relativos à navegação digital segura.

Foi realizada, sob tal perspectiva, uma análise comparativa dos seguintes indicadores de habilidades digitais:

1. Habilidades operacionais

Saber como:

- a) Salvar fotos ou imagens encontradas *on-line*.
- b) Mudar configurações de privacidade em redes sociais.

O primeiro indicador está relacionado, mais especificamente, às habilidades sociais e de comunicação; e o segundo, à maneira segura de se utilizar as ferramentas.

2. Habilidades informacionais

A capacidade de:

- a) Verificar se uma informação encontrada na Internet está correta ou se é verdadeira.
- b) Distinguir e classificar informações.
- c) Escolher que palavras usar para encontrar algo na Internet.

Esses indicadores são muito importantes e foram incluídos no Estudo de Letramento Informacional e Computacional (ICILS) do Uruguai para que possam ser investigados mais a fundo em um futuro próximo. O resultado dessas habilidades foi diferente para os dois países.

3. Habilidades criativas

- a) Postar na Internet vídeos ou músicas de autoria própria.

Esse é um indicador composto, pois mede a habilidade específica de se postar vídeos e também a criatividade. É muito importante verificar as diferenças entre países e ambientes de acesso.

4. Habilidades *mobile*

- a) Baixar ou instalar aplicativos em telefones celulares.

Esse é um indicador muito específico e amplo, mas, provavelmente, fornecerá algumas medidas fundamentais quanto a habilidades digitais básicas.

CONECTIVIDADE E HABILIDADES

Algumas diferenças surgiram na parcela de crianças e adolescentes usuários de Internet entre os países, mas ocorreram menores diferenças que se referem às habilidades autodeclaradas. Não obstante, algumas habilidades (sobretudo, as habilidades digitais sociais), que protegem crianças e adolescentes contra alguns dos principais riscos da Internet, tenham-se revelado mais desenvolvidas no Uruguai, enquanto algumas das habilidades informacionais apresentaram-se mais desenvolvidas no Brasil. Na análise das principais diferenças nos dispositivos utilizados e ambientes de uso, também serão examinadas algumas das descrições desses resultados e como estas se relacionam.

A PESQUISA KIDS ONLINE NO URUGUAI E NO BRASIL

A primeira edição da pesquisa Kids Online Uruguai foi conduzida em 2017, como uma versão local da pesquisa internacional Global Kids Online. No Uruguai, o projeto foi desenvolvido por meio de uma aliança interinstitucional entre o Unicef, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), o Plano Ceibal, a Agência de Governo Eletrônico e Sociedade da Informação e do Conhecimento (Agesic) e a Universidade Católica do Uruguai (UCU).

Com a criação do Agesic, em 2005, e do Plano Ceibal, em 2007, o Uruguai tomou um passo decisivo em sua proposta de eliminar a exclusão digital na sociedade. Desde 2012, todos os alunos do sistema público de ensino do Uruguai, do primeiro ano do Ensino Fundamental ao último ano do Ensino Médio, têm seu próprio computador. Quase 100% dos centros educacionais têm equipamento de videoconferência de última geração instalado, possibilitando oferecer aulas de inglês remotas para 70% dos alunos do 4º, 5º e 6º anos do Ensino Fundamental que, de outra maneira, não teriam a oportunidade de aprender o idioma (Vargas & Cobo, 2018; Brovetto, 2018). Todas as escolas no Uruguai têm conexão à Internet por meio de WiFi, o que permite acesso a vários programas e plataformas educacionais administrados pelo Plano Ceibal.

Aproximadamente 85% dos alunos no Uruguai frequentam a rede pública de ensino. Por conseguinte, a introdução desse programa no setor público deu acesso a quase todas as crianças e adolescentes do país a dispositivos tecnológicos e à Internet.

A intervenção da Agesic no Uruguai, por meio da digitalização dos processos governamentais, colocou o país na posição de um dos mais digitalizados do mundo. O Uruguai faz parte de uma rede colaborativa de nove países com o objetivo em comum de utilizar tecnologias digitais para melhorar a vida dos cidadãos. Os membros dessa rede compartilham práticas digitais, colaboram para resolver problemas em comum, identificar melhorias para os serviços digitais e apoiar e defender as crescentes economias digitais do grupo.³

Nesse contexto, a política pública do Uruguai precisa gerar evidências sobre como crianças e adolescentes usam a Internet e quanto aos benefícios e riscos resultantes deste uso. O letramento digital é um dado muito importante para se pensar estratégias de gestão que possam promover o melhor uso da Internet por crianças e adolescentes.

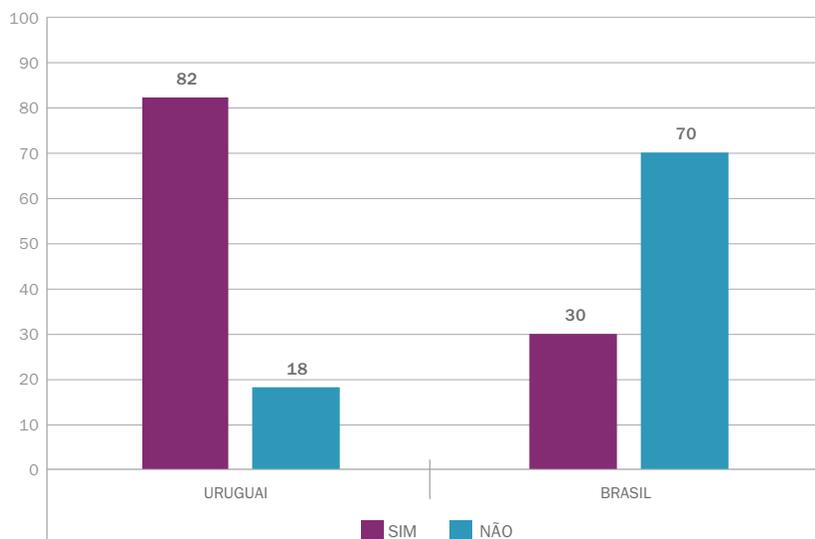
³ Recuperado de https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_9

O Brasil participa da pesquisa TIC Kids Online desde 2012. Em 1995, o país começou a desenvolver um modelo de governança da Internet com a criação do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) por meio de decreto presidencial. O CGI.br possui 21 membros de instituições públicas e privadas. Há nove representantes do governo federal, quatro do setor privado, quatro do terceiro setor, três da comunidade científica e tecnológica e um representante de notório saber em assunto da Internet. O modelo do comitê alcançou reconhecimento internacional e a sua missão é a de promover políticas públicas para a regulamentação da Internet, avaliar os resultados da rede no Brasil e coletar, organizar e divulgar informações sobre serviços de Internet, incluindo indicadores e estatísticas. A pesquisa TIC Kids Online Brasil é implementada dentro dessa estrutura e ambos os países estão fortemente comprometidos com o desenvolvimento digital. No entanto, ao passo que, no Uruguai, as políticas públicas de inclusão digital são bem-sucedidas, no Brasil, estas ainda são incipientes, apesar do reconhecimento de seu sistema de governança da Internet.

ACESSO NAS ESCOLAS

O Uruguai tem desenvolvido a política pública de tecnologia e educação por meio da implementação do Plano Ceibal nas escolas públicas. Prova disso é que 82% das crianças e dos adolescentes uruguaios estavam conectados à Internet na escola em 2017, ao passo que, no Brasil, essa proporção foi de apenas 30%.

GRÁFICO 1
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSAM A INTERNET NA ESCOLA
Total de crianças e adolescentes usuários de Internet (%)



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

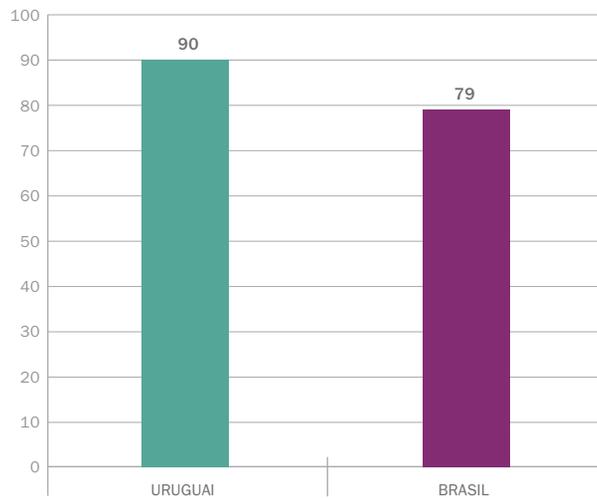
HABILIDADES OPERACIONAIS

As habilidades operacionais foram medidas com base na habilidade autodeclarada de baixar fotografias e configurar perfis de segurança em redes sociais.

No Uruguai, a proporção daqueles que afirmaram ser capazes de baixar fotografias foi 11 pontos percentuais superior que a do Brasil, mas essa diferença desapareceu ao considerar apenas crianças e adolescentes usuários de Internet. É possível que essa habilidade se desenvolva principalmente durante o acesso generalizado e não apenas no ambiente escolar. Para essa população-alvo, essa seja, talvez, uma das principais habilidades aprendidas quando se tem a oportunidade de acessar a Internet.

GRÁFICO 2
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM TER A HABILIDADE DE SALVAR FOTOGRAFIAS OU IMAGENS QUE ENCONTROU NA INTERNET

Total de crianças e adolescentes (%)

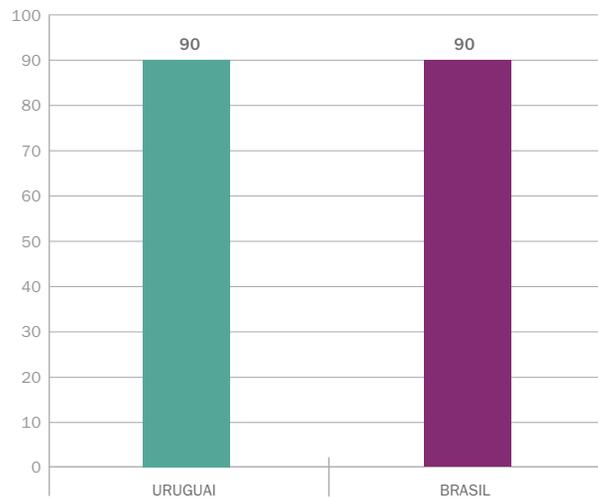


Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

GRÁFICO 3

CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM TER A HABILIDADE DE SALVAR FOTOGRAFIAS OU IMAGENS QUE ENCONTROU NA INTERNET

Total de crianças e adolescentes usuários de Internet (%)



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

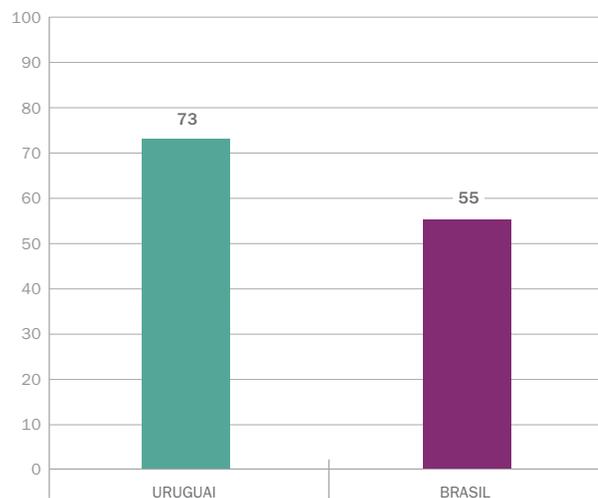
PERFIS DE SEGURANÇA

Como apresentado no Gráfico 4, o percentual de crianças e adolescentes que afirmou saber como mudar seus perfis de segurança nas redes sociais foi mais alta no Uruguai do que no Brasil. O Gráfico 5 mostra os resultados para essa habilidade na população usuária de Internet; a diferença é menor, porém continua ampla (dez pontos percentuais). Entre os indicadores de habilidades, essa é a maior diferença encontrada entre as duas populações.

GRÁFICO 4

CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM TER A HABILIDADE DE CONFIGURAR PERFIS DE SEGURANÇA EM REDES SOCIAIS

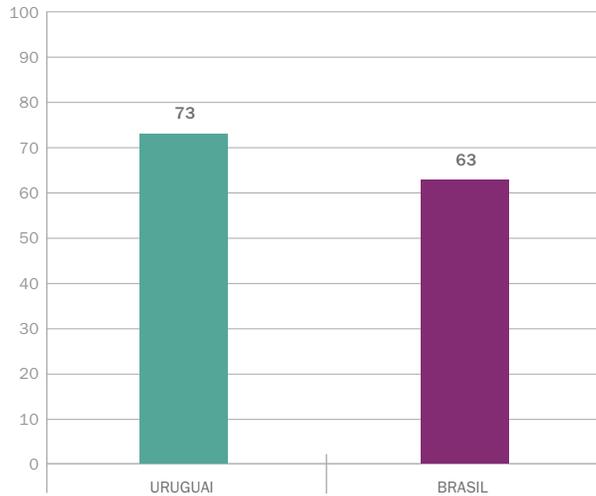
Total de crianças e adolescentes (%)



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

GRÁFICO 5
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM TER A HABILIDADE DE CONFIGURAR PERFIS DE SEGURANÇA EM REDES SOCIAIS

Total de crianças e adolescentes usuários de Internet (%)

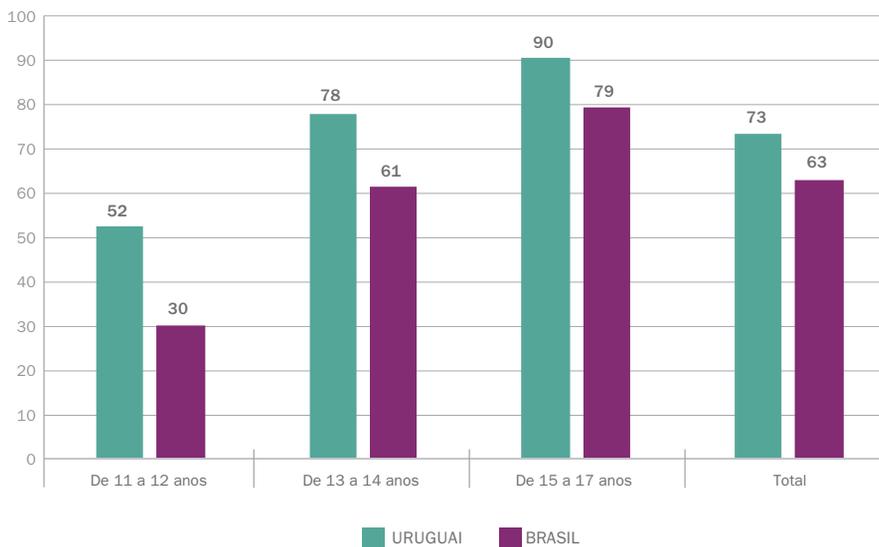


Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

O Gráfico 6 demonstra a habilidade de configurar perfis de segurança por idade. Em todos os segmentos analisados, o Uruguai apresentou maiores percentuais para essa habilidade e, em ambos os países, a percepção de gestão de perfis de segurança aumentou com a idade. Não obstante, nos segmentos da população para o qual o acesso na escola é mais importante (os mais jovens), a diferença entre os países foi maior. Para os adolescentes entre 15 e 17 anos, o Uruguai apresentou 11 pontos percentuais a mais do que o Brasil quanto a essa habilidade, mas entre crianças entre 11 e 12 anos, essa diferença foi de 22 pontos. Isso sugere que a conexão nas escolas pode levar a um ambiente mais controlado e seguro.

GRÁFICO 6
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM TER A HABILIDADE DE CONFIGURAR PERFIS DE SEGURANÇA POR IDADE

Total de crianças e adolescentes usuários de Internet (%)



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

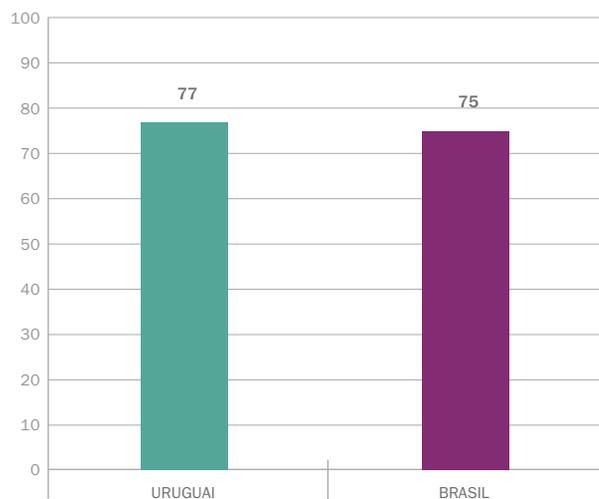
HABILIDADES INFORMACIONAIS

A habilidade autodeclarada de escolher que palavras usar para pesquisar na Internet foi o único indicador, entre aqueles selecionados para a análise, no qual o Brasil apresentou maiores estimativas, apesar de não representar uma diferença significativa dentro da população de alvo global.

A análise dos dados para crianças e adolescentes de 11 a 17 anos usuários de Internet demonstrou que o percentual de crianças e adolescentes brasileiros que declararam ter essa habilidade foi sete pontos percentuais a mais do que para as crianças e adolescentes uruguaios. Entre crianças e adolescentes usuários de Internet no Brasil, 84% disseram que sabiam como escolher que palavras usar, enquanto no Uruguai essa proporção foi de 77%, não apresentando crescimento dessa medida de acordo com a idade dos respondentes.

GRÁFICO 7
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER ESCOLHER QUE PALAVRAS USAR PARA ENCONTRAR ALGO NA INTERNET

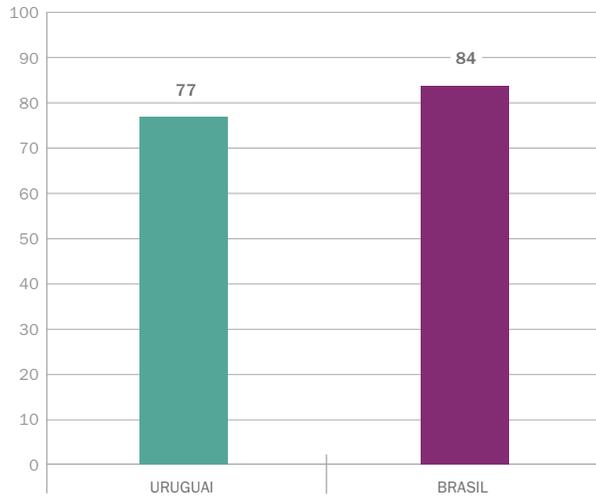
Total de crianças e adolescentes (%)



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

GRÁFICO 8
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER ESCOLHER QUE PALAVRAS USAR PARA ENCONTRAR ALGO NA INTERNET

Total de crianças e adolescentes usuários de Internet (%)



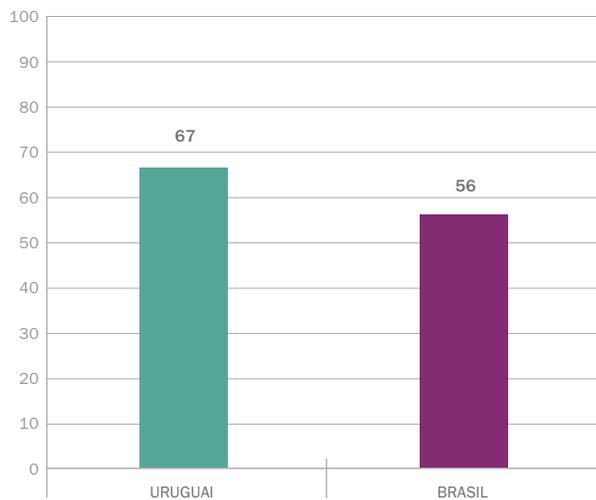
Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

Uma das variáveis-chave do letramento digital para a Era da Informação, considerada neste estudo, foi a habilidade de identificar se uma informação encontrada na Internet é verdadeira ou falsa.

Conforme demonstrado no Gráfico 9, a análise de dados para o Uruguai e o Brasil, para o total da população de crianças e adolescentes, revelou que o percentual para o Uruguai foi 11 pontos percentuais maior que o do Brasil: 67% *versus* 56%. Considerando apenas crianças e adolescentes usuários de Internet, a diferença foi menor, mas a proporção foi ainda maior no Uruguai.

GRÁFICO 9
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER VERIFICAR SE UMA INFORMAÇÃO ENCONTRADA NA INTERNET É VERDADEIRA OU FALSA

Total de crianças e adolescentes (%)

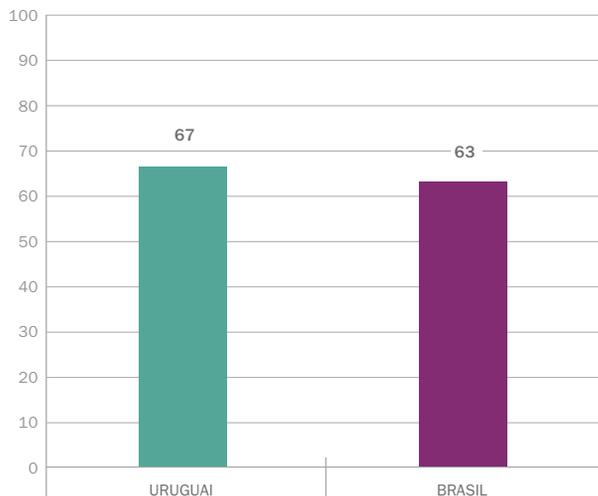


Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

GRÁFICO 10

CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER VERIFICAR SE UMA INFORMAÇÃO ENCONTRADA NA INTERNET É VERDADEIRA OU FALSA

Total de crianças e adolescentes usuários de Internet (%)



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

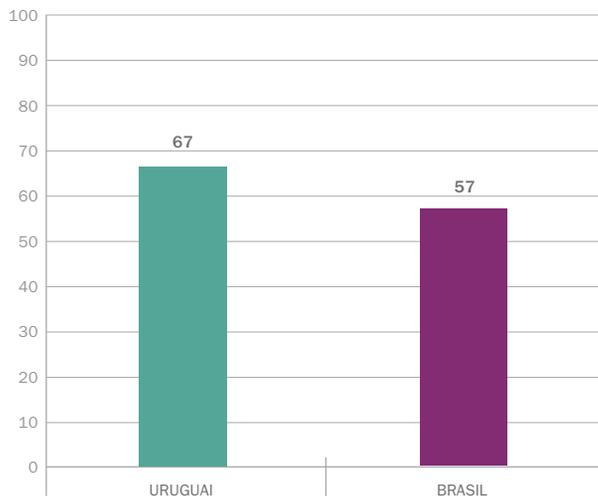
HABILIDADES CRIATIVAS

O indicador de habilidades criativas é baseado na habilidade autodeclarada de postar na Internet vídeos ou músicas de autoria própria. O Gráfico 11 ilustra que a diferença entre o Brasil e o Uruguai, considerando a população total de crianças e adolescentes, foi de 10 pontos percentuais, mas caiu para apenas 3 pontos quando se considerou apenas a população usuária de Internet, conforme apresentado no Gráfico 12.

GRÁFICO 11

CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER POSTAR NA INTERNET VÍDEOS OU MÚSICAS DE AUTORIA PRÓPRIA

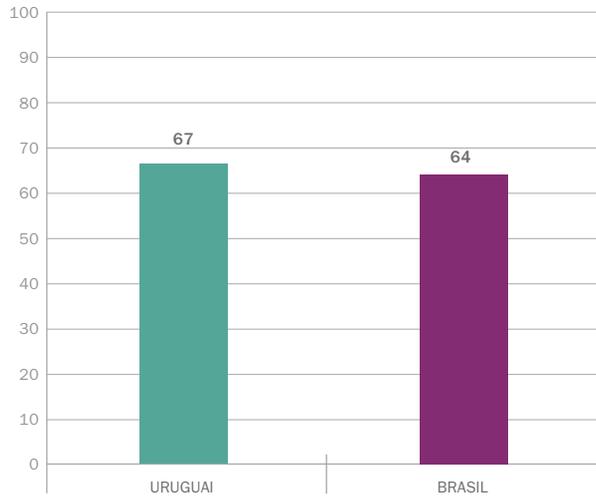
Total de crianças e adolescentes (%)



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

GRÁFICO 12
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER POSTAR NA INTERNET VÍDEOS OU MÚSICAS DE AUTORIA PRÓPRIA

Total de crianças e adolescentes usuários de Internet (%)



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

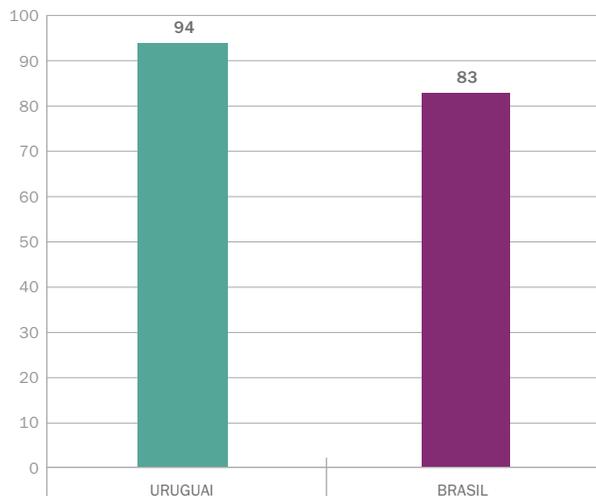
HABILIDADES MOBILE

A posse de telefones celulares tem crescido nos últimos anos, representando um dos dispositivos mais democráticos em termos de acesso.

Conforme apresentado nos Gráficos 13 e 14, entre a população total de crianças e adolescentes, o percentual de crianças que afirmou saber baixar ou instalar aplicativos foi maior no Uruguai. Entretanto, a proporção foi de 94% para ambos os países entre os usuários de Internet.

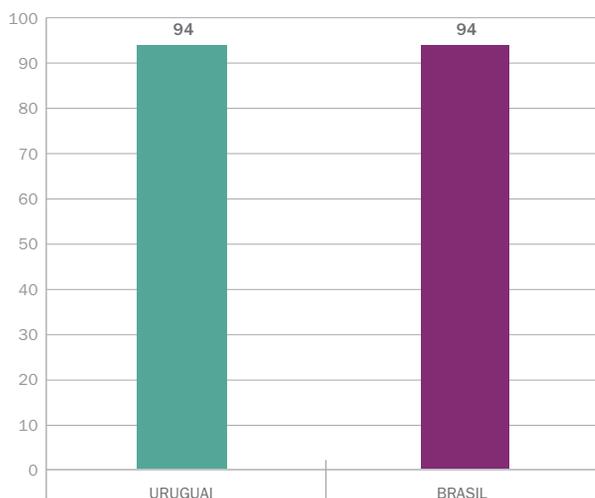
GRÁFICO 13
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER BAIXAR OU INSTALAR APLICATIVOS

Total de crianças e adolescentes (%)



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

GRÁFICO 14

CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE DECLARARAM SABER BAIXAR OU INSTALAR APLICATIVOS
Total de crianças e adolescentes usuários de Internet (%)

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados das pesquisas Kids Online Uruguai 2017 e TIC Kids Online Brasil 2017.

CONCLUSÕES

No mundo digital de hoje, o uso mais frequente da Internet resulta em mais habilidades e oportunidades. No entanto, tal uso também coloca crianças e adolescentes em contato com potenciais riscos (Livingstone & Helsper, 2010; Livingstone, 2014 e 2016; Alves & Zerpa, 2010; PNUD, 2009).

O uso da Internet em instituições de ensino inclui a orientação por adultos responsáveis, ou professores, que têm um papel importante no desenvolvimento de habilidades digitais. As escolas são espaços básicos para desenvolver o letramento digital de crianças e adolescentes. Por isso, políticas educacionais devem incluir, de forma explícita, conteúdos para o desenvolvimento de habilidades digitais e competências que empoderem crianças e adolescentes neste contexto e forneçam ferramentas de proteção.

A comunidade educacional desempenha um papel muito importante no letramento digital. Portanto, políticas públicas digitais devem continuar a articular-se com esse setor relevante para promover o uso responsável da Internet. Os dados observados nessa breve análise descritiva (que levanta ainda mais questionamentos) sugerem que as escolas são ambientes propícios para o desenvolvimento dessas habilidades.

No Uruguai, o uso extensivo da Internet nas escolas pode explicar o maior desenvolvimento dessas habilidades no país. Os resultados da análise dos dados para o presente estudo mostraram que, no Uruguai, os percentuais para habilidades relacionadas aos perfis de segurança foram maiores do que no Brasil. Todavia, as habilidades mais rotineiras apresentaram percentuais similares, com diferenças significativas aparecendo apenas em relação à idade e ao acesso à Internet.

No Uruguai, a implementação do Plano Ceibal pode explicar, em boa medida, o alto uso da Internet por crianças e adolescentes. Com a implementação do Plano, o país ocupa uma posição proeminente na região e no mundo em termos de acesso a dispositivos e acesso à Internet em instituições de ensino, assim, refletindo o esforço feito para desenvolver políticas públicas digitais que promovem a inclusão. O relatório 2017 do Unicef, “*Children in a Digital World*” (Crianças em um Mundo Digital), indica que as desigualdades de acesso à Internet são determinadas por diferenças socioeconômicas. Porém, no Uruguai, de acordo com a pesquisa Kids Online Uruguai 2017, não houve diferenças significativas no que concerne o acesso à Internet, e isso é uma grande vantagem para o país.

REFERÊNCIAS

- Alves, G., & Zepa, M. (2010). Wellbeing of adolescents living in rural areas in Uruguay, vencedor do prêmio Carlos Filgueira 2009, na categoria de Iniciação Científica. Relatório final revisado [online]. Recuperado de: <http://goo.gl/x5VA8r>
- Brovetto, C. (2018). Ceibal en Inglés: Integration of Technology and Pedagogy for Equity in Education in Uruguay. In J. Hernández & J. Rojas. *English Public Policies in Latin America: Looking for Innovation and Systemic Improvement in Quality English Language Teaching*. Cidade do México: British Council México.
- 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. Recuperado de: <https://bit.ly/2FARfd6>
- Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), Plano Ceibal, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), & Agência de Governo Eletrônico e da Sociedade da Informação e do Conhecimento (Agesic). (2017). *Informe Kids Online Uruguay: Niños, niñas y adolescentes conectados*. Montevideo: Universidade Católica do Uruguai (UCU). Recuperado de: https://www.bibliotecaunicef.uy/doc_num.php?explnum_id=188
- Livingstone, S. (2016). *A framework for researching Global Kids Online: Understanding children’s well-being and rights in the digital age*. Londres: The London School of Economics and Political Science.
- Livingstone, S. & Haddon, L. (2009). *EU Kids Online: Final report*. Londres: London School of Economics & Political Science.
- Livingstone, S. & Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers’ use of the Internet: The role of online skills and Internet self-efficacy. *New Media & Society*, 12(2), 309-329.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2011). *EU Kids Online: Final report 2011*. Londres: EU Kids Online Network.
- Plano Ceibal (2017). *Plan Ceibal, 10 años. 2007-2017*. Recuperado de: <http://www.ceibal.edu.uy/storage/app/media/documentos/ceibal-10-2.pdf>
- Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD (2009). *2009-2010 Mercosur Human Development Report: Innovating for Inclusion: Youth and Human Development*. Buenos Aires: UNDP/ Libros del Zorzal.

Rivera-Vargas, P. & Cobo, C. (2018). Plan Ceibal en Uruguay: una política pública que conecta inclusión e innovación. In: P. Rivera-Vargas, J. Muñoz-Saavedra, R. Morales Olivares, & S. Butendieck-Hijerra (Eds.). *Políticas Públicas para la Equidad Social*. Santiago do Chile: Colección Políticas Públicas, Universidad de Santiago de Chile. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34994.50886/1>

van Laar, E., van Deursen, A., van Dijk, J., & de Haan, J. (2018). *21st-century digital skills instrument aimed at working professionals: Conceptual development and empirical validation*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.08.006>

van Laar, E., van Deursen, A., van Dijk, J., & de Haan, J. (2018). Determinants of 21st-century digital skills: A systematic literature review. In: *68ª Conferência Anual da Associação Internacional de Comunicação*. Praga, República Tcheca: editora.

PARTE 2



**TIC KIDS ONLINE
BRASIL 2018**

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.

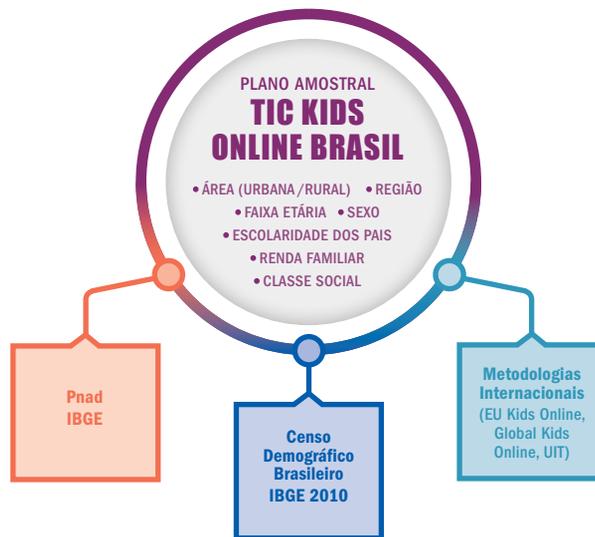
Para mais informações a respeito dos questionários, ver item Instrumento de Coleta no “Relatório de Coleta de Dados” da Pesquisa TIC Kids Online Brasil.

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 (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 2018

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 2018. O objetivo do relatório é informar características específicas da edição de 2018 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	20	300
	Roraima	4	15	225
	Acre	4	15	225
	Amapá	6	16	240
	Tocantins	4	15	225
	Amazonas	8	41	615
	Pará – RM Belém	4	28	420
	Pará – Interior	9	56	840

CONTINUA ►

► CONCLUSÃO

Estrato TIC		Amostra		
		Municípios	Setores	Entrevistas planejadas
NORDESTE	Maranhão	12	74	1 110
	Piauí	7	39	585
	Ceará – RM Fortaleza	6	44	660
	Ceará – Interior	8	53	795
	Pernambuco – RM Recife	6	42	630
	Pernambuco – Interior	10	57	855
	Rio Grande do Norte	7	41	615
	Paraíba	11	46	690
	Alagoas	7	37	555
	Sergipe	6	30	450
	Bahia – RM Salvador	6	44	660
	Bahia – Interior	19	113	1 695
SUDESTE	Minas Gerais – RM Belo Horizonte	8	62	930
	Minas Gerais – Interior	27	145	2 175
	Espírito Santo	8	46	690
	Rio de Janeiro – RM Rio de Janeiro	13	134	2 010
	Rio de Janeiro – Interior	7	52	780
	São Paulo – RM São Paulo	18	201	3 015
	São Paulo – Interior	42	220	3 300
SUL	Paraná – RM Curitiba	6	42	630
	Paraná – Interior	15	85	1 275
	Santa Catarina	13	82	1 230
	Rio Grande do Sul – RM Porto Alegre	7	51	765
	Rio Grande do Sul – Interior	14	86	1 290
CENTRO-OESTE	Mato Grosso do Sul	5	34	510
	Mato Grosso	7	41	615
	Goiás	11	74	1 110
	Distrito Federal	1	33	495

INSTRUMENTOS DE COLETA

TEMÁTICAS ABORDADAS

Nesta edição, a pesquisa TIC Kids Online Brasil manteve o sistema de rodízio de módulos temáticos em seus instrumentos de coleta adotado a partir de 2017.

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 C:** Redes sociais;
- **Módulo D:** Habilidades para o uso da Internet;
- **Módulo E:** Mediação para o uso da Internet;
- **Módulo F:** Consumo;
- **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 B:** Consumo;
- **Módulo C:** Mediação do uso da Internet
- **Módulo D:** Uso seguro da Internet.

ENTREVISTAS COGNITIVAS

Foram realizadas entrevistas cognitivas para identificar e corrigir possíveis problemas de entendimento em questões do módulo de consumo, inserido no questionário nesta edição. 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 11 a 17 anos e entre as classes AB, 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 na aplicação do questionário e na abordagem aos domicílios. 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 2018, 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 44 minutos.

ALTERAÇÕES NOS INSTRUMENTOS DE COLETA

O instrumento de coleta da TIC Kids Online Brasil passou por algumas revisões na edição de 2018, principalmente em função da implementação do rodízio de módulos e dos resultados obtidos nas entrevistas cognitivas.

No questionário com crianças e adolescentes, foram reinseridos os módulos C (Redes sociais) e F (Consumo). Em relação à última edição em que foi aplicado, em 2016, o módulo de consumo teve inclusão de novas perguntas. Foram incluídas questões sobre contato com conteúdos de caráter publicitário, mas que não têm explicitamente esse objetivo, com itens como “pessoas ensinando a usar algum produto” e “pessoas abrindo a embalagem de um produto”, além de questões sobre quais tipos de produtos ou marca foram vistos nesses conteúdos, e sobre contato com propagandas em que personagens de filmes ou desenhos aparecem. O módulo também passou a investigar se as crianças e adolescentes produzem conteúdos de caráter publicitário na Internet, bem como a percepção das crianças e adolescentes sobre ações de mediação que seus pais ou responsáveis têm em relação a conteúdos publicitários na Internet. Por fim, foi incluída no módulo a investigação sobre percepções das crianças e adolescentes sobre consequências do contato com propaganda na Internet.

No questionário de pais e responsáveis, foram reinseridas perguntas nos módulos B e D, e retiradas questões do módulo C, sobre mediação. No módulo de consumo, foi revisada a pergunta sobre produtos pedidos pelas crianças e adolescentes após o contato com publicidade pela Internet, com a inclusão de novos itens, além de ter sido incluída uma questão sobre mediação do contato das crianças e adolescentes com publicidade pela Internet.

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 2018, 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 400 entrevistadores e 24 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 2018 ocorreu entre outubro de 2018 e março de 2019, 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 permanentes 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 do morador selecionado 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	23 508	70,8%
Nenhum morador em casa ou disponível para atender no momento	2 719	8,2%
Respondente selecionado ou responsável pelo selecionado não está em casa ou não está disponível no momento	219	0,7%
Respondente selecionado está viajando e não retorna antes do final do campo (ausência prolongada)	286	0,9%
Domicílio está para alugar, vender ou abandonado	932	2,8%
Local sem função de moradia ou não é um domicílio permanente, como comércio, escola, residência de veraneio, etc.	309	0,9%
Recusa	2 986	9,0%
Domicílio não abordado por recusa de acesso do porteiro ou outra pessoa	731	2,2%
Domicílio não abordado por motivo de violência	631	1,9%
Domicílio não abordado por dificuldade de acesso, como obstáculos físicos, intempéries da natureza, etc.	37	0,1%
Domicílio só tem pessoas inelegíveis (surdas, mudas, com deficiência ou estrangeiras, incapazes de responder à pesquisa, ou menores de 16 anos)	42	0,1%
Outras ocorrências	810	2,4%

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

De modo geral, foram encontradas dificuldades em atingir a taxa de resposta esperada em setores com algumas características específicas, como naqueles com alta incidência de violência e naqueles com um grande número de prédios ou condomínios, em que há maior dificuldade de acesso aos domicílios. Nestes últimos casos, com o objetivo de sensibilizar os

respectivos moradores a participarem da pesquisa, foram enviadas cartas, via Correios, a 1.480 domicílios selecionados.

VERIFICAÇÃO DAS ENTREVISTAS

De modo a garantir a qualidade dos dados coletados, foram verificadas 6.126 entrevistas, o que corresponde a 18% do total da amostra planejada e resultou em 25% de entrevistas verificadas do total da amostra realizada. 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 23.508 domicílios, em 349 municípios, alcançando 71% da amostra planejada de 33.210 domicílios (Tabela 3). Em 20.544 deles, foram realizadas entrevistas com indivíduos que são população de referência da pesquisa TIC Domicílios (pessoas com 10 anos ou mais). Nos 2.964 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	86%
Acre	89%
Amazonas	84%
Roraima	91%
Pará	78%
Amapá	90%
Tocantins	69%
Maranhão	69%
Piauí	66%
Ceará	70%
Rio Grande do Norte	74%
Paraíba	76%
Pernambuco	76%

CONTINUA ►

► CONCLUSÃO

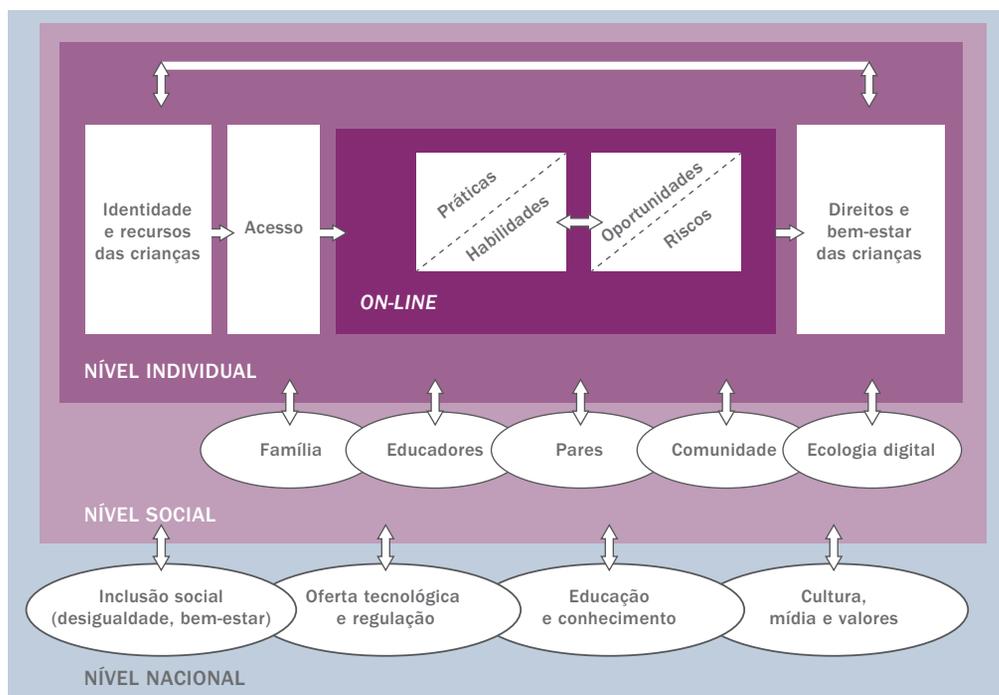
	Taxa de resposta
Alagoas	77%
Sergipe	77%
Bahia	82%
Minas Gerais	81%
Espírito Santo	62%
Rio de Janeiro	51%
São Paulo	62%
Paraná	71%
Santa Catarina	74%
Rio Grande do Sul	72%
Mato Grosso do Sul	76%
Mato Grosso	73%
Goiás	68%
Distrito Federal	68%
SITUAÇÃO DO DOMICÍLIO	
Urbana	69%
Rural	84%

ANÁLISE DOS RESULTADOS TIC KIDS ONLINE BRASIL 2018

INTRODUÇÃO

A presença cada vez mais intensa de crianças e adolescentes no ambiente digital amplia as necessidades de investigação sobre como essa população participa do espaço virtual, aproveita as oportunidades por ele ofertadas, bem como, interpreta e reage aos riscos nele manifestos. Em um cenário de constantes transformações, a garantia dos direitos das crianças e dos adolescentes em um mundo digital passa pela adoção de políticas públicas baseadas em evidências sistemáticas e robustas. É fundamental, nesse contexto, reconhecer que crianças e adolescentes devem ser envolvidos na geração de dados e indicadores sobre o tema, e que devem ter suas vozes levadas em consideração nas análises sobre as práticas e políticas implementadas.

A pesquisa TIC Kids Online Brasil, realizada desde 2012, segue o marco conceitual desenvolvido pela rede EU Kids Online (Livingstone, Mascheroni, & Staksrud, 2015). O quadro metodológico do estudo foi elaborado levando-se em conta a influência dos fatores individuais e sociais, assim como dos contextos nacionais sobre os usos da Internet por crianças e adolescentes, conforme se observa na Figura 1.

FIGURA 1
ENQUADRAMENTO TEÓRICO DA PESQUISA KIDS ONLINE

Fonte: Livingstone et al. (2015).

A metodologia da pesquisa pressupõe que fatores intrínsecos à existência da Internet, como acesso, oportunidades e riscos, sofrem constante influência dos aspectos contextuais e sociais que a criança vivencia. O marco considera, ainda, que o maior aproveitamento de oportunidades decorre de melhores condições de acesso – seja por meio de infraestrutura de melhor qualidade, da pluralidade de dispositivos disponíveis ou de ações de mediação adequadas.

Além da relação entre o aproveitamento de oportunidades e as melhores condições de acesso, o modelo ressalta que a frequência de uso e as práticas realizadas por crianças e adolescentes influenciam tanto na maior exposição aos riscos quanto, em contrapartida, no desenvolvimento de habilidades para o uso das tecnologias.

Devido à sua condição própria de desenvolvimento, crianças e adolescentes estão expostos não apenas a riscos provenientes da conduta de atores com os quais se relacionam na rede – que podem ser, inclusive, seus pares – como também da disseminação de conteúdos que muitas vezes são inadequados. É necessário, portanto, que a proteção desses indivíduos seja assegurada por meio da postura ativa de mediadores e da provisão de políticas públicas que garantam os direitos fundamentais de crianças e adolescentes no que diz respeito à sua privacidade, à dignidade, à reputação, bem como ao direito ao exercício de atividades culturais e de liberdade de expressão.

Os dados coletados pela pesquisa TIC Kids Online Brasil 2018 foram analisados tendo como referência o quadro metodológico descrito anteriormente. A seguir são apresentados os destaques da edição de 2018, orientados pelas seguintes linhas de investigação: conectividade e dinâmicas de uso; oportunidades e práticas *on-line*; habilidades para o uso da Internet; riscos e danos; mediação para o uso da rede; ecologia digital; e consumo e conteúdos mercadológicos.

TIC KIDS ONLINE BRASIL

2018

DESTAQUES



CONECTIVIDADE

Em 2018, 86% das crianças e adolescentes com idade entre 9 e 17 anos eram usuários de Internet, o que equivale a 24,3 milhões de indivíduos conectados. A proporção de crianças e adolescentes usuários de Internet foi maior nas classes AB (98%) e C (94%) do que nas classes DE (73%). Os percentuais também foram maiores nas regiões Sul (95%), Sudeste (94%) e Centro-Oeste (94%), na comparação com Norte e Nordeste (75% para ambas as regiões).

DISPOSITIVOS PARA ACESSAR A INTERNET

Estima-se que cerca de 22,7 milhões de usuários de Internet com 9 a 17 anos utilizavam a rede pelo celular em 2018. Cerca de metade do público investigado (53%) acessou a rede exclusivamente pelo telefone celular, sendo que os maiores percentuais foram observados entre as crianças e adolescentes usuários de Internet das classes DE (71%), com rendimento familiar de até um salário mínimo (66%) e residentes da região Nordeste (65%).



OPORTUNIDADES E PRÁTICAS

Em 2018, verificou-se um aumento na proporção de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos que usaram a rede para ver vídeos, programas, filmes ou séries (83%), ouvir música *on-line* (82%). Atividades multimídia passaram a ser as mais realizadas entre as crianças e os adolescentes usuários de Internet no Brasil, superando pesquisas na Internet para trabalhos escolares (74%) e o envio de mensagens instantâneas (77%).

CONSUMO

A exposição a conteúdos de divulgação de produtos ou marcas foi expressiva entre crianças e adolescentes de 11 a 17 anos. A pesquisa também passou a investigar o acesso a vídeos, fotos ou textos com pessoas ensinando a usar algum produto (55%), abrindo a embalagem de um produto (49%) e mostrando produtos que alguma marca deu para elas (48%). Adolescentes de 15 a 17 anos residentes de áreas urbanas e pertencentes às classes mais altas reportaram o contato com esses conteúdos em maiores proporções.



ECOLOGIA DIGITAL

Cerca de 20 milhões de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos usuários de Internet possuíam perfil em redes sociais em 2018, o que equivale a 82% dos usuários nessa faixa etária. O WhatsApp foi a plataforma que mais crianças e adolescentes reportaram possuir um perfil (70%), superando pela primeira vez na série histórica da pesquisa o Facebook (66%).

CONECTIVIDADE E DINÂMICAS DE USO

Como destacado no modelo referencial da pesquisa Kids Online (Livingstone et al., 2015), as condições de acesso à rede são determinantes para a intensidade do aproveitamento das experiências *on-line*. Nesse sentido, aspectos como a disponibilidade, a qualidade e a frequência de uso da rede, bem como a pluralidade de dispositivos utilizados, influenciam as formas como os usuários se engajam no ambiente *on-line*. Os vários perfis de usuários estão, portanto, associados a fatores econômicos, sociais e culturais nos quais indivíduos ou grupos de indivíduos se inserem.

Esta análise dos resultados traz dados apresentados por variáveis socioeconômicas que podem servir a gestores públicos e a acadêmicos como fonte de informação para compreensão sobre os desafios nacionais para a promoção do acesso equitativo à Internet por crianças e adolescentes.

CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET

Em 2018, 86% da população entre 9 e 17 anos era usuária de Internet no Brasil, o que equivale a 24,3 milhões de indivíduos conectados. A série histórica da pesquisa TIC Kids Online Brasil evidencia a tendência de crescimento no percentual de usuários de Internet nessa faixa etária, que, em 2015, foi de 79%.

Ainda que a proporção de usuários de Internet seja crescente, indivíduos provenientes de contextos sociodemográficos distintos apresentaram disparidades quanto ao uso da rede. Tais diferenças foram observadas, por exemplo, na proporção de crianças e adolescentes usuários de Internet nas áreas urbana (90%) e rural (68%), bem como, entre as regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste (com proporções superiores a 90% de usuários) e as regiões Nordeste e Norte (com 75% de usuários de Internet nessa faixa etária em ambas regiões), conforme revela o Gráfico 1.

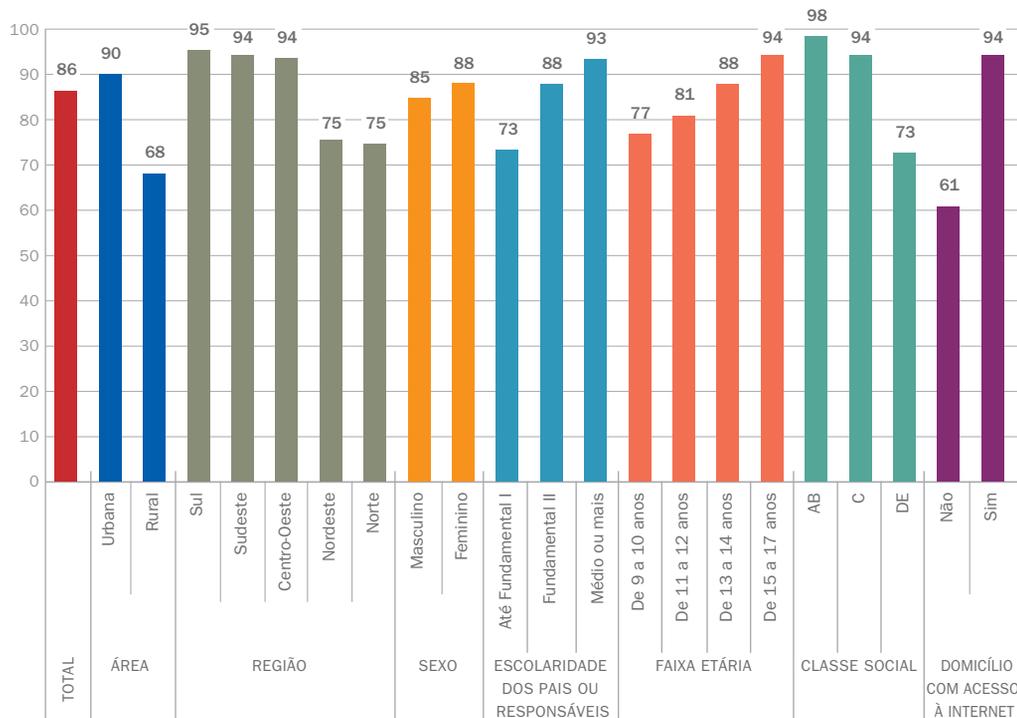
Enquanto a quase totalidade das crianças e dos adolescentes de 9 a 17 anos das classes AB (98%) e C (94%) era usuária de Internet em 2018, entre aqueles das classes DE, a proporção foi de 73%. Observa-se, ainda, que a proporção de crianças e adolescentes usuários de Internet foi maior entre aqueles que tinham acesso à rede no domicílio (94%) em comparação com aqueles que não possuíam (61%).

A faixa etária, por sua vez, está entre as variáveis mais relevantes para a análise da presença de crianças e adolescentes no ambiente virtual (Kubota, Barbosa, Senne, & Hatadani, 2016). No que se refere ao uso da Internet nos três meses anteriores à realização do estudo, a proporção chega a 94% entre os adolescentes de 15 a 17 anos, reduzindo-se à medida que diminui a idade dos indivíduos.

GRÁFICO 1

CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE ACESSARAM A INTERNET NOS ÚLTIMOS TRÊS MESES (2018)

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



Em 2018, 3,8 milhões de crianças e adolescentes entre 9 e 17 anos reportaram que nunca acessaram a Internet ou não tiveram acesso nos três meses anteriores à pesquisa. Entre os não usuários, 2,2 milhões de crianças e adolescentes alegaram a ausência de Internet no domicílio como motivo para não acesso. O fato de não poderem acessar a Internet na escola foi mencionado por 1,4 milhões de crianças e adolescentes.

Os principais motivos mencionados por crianças e adolescentes para não acessar a Internet (Tabela 1) reforçam que o acesso domiciliar tem sido o principal impulsionador do uso da rede entre esses usuários. As escolas, por sua vez, representam um potencial relevante e ainda não plenamente aproveitado para garantir a ampliação do acesso à rede para esse público no país.

TABELA 1
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR MOTIVO PARA NÃO ACESSAR A INTERNET – PROPORÇÃO
E ESTIMATIVA EM MILHÕES (2018)
Total de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos

	Proporção (%)	Estimativas em milhões
Não tem Internet em casa	8	2,2
Não pode usar a Internet na escola	5	1,4
Não sabe usar a Internet	5	1,4
Não tem Internet em nenhum lugar que costuma ir	5	1,3
Porque não tem vontade de usar a Internet	4	1,3
A Internet não é para pessoas da idade dele(a)	4	1,2
Seus pais ou as pessoas que cuidam dele(a) não deixam	4	1,1
Algumas coisas o(a) chatearam ou incomodaram na Internet	2	0,6
Por causa da religião	2	0,6
Os amigos não usam	2	0,6
Outro	1	0,2

FREQUÊNCIA DE USO DA REDE

Segundo os resultados da TIC Kids Online Brasil, a frequência de uso da Internet por crianças e adolescentes de 9 a 17 anos é crescente no país. A proporção daqueles que utilizaram a rede todos os dias ou quase todos os dias passou de 47%, em 2012¹, para 88%, em 2018. Também foi observado um aumento nos últimos anos na proporção daqueles que utilizaram a Internet mais de uma vez por dia, a qual passou de 68%, em 2015, para 75%, em 2018.

No entanto, assim como observado para o acesso, há diferenças relevantes nas proporções de uso da rede mais de uma vez por dia entre indivíduos de diferentes perfis sociodemográficos. Entre as crianças e adolescentes de áreas urbanas (77%) e de classes AB (87%), o uso foi mais frequente do que entre os residentes na área rural (63%) e os pertencentes às classes DE (64%).

A faixa etária também é uma variável relevante, sendo que a frequência de uso da Internet foi mais elevada entre usuários de 15 a 17 anos (81% relataram utilizar a Internet todos os dias). Já entre os usuários de Internet de 9 a 10 anos, a proporção dos que utilizaram a Internet mais de uma vez ao dia foi de 65%.

DISPOSITIVOS UTILIZADOS PARA ACESSAR A INTERNET

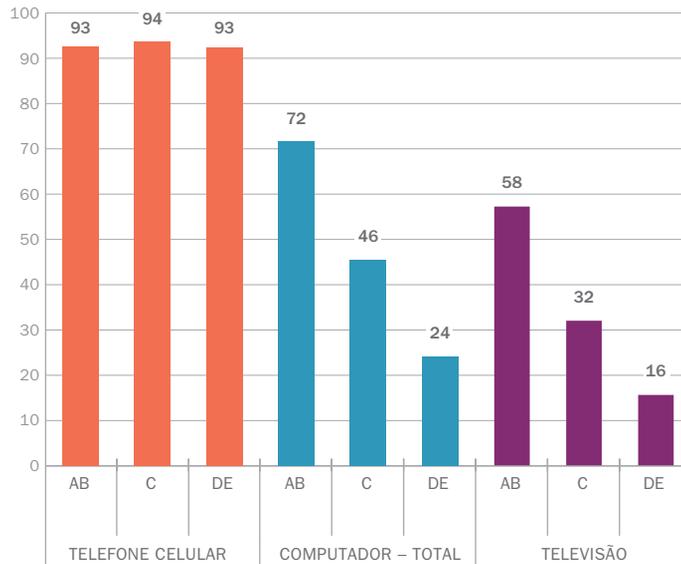
Desde 2014 o telefone celular tem sido o dispositivo mais utilizado por crianças e adolescentes no Brasil para acesso à Internet. Em 2018, cerca de 22,7 milhões de crianças e adolescentes brasileiros acessavam a rede por meio do celular, o que equivale a 93% de usuários de Internet entre 9 e 17 anos do país (Gráfico 2).

¹ Na edição de 2012, a faixa etária considerada pela pesquisa era de 9 a 16 anos, tendo sido ampliada para a faixa de 9 a 17 anos a partir de 2013.

Vale ressaltar, ainda, que o uso do telefone celular para acessar a Internet apresenta percentuais homogêneos entre os diferentes segmentos socioeconômicos analisados na pesquisa. O mesmo não ocorre para o uso do computador e da televisão, que são mais utilizados entre as crianças e os adolescentes das classes socioeconômicas mais altas.

GRÁFICO 2

CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET, POR DISPOSITIVO UTILIZADO PARA ACESSAR A INTERNET (2018)
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



Entre os fatores que podem explicar o avanço do uso de dispositivos móveis por crianças e adolescentes em todas as faixas de renda está a disponibilidade de modelos a custo mais acessível e a variedade de funcionalidades do celular, que permitem acesso a recursos midiáticos e de comunicação. No entanto, embora o dispositivo exerça papel importante na ampliação do acesso à Internet, a qualidade e a frequência dessa conexão levam a questionamentos sobre o efeito dessa adoção para o aproveitamento de oportunidades *on-line*.

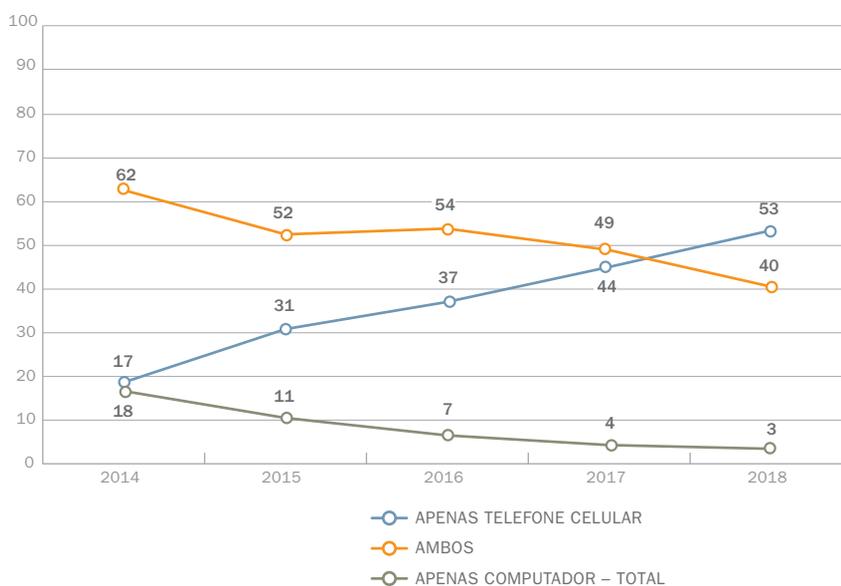
Além do avanço no uso do telefone celular, também tem aumentado a utilização da televisão para acesso à Internet. Em 2018, o dispositivo foi utilizado por um terço dos usuários de Internet de 9 a 17 anos (32%). A tendência de crescimento vem sendo observada desde 2014, quando 12% das crianças e adolescentes usuários da rede utilizavam esse dispositivo para acessarem a Internet. Essa tendência também pode ser observada entre os usuários de Internet com dez anos ou mais: segundo dados da TIC Domicílios, em 2014, 7% da população usuária da rede utilizavam a Internet pela televisão, proporção que passou para 30% em 2018 (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2019a).

Diferentemente da tendência de crescimento observada no acesso à rede pela televisão, a proporção de crianças e adolescentes que utilizou o computador para este fim vem diminuindo nos últimos anos. Pela primeira vez na série histórica da pesquisa TIC Kids Online Brasil, menos da metade dos usuários de Internet na faixa etária analisada (44%) utilizou a rede no computador, percentual que havia atingido 80% em 2012. A redução no uso de computadores para acesso à Internet ocorreu principalmente entre crianças e adolescentes usuários de

Internet dos estratos mais conectados: residentes em áreas urbanas (de 55%, em 2017, para 46%, em 2018), pertencentes às classes AB (de 84%, em 2017, para 72%, em 2018) e C (de 55%, em 2017, para 46%, em 2018).

Em 2018, mais da metade (53%) dos usuários de Internet de 9 a 17 anos utilizou a rede exclusivamente pelo telefone celular (Gráfico 3). O uso tanto do telefone celular quanto do computador para acessar a Internet, no entanto, chegou ao patamar mais baixo na série histórica da pesquisa TIC Kids Online Brasil, da mesma forma que o uso da Internet exclusivamente pelo computador, cuja proporção foi de apenas 3% dos usuários de Internet na faixa etária avaliada.

GRÁFICO 3
CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET, POR DISPOSITIVOS UTILIZADOS DE FORMA EXCLUSIVA OU SIMULTÂNEA PARA ACESSAR A INTERNET (2014 - 2018)
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)

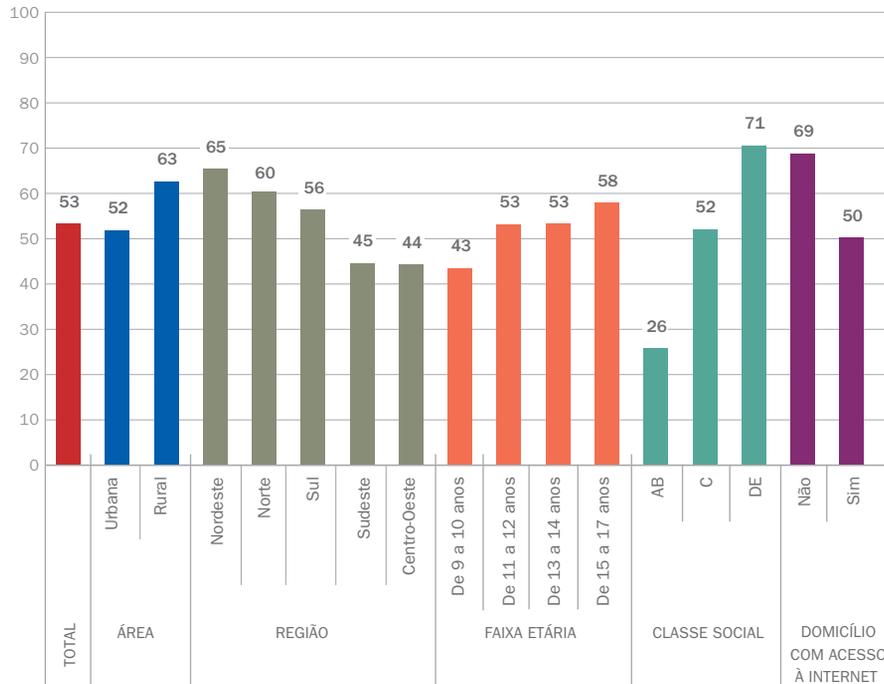


Também foram identificadas desigualdades no uso combinado de computador e telefone celular entre os diferentes perfis socioeconômicos e entre as regiões. O uso de ambos os equipamentos para acessar a Internet ultrapassou a metade dos usuários de 9 a 17 anos das classes AB (67%) e com rendimento familiar superior a três salários mínimos (56%). Em termos geográficos, a proporção foi maior no Sudeste (50%) e nas áreas urbanas (42%). Já os percentuais mais baixos foram encontrados entre crianças e adolescentes usuários da rede pertencentes às classes DE (22%), com famílias com rendimento de até um salário mínimo (27%), da região Norte (26%) e de áreas rurais (26%).

Disparidades também foram identificadas no uso de Internet exclusivamente pelo telefone celular (Gráfico 4). Aproximadamente dois terços das crianças e adolescentes usuários de Internet das classes DE (71%), com rendimento familiar de até um salário mínimo (66%) e residentes da região Nordeste (65%) acessaram a rede exclusivamente pelo dispositivo. Os percentuais foram menores quanto mais alta a classe socioeconômica ou a renda familiar, alcançando 26% entre usuários das classes AB e 37% entre aqueles com renda familiar superior a três salários mínimos.

GRÁFICO 4
CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET, POR USO EXCLUSIVO DO TELEFONE CELULAR PARA ACESSAR A INTERNET (2018)

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



No caso do acesso à rede por consoles de *videogames*, é clara a diferença entre meninos (21%) e meninas (10%), o que converge com o resultado observado também na prática de jogar *on-line*, como será descrito a seguir. O *tablet*, por sua vez, apresentou menores proporções de uso em comparação com os demais dispositivos investigados pela pesquisa, porém foram identificadas diferenças entre as faixas etárias: as proporções de uso do dispositivo foram de 26% para população de 9 a 10 anos e de 11% para as faixas de 13 a 14 anos e de 15 a 17 anos. O uso mais intenso entre as crianças mais novas pode estar associado ao seu maior aproveitamento do dispositivo para jogos, exibição de filmes e fotos, e pela disponibilidade de modelos específicos para crianças.

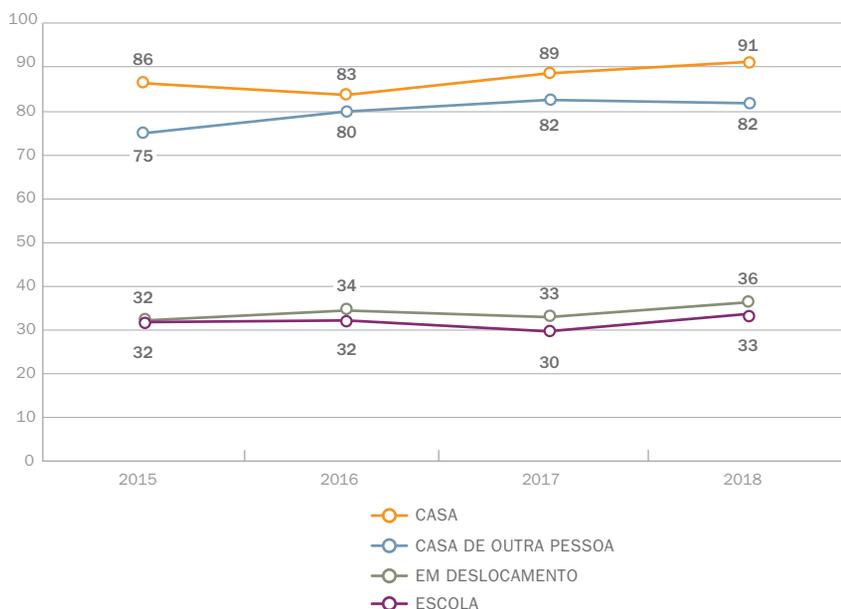
LOCAL DE USO DA INTERNET

Os dados de 2018 acerca dos locais de uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil indicam que, de modo geral, o acesso à rede continua ocorrendo predominantemente em ambiente doméstico. As proporções de uso no domicílio atingiram quase a totalidade da população na faixa etária considerada (91%), conforme mostra o Gráfico 5. Para esse caso, não foram observadas diferenças significativas por idade, mas sim por classe social – embora menos expressivas do que para outros locais de acesso (99% na classe AB, 94% na classe C e 83% nas classes DE).

GRÁFICO 5

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR LOCAL DE ACESSO À INTERNET (2015 - 2018)

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



Ainda associado com um uso domiciliar, o segundo principal local de acesso mencionado foi a casa de outra pessoa (82%). Também para esse caso não foram identificadas disparidades relevantes por renda e classe. No entanto, entre os mais velhos (89% entre aqueles de 15 a 17 anos), as proporções foram maiores do que entre os mais novos (74% para a população de 9 a 10 anos).

Em contraposição ao acesso predominantemente domiciliar, a utilização da Internet por crianças e adolescentes em instituições e locais públicos foi expressivamente menor. Dado que a população investigada está em idade escolar, as políticas educacionais poderiam representar uma alternativa promissora para a democratização do acesso à rede. No entanto, a escola foi um dos locais em que crianças e adolescentes reportaram ter acessado a rede em menores proporções (33%). A região com proporção mais alta de uso da Internet na escola foi a Sul (43%) e, com menor percentual, a Norte (24%). Já no Sudeste, onde as condições de conectividade estão entre as melhores do país, 36% das crianças e adolescentes investigados disseram ter acessado a rede no ambiente escolar.

Assim como no Brasil, a casa também é o lugar onde crianças e adolescentes mais acessam à Internet no Chile (94%), Costa Rica (87%) e Uruguai (81%). No entanto, na escola, o Brasil encontra-se em patamar mais baixo em relação ao estimado pelas pesquisas Kids Online dos demais países, como Uruguai (60%) e Chile (50%) (Cabello, Claro, Lazcano, & Antezana, 2018; Fundo das Nações Unidas para a Infância [Unicef], 2018).

Além de a escola ser um ambiente com grande potencial para a implementação de estratégias para a universalização do acesso, políticas educacionais também podem ampliar o uso de um conjunto mais diversificado de dispositivos por crianças e adolescentes. Como demonstrado

na seção anterior, o uso exclusivo do telefone celular é crescente no país, enquanto o uso de computadores vem apresentando um movimento de decréscimo. O acesso a computadores nas escolas ou mesmo a disponibilização de dispositivos para uso dos alunos poderia modificar esse cenário e ampliar as possibilidades de uso das TIC por crianças e adolescentes no país.

Os centros públicos de acesso gratuito figuram como alternativa adicional para a ampliação do acesso à Internet, sobretudo em algumas regiões e em segmentos socioeconômicos mais desprovidos de infraestrutura de conexão à Internet. Entretanto, apenas 9% das crianças e adolescentes utilizaram a Internet nesses locais. Diante disso, vale ressaltar que, ainda que a provisão de infraestrutura seja determinante para a promoção do acesso à Internet, ela não é suficiente para garantir o uso. Outros fatores, como os locais de sua implementação e ações formativas que estimulem a realização de atividades *on-line*, devem ser considerados pelas políticas públicas do setor.

Entre os usuários de Internet de 9 a 17 anos, 36% afirmaram ter acessado a Internet em deslocamento, proporção que aumenta com a idade (23% entre crianças de 9 a 10 anos e 52% entre adolescentes de 15 a 17 anos). Também para esse caso, foram observadas diferenças regionais relevantes. Do total de crianças e adolescentes que reportaram ter usado a Internet em deslocamento, 32% eram da região Norte, 29% da Centro-Oeste e 24% da Nordeste.

USO DO TELEFONE CELULAR: TIPOS DE CONEXÃO

O local em que crianças e adolescentes acessam a Internet está intrinsecamente relacionado aos tipos de conexão disponíveis. Considerando o acesso por meio do telefone celular, principal dispositivo utilizado, observa-se que o WiFi foi o tipo de conexão mais usado pela população na faixa etária investigada (86%). Esse percentual está no mesmo patamar do observado na média dos usuários de Internet com dez anos ou mais (89%), conforme os dados da pesquisa TIC Domicílios 2018 (CGI.br, 2019a).

No entanto, da mesma forma que ocorre no acesso a dispositivos e nos locais de uso, são observadas diferenças sociodemográficas para os tipos de conexão utilizados para acessar a Internet pelo telefone celular. O uso do WiFi foi reportado por 60% das crianças e adolescentes no Norte e superou 80% nas demais regiões. Além disso, o uso do WiFi para acessar a rede foi menor à medida que diminuía a classe social, atingindo 91% entre crianças e adolescentes das classes AB e 81% entre aqueles das classes DE (Gráfico 6).

Já o uso de conexão móvel por pacote de dados 3G ou 4G não ultrapassa o patamar de 50% desde 2015. Além disso, essa proporção é inferior à observada para a população de dez anos ou mais, dentre os quais 74% mencionaram em 2018 terem acessado a Internet no telefone celular utilizando 3G ou 4G (CGI.br, 2019a).

Vale destacar que o percentual de crianças e adolescentes que utilizaram as redes 3G ou 4G para se conectar à Internet pelo telefone celular foi inferior entre as crianças de 9 e 10 anos (30%), comparadas aos adolescentes de 15 a 17 anos (57%) – diferente do WiFi, cujas proporções entre as faixas etárias são mais homogêneas. Além disso, a conexão móvel apresentou pouca variação em relação às diferentes classes sociais (44% para classes AB e C e 47% para as classes DE).

GRÁFICO 6

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CONEXÃO UTILIZADA PARA ACESSAR A INTERNET NO TELEFONE CELULAR (2018)
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)

Além de fatores econômicos e de infraestrutura, o tipo de conexão utilizado também pode estar associado às escolhas dos pais ou responsáveis sobre as permissões para o uso da Internet por crianças e adolescentes, especialmente no que diz respeito aos locais e à frequência de acesso. Nesse sentido, mesmo que crianças utilizem dispositivos portáteis, caso o acesso seja realizado exclusivamente via WiFi, o uso não será necessariamente móvel e os períodos de conexão também poderão ser monitorados.

O uso exclusivo de WiFi foi menor conforme aumenta a faixa etária, apresentando proporção de 57% entre crianças de 9 a 10 anos e 40% entre adolescentes de 15 a 17 anos. O percentual daqueles que utilizaram apenas as redes 3G e 4G para acessar a Internet pelo telefone celular diminuiu nos últimos anos, passando de 12%, em 2015, para 7%, em 2018.

O acesso exclusivo por meio de rede móvel foi de 4% entre usuários de 9 a 10 anos e de aproximadamente 8% para crianças e adolescentes nas demais faixas etárias. O uso exclusivo de rede móvel ocorreu principalmente entre as crianças e adolescentes pertencentes às classes DE (12%), residentes na área rural (13%) e da região Norte (24%). Não foram observadas diferenças expressivas para o uso exclusivo do WiFi pelas diferentes classes sociais. As proporções foram de 49% para as classes AB, 50% para a classe C e 46% para as classes DE.

O uso simultâneo do WiFi e das redes 3G ou 4G para se conectar à Internet pelo telefone celular foi mais frequente entre crianças e adolescentes das classes AB (42%) do que entre aqueles das classes DE (35%). Também foram observadas diferenças no acesso a ambos os tipos de conexão por faixa etária, as quais chegam a 49% para a população de 15 a 17 anos e a 26% para usuários de 9 a 10 anos.

Assim como evidenciado pela TIC Domicílios, a análise dos resultados da TIC Kids Online Brasil 2018 indica que, de modo geral, no Brasil, as classes mais altas possuíam melhores condições de acesso à rede, a utilizavam com mais frequência, por meio de uma pluralidade maior de dispositivos e em uma maior variedade de locais. Além disso, sob a perspectiva geográfica, é possível observar que crianças e adolescentes de diferentes regiões não têm o mesmo acesso ao ambiente *on-line*.

A seção seguinte é dedicada às práticas *on-line* de crianças e adolescentes, e descreve como as disparidades na conectividade apresentadas anteriormente, bem como aspectos sociais e contextuais, exercem influência sobre o tipo e a qualidade do uso que se faz da rede.

USOS DA REDE: OPORTUNIDADE E RISCOS

Além das condições de acesso, a investigação sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes é fundamental para compreender os mecanismos que possibilitam a ampliação das suas oportunidades *on-line*. Ao mesmo tempo, é imprescindível a implementação de estratégias que permitam mitigar os riscos no ambientes *on-line*, levando em conta os fatores socioculturais e identitários que influenciam a apropriação da rede e seu resultado para o bem-estar dos usuários.

Segundo evidências da literatura, uma mesma prática pode expandir oportunidades ou incorrer em riscos, dependendo do conteúdo acessado e, principalmente, das habilidades da criança ou do adolescente para participar do ambiente virtual (Livingstone et al., 2015). Diante disso, mesmo em condições de acesso semelhantes, as formas de aproveitamento de oportunidades *on-line* são diversas, o que amplia os desafios de análise do campo.

A pesquisa TIC Kids Online Brasil não pretende esgotar as múltiplas possibilidades de usos da Internet, mas ressalta práticas que se destacam na agenda pública sobre a presença de crianças e adolescentes no ambiente virtual. São consideradas para a análise, portanto, práticas relacionadas a: educação e busca de informações; multimídia e entretenimento; comunicação e redes sociais; e cidadania e engajamento.

Pela perspectiva da garantia do bem-estar de crianças e adolescentes na era digital, a pesquisa investiga ainda os possíveis riscos aos quais essa população pode ser exposta na rede. Nesse sentido, são considerados os conteúdos sensíveis com os quais esse público pode se deparar, riscos associados ao contato com desconhecidos e ao próprio papel ativo de crianças e adolescentes em condutas ofensivas e de discriminação que podem atingir seus pares.

Além disso, uma vez que as habilidades digitais são fatores indissociáveis ao melhor aproveitamento das práticas, a pesquisa considera as competências fundamentais relacionadas às atividades investigadas, as quais podem possuir caráter operacional, informacional, social, criativo ou *mobile* (Platt, 2016).

Assume-se, também, a importância do papel ativo de pais e responsáveis em orientar e acompanhar as práticas de crianças e adolescentes para garantia do bem-estar dessa população no ambiente digital. Além de perguntas sobre mediação e orientação para o uso da Internet direcionadas aos usuários de 9 a 17 anos, pais e responsáveis também são questionados sobre as ações de mediação realizadas.

OPORTUNIDADES E PRÁTICAS

Considerando atividades associadas a educação e busca de informação, foram identificadas diferenças expressivas entre crianças e adolescentes de áreas urbanas e rurais nas atividades de busca *on-line* de informações sobre o lugar onde vivem e de acesso a notícias pela Internet. Nas áreas rurais, a proporção dos que procuraram informações sobre o lugar onde moram foi de 12%, metade da proporção daqueles residentes em áreas urbanas (24%). Com relação ao consumo de notícias pela Internet, a diferença entre as áreas rural e urbana também foi significativa: 38% para áreas rurais e 56% para urbanas.

Diferenças geográficas também foram identificadas para atividades de cidadania e engajamento. Crianças e adolescentes das áreas urbanas conversaram mais na Internet sobre política ou problemas da sua cidade ou do seu país (22%) do que usuários de áreas rurais (12%) e participaram de campanha ou protesto na Internet em maiores proporções (6% *versus* 1%). Além disso, também foram observadas diferenças para as classes socioeconômicas: entre os indivíduos das classes AB, 31% reportaram ter conversado sobre política ou problemas de sua cidade ou país, proporção que foi de 18% entre as classes C e de 17% nas classes DE.

Cabe destacar que o percentual de crianças e adolescentes que conversou sobre política ou problemas da cidade aumentou oito pontos percentuais em relação a 2017, chegando, em 2018, a 20% – o que pode ter sido reflexo do fato de a coleta de dados ter sido realizada em um momento próximo ao período eleitoral. Tal movimento ocorreu em diversos segmentos socioeconômicos e regionais, com destaque para os resultados observados na região Sul, onde o percentual passou de 12% para 30%, entre crianças e adolescentes usuários de Internet com renda familiar superior a três salários mínimos (cuja proporção passou de 15%, em 2017, para 34%, em 2018) e entre aqueles pertencentes às classes AB (de 18%, em 2017, para 31%, em 2018).

Além das disparidades geográficas, foram observadas diferenças para o uso da Internet de acordo com o sexo. Considerando as atividades de buscas de informações, a proporção de meninas (33%) que reportaram procurar informações sobre saúde foi maior do que a de meninos (24%). Também foi maior o percentual de meninas (33%) que mencionaram ter procurado na Internet informações sobre oportunidades de emprego ou cursos (contra 25% de meninos). O uso de mapas *on-line* também apresenta proporções diferentes a depender de fatores sociodemográficos. As proporções foram maiores entre os meninos (41%) do que entre meninas (32%) e nas classes mais altas (50% na classe AB, 37% na classe C e 28% nas classes DE).

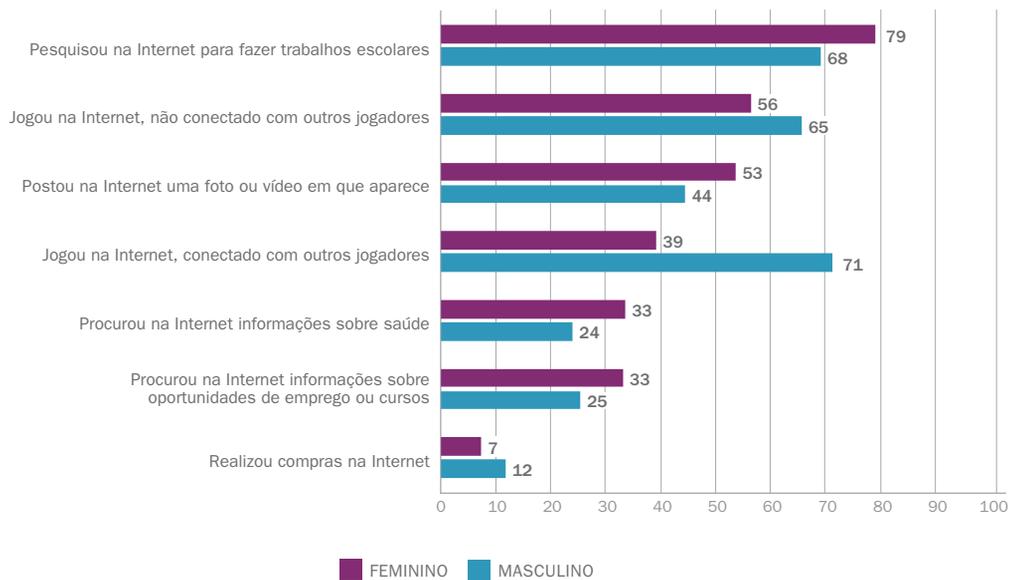
Considerando as atividades multimídia analisadas, em 2018, verificou-se um aumento na proporção de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos que usaram a rede para ver vídeos, programas, filmes ou séries e ouvir músicas *on-line* (83%). Pela primeira vez na série histórica da TIC Kids Online, essas atividades passaram a ser as mais realizadas pelas crianças e os adolescentes usuários de Internet no Brasil, superando a atividade de pesquisa na Internet para trabalhos escolares (74%) e o envio de mensagens instantâneas (77%).

Diferenças relevantes também foram observadas para atividades multimídia e de entretenimento relacionadas aos jogos. A proporção de meninos que reportaram ter jogado *on-line*, não conectados a outros jogadores, foi de 65%, e a de meninas, de 56% (Gráfico 7). As diferenças são maiores quando considerado os jogos *on-line* conectados com outros jogadores, cuja proporção foi de 71% entre os meninos e de 39% entre as meninas.

É importante ressaltar, no entanto, que, embora as diferenças sejam evidentes, a situação não é estática. A popularização de jogos *on-line* conectados com outros jogadores entre crianças e adolescentes usuários de Internet, cuja proporção aumentou de 38%, em 2017, para 55%, em 2018, ocorreu tanto entre meninos quanto entre meninas. Em 2017, a proporção daqueles que realizavam a atividade era de 56% entre meninos e 20% entre meninas.

GRÁFICO 7

CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET, POR ATIVIDADES REALIZADAS ON-LINE (2018)
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



Embora atividades de entretenimento relacionadas a assistir a vídeos, programas e filmes, bem como a ouvir música, ocorram em proporções semelhantes para todas as faixas etárias, a pesquisa aponta um maior uso de jogos não conectados com outros jogadores entre os usuários mais novos (64% entre crianças usuárias de Internet de 9 a 10 anos) do que de jogos conectados com outros jogadores (43% de usuários na mesma faixa etária). Conforme a idade aumenta, as diferenças nas proporções de jogos não conectados com outros jogadores (65% para 11 e 12 anos, 57% para 13 e 14 anos e 58% para 15 a 17 anos) e jogos conectados com outros jogadores (57% para 11 e 12 anos, 60% para 13 e 14 anos e 57% para 15 a 17 anos) deixam de ocorrer.

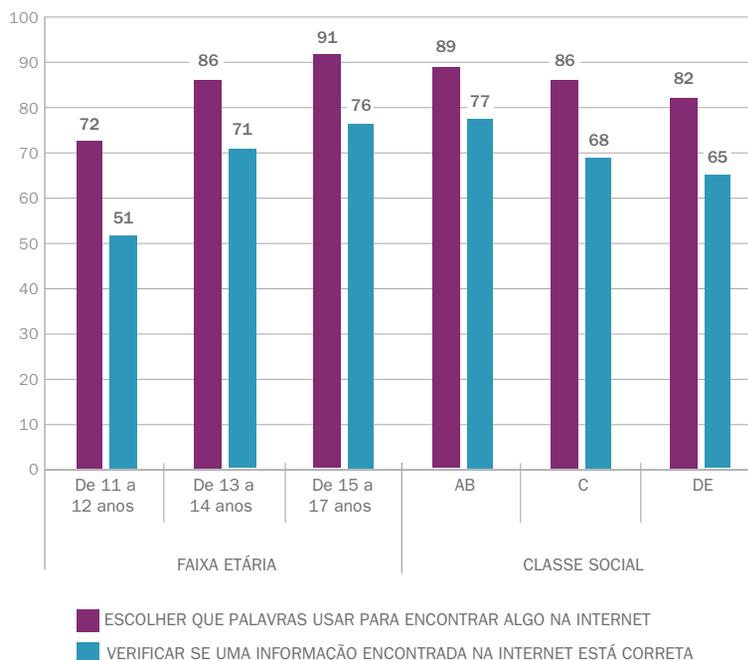
Os dados da TIC Kids Online Brasil 2018 evidenciam que, para os diferentes grupos de atividades investigados, de modo geral, as proporções de crianças e adolescentes que realizam as atividades investigadas pela pesquisa variam à medida que a idade aumenta e entre as distintas classes. Considerando os reflexos do uso sobre o desenvolvimento de habilidades (Deursen & Dijk, 2018), cabe a reflexão sobre em que medida tais disparidades podem representar limitações importantes das oportunidades geradas pelo engajamento *on-line* para perfis específicos de crianças e adolescentes, sobretudo os mais vulneráveis do ponto de vista socioeconômico.

HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET

A construção de um ambiente *on-line* representativo pressupõe, além da garantia de convivência nesse espaço, o desenvolvimento de habilidades que possibilitem uma participação ativa, responsável e crítica. Pela perspectiva das habilidades informacionais, a maior parte das crianças e adolescentes usuários de Internet entre 11 e 17 anos relatou saber escolher que palavras usar para encontrar algo na Internet (85%), assim como verificar se uma informação encontrada está correta (69%).

Cabe destacar que para ambas as habilidades mencionadas foram observadas diferenças relevantes por faixa etária. A proporção de crianças e adolescentes usuários de Internet que reportaram saber verificar se uma informação encontrada na Internet é verdadeira foi de 51% entre a população de 11 a 12 anos; e de 76% entre adolescentes de 15 a 17 anos (Gráfico 8). Quanto à habilidade de saber escolher que palavras usar para encontrar algo na Internet, as proporções foram de 72% para a população de 11 a 12 anos e de 91% para usuários de 15 a 17 anos. Assim como observado para as faixas etárias, as habilidades citadas também apresentaram maiores proporções entre indivíduos pertencentes às classes AB, os quais são, como apresentado anteriormente, usuários mais frequentes da rede.

GRÁFICO 8
CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET, POR HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET (2018)
Total de usuários de Internet de 11 a 17 anos (%)



Diferenças etárias também foram identificadas em relação à percepção de crianças e adolescentes sobre suas habilidades para o uso da rede. As proporções de usuários de Internet que consideraram saber muitas coisas sobre como usar a Internet e saber mais sobre a Internet do que seus pais foi de aproximadamente 80% entre a população de 15 a 17 anos, de 70% entre usuários de 13 a 14 anos e de 60% entre aqueles de 11 a 12 anos. Pela perspectiva

das classes socioeconômicas, não houve diferença nas proporções dos que reportaram saber mais sobre a Internet do que o seus pais (aproximadamente 70% para todas as classes). No entanto, as proporções dos que declararam saber muitas coisas sobre como usar a Internet foram maiores entre as classes AB (80%) do que entre as classes C (73%) e DE (69%).

Quanto mais frequentes as oportunidades *on-line*, melhores as condições de desenvolvimento de habilidades digitais e de resultados positivos decorrentes das práticas realizadas. Ocorre que, resultados empíricos das pesquisas Kids Online demonstram que a maior frequência de práticas também está associada à maior exposição aos riscos existentes nesse ambiente (Garmendia, Garitaonandia, Martinez, & Casado, 2012). Nesse sentido, a exposição de crianças e adolescentes a conteúdos sensíveis, o contato com desconhecidos e a própria conduta que realizam devem ser considerados por mediadores, gestores públicos e pesquisadores para garantia do bem-estar desse público no ambiente digital.

RISCOS E DANOS

Os conteúdos acessados são determinantes para análises sobre os riscos e as oportunidades *on-line*. O referencial teórico adotado pela rede Kids Online destaca, dentre os conteúdos sensíveis abordados nas agendas públicas de infância e adolescência, aqueles relacionados a formas de machucar a si mesmo, de cometer suicídio, formas de ficar muito magro(a) e experiências ou uso de drogas.

No que se refere a conteúdos sensíveis com os quais crianças e adolescentes tiveram contato, foram observadas diferenças nas proporções entre meninas e meninos, em especial para os conteúdos sobre formas para ficar muito magro(a) (24% entre as meninas e 12% entre os meninos de 11 a 17 anos) e formas de cometer suicídio (18% entre as meninas e 9% entre os meninos, na mesma faixa etária).

Investigar o contato com conteúdos sensíveis é fundamental por conta dos danos que podem decorrer desse contato. No entanto, cabe ressaltar, mais uma vez, a importância de serem consideradas as informações presentes nos conteúdos acessados, bem como a forma como são interpretadas e assimiladas. O uso de plataformas digitais também pode ampliar o acesso a pares e a especialistas em saúde, aumentando o suporte emocional entre os contatos estabelecidos (Royal Society for Public Health [RSPH], 2017). Diante disso, nem sempre o fato de relatarem o contato com tais conteúdos reflete um dano efetivo.

Além da exposição a conteúdo sensível, os riscos envolvendo o contato com desconhecidos estão entre os mais debatidos nas agendas sobre a participação *on-line* de crianças e adolescentes. A presença crescente dessa população em plataformas digitais e o aumento de atividades multimídia, a exemplo dos jogos conectados com outros jogadores, ampliam as necessidades de investigação sobre os riscos de contato viabilizados na rede.

Em 2018, 41% dos usuários de Internet entre 9 e 17 anos reportaram ter tido contato com alguém que não conheciam pessoalmente. A proporção foi maior entre os meninos (44%) do que entre as meninas (38%), aumentando de acordo com a faixa etária (10% entre 9 e 10 anos e 64% entre 15 e 17 anos). Também foram observadas diferenças relevantes por faixa etária entre aqueles que encontraram pessoalmente com alguém que conheceram pela Internet, sendo 3% entre a população de 9 a 10 anos, 19% de 13 a 14 anos e 36% entre usuários de 15 a 17 anos.

Ainda que os riscos envolvendo contato com pessoas que conheceram pela Internet não possam ser negligenciados, cabe ressaltar que, entre os que tiveram contato com pessoas que conheceram pela rede, apenas 4% reportaram ter se sentido incomodados após o encontro.

Nesse contexto, é primordial complementar as informações obtidas a partir de entrevistas com crianças e adolescentes com dados coletados com os adultos responsáveis por eles, o que permite uma compreensão mais integral do contexto do uso da rede e das formas de mediação adotadas. Embora crianças e adolescentes possam, de fato, possuir habilidades operacionais, técnicas e *mobile* mais desenvolvidas do que seus mediadores, muitas das atividades realizadas *on-line* pressupõem uma maturidade que ainda está sendo consolidada por esse público. Nesse sentido, se destacam os questionários aplicados aos pais e responsáveis na TIC Kids Online Brasil e na TIC Educação (CGI.br, 2019b), que coleta dados sobre mediação também junto aos docentes².

MEDIAÇÃO POR PAIS OU RESPONSÁVEIS

A partir dos resultados da TIC Kids Online Brasil, é possível observar diferenças nas práticas de mediação adotadas por pais e responsáveis, relacionadas especialmente às variáveis sexo e faixa etária das crianças e dos adolescentes. Quanto mais novo o usuário, maiores parecem ser as preocupações de seus pais e responsáveis sobre as experiências *on-line* de crianças e adolescentes.

Medidas restritivas para o uso do celular, por exemplo, foram consideravelmente mais expressivas entre os usuários mais novos. Entre os usuários de 9 a 10 anos, 71% reportaram que seus pais olham o celular para ver o que estão fazendo ou com quem estão falando (proporção que é de 40% para a população de 15 a 17 anos), 77% reportaram regras para o uso do celular (37% para aqueles de 15 a 17 anos) e 81% que seus pais os deixam um tempo sem usar o celular (34% para usuários de 15 a 17 anos). Embora a ajuda de pais ou responsáveis para fazer alguma coisa na Internet também tenha apresentado proporções maiores entre as crianças mais novas (81% para população de 9 a 10 anos e 46% para aqueles de 15 a 17 anos), o incentivo para aprender coisas novas foi significativamente mais baixo para usuários de 9 a 10 anos (37%) frente à população de 15 a 17 anos (56%).

Além disso, nota-se maior intensidade de práticas de mediação em relação às meninas. Sobre esse aspecto, foram observadas diferenças para medidas restritivas e para ações de mediação ativa, como, por exemplo, conversar sobre o que faz na Internet (73% para meninas e 62% para meninos) e ensinar como se comportar *on-line* com outras pessoas (82% para meninas e 70% para meninos).

O potencial da mediação para o uso seguro e responsável da Internet é inquestionável e amplamente discutido por estudos da área (Livingstone, Burton et al., 2017; Livingstone, Ólafsson et al., 2017) mas é necessária atenção às diferenças de oportunidades entre os grupos de crianças e adolescentes em usufruir dessas práticas. O que se pretende ressaltar, nesse caso, é que desigualdades socioculturais podem ser refletidas e reforçadas no ambiente virtual, comprometendo, dessa forma, a efetivação integral dos direitos de crianças e adolescentes na era digital.

² Para mais informações consultar os “Relatórios Metodológicos” das pesquisas.

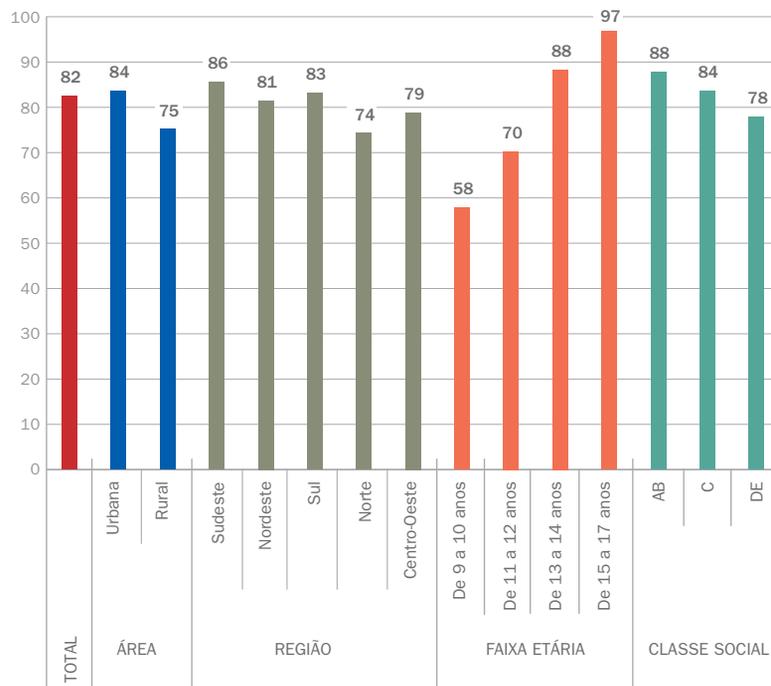
ECOLOGIA DIGITAL

Muitas das atividades realizadas por crianças e adolescentes ocorrem exclusiva ou predominantemente nas plataformas digitais. Diante disso, estudos sobre a participação e o uso das redes sociais são determinantes para a compreensão sobre os riscos e as oportunidades dessa parcela da população no espaço *on-line*. A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2018 apresenta um módulo específico para a compreensão desses fenômenos, em especial no que tange à posse de perfis em redes sociais, às questões de privacidade e ao compartilhamento de conteúdos.

PERFIS EM REDES SOCIAIS E PLATAFORMAS UTILIZADAS

Em 2018, dos 24,3 milhões de usuários de Internet entre 9 e 17 anos, 20 milhões reportaram possuir perfil em redes sociais, o que equivale a 82% dos usuários na faixa etária investigada (Gráfico 9). Considerando a população de 15 a 17 anos, o percentual atinge quase a totalidade de usuários de Internet (97%). No entanto, considerando os aspectos socioeconômicos e regionais os resultados da pesquisa indicam uma menor presença em redes sociais de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos das classes DE (78%), residentes na região Norte (74%) e em áreas rurais (75%).

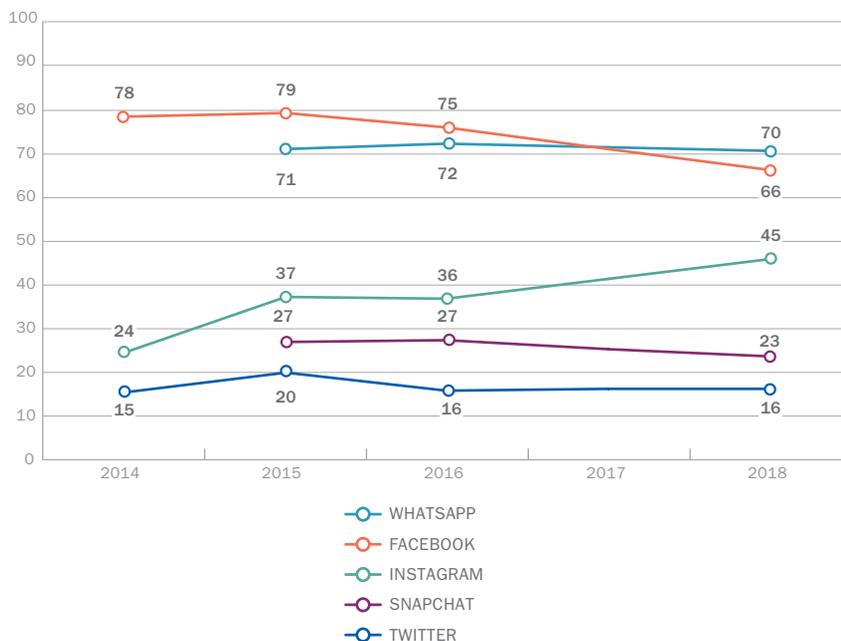
GRÁFICO 9
CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL EM REDES SOCIAIS (2018)
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



Em 2018, o WhatsApp foi a plataforma em que uma maior proporção de crianças e adolescentes usuários de Internet reportou possuir um perfil (70%), conforme mostra o Gráfico 10. Pela primeira vez na série histórica da pesquisa, a presença de crianças e adolescentes no Facebook (66%) foi superada por outra plataforma. O Instagram foi a plataforma em que o aumento da posse de perfis por crianças e adolescentes foi mais expressivo, passando de 36%, em 2016, para 45%, em 2018.

Ao contrário ao observado para as demais redes sociais, a presença de crianças e adolescentes no Facebook apresentou um equilíbrio nos percentuais entre as classes socioeconômicas. Aproximadamente dois terços dos usuários de Internet de 9 a 17 anos de todas as classes reportaram possuir perfil na rede social. Apesar da diminuição observada na posse, o Facebook foi considerado a principal rede social para 41% da população investigada.

GRÁFICO 10
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR REDES SOCIAIS EM QUE POSSUEM PERFIL (2014 - 2018)
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



Embora o percentual de crianças e adolescentes que possuíam contas no WhatsApp tenha sido o mais expressivo, e o do Instagram ter apresentado o maior crescimento, observa-se uma maior concentração de posse de perfis nessas redes entre as classes mais altas. Entre a população das classes AB usuária de Internet, 81% das crianças e adolescentes disseram possuir perfis no WhatsApp e 60%, no Instagram. Para as classes DE, as proporções foram de 63% e 35%, respectivamente.

Considerando a presença de crianças e adolescentes em plataformas digitais, é importante ressaltar que, embora as redes de contato possam não variar expressivamente entre cada uma delas, as formas de interação e participação são variadas e envolvem distintos aspectos criativos, cognitivos e de linguagem. A possibilidade de transitar por redes sociais diversas pode ampliar as oportunidades de crianças e adolescentes *on-line*.

A idade também é uma variável importante para a posse de perfis em redes sociais. De modo geral, quanto mais velhos são os usuários, maior a presença de crianças e adolescentes em redes sociais. De acordo com o Gráfico 11, considerando a população de 15 a 17 anos, a posse de perfis no Facebook chegou quase à totalidade (90%). No entanto, o número de perfis no WhatsApp foi o mais elevado para usuários de 9 a 10 anos (46%).

GRÁFICO 11
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR POSSE DE PERFIL EM REDE SOCIAL (2018)
Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)



Com relação ao sexo das crianças e dos adolescentes, foram observadas diferenças entre aqueles que possuíam perfil no Instagram e no Snapchat. A presença de meninas foi mais expressiva em ambas as redes sociais: 51% das usuárias de Internet possuíam perfil no Instagram, frente a 40% dos meninos. Já o Snapchat foi mencionado por 29% das meninas e 18% dos meninos de 9 a 17 anos.

Um destaque observado na edição de 2018 da TIC Kids Online Brasil foi o crescimento da importância do Instagram entre crianças e adolescentes. Em 2016, a plataforma foi mencionada como principal rede social por 7% das crianças e dos adolescentes de 9 a 17 anos usuários de Internet, proporção que chegou a aproximadamente um quarto dos usuários nessa faixa etária (24%) em 2018. O uso cresceu principalmente entre os indivíduos mais velhos, com idade de 15 a 17 anos. Entre 2013 e 2018, a proporção de adolescentes nessa faixa etária que utilizavam principalmente o Instagram apresentou um aumento de cerca de 30 pontos percentuais (passando de 3% para 34%).

O uso de redes sociais por crianças e adolescentes está associado a uma série de benefícios, como acesso à informação, consolidação de canais de expressão e de valorização das identidades e estabelecimento e manutenção de relações. No entanto, uma maior presença desse público nessas plataformas – e ambientes virtuais de forma geral – também o expõe a

mais riscos, o que se reflete tanto no crescimento de casos de ansiedade, depressão, distúrbios de sono e *cyberbullying*, quanto no surgimento de fenômenos relacionados à dependência de redes sociais, como o *fear of missing out*³ (RSPH, 2017).

A pesquisa TIC Kids Online Brasil também investiga riscos de conduta associados ao uso excessivo da Internet. Em 2018, os dados mostram que aproximadamente um quarto das crianças e dos adolescentes de 11 a 17 anos tentou passar menos tempo na Internet, mas não conseguiram (26%). Essa tentativa foi mais frequente entre as meninas (31%) do que entre os meninos (20%). Também um em cada quatro indivíduos nessa faixa etária se sentiu mal em algum momento por não poder estar na Internet (26%), mesma proporção daqueles que declararam que passaram menos tempo com a família, os amigos ou fazendo lição de casa porque ficaram muito tempo na Internet (26%). A proporção aumenta conforme a idade dos usuários: 16% das crianças de 11 a 12 anos declararam ter passado menos tempo com a família, os amigos ou fazendo lição de casa como consequência do uso da Internet, percentual que chegou a 31% entre os adolescentes de 15 a 17 anos.

Adolescentes de 15 a 17 anos também reportaram em maiores proporções terem navegado na Internet sem estarem realmente interessados no que viam (33%). Para a população de 11 a 12 anos, esse percentual foi de 9%. Além disso, 21% das crianças e dos adolescentes de 11 a 17 anos usuários da rede declararam já ter deixado de comer ou dormir por conta da Internet.

Além das implicações da intensidade do uso da Internet para a saúde e o bem-estar, também devem ser considerados os riscos associados à privacidade e à disseminação de dados pessoais a que crianças e adolescentes estão expostos no ambiente virtual e, em especial, por meio do uso de plataformas digitais. A consciência de que as tecnologias se desenvolvem cada vez mais a partir do processamento e do uso de dados pessoais é fundamental para os padrões de uso da rede. No entanto, na maior parte das vezes, esses fenômenos não são reconhecidos por usuários de Internet.

O uso seguro da rede pressupõe a escolha por aplicativos e serviços que tenham como valores a segurança e a privacidade, usem criptografia, não compartilhem dados com terceiros sem requisições legais, adotem políticas de código aberto e não exijam notificações com nome verdadeiro ou demais informações de identificação (Schertel Mendes, 2019, p.12).

Em 2018, 52% das crianças e dos adolescentes de 9 a 17 anos que possuíam um perfil em redes sociais afirmaram que a conta da principal rede utilizada estava configurada como pública, 28% como privada e 6% como parcialmente privada. A configuração do perfil como público foi mais comum entre os adolescentes usuários de redes sociais de 15 a 17 anos (60%), comparados àqueles de 9 a 10 anos (29%). Também foi mais frequente a configuração do perfil como privado entre as meninas usuárias de redes sociais (33%) do que entre os meninos (23%).

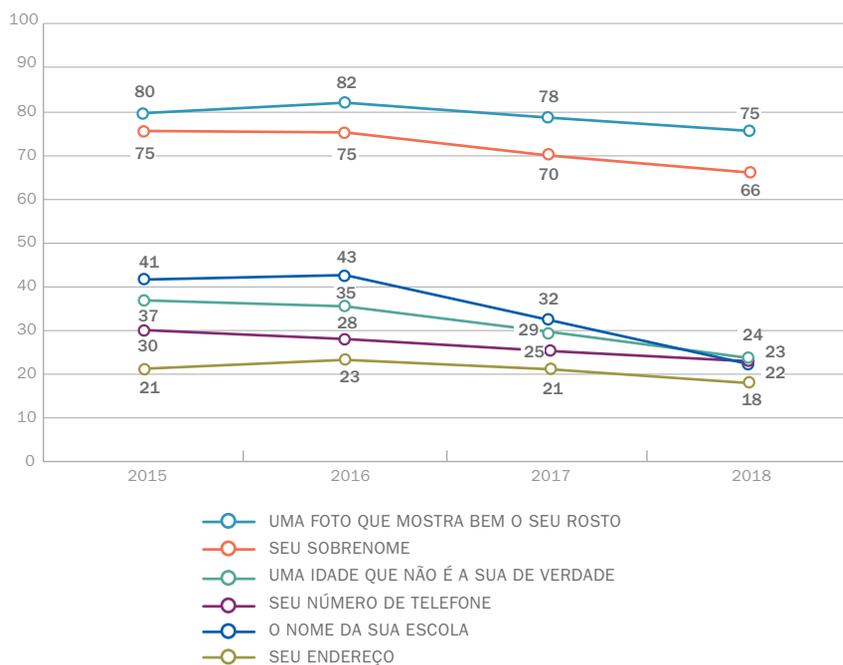
Embora predominassem os perfis públicos para as principais redes sociais utilizadas, as proporções relativas às informações disponibilizadas nos perfis de crianças e adolescentes usuários de Internet, em 2018, foram consideravelmente menores em relação a 2016. Uma foto que mostra bem o rosto, por exemplo, em 2016, era disponibilizada por 82% dos usuários

³ *Fear of missing out* (Fomo) – em tradução livre, “medo de perder” – é definido como o receio de não ter as boas experiências que as demais pessoas têm, fazendo com que o indivíduo esteja sempre conectado para saber de tudo e compartilhar novidades com os outros.

de Internet entre 9 e 17 anos que tinham perfil em redes sociais, proporção que passou para 75%, em 2018 (Gráfico 12). Essa redução ocorreu principalmente entre as crianças de 9 a 10 anos de idade (cujo percentual diminuiu de 69%, em 2016, para 37%, em 2018) e entre meninas usuárias das redes sociais (de 84%, em 2016, para 77%, nesta edição).

GRÁFICO 12
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL
(2015 - 2018)

Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos que possuem perfil em rede social (%)



Crianças e adolescentes também disponibilizaram seus sobrenomes nas redes em menores proporções em 2018, redução que ocorreu especialmente entre usuários de 9 a 10 anos (cujo percentual diminuiu de 61%, em 2016, para 34%, em 2018) e entre os usuários de redes sociais com rendimento familiar de até um salário mínimo (de 75%, em 2016, para 58%, em 2018). O nome da escola em que estudam foi disponibilizado por 22% das crianças e dos adolescentes usuários das redes sociais, 21 pontos percentuais a menos do que o resultado observado em 2016 (43%). Neste caso, a redução ocorreu principalmente entre os adolescentes de 15 a 17 anos (de 55%, em 2016, para 29%, em 2018) e usuários das classes DE (passando de 45% para 22% no mesmo período).

Por fim, menos de um quarto das crianças e dos adolescentes que tinham perfil em redes sociais (24%) afirmou ter informado uma idade que não era a sua verdadeira, proporção que era de 35% em 2016. Entre as crianças de 9 a 10 anos, essa redução foi mais significativa: em 2016, o percentual nessa faixa etária era de 39%, chegando a 16% em 2018.

A proporção de crianças e adolescentes de 11 a 17 anos que relataram saber mudar a configuração de privacidade em redes sociais foi de 63%. Foram observadas diferenças significativas para esse indicador em relação à faixa etária e classe. A população de 15 a 17

anos reportou possuir tal habilidade em maiores proporções (79%) do que os usuários de 13 a 14 anos (60%) e de 11 a 12 anos (36%). As estimativas também foram maiores para as classes AB (70%) do que para as classes C (66%) e DE (55%).

O papel ativo de usuários na gestão dos dados compartilhados na Web é componente fundamental para o uso seguro da Internet, mas não exclui o tratamento sobre privacidade da perspectiva de um direito a ser garantido. A efetividade da proteção de dados não é assegurada apenas por meio do controle do indivíduo. Ela se dá, principalmente, a partir da atribuição de responsabilidades a toda a cadeia de agentes de tratamento de dados para a implementação de medidas técnicas e organizativas voltadas à proteção de dados de titulares. No Brasil, o marco normativo pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) estabelece um regime geral para a proteção de dados no país (Schertel Mendes, 2019).

Para o uso seguro e responsável de redes sociais, além de questões de privacidade, também devem ser considerados os cuidados referentes ao compartilhamento de conteúdo nas plataformas de informações, notícias, texto ou audiovisual.

A proporção de crianças e adolescentes usuários de Internet que afirmaram saber definir o que devem ou não devem compartilhar na Internet foi de 88% em 2018. Apesar das altas proporções de usuários que se percebem bastante experientes em relação às dinâmicas das redes, pais, responsáveis, educadores e a rede de apoio de crianças e adolescentes continuam a ser de extrema relevância. A inclusão desses temas no currículo das escolas se torna cada vez mais importante. De acordo com a TIC Educação 2018, 38% dos professores que lecionam em escolas urbanas afirmaram já ter auxiliado algum aluno ou aluna a enfrentar situações incômodas na Internet, como a disseminação de imagens sem consentimento ou o envolvimento em práticas de *cyberbullying*, por exemplo. Apenas 32% dos professores consideravam que seus alunos sabiam avaliar quais informações não deviam ser compartilhadas pela Internet (CGI.br, 2019b).

Ainda que o compartilhamento de conteúdo em seus perfis e a disponibilização de dados pessoais nas redes tenham a participação ativa dos usuários, é importante ter em vista que a mera presença na Web e a interação com conteúdos visualizados faz com que os indivíduos estejam suscetíveis a terem seus dados coletados, processados e utilizados por modelos de negócios na Internet. Os algoritmos associados a essas plataformas podem ainda operar a identificação de preferências, ou ainda, a seleção e o direcionamento de conteúdos que reforçam a interação dos usuários com nichos de interesses específicos (CGI.br, 2017).

Esse fenômeno, cada vez mais presente nas sociedades modernas, pode trazer benefícios ao direcionar conteúdos de interesse e possibilitar aos usuários a expansão de conhecimento e de interações. No entanto, também podem ampliar a exposição dos usuários à conteúdos publicitários por meio da monetização dos dados.

A ampliação da exposição a conteúdos mercadológicos torna-se ainda mais sensível quando a comunicação é direcionada a crianças e adolescentes, cuja capacidade de distinção entre conteúdos de entretenimento e mercadológicos é reduzida, bem como, ainda não possuem consciência a respeito do impacto desses conteúdos sobre o estímulo ao consumo e sobre seus comportamentos.

Diante desse fenômeno crescente e da importância da análise de suas implicações na presença de crianças e adolescentes na rede, em que se destacam as plataformas digitais, a TIC Kids Online desenvolve, desde 2013, um módulo específico sobre o contato e a interação de crianças

e adolescentes com conteúdo mercadológico. Questões relacionadas a novos fenômenos de comunicação midiática, presentes no ambiente *on-line*, passaram a ser investigadas na edição de 2018 da pesquisa. Também foram incluídas questões a respeito da produção de conteúdos sobre produtos ou marcas por crianças e adolescentes, e ainda questões voltadas aos pais ou responsáveis referentes a ações de mediação para o contato com conteúdo mercadológico.

CONSUMO E CONTEÚDOS MERCADOLÓGICOS

Com o avanço do uso das tecnologias pela população, as plataformas digitais passam a ser um espaço prioritário para a disseminação de conteúdos publicitários e mercadológicos. Além disso, a popularização dos dispositivos móveis e a maior frequência de uso da Internet viabilizam novas possibilidades de comunicação desse tipo de conteúdo.

Embora o contato com publicidade por meio da televisão seja ainda relevante entre crianças e adolescentes, observa-se a presença cada vez mais marcante dos conteúdos publicitários voltados a esse público em plataformas e páginas *on-line*. Pela primeira vez na série histórica da TIC Kids Online Brasil, crianças e adolescentes de 11 a 17 anos reportaram o contato com publicidade por meio de *site* de vídeos (67%) em proporções semelhantes àsquelas mencionadas para o contato com esses conteúdos por meio da televisão (64%).

O consumo de conteúdos em vídeo é uma das atividades mais realizadas por crianças e adolescentes, conforme apresentado anteriormente, o que faz com que as instituições que visam divulgar seus produtos e serviços ocupem esses espaços, intensificando a veiculação da comunicação direcionada.

Além de ocuparem os mesmos espaços em que seus potenciais consumidores circulam, empresas também precisam adaptar sua linguagem e o formato de divulgação ao que seja mais atrativo para o público para o qual se direcionam. Entre os fenômenos observados com o avanço das tecnologias de comunicação e desenvolvimento de plataformas *on-line*, está a mudança na relação com o tempo e com formato dos conteúdos consumidos, uma vez que esses são produzidos em grandes escalas e propagados em velocidade. A popularização do *streaming* e de funcionalidades de compartilhamento de redes sociais reforçam e respondem às demandas por conteúdos direcionados.

Nesses contextos, em que prevalecem dos serviços *on demand*, pode haver um menor interesse de crianças e adolescentes pelo formato de publicidade tradicionalmente veiculado pelas mídias em espaços e formatos delimitados. Questionados sobre o comportamento de pessoas da sua idade ao verem propaganda na Internet, 68% de crianças e adolescentes de 11 a 17 anos reportaram que elas ficam irritadas por ter propaganda demais na Internet e 76% acham que essas propagandas são chatas.

Embora o formato do conteúdo identificado como publicitário pelas crianças não agrade, 80% dos usuários de Internet de 11 a 17 anos reportaram que ficaram com vontade de ter algum produto que viram em uma propaganda. As proporções foram mais altas entre os mais velhos (83% para população de 15 a 17 anos, frente a 73% para população de 11 a 12 anos) e entre os pertencentes às classes AB (87%, frente a 72% para as classes DE). Além disso, 71% dos usuários de 11 a 17 anos disseram que pessoas da sua idade ficam chateadas por não poderem comprar algum produto. As proporções também foram mais altas para a população de 15 a 17 anos (75%)

e para aqueles com 11 a 12 anos (64%). Com relação às classes sociais, as estimativas foram mais elevadas para as classes C (76%) e AB (71%) do que para as classes DE (65%).

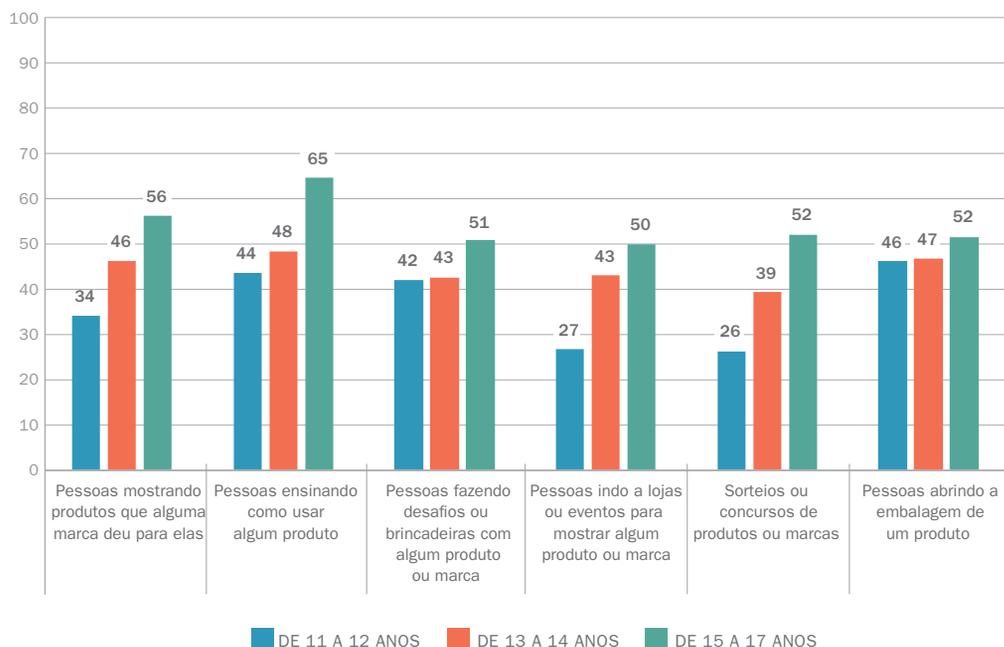
Crianças e adolescentes das classes AB (90%) também reportaram que ficam sabendo sobre novidades ou novos produtos por meio das propagandas em proporções maiores do que aqueles pertencentes às classes C (81%) e DE (69%).

Ainda que o percentual de crianças e adolescentes usuários de Internet que mencionaram ter tido contato com publicidade por meio das redes sociais tenha diminuído de 62% em 2016 para 52% em 2018, proporções expressivas desse público alegaram ter tido contato com vídeos, fotos ou textos de divulgação de algum produto na Internet. Segundo eles, a maior parte do conteúdo envolvia pessoas que ensinavam como usar algum produto (mencionado por 55%), que abriam embalagens de produtos (49%), que mostravam produtos que alguma marca deu para elas (48%), que faziam desafios ou brincadeiras com algum produto ou marca (46%), que iam a lojas ou eventos mostrando algum produto ou marca (42%), ou ainda, que divulgam sorteios ou concursos de produtos ou marcas (42%).

As novas formas de divulgação de produtos e serviços investigadas pela pesquisa estão entre aquelas que vêm sendo amplamente adotadas por modelos de negócio de plataformas digitais. Elas possuem como característica predominante estarem inseridas aos conteúdos de entretenimento acessados. Por isso, podem não ser claramente identificadas como parte de estratégias de divulgação, sobretudo, por crianças e adolescentes.

GRÁFICO 13
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMAS DE DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS OU MARCAS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2018)

Total de usuários de Internet de 11 a 17 anos (%)



As novas formas de interação com produtos ou marcas abordadas pela pesquisa foram mais mencionadas por crianças e adolescentes das faixas etárias mais elevadas e as classes sociais mais altas. Entre adolescentes de 15 a 17 anos, 50% alegaram seguir a página ou perfil de algum produto ou marca na Internet, proporção que foi de 37% para a faixa de 13 a 14 anos e de 21% para aqueles de 11 a 12 anos. No que se refere às classes sociais, os percentuais para esse indicador foram de 54% para classe AB, 40% para classe C e 31% para as classes DE. A proporção dos que curtiram ou compartilharam algum vídeo, foto ou texto sobre algum produto ou marca na Internet foi de 28% entre a população de 15 a 17 anos, de 20% entre 11 e 12 anos, assim como, de 35% para as classes AB, 27% para classe C e 16% para as classes DE.

Destaca-se também o aumento de pedidos aos pais para comprar algum produto visto na Internet. Segundo declaração de pais ou responsáveis, 39% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos lhes pediram produtos após contato com publicidade na Internet. Em 2016, a proporção era de 33%. Já o percentual de pais e responsáveis que alegaram ter comprado o produto saltou de 11%, em 2014, para 21%, em 2018. Considerando evidências de que crianças brasileiras influenciam as decisões de compra de uma família (InterScience, 2003), é importante mensurar a exposição delas a conteúdos mercadológicos e analisar os resultados desse contato nas dinâmicas de consumo.

Entre as categorias de produtos vistos na Internet destacaram-se equipamentos eletrônicos, como telefones celulares, *tablets* ou computadores (55%); roupas e sapatos (49%); comida, bebidas e doces (47%); e maquiagem ou produtos de beleza (41%). Diferenças significativas de gênero foram observadas para o contato com conteúdos na Internet que divulgavam maquiagem ou produtos de beleza (64% para meninas e 17% para meninos), roupas e sapatos (55% para meninas e 43% para meninos) e *videogames* ou jogos (26% para meninas e 50% para meninos).

As menções aos produtos divulgados foram mais frequentes entre as crianças e os adolescentes de classes socioeconômicas e com rendimento familiar mais altos, bem como entre aqueles na faixa etária de 15 a 17 anos. As exceções foram brinquedos, álbuns de figurinhas e materiais escolares, categorias mais citadas pelas crianças entre 11 a 12 anos. Já *videogames* e jogos foram vistos em conteúdos na Internet por proporções semelhantes de crianças e adolescentes de diferentes faixas etárias (Tabela 2).

TABELA 2
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CATEGORIAS DE PRODUTOS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2018)
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
Equipamentos eletrônicos, como telefones celulares, tablets ou computadores	55	45	52	62
Roupas e sapatos	49	37	46	57
Comidas, bebidas ou doces	47	40	43	53
Maquiagem ou outros produtos de beleza	41	30	35	49
Videogames ou jogos	38	37	41	37
Materiais escolares	29	37	30	24
Brinquedos	29	42	28	23
Livros, revistas ou gibis	24	21	24	25
Álbuns de figurinhas	12	18	12	9
Outro produto	21	12	19	26

A popularização de jogos *on-line* os insere nos sistemas de consumo. A proporção de crianças e adolescentes com idade entre 11 e 17 anos usuários da rede que declararam ter feito compras em jogos *on-line* foi de 11%. Da mesma forma que as atividades relacionadas a jogos *on-line*, essas compras foram mais frequentes entre os meninos (19%) do que entre as meninas (4%), bem como entre crianças e adolescentes das classes AB (24%) do que entre aqueles das classes C (10%) e DE (7%).

Além de diferenças nos usos, também foram observadas distintas estratégias de mediação parental relacionadas ao contato das crianças e adolescentes com propagandas na Internet (Tabela 3). Todos os tipos de mediação investigados foram relatados em maiores proporções por meninas do que por meninos, com destaque para as estratégias de conversar sobre propagandas e sentar ou ficar perto enquanto a criança ou o adolescente via propagandas na Internet.

TABELA 3
CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SOBRE PROPAGANDA DE MARCAS OU PRODUTOS NA INTERNET (2018)
Total de usuários de Internet de 11 a 17 anos (%)

	Total	Feminino	Masculino	Diferença em pontos percentuais
Conversam sobre as propagandas de marcas ou produtos que a(o) criança/adolescente vê na Internet	50	56	44	12
Explicam o objetivo das propagandas de marcas ou produtos que a(o) criança/adolescente vê na Internet	47	51	42	9
Falam para não ver algum tipo de propaganda de marcas ou produtos na Internet	43	45	41	4
Sentam ou ficam por perto enquanto a criança ou adolescente vê propagandas de marcas ou produtos na Internet	41	47	34	13

A presença de crianças e adolescentes no ambiente virtual suscita a demanda por uma série de cuidados em relação aos estímulos decorrentes dessa própria exposição. Eles incluem o direito à privacidade, os rastros digitais, a apropriação dos ambientes ocupados pelos jovens por modelos de mercado, a lógica de algoritmos adotada pelos aplicativos, redes e plataformas, a dificuldade de separação entre conteúdo comercial e de entretenimento, além das análises críticas acerca dos efeitos dos conteúdos na saúde física, mental e no bem-estar dos jovens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise sobre o uso seguro da Internet por crianças e adolescentes pressupõe considerar o papel ativo dos usuários na construção do ambiente *on-line*, para além somente da preocupação com a exposição e o contato com riscos potenciais envolvidos em sua ocupação desses espaços. Nesse sentido, é fundamental identificar e estimular o desenvolvimento de habilidades digitais para que o aproveitamento da Internet para a comunicação, a busca de informações, o entretenimento e o lazer possam ser usufruídos e maximizados.

Pais e responsáveis possuem um papel substancial nesse processo, uma vez que a forma como orientam, controlam e estimulam o uso da Internet por crianças e adolescentes repercute na maneira como esses indivíduos realizam e se responsabilizam por atividades *on-line*. A infância e a juventude são fases de formação e sedimentação de valores e condutas, sendo assim, referências são primordiais nesses processos.

Ocorre que, embora usuários e seus mediadores assumam responsabilidades sobre a construção de um ambiente virtual saudável, não é possível atribuir os benefícios e os danos que resultam das práticas *on-line* somente às condutas que adotam. Crianças e adolescentes, seus pais e responsáveis estão inseridos em contextos sociais que influem sobre a maneira como lidam, interpretam e reagem às situações *off-line* e *on-line*.

Diante desse contexto, a construção do espaço *on-line* deve ser da responsabilidade da sociedade e do Estado, em especial dos setores cujas ações impactam nos conteúdos e nos serviços acessados e ofertados. O envolvimento e responsabilização do setor privado merece especial atenção nesses processos, uma vez que o processamento de dados e informações de usuários da rede é parte integrante do modelo de negócios de um número crescente de organizações. Também deve ser considerado o papel central do Estado na elaboração de estratégias para garantir a proteção de dados e informações pessoais e a proteção dos direitos de crianças e adolescentes.

Esta análise busca contribuir com evidências acerca de brechas e oportunidades que crianças e adolescentes experienciam na Internet, assim como, objetiva reforçar a dimensão pública do uso – e das habilidades para o uso – da Internet por crianças e adolescentes no Brasil. Espera-se que, a partir dos dados reportados, sejam intensificados os debates e a formulação de novas perguntas, capazes de inserir questões sociais associadas às tecnologias de Informação e comunicação nas agendas públicas.

Além da atuação pública na garantia da equidade do acesso e da participação na rede, em especial, de crianças e adolescentes, a análise também pretende contribuir com a divulgação de temáticas centrais sobre o uso da Internet que reverberem em ações de formação e sensibilização de atores sociais que atuam com infância e juventude.

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 (2017). *Cultura e tecnologias no brasil: Um estudo sobre as práticas culturais da população e o uso das tecnologias de informação e comunicação*. São Paulo: CGI.br.

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2019a). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2018*. São Paulo: CGI.br.

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2019b). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras: TIC Educação 2018*. 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 5 outubro, 2019, de <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444818797082>

Fundo das Nações Unidas para a Infância – Unicef (2018). *Niños, niñas y adolescentes conectados: Informe Kids On-line Uruguay*. Montevideo: Unicef.

Garmendia, M., Garitaonandia, C., Martinez, G., & Casado, M. Á. (2012). The effectiveness of parental mediation. In S. Livingstone, L. Haddon, & A. Görzig (Eds.). *Children, risk and safety on the internet: Research and policy challenges in comparative perspective* (pp. 231–244). Bristol: The Policy Press.

InterScience (2003). *Como atrair o consumidor infantil, atender expectativas dos pais e ainda ampliar as vendas*. Recuperado em 27 setembro, 2019, de <http://criancaconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/Doc-09-Interscience.pdf>

Kubota, L. C., Barbosa, A. F., Senne, F., & Hatadani, I. M. (2016). Uso de tecnologias da informação e comunicação pelos jovens brasileiros. In E. R. A. D. Silva, & R. U. Botelho (Eds.). *Dimensões da experiência juvenil brasileira e novos desafios às políticas públicas*. Brasília: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

Livingstone, S., Burton, P., Cabello, P., Helsper, E., Kanchev, P., Kardefelt-Winther, D., Perovic, J., Stoilova, M., & Ssu-Han, Y. (2017). Media and information literacy among children on three continents: Insights into the measurement and mediation of well-being. *MILID Yearbook 2017*. Paris: Unesco.

Livingstone, S., Mascheroni, G., & Staksrud, E. (2015). *Developing a framework for researching children's online risks and opportunities in Europe*. Londres: EU Kids Online.

Livingstone, S., Ólafsson, K., Helsper, E. J., Lupiáñez-Villanueva, F., Veltri, G. A., & Folkvord, F. (2017). Maximizing opportunities and minimizing risks for children online: The role of digital skills in emerging strategies of parental mediation. *Journal of Communication*, 67(1), 82-105.

Platt, L. (2016). *Method guide 5: Conducting 13 qualitative and quantitative research with children of different ages*. London: Global Kids Online.

Royal Society for Public Health – RSPH (2017). *Status of Mind: Social media and young people's mental health and wellbeing*. Londres: RSPH. Recuperado em 15 maio, 2019, de <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>

Schertel Mendes, L. (2019). *Privacidade e dados pessoais – Proteção de dados pessoais: Fundamento, conceitos e modelo de aplicação* (Panorama Setorial da Internet, n.2, Ano 11, Junho). São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Recuperado em 27 setembro, 2019, de <https://cetic.br/publicacao/ano-xi-n-2-privacidade-e-dados-pessoais/>

ENGLISH

FOREWORD

The first computer-to-computer message was sent 50 years ago, on October 29, 1969, as part of an experiment by ARPANET, the forerunner of the modern Internet. Twenty years later, on April 18, 1989, Jon Postel, director of the Internet Assigned Numbers Authority (IANA), assigned the .br domain to the São Paulo Research Foundation (FAPESP), which ran academic networks. That same year, the Brazilian National Research Network (RNP) was officially launched.

In 2019, we thus celebrate key events for the Internet both on the world stage and in Brazil. The year also marks the tenth anniversary of the Principles for the Governance and Use of the Internet in Brazil, an internationally renowned Decalogue written by the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br). The document sparked a debate that would lead to the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet (Law no. 12.965, of April 23, 2014) and drive the conversation about the need for privacy resulting in the Brazilian General Data Protection Law – LGPD (Law no. 13.709, of August 14, 2018).

Over the last two decades, the country's multistakeholder Internet governance structure, which has been consolidated through the actions of CGI.br, has drawn widespread attention. In the structure, the Brazilian Network Internet Center (NIC.br) allocates proceeds from its domain registry, Registro.br, towards various projects and activities with the aim of constantly improving the Internet in Brazil. Projects and activities include traffic exchange management, incentives and support for IPv6 adoption, broadband connection quality measurement, incident management, web application standardization, open data, and statistics production.

Since 2005, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) has produced and disseminated indicators on the use and appropriation of information and communication technologies (ICT) – an essential data source for decision-making for the government, businesses, academia, and society at large. Cetic.br's surveys have made substantial contributions to the formulation of public policies for digital inclusion and strengthening the digital economy. As a Category 2 Center of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco) since 2012, Cetic.br also supports initiatives that contribute to improving the quality and comparability of statistics in other Latin American countries and Portuguese-speaking Africa.

More recently, the work of Cetic.br played a decisive role in Unesco's November 2018 approval of the Internet Universality Indicators. These indicators offer a framework for the international assessment of the development of the Internet ecosystem. While regional stakeholders are encouraged to consult them, Cetic.br was responsible for implementing the methodology's pilot in Brazil, reinforcing the country's strategic role in the development of the Internet and leading other nations in their survey implementation.

In the field of capacity building, Unesco and Cetic.br/NIC.br in partnership with the SDG Academy produced the Massive Open Online Course (MOOC): “Tech for Good: The Role of ICT in Achieving the SDGs”. This high-quality e-course is free and open to all. With it, Cetic.br highlights the central role of ICT in sustainable development and how it relates to the 17 Sustainable Development Goals (SDG) of the United Nations 2030 Agenda. More than 1,300 individuals worldwide participated in its first edition.

Collaborations with international organizations have also played a key role in promoting internationally comparable measurement methodologies. Examples include joint efforts of Cetic.br and the Brazilian National Computer Emergency Response Team (CERT.br) with the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) in the area of digital security; studies with the International Telecommunication Union (ITU) on the development of household indicators and smart cities; the publication in partnership with the Pan-American Health Organization (PAHO) and the World Health Organization (WHO) of a framework for measuring ICT in health; and the drafting in partnership with the Unesco Institute of Statistics (UIS) of a practical guide for the implementation of ICT surveys in schools.

In this period of deep-rooted transformation, rigorous and up-to-date statistics on the Internet’s socioeconomic implications are essential for guiding Internet development over the coming decades. We hope to contribute to the creation of public policies that consolidate and strengthen an open Internet for all.

Enjoy your reading!

Demi Getschko

Brazilian Network Information Center – NIC.br

PRESENTATION

The current era of accelerated digital transformation has brought multiple challenges to Brazil's quest for an innovative ecosystem. Indeed, there is increasing pressure to coordinate and promote technological advances, implement incentives for an adequate regulatory environment, and create mechanisms that will ensure economic sustainability in various economic sectors. And all these endeavours require formalized public policies that fit the new context within a coherent governance strategy that emanates from society as a whole.

Although the possibilities for consolidating an Internet that favors innovation and social and economic development are numerous, the new scenario also carries risks, which must be mitigated by inclusive policies that foster privacy protection and trust among online users. Created in 2018, the Brazilian Digital Transformation Strategy (E-Digital) – a framework that allows stakeholders to establish effective, efficient, coordinated actions – will play a vital role in the coming years. What's more, the advances defined in the National Plan for Internet of Things – an update to sector policies in light of emerging themes – are also noteworthy.

The monitoring of digital transformation within this new context is thus key for both government and society. The Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) has strengthened its commitment to producing regular statistics and indicators on access to information and communication technologies (ICT) and their use countrywide. Thanks to the Brazilian Network Information Center (NIC.br) and the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), Brazil has yearly access to over 550 ICT adoption indicators in strategic sectors such as households, enterprises, Internet providers, telecenters, government organizations, and among essential service providers, i.e., health, education, and cultural institutions.

Cetic.br is a world-renowned reference for best practices in the production of ICT indicators. Its nationwide surveys, which are carried out periodically, help monitor digital development in the country and enable comparative analyses of global objectives such as the Sustainable Development Goals (SDG), the implementation of the outcomes of the World Summit on the Information Society (WSIS), and the Digital Agenda for Latin America and the Caribbean (eLAC).

This book is a result of CGI.br's commitment to producing multistakeholder data that is relevant for Internet development. It is intended as a tool for both government and civil society, allowing them to work together to cultivate an inclusive digital economy.

INTRODUCTION

Expansion of Internet access and popularization of mobile devices use have intensified possibilities for socialization, participation, searches for information, and entertainment. In line with the numerous opportunities created by the use of information and communication technologies (ICT), new challenges and responsibilities have emerged in terms of ensuring rights and well-being in the digital era.

From the perspective of children's rights, we are living in especially significant times. In 2019, the Convention on the Rights of the Child adopted by the United Nations (UN) marks its 30th anniversary. The celebration of three decades of this important instrument, which has been broadly ratified by countries worldwide, is an opportunity to take stock of the advances in and challenges to the protection, promotion and participation of children in an increasingly digital society. The transformations caused by the dissemination of digital technology require that public decision-makers, the private sector, and representatives of civil society intensify their commitment to treating children's rights as an absolute priority.

International commitments made by various countries recognize ICT as essential components for socioeconomic development, including achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs) set forth by the 2030 UN Agenda. To fulfill sustainable development agendas and overcome inequalities in opportunities for Internet use by children, it is necessary to constantly review and supplement the rights to care, protection and well-being, in addition to the rights to development and leisure, established by the Convention on the Rights of the Child, from the perspective of new online practices.

In this context, children must be heard about their use of the Internet and how they deal with the risks and opportunities present in the digital environment. In view of the importance of developing evidence-based policies, since 2012, the ICT Kids Online Brazil survey has been carried out every year by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br). The main goal of the initiative is to map out the risks and opportunities present in the digital environment, generating reliable and comparable indicators about Internet access by children 9 to 17 years old and how they use the Internet. The survey aims to understand this public's perception about their online experiences and safety, in addition to outlining parental mediation practices relative to Internet use.

The same framework is adopted by other projects worldwide, which are engaged in producing comparable surveys about the online activities of children. This is the case for the countries that have adopted the Global Kids Online conceptual and methodological framework, which is an international initiative developed by the London School of Economics and the Unicef Office of Research. Other examples include projects conducted within the scope of the Latin

America Kids Online network, which gathers researchers interested in sharing methodological approaches and supporting the production of indicators and quantitative and qualitative studies about children who are online in the region.

Reiterating its commitment to the development of projects centered on children, in addition to ensuring their rights and well-being, in 2019, in partnership with SaferNet Brazil, Cetic.br contributed to the General Comment on Children's Rights in the Digital Environment project. This initiative consisted of developing workshops with planned activities to gather information relative to understanding the experiences of children about their rights in the digital era.¹

The activities were created by Western Sydney University, in partnership with the 5Rights Foundation and the London School of Economics. In all, 42 workshops were conducted in 21 countries. Brazil's contribution to the consultation process included the development of four workshops that carried out activities about children's rights, consumption, health, and trust in the digital environment. Two were conducted in Salvador (Bahia) and two in the city of São Paulo, on June 11 and 12, 2019, with the participation of 60 adolescents between 14 and 16 years old, from both public and private schools.

ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2018

In 2018, the survey estimated that 86% of the population 9 to 17 years old in the country were Internet users. Although a significant proportion of individuals in the investigated age group had Internet access, inequalities in access to and use of these technologies still persist. The proportion of children who were Internet users was greater in classes AB (98%) and C (94%) than in classes DE (73%). Proportions were also higher in the South (95%), Southeast (94%), and Center-West (94%) regions in comparison to the North and Northeast (both with 75%).

The ICT Kids Online Brazil survey also points to an increase in multimedia activities carried out by children Internet users 9 to 17 years old. In 2018, 83% of the investigated population reported watching online videos, shows, films or TV series. For the first time in the survey's historical series, these multimedia activities were more frequent among Brazilian children who were Internet users, surpassing looking up information on the Internet for schoolwork (74%) and instant messaging (77%).

Still considering multimedia activities, the survey estimated that 82% of children who were Internet users listened to online music, 60% played online games without other players, and 55% did so with other players.

Mobile phones were still the main devices used by children. The proportion of Internet users in the investigated age group who accessed the Internet through mobile phones was 93%, representing 22.7 million individuals 9 to 17 years old. The proportion of users who accessed the Internet exclusively on mobile phones also grew: The survey showed that for 53% of investigated users, mobile phones were the only devices used to access the Internet. In classes DE, this proportion was 71%. At the same time, there was an increase in Internet access through

¹ More information on the initiative's website. Retrieved on October 10, 2019, from <https://www.ohchr.org/EN/HRBodies/CRC/Pages/GCChildrensRightsRelationDigitalEnvironment.aspx>

television sets in 2018 (32%), following an upward trend observed since 2014, when only 5% of connected children used these devices to access the Internet.

The ICT Kids Online Brazil 2018 survey also presents the results of rotating modules that were included in 2016 and administered again in this edition. The first module included questions about the digital ecology and addressed phenomena related to the use of social networks, especially in terms of whether children had profiles on these platforms, issues relative to privacy, and sharing of content.

In 2018, about 20 million children 9 to 17 years old who used the Internet had profiles on social networks, which equals 82% of users in this age group. WhatsApp was the most common platform on which children had profiles (72%), surpassing Facebook (66%) for the first time in the survey's historical series. Instagram presented the greatest increase in the number of children who had profiles on this platform (jumping from 36% in 2016 to 45% in 2018).

The second rotating module included questions about exposure to and consumption of advertising content in the online environment. The proportion of children 11 to 17 years old who were Internet users and reported having seen advertisements decreased across almost all of the analyzed platforms in comparison with 2016. In 2018, 64% had been exposed to advertisements on televisions – a 16 percentage point reduction in comparison with 2016 (80%), reaching the same level as video sites (67%).

Regarding the proportion of children 11 to 17 years old who had been exposed to advertising for products or brands on the Internet (74%), the main types of content were people teaching how to use products (55%), unboxing (49%), and showcasing products that brands gave them (48%). For the first time, the survey pointed to the presence of new ways of advertising marketing content that deserve increased attention in public debate.

It is important to mention that the work of the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) in conducting the ICT surveys is monitored by a group of experts who are renowned for their competence in and knowledge of 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 – 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 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 of protection regarding the use of personal data on the Internet, with discussions about protection and consent. Exposure to sensitive content that children might find in the online environment and the development of digital skills for safe and responsible Internet use by this population are also included;

Part 2 – ICT Kids Online Brazil: Presents the methodological report, which includes a description of the methodological aspects that guided the survey; the data collection report, which highlights methodological improvements made in 2018; and the analysis of the results of the survey;

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

The primary goal of the effort expended on the implementation of the ICT surveys by CGI.br is to produce reliable, up-to-date and relevant data for our readers. We hope that the data and analyses in this edition of the survey provide important input for public managers, academic researchers, private sector 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 and protecting 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

IT'S BEEN LEAKED, NOW WHAT? DISCUSSING NONCONSENSUAL IMAGE SHARING: AN ANALYSIS OF THE CARETAS PROJECT

Gabriela Goulart Mora¹ and Janara Sousa²

INTRODUCTION

The nonconsensual sharing of intimate images has led states, corporations and civil society organizations to create solutions to support victims, usually women and girls, and punish offenders. In Brazil, the topic began to gain the spotlight in newspapers in 2013, when Júlia Rebeca, a 17-year-old girl in the state of Piauí, committed suicide after an intimate video of her was shared on the Internet without her consent³. After this case, several reports of nonconsensual image sharing emerged.

Sociability and interactions have been deeply changed by the Internet, as has the experience of sexuality (Pelúcio, 2015). According to Nejm (2016, p. 44), "self-exposure is understood as part of a broader process, in which social interactions shape and are shaped during adolescent development".

Sexting is understood as a contemporary form of sexual behavior that incorporates technology and expands forms of seduction and relationships; in turn, nonconsensual image sharing brings with it the weight of shameful exposure, often motivated by revenge. For these reasons, Brazilian newspapers tend to refer to the leaking of these images as revenge porn⁴. The main victims of nonconsensual image sharing in Brazil are adolescent girls (Valente, Neres, Ruiz, & Bulgarelli, 2016; Sousa, Scheidweiler, & Montenegro, 2017). According to the

¹ An official with the Adolescent Development and Participation Program of the United Nations Children's (Unicef) in Brazil, has a master's degree in anthropology from the London School of Economics and Political Science (LSE) and master's and bachelor's degrees in communication from the University of Brasilia (UnB).

² Teaches the Organizational Communication course of the Communication Graduate Program, School of Communication (UnB), and wrote this article in the role of advisor for Unicef.

³ More information on the Brazilian news portal G1's website. Retrieved on March 11, 2019, from <http://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2013/11/mae-de-jovem-achada-morta-apos-video-intimo-reclama-de-violacao.html>

⁴ This term causes great confusion, since it brings with it the weight of judgment. The production of intimate images is an exercise of freedom of expression and may not have pornographic purposes.

non-governmental organization SaferNet Brazil⁵, its online helpline received more than 600 calls for help about sexting in 2018, and most of those who reached out were female. Requests for guidance relative to this theme were the most common, followed by cyberbullying/insults and fraud/scams/fake e-mails.

In light of this scenario, in 2017, the United Nations Children’s Fund (Unicef) in Brazil, in partnership with the Sherpas⁶ and Chat-Tonic⁷ enterprises, and SaferNet, implemented the Caretas project. This initiative consists of an interactive storytelling experience, in which internauts with Facebook accounts exchange messages with a fictional character named Fabi Grossi, who has experienced nonconsensual sharing of her intimate images by her ex-boyfriend. Using artificial intelligence, the character is programmed to interact with the public, conducting conversations based on the various phases faced by those who are victims of this type of crime. Fabi Grossi helps internauts deal with the initial despair felt when faced with this problem and provides orientation about their rights and how to handle the situation.

To interact with Fabi Grossi, individuals must have a Facebook account. After accessing the project’s fanpage⁸, internauts start talking with the character, interpreted by actor Kathia Calil, via Messenger (Facebook’s chat service). According to the narrative, Fabi Grossi is 21 years old. The story plays out in seven steps, starting with a description of the problem, until the character presents signs of overcoming her predicament. Fabi replies with texts, images and audio messages, simulating the ease of a conversation between adolescents on digital media.

The goal of the project is to discuss sexting practices and the consequences of nonconsensual sharing of intimate images, promote the involvement of adolescents, stimulate empathy with victims, and promote changes in social behaviors. By better understanding these phenomena, Unicef seeks to generate input for new actions and public policies to prevent and address the problem in Brazil.

Almost one million people participated in the first phase of the experience, which lasted a year. More than half of this contingent – 537,000 people – completed the seven stages proposed by the narrative⁹. After this experience, the users were presented with questions to quickly assess the project. Almost 300,000 people completed the questionnaire, most of them were women (75%) between the ages of 13 and 25 years. Over 90% thought the initiative was good or very good; almost half reported having already talked about the topic or practiced sexting; and 92% said they had learned more about the topic by participating in the project.

⁵ SaferNet maintains an online hotline and a helpline for adolescents regarding violations of their rights that occur on the Internet. The helpline is run by a team of professionals who work with victims and, depending on the case, provide guidance about how to formally file a report. More information on the helpline’s website. Retrieved on March 11, 2019, from <https://helpline.org.br/indicadores/>

⁶ Specialist in storytelling and behavioral change, this company works with applied research to create effective solutions with a high social impact.

⁷ A technology company that helps its clients promote the use of technology to improve their customer communication and experience.

⁸ More information on the project’s Facebook page. Retrieved on March 11, 2019, from <https://pt-br.facebook.com/ProjetoCaretas/>

⁹ It is important to clarify that the participants could interrupt the experience at any time, whether by ceasing their interaction and ignoring Fabi’s messages, or by using the “Stop” command.

METHODOLOGICAL AND ETHICAL FIELD STRATEGY

This article presents a quanti-qualitative analysis of the Caretas project, based on a second round of data collection with female adolescents who participated in the experience. Taking advantage of Fabi's already-established relationships, this second phase was administered with a sample of 14,000 respondents who were 13 to 18 years old, from November 8 to 20, 2018, reaching a mean number of 8,000 adolescents. This sample corresponded to 2.44% of the population, providing a reliability level higher than 99%¹⁰. A questionnaire with approximately 28 questions was developed. Completing the questionnaire took an average of ten minutes. It was divided into four categories: sociodemographic data; sexting practices; consequences for victims of nonconsensual image sharing; and support and guidance networks. Not all 8,000 adolescents answered all the questions. It is worth noting that both the design and application of this phase of the study abided by the ethical recommendations of the Unicef Office of Research – Innocenti, especially the report *Ethical considerations when using social media for evidence generation*, by Berman, Powell and Herranz (2018).

The qualitative and quantitative data collection and analysis were carried out using methodological triangulation (Martins & Theóphilo, 2009). For qualitative analysis, a random sample of 100 online interactions with female adolescents between the ages of 13 and 18 was used, a result of the first phase of the Caretas experience. These interactions were submitted to content analysis, based on categories.

To ensure that the participants experienced no harm, the following measures were adopted:

1. Only persons with Facebook accounts could participate, because the platform's terms of service¹¹ do not allow individuals younger than 13;
2. They were told that this was a fictional experience, based on the profile of Fabi Grossi. They were encouraged to read an explanation of the project. The experience began when the person decided to talk with the character and was given a free and informed consent form to accept via the platform;
3. The analysis of the collected material preserved the participants' anonymity. After all, as recommended by Berman, Powell and Herranz (2018), research data cannot, under any circumstances, identify the individuals who answered questions about topics that can make them vulnerable;
4. Fabi's profile provided information about the data use policy. The interactions were stored for exclusive use by the Caretas project team, with the goal of underpinning surveys and suggesting paths for new actions;
5. Finally, the survey's database was constructed confidentially, and belonged solely to Unicef Brazil and Sherpas.

¹⁰ It is also important to clarify that the population did not consist of all Brazilian girls 13 to 18 years old, but only of the girls who participated in the Caretas project. Its reliability level was calculated precisely so that its conclusions could be extended to the general population of Brazilian girls.

¹¹ More information on Facebook's page. Retrieved on March 11, 2019, from <https://web.facebook.com/legal/terms>

SURVEY

The questionnaire was administered to adolescents 13 to 18 years old in different regions of the country. Most respondents were between 16 and 18 years old and were in Secondary School (50%) or had completed their Secondary Education (22%). Almost 84% of those who were still students attended public school. Regarding sexual orientation, 18% of the adolescents preferred not to answer; 23% said they were bisexual; 54%, heterosexual; and 3%, homosexual. Most of the participants self-reported being white (45%), 35% brown, less than 10% reported being black, and less than 5%, yellow and indigenous.

Regarding sexting practices, over 70% reported having received unsolicited nudes¹², 80% said they had been asked to send nudes, and 35% mentioned having sent nudes¹³. This scenario demonstrates that sexting represents an important part of adolescents' experience of sexuality (Pelucio, 2005; Sousa et al., 2017). When asked about the reasons for sending intimate images, almost 70% of the adolescents preferred not to answer. Those who responded said they did so because they felt like it (45%), because their girlfriend or boyfriend had asked them to (34%), or because they felt pressured (13%). Furthermore, less than 20% said they had requested nudes. Finally, most of the respondents said that these practices took place via WhatsApp (55%) and Snapchat (25%).

Additionally, almost 10% said they had been victims of nonconsensual image sharing. When asked if they had shared with anyone the fact that intimate images of them had been leaked, 35% said they had told no one, 31% had told a friend, 16%, a family member, and only 2% had told a schoolteacher. Paradoxically, most respondents reported feeling supported when suffering nonconsensual image sharing, even though they did not receive advice from their family, school or others close to them. This lack of support and information explains why 80% of the girls admitted feeling responsible for the leaked images and that the main consequences for those who faced this type of experience were feelings of sadness and loneliness (30%), thinking about suicide (27%), and attempting self-harm (26%). Furthermore, 4% of the respondents reported changing schools, and 1%, moving to another city.

Finally, the last group of questions covered the adolescents' support networks in situations of nonconsensual image sharing. The first question was about the possibility of telling someone at school about the episode, such as teachers, administrative staff, and counselors. Almost 15% of respondents preferred not to answer this question, and of those who did, 52% said they would not tell them, and 48% said they would. Although the result shows a split trend, there is room for schools to become a place for mediation and guidance in cases of nonconsensual image sharing. However, when asked about whether the topic of leaked nudes had been discussed at school, more than 70% answered "No." Those who answered affirmatively indicated that the

¹² Informal term adolescents use for sexting.

¹³ It is important to clarify that the question posed to the participants was not specifically about whether the images they sent were of themselves or other people. Therefore, it cannot be inferred that 35% of the adolescents sent only their own nudes, however, it can be assumed that they shared intimate images.

topic had been addressed primarily in classrooms (38%), by the students themselves (28%), in discussions promoted by guest speakers (21%), or in projects developed by schools (10%).¹⁴

Regarding discussions with their families about sexting, almost 70% recognized that this had never happened. When asked about who they would talk with about nonconsensual image sharing, the main choices mentioned by the adolescents were friends (50%) or parents (26%), while more than 15% said they would not tell anyone. Additionally, over 85% said they had not searched for information about nonconsensual image sharing on the Internet. Those who had looked up this type of information had done so primarily on websites and in YouTube videos.

Finally, the adolescents were asked whether they had ever supported someone whose nudes had been leaked. Of the 8,000 respondents, approximately 60% said they had. Once again, it is clear that the sexuality of contemporary youths includes sexting practices and that victims of nonconsensual intimate image sharing have limited access to support networks that extend beyond friends, who are likely to have little information about existing helplines.

ANALYSIS OF THE INTERACTIONS

Content analysis was employed to understand the interactions of the adolescents. Based on this assessment, three pre-categories were created a priori, and after intense examination of the material, the analysis yielded the following final categories (Bardin, 1977): 1) reactions to the leaked video; 2) information about how to proceed in the case of nonconsensual image sharing; and 3) reactions to the possibility that the character would practice self-harm.

The reactions to Fabi's story about nonconsensual image sharing showed that 83% of the participants considered that the character was not to blame for the episode. The other 17% believed that Fabi was to blame and argued that when someone allows someone else to record an intimate moment, they are responsible for handling the consequences of possible nonconsensual sharing.

It is interesting to observe the difference between this result and the survey data, in which 80% of the adolescents who had their images shared without consent believed that they were to blame. However, when in the role of someone having to comfort a "friend," nearly the same percentage of girls considered that the person exposed was not at fault. In this position, they felt encouraged to help and did not contribute to the cycle of re-victimization. Most adolescents (54%) reported knowing someone who had experienced this type of situation, and even though they were not asked directly about their own experiences, 10% reported that they were experiencing or had experienced this situation. When asked about whether they had ever sent nudes, 41% responded affirmatively. Compared with the survey results, it can be inferred that sexting practices are increasingly common and that an average of 10% of adolescents who produce and share their images are victims of nonconsensual intimate image sharing.

¹⁴ The survey reinforced the trend shown in the 2018 ICT in Education survey (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2018): 40% of teachers helped students deal with situations that occurred on the Internet (bullying, discrimination, harassment and sharing of nonconsensual images).

Regarding the second category of analysis, one of the main types of information provided, without prompting by a direct question about the topic, was that victims should block the offender and his friends, deactivate their social media accounts and change their phone numbers. Spontaneously, most of them (65%) also encouraged Fabi to file a formal report with the police.

When asked by Fabi whether she should tell her parents, 80% of the participants said “Yes.” When the character shared the fact that she had filed an online report on SaferNet Brazil’s website and asked the adolescents whether they were familiar with this channel, only 6% answered affirmatively, confirming the data obtained in the survey about lack of knowledge about online spaces for help.

Finally, the aim of the third category was to observe the reactions of the participants when Fabi told them about a girl who committed suicide because of online exposure. More than 80% of the adolescents asked the character via text not to engage in any self-harm.

The analysis of the interactions shows that most of the participants completed the entire experience and were motivated to talk and share their experiences and information empathetically, expressing solidarity with Fabi and giving her support and solace.

FINAL CONSIDERATIONS

The analysis of the Caretas project shows that the production and sharing of intimate images are an increasingly common practice among adolescents. However, the scenario is also one of great lack of information and familiarity among youths about any kinds of protection and support networks. In fact, the data also reveal adolescents’ deep mistrust about discussing the topic with family members and in their schools. They prefer to remain silent or confide only in their friends about both sexting practices and their possible consequences.

Social networking media definitely have an impact on these youths’ sexual lives. However, the Internet is not used or even perceived by them as a space for searching for information about the topic. When they do, they resort to websites and YouTube videos. Digital influencers could have a significant role in providing information about the topic. It is also possible to infer that the efforts of public, private and third-sector organizations to provide online material does not yet reach enough youths, and therefore, complementary work is necessary for such information to reach the most vulnerable population on a larger scale.

The analyzed data suggest that schools are privileged spaces for discussing this theme and mediating issues that might emerge from it. Schools can facilitate the access of youths to content that already exists on the topic, promote discussions, raise awareness of students, and encourage adolescents to change their behavior to break the cycle of nonconsensual image sharing.

The data generated by the survey give rise to some recommendations for discussions about sexting practices and their consequences in Brazil. Considering the complexity of the problem, it requires the involvement of a wide range of social actors to create alternatives for addressing

the issue. The state, private enterprises, social organizations and international organizations must create joint strategies. Isolated and one-off projects tend to have limited reach and do not share results that could provide information and inspiration to other initiatives.

It is essential to create actions and public policies to mitigate the consequences of nonconsensual image sharing. Rather than just criminalizing or assigning blame, information, explanation and awareness-raising are necessary.

The survey presents some trajectories that need to be followed by the network of social actors that are involved in the topic. Some of these include:

- Actions that strengthen the bonds between peers to confront situations of online violence are essential. Adolescents prefer to confide their issues to other youths. This makes other youths their primary support network. It is therefore necessary to reinforce the importance of this mutual acceptance and provide the necessary information so that they know how to help each other.
- The role of digital influencers is important and must be explored, considering that the adolescents who looked up information on the Internet reported searching for YouTube videos.
- The role of the school and educators is crucial. There must be greater investment in actions that focus on teaching institutions and teaching staff, since they play an essential role in mediating conflicts that result from sexting practices.
- Families also play an essential role. The data from the survey show that a significant portion of the participants tend to seek out their parents when the situation of nonconsensual image sharing becomes complicated. Adults responsible for adolescents must be prepared to play a mediator role regarding the use of technology. They should systematically foster healthy habits, including other important themes for the development of youths, such as maintaining a healthy diet and exercising. Frank and respectful dialogue is essential for all family members to learn and promote safe, healthy, critical, and constructive use of technologies.
- Internet use is important but sensitive when it comes to nonconsensual image sharing. Most adolescents were unaware of the various online spaces dedicated to the topic. However, innovative initiatives can produce important and large-scale results.

Schools are at the core of this discussion. Conflicts that result from sexting practices begin or end up emerging in school environments. However, these environments seem ill-equipped to handle these issues. There is little discussion about the theme in schools, although most girls said they were open to discussing the topic with teachers and other professionals.

Innovative, interactive and creative online experiences can complement already-existing efforts to promote engagement in discussions about important themes, reaching a significant number of adolescents. The Caretas project reached almost one million people. Most had little or no information about what to do in cases of nonconsensual image sharing and, at the end of the experience, they felt better equipped to handle the topic.

REFERENCES

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisbon: Edições 70.

Berman, G., Powell, J., & Herranz, M. G. (2018). *Ethical considerations when using social media for evidence generation* (Innocenti Research Brief, 2018-20). Retrieved on March 11, 2019, from <https://www.unicef-irc.org/publications/968-ethical-considerations-when-using-social-media-for-evidence-generation-research-brief.html>

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2018). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian schools: ICT in Education 2017*. São Paulo: CGI.br.

Martins, G. A., & Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. São Paulo: Atlas.

Nejm, R. (2016). *Exposição de si e gerenciamento da privacidade de adolescentes nos contextos digitais*. PhD thesis, Institute of Psychology, Federal University of Bahia, Salvador, Brazil.

Pelúcio, L. (2015). O amor em tempos de aplicativos: Notas afetivas e metodológicas sobre pesquisas com mídias digitais. L. Pelúcio, H. Pait, & T. Sabatine (Orgs). *No emaranhado da rede: Gênero, sexualidade e mídia – desafios teóricos e metodológicos do presente*. São Paulo: Annablume.

Sousa, J., Scheidweiler, G., & Montenegro, L. (2017). O ambiente regulatório brasileiro de enfrentamento à violência online de gênero. *XV Congresso Ibero-americano de Comunicação (Ibercom) – Comunicação, diversidade e tolerância*, Lisbon, Portugal.

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.

EXPOSURE TO SENSITIVE SUICIDE CONTENT: LESSONS LEARNED FROM THE BLUE WHALE AND MOMO CASES

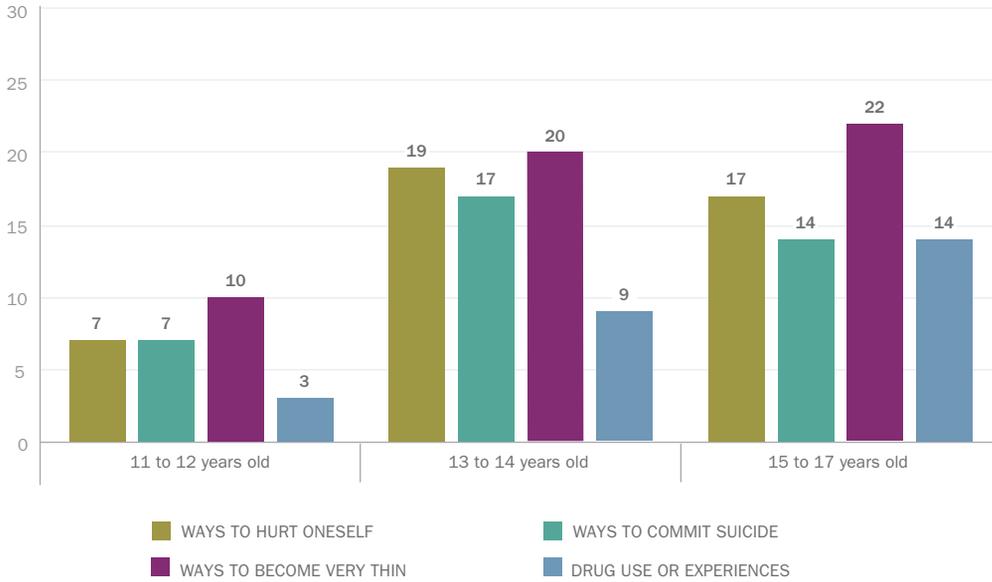
Juliana Cunha¹ and Rodrigo Nejm²

In recent years, experts, parents and educators have expressed great concern about suicide among youths and children following media reporting on the existence of groups on the Internet that encourage this practice, such as the Blue Whale and Momo challenges. Content relative to self-harm is not a recent phenomenon, nor was it created on the Internet. As is the case with many other issues, this problem has also gained greater visibility and wider circulation through the massification of Internet access across the country. Because of the way it manifests on digital networks, this issue has become a subject of research by experts, and the ICT Kids Online Brazil survey has been investigating some aspects of the phenomenon since 2014. The 2018 survey showed that 15% of children had come in contact with content about ways to hurt oneself, and 13% had come in contact with content about how to commit suicide (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2018). Charts 1 and 2 show variations in this contact by the age and gender of the children interviewed.

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. Has 12 years of clinical experience with children and teaching in higher education. At SaferNet Brazil, she is project director, with a focus on empowerment and safety of children, adolescents, youths and women. She is responsible for the HelpLine, the only nationwide online service that provides guidance about safe Internet use and also prepares educational material and lectures to raise awareness about the civic use of the Internet in Brazil.

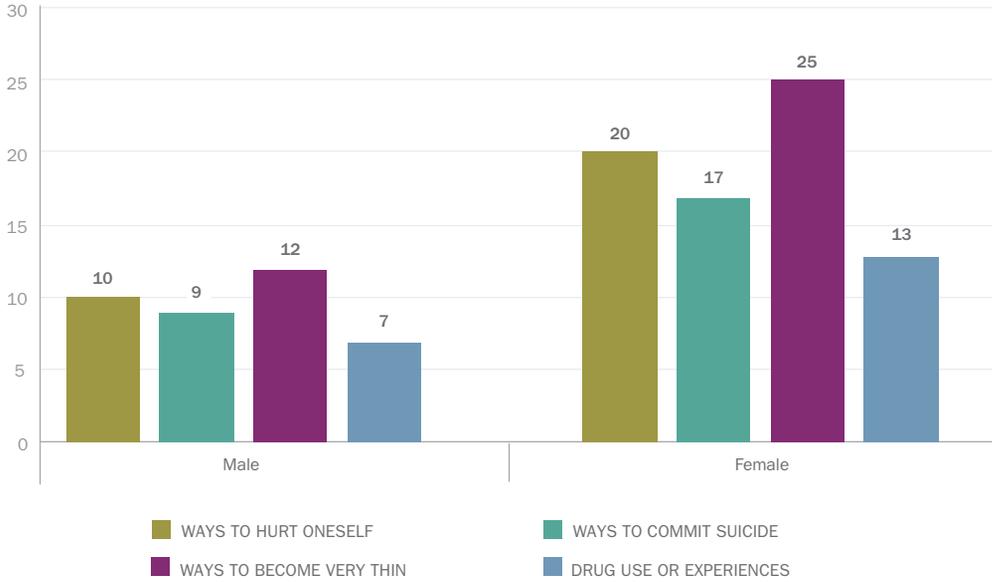
² Psychologist, PhD in psychology from UFBA and director of education for SaferNet Brazil, coordinating projects that promote conscientious and critical use of the Internet, including the training of educators and youth multipliers, in addition to creating campaigns and educational resources aimed at digital citizenship. He has also been the coordinator of Safer Internet Day since the event was first held in Brazil in 2009. He is a researcher in the Study Group on Interaction, Digital Technologies and Society (GITS/UFBA) and is doing post-doctoral studies in social psychology at UFBA through the National Post-Doctoral Program of the Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel.

CHART 1
CHILDREN BY CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS, BY AGE – SELF-HARM AND SENSITIVE CONTENT



Source: CGI.br, 2018.

CHART 2
CHILDREN BY CONTENT WITH WHICH THEY CAME IN CONTACT ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS, BY GENDER – SELF-HARM AND SENSITIVE CONTENT



Source: CGI.br, 2018.

Even though these figures are alarming, it is worth emphasizing that the content with which they came into contact did not always incite self-harm or suicide. Types of exposure to sensitive content can vary considerably, from random encounters, to searching for information, whether out of mere curiosity or out of interest about how to help someone, or even when researching the news. These cases do not necessarily represent direct searches for instructions about how to practice self-harm.

On the other hand, phenomena such as the Blue Whale and Momo challenges teach us about the importance of conducting more in-depth research on the relationships between risk, harm and concrete suicidal actions motivated by online content inciting self-violence. Based on data from the ICT Kids Online Brazil survey, the aim of the present article is to discuss how the media coverage of the most recent phenomena of children being involved in suicide incitation groups impacted the dissemination of this type of content, and how these cases drove discussions about regulatory agendas that include prevention and safety measures based on moral panic.

THE BLUE WHALE CHALLENGE ON APRIL FOOL'S DAY: WHEN FAKE NEWS BECOMES REAL

Ironically, the first news report³ about the Blue Whale challenge came out on an important TV station in Brazil on April 1, 2017, or April Fool's Day. The station reported that suicides occurring in Russia were related to a new game, although no facts had been proven. The Bulgarian Safer Internet Centre⁴ had already shown that behind these rumors⁵ was a fake story published in Russia on March 15, 2016, which had reported that 130 adolescents in the country had killed themselves after participating in the supposed game on a local social network. However, up to the time of the report in Brazil, there had been no reports of suspected suicides related to the Blue Whale challenge in the country.

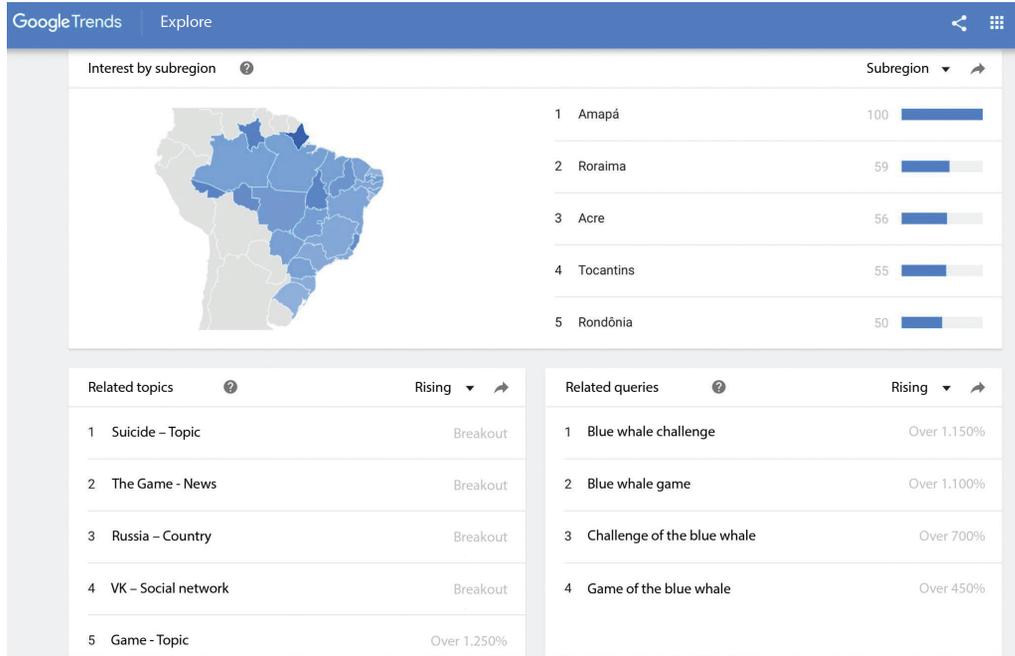
The repercussions of this fake news in Brazil included an increase of more than 1,000% in Google searches for the supposed game, as seen in Figure 1.

³ More information on Portal R7. Retrieved on 10 January 2019, from <http://noticias.r7.com/fala-brasil/videos/-jogo-mortal-preocupa-pais-na-europa-01042017>

⁴ Organization dedicated to promoting safe Internet use in Bulgaria, member institution of the European Network for online protection (Insafe/INHOPENetwork). More information on the entity's website. Retrieved on 10 January 2019, from <https://www.safenet.bg/en/>

⁵ More information on Balkan Insight's website. Retrieved on 10 January 2019, from <http://www.balkaninsight.com/en/article/experts-warn-against-rumours-for-spread-of-suicide-game-in-bulgaria-02-21-2017>

FIGURE 1
SEARCHES FOR THE TERM “BLUE WHALE CHALLENGE” ON GOOGLE SEARCH, APRIL 1-4, 2017



Source: GoogleTrends (2017).

The report made the mistake of providing details about the game and telling people how to get involved in its communities and about the challenges that had to be completed to reach the end of the game. The World Health Organization (WHO) has a suicide prevention manual that presents a series of recommendations about how the media should cover cases of suicide responsibly, such as fact-checking, responsible reporting, avoiding sensationalism, and focusing on care and prevention (World Health Organization [WHO], 2000). Even though it is a didactic manual available to the public, and has been available in Portuguese since 2000, all the basic recommendations were ignored by the Brazilian TV station, which adopted an alarmist and panic-based approach with many harmful side effects.

Since long before the Internet, there has been concern about how to report suicide cases, in order to minimize the so-called contagion effect and the influence this type of event can exert on other individuals. One of the first and most well-known cases was the phenomenon called the “Werther Effect.” The term refers to Goethe’s novel *The Sorrows of Young Werther*, in which the main character kills himself. Widespread repercussions of the book in the 18th century led to a wave of suicides among young readers, who even copied the character’s actions.

The Brazilian TV news report, which could be said to have started the Blue Whale case in Brazil, encouraged similar reports by other media vehicles, probably boosted by the considerable increase in Internet searches on the topic. Some of these searches may have been motivated by curiosity, with people searching for more information about the phenomenon; however, at the same time, the topic may have sparked interest among vulnerable individuals. Such sensitive content can act as a trigger and influence involvement in risk situations and behaviors, such as

self-harm and suicide attempts. A sensationalist approach adopted by the news for reporting teen deaths that supposedly occur in association with their involvement in Internet challenges can end up encouraging the dissemination of and search for these types of subjects, even influencing children to search the terms and try to participate in the challenges.

One result of the news report was the rapid dissemination of misinformation online, driven by press vehicles and authorities themselves, establishing premature connections between missing teens and their supposed participation in Blue Whale groups on messaging apps and social networks. Many rumors pointed to the existence of a causal connection between these deaths and the Blue Whale challenge. As occurred in other countries, lack of information from reliable sources led to enormous social panic, especially among parents and educators, who feared for the lives of children because they had simply received a message about the Blue Whale challenge on their phones. Without even considering the complexity and plurality of factors associated with suicide, or the diversity of opportunities and risks present on the Internet, many news reports amplified the alarmist approach that emphasized the grave danger of this type of sensitive content. The moral panic instigated by the “dangers of the Internet,” in addition to misinformation about a topic as sensitive as suicide among adolescents, led to the perfect storm.

THE AFTERMATH: NOTE TO THE PRESS, CAMPAIGNS AND PUBLIC HEARINGS

At the height of the social panic and lack of guidance, SaferNet Brazil published a statement with recommendations for the media, families and schools (SaferNet Brasil, 2017). The organization believes that when it comes to taboo topics, more information is necessary, not less. Therefore, the statement called attention to the fact that the misguided approach to the episode by the press contributed to the dissemination of misinformation about the Blue Whale phenomenon in Brazil. The statement also emphasized recommendations and guidelines, based on WHO documents, aimed at journalists, influencers, families and schools. Besides providing basic guidance on the theme, the goal of SaferNet Brazil was to present preventive measures and helplines so that families and schools could be equipped with information and evidence from a reliable source, rather than cautionary and alarmist news reports.

Published on social media, the statement organically (without any paid post boosts) reached more than 150,000 people within a few days. This shows the importance of sharing qualified information from reliable sources in critical situations. Adequate guidance positively impacts the use of digital networks, disseminating information and helplines available to users in general. In this case, the power of amplification and the speed of communication of these social networks had a very positive effect. The message achieved its purpose very quickly, helping to guide the coverage given by various media vehicles, with many journalists and large vehicles publishing and sharing the content of the post. Complementing the dissemination of new information and recommendations by the press, important partners and authorities⁶ also went public with declarations based on SaferNet’s initial statement.

⁶ More information on the Brazilian Federal Public Prosecutor’s Office website. Retrieved on January 10, 2019, from <http://www.mpf.mp.br/regiao2/sala-de-imprensa/noticias-r2/baleia-azul-mpf-esclarece-pontos-a-respeito-de-fenomeno-on-line>

The Blue Whale episode drew the attention of Brazilian society to the importance of talking about suicide prevention. The case also showed that family, school, the press and the Internet itself can be allies when addressing themes that are still taboo and that provoke fear and apprehension in parents and educators. To take advantage of the most intense period of the debate and greater public reception, SaferNet, in partnership with the Center for Valorization of Life (CVV) and Facebook, launched an online campaign with guidelines about how to recognize whether someone is at risk on the Internet and how to seek adequate help. Another campaign emerged at the same time, providing resources and counseling through a SaferNet helpline⁷. The initiative helped more than 2.9 million people on social networks. The high level of interest in the campaign materials clearly showed that the public is lacking information about sensitive content accessed by children on the Internet. At the same time, the episode showed how misguided news can have the opposite effect, aggravating the problem instead of guiding the population. Conversely, the capillarity of the Internet helps create an enormous network for awareness-raising, based on the guidelines of specialized organizations and reaching the most remote corners of the country with Internet connection.

After the repercussions of the Blue Whale challenge, several types of mobilization took place in the Brazilian National Congress, causing very different reactions from various sectors of society, in successive public hearings and debates about bills related to the topic. In just 45 days, SaferNet Brazil participated in five public hearings in Congress. They reported an increase of 228.05% in calls on their hotline reporting incitement to crimes against life, and a 384.31% increase in the number of cases assisted through their helpline⁸.

The Blue Whale phenomenon also had repercussions among politicians, causing strong emotional reactions and outrage. Many representatives and senators rushed to propose new bills and other legislative initiatives, in an attempt to respond to the wave of panic created in the population by the dissemination of news that directly associated suicide cases with the challenge. These initiatives included several bills that proposed altering articles in the Brazilian Civil Rights Framework for the Internet. This legal framework was the result of seven years of discussions with Brazilian society, and is now emulated by countries like France and Italy. It sets forth principles, rights and duties for Internet users in Brazil.

The Blue Whale case is emblematic of how misinformation online and inadequate press coverage can impact public opinion and regulatory agendas, causing negative impacts precisely on those who are supposed to be protected: children. Quality regulations about complex issues such as suicide require a deep understanding of the problem, which is multi-causal and has various consequences. This can only be achieved through ample debate that includes multiple sectors of society, especially experts on mental health policies and organizations that provide services to guide and care for people who are in emotional distress and are contemplating suicide.

⁷ More information on the entity's website. Retrieved on January 10, 2019, from www.canaldeajuda.org.br

⁸ More information about the hotlines and helpline indicators on SaferNet's website. Retrieved on January 10, 2019, from <http://indicadores.safernet.org.br/indicadores.html>

In July 2018, a new wave of panic began, this time associated with an urban legend that circulated under the name of Momo. It involved a terrifying image of a woman with bulging eyes that began circulating in Brazil through message chains on messaging apps⁹. Her image soon sparked curiosity. One of the rumors said that fake profiles with this image were contacting children (using unknown phone numbers at instant messenger application) to threaten them, gather personal information, and convince them to commit suicide.

Momo was very similar to the Blue Whale, although it reached lower proportions. After its dissemination and large repercussions on the webpages of digital influencers, who featured supposed conversations attributed to the doll, there was a surge in Google searches on the topic, which gained even more visibility after the death of a child¹⁰. In both cases, investigations are still underway to identify those responsible, but there are no indications that there was a single organization or entity responsible for creating and disseminating the “challenge” worldwide, because many derivations of the challenge were generated in each country and region.

The Momo included a list with several challenges, some encouraging self-harm, and others, risk behaviors. As if the socioemotional vulnerability of children weren't enough, the immaturity of younger children makes them unable to discern elements of fiction from virtual scams, creating a scenario in which criminals took advantage of Momo's repercussions to disseminate digital viruses and invade mobile phone accounts for purposes of financial extortion or emotional blackmail.

In both cases, participating in the “challenges” also led to jokes and “horsing around” among children, who disseminated the topic to earn “likes” or simply scare their peers. Young digital influencers with video channels and profiles with large audiences on social networks pretended to participate in the challenges for comedic effect. This viral dissemination, coupled with sensationalist press coverage, made it even more difficult to effectively differentiate harmless situations from situations of vulnerability, placing the mental health and lives of children at risk. Distinguishing kids' play from risks with imminent harm is not trivial and requires integrated educational efforts and raising awareness of families, the press and digital influencers, the latter of which have been playing an increasingly important role in children's sociability.

As indicated above, the complexity of suicide and emotional suffering does not allow simplistic reduction and one-directional cause-and-effect associations between being exposed to sensitive content on the Internet and immediate harm to mental health. The seriousness of this matter requires extreme caution so that these effects are not disregarded in terms of the suffering they cause. To handle the multiple aspects of these issues, it is essential to combine the efforts of multiple sectors of society, including children themselves, so that analyses, surveys, news reports, public policies and technological tools are created in a more prudent manner and in the service of promoting well-being.

⁹ The image was of Japanese origin, depicting the face of a doll representing a bird-woman, a piece of artwork exhibited in 2016 at a gallery in the Ginza, a district in Tokyo, and attributed to artist Keisuke Aisawa. The telephone numbers that originated the calls that threatened children or disseminated invitations changed as the phenomenon spread among countries and cities. More information on BBC's website. Retrieved on January 10, 2019, from <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-44961410>

¹⁰ More information on UOL's website. Retrieved on February 10, 2018, from <https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2018/08/30/boneca-momo-reacende-debate-sobre-seguranca-de-criancas-na-internet.htm>

THE BEST APPROACH IS MULTISECTORIAL AND BALANCED

Sensitive topics such as suicide and self-harm generate strong emotional reactions in everybody, especially those who have dealt with such situations in their own experience or in their families. When coupled with the ongoing challenge of carrying out balanced reflections on the opportunities and risks provided by the Internet to new generations, the result tends to be an explosive combination. After all, moral panic, misinformation, and political opportunism can often result in responses that, instead of dealing with these issues, create more problems.

In this context, the indicators of the ICT Kids Online Brazil survey can help in understanding which sensitive topics have been present on the Internet for some time, not because they arrived with the Internet, but because they are part of the lives of children both online and offline. New qualitative research could help us reflect more deeply about the meanings generated among children themselves based on the waves of misinformation in the Blue Whale and Momo cases. Undoubtedly, such data could help underpin, not only better regulations, when necessary, but also thinking about new technologies and approaches capable of enhancing the incorporation of socioemotional education into agendas for digital literacy and teaching, in a world with increasingly weak borders between digital environments.

There is no doubt that these phenomena, which are still being investigated by the authorities, can produce irreparable harm. However, they also teach us a lot about how to respond to challenges involving exposure to sensitive content and understand their influence on the risk behaviors of children. To this end, it is important that all sectors and actors responsible for education and child protection cooperate to form a wide-reaching network of awareness-raising and care, thus preventing damage. Families and schools are still the main agents of prevention, since they are closely involved in the everyday lives of children. They must be sensitized and trained to identify the first signs of risk and suffering, so they will know when to act. Support networks and services, such as the association *Centro de Valorização da Vida* – CVV, the SaferNet helpline, *Diminuída*, pediatricians, and experts, must work together and be multipliers of coordinated actions. It is also necessary to conduct ongoing work to qualify press coverage about sensitive topics, avoiding sensationalist approaches that amplify the problem. It is important to maintain and hone fact-verification mechanisms, and prevent the dissemination of gossip and misinformation online. Furthermore, platforms must constantly update their reporting tools, guidelines, and terms of service, in addition to implementing improvements in the work of moderators, with artificial intelligence solutions, feedback and cooperation from experts about sensitive and emerging topics.

The more integrated and converging these multisectorial initiatives, the more effective the actions that seek to implement public policies aimed at promoting and ensuring the health and well-being of children, who experience their development on digital platforms with increasing intensity.

REFERENCES

- Barbosa, A., O'Neill, B., Ponte, C., Simões, J., & Jereissati, J. (2013). *Risks and safety on the internet: Comparing Brazilian and European findings*. LSE, London: EU Kids Online.
- Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2018). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT Kids Online Brazil 2017*. São Paulo: CGI.br.
- Byrne, J., Albright, K., & Kardefelt-Winther, D. (2016). *Using research findings for policymaking*. London: Global Kids Online.
- Dinh, T., Farrugia, L., O'Neill, B., Vandoninck, S., & Velicu, A. (2016). *Internet safety helplines: Exploratory study first findings*. Retrieved on January 7, 2018, from http://eprints.lse.ac.uk/65358/1/EU_Kids_Online_Internet%20safety%20helplines.pdf
- Livingstone, S. (2014). Risk and harm on the internet. In A. Jordan, & D. Romer (Eds.). *Media and the well-being of children and adolescents*. Oxford: Oxford University Press.
- SaferNet Brazil (2017). *“Jogo” do suicídio: Nossas recomendações para imprensa e alerta aos pais*. Retrieved on November 7, 2018, from <https://web.facebook.com/SafernetBR/posts/jogo-do-suicidio-nossas-recomendacoes-para-a-imprensa-e-alerta-aos-paisa-saferne/1317178101663414/>
- World Health Organization – WHO (2000). *Prevenção do suicídio: Um manual para profissionais da mídia*. Geneva: WHO.

THE PROCESSING OF PERSONAL DATA OF CHILDREN AND ADOLESCENTS: PROTECTION AND CONSENT

Chiara Spadaccini de Teffé¹

CONSIDERATIONS ON THE BRAZILIAN DATA PROTECTION LAW

The Brazilian data protection law ensures people's rights to control their own information and determines how it is processed by third parties, protecting the principle of human dignity and its four corollaries: freedom, equality, psychophysical integrity and social solidarity. The aim of developing mechanisms, including legal ones that regulate data processing, is to prevent types of discrimination that are not constitutionally based, such as those that deny certain groups access to credit or better employment. These mechanisms contribute to staving off practices that can concretely reduce the autonomy of individuals, because of the possibility of making decisions based on data analysis, without awareness of individuals or based on very obscure criteria. The specialized protection of personal data undoubtedly guarantees greater information security and serves to prevent authoritarian and harmful practices by governments and private entities.

It is likely that everyone has been subject to undue processing of their data and has even had their data leaked when companies are made vulnerable. This greatly reinforces the demand for norms that are sensitive to new technological challenges and that establish effective mechanisms, both to provide people with protection and reparation, and to establish duties and responsibilities specific to all those who process personal data. With the development of increasingly sophisticated data processing technologies, greater application of artificial intelligence in systems and processes, and expansion of information storage capacity, it is urgent to update, or even create, legislation and documents at the national, regional and international levels for more specific and up-to-date approaches to the demands and issues relative to the protection of privacy and personal data.

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). Worked as substitute professor in civil law at the Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ) (2017-2018) and a researcher at the Rio Institute of Technology and Society (ITS Rio). Civil law professor at IBMEC. Guest professor for open courses offered by ITS Rio, the Center for Studies and Research in Teaching Law (CEPED) at UERJ, and the School of Magistracy of the State of Rio de Janeiro (Emerj). Is also a member of the executive council of *Civillistica.com*, electronic journal of private law. Member of Emerj's permanent forum for media and freedom of expression.

Until recently, Brazil did not have a specific data protection law. Although existing legislation covers some issues relative to the theme, it is not always precise and does not provide adequate guarantees to the parties involved. In addition to generating legal insecurity, it made the country less competitive in the context of an increasingly data-driven society. However, this scenario changed in August 2018, with the passing of the Brazilian General Data Protection Law (LGPD) (Law n. 13.709, 2018), which presents preventive guidance and a long list of principles for personal data processing activities. It is in line with Regulation 2016/679 of the European Parliament and Council of the European Union relative to the protection of individuals in terms of personal data processing and the free circulation of these data, known as the General Data Protection Regulation (GDPR). The Brazilian LGPD seeks to anticipate the risk of privacy violations and to prevent harm to individuals, abusive information processing, and data leaks.

According to the LGPD, all personal data is significant. For this reason, a broad concept of personal data was adopted: information relating to an identified or identifiable natural person ('data subject'²). Data that do not seem relevant at a given time, or that do not directly reference a person now, once transferred, cross-referenced and/or organized, can result in very specific information about a given person, including sensitive information about them.

Regarding sensitive data, the legislators understood that the best way to protect individuals would be by presenting examples of this type of information (Art. 5, II): "data about racial or ethnic origins, religious beliefs, political opinions, affiliations with labor unions or religious, philosophical or political organizations, data about health or sex life, and genetic or biometric data, whenever related to a natural person." Considering the sensitive nature of the topic, a general rule was established that any person who processes data, whether natural or legal, whether of public or private nature, including activities carried out on digital media, must have a legal basis for their activity.

Much emphasis is given to the consent of data subjects in the Law, although it is not the only legal basis for data processing. Consent is defined as the "free, informed and unequivocal manifestation through which the data subject agrees to the processing of his/her personal data for a given purpose." Consent appears as the first possibility for data processing of personal data (Art. 7, I), it must be provided in writing or by any other means that demonstrate the subject's manifestation of will (Art. 8). This manifestation must refer to specific purposes, and therefore, generic authorizations are considered null. Another relevant provision states that consent can be revoked at any time, upon express pronouncement of the data subject, through a free and user-friendly procedure. However, when it comes to sensitive data, its processing can only occur if the data subject or his/her legal representative provides specific and separate consent, for specific purposes, or in the other conditions listed expressly in the law. Both citizens and collectivities must be ensured legal, technical and social instruments that increase power and control over their information, because the control of data processing safeguards not only individuals to whom these data are related, but also the social groups to which they belong.

The provisions established in the LGPD recognize the heightened informational asymmetry in which we live: In general, large enterprises and States have more power, resources and better

² An identifiable natural person is one who can be identified, directly or indirectly, in particular by reference to an identifier such as a name, an identification number, location data, an online identifier or to one or more factors specific to the physical, physiological, genetic, mental, economic, cultural or social identity of that natural person (GDPR, Art. 4, 1).

information than regular citizens, who are often consumers in the relationships developed. This scenario raises various questions, such as the validity of data subject consent in the contracts entered into, especially in the case of contracts of adhesion. This asymmetry is revealed, not only in the power of agents over the personal data of third parties, but also in new business modalities in which the personal information of users represents one of the central foundations of the system developed. The structure of social media relies heavily on constant data input by its users. The existence of a substantial number of users is essential to the business, and users are encouraged to constantly add various kinds of information. Next, the data entered into the system are explored and monetized, a structure that raises many concerns if this environment also includes sensitive data about children.

In light of the engaging topics addressed in the LGPD, the present article provides an analysis of the regulations relative to the processing of personal data of children, with emphasis on the possibilities of their interpretation and application, besides bringing some ideas about the use of social media and the Internet of Things (IoT) by these subjects.

THE PROCESSING OF PERSONAL DATA OF CHILDREN

Article 14 of the LGPD specifically deals with the processing of children's personal data. It establishes that processing must be carried out in these subjects' best interest, considering, above all, the protective norms established in the Brazilian Federal Constitution, the Statute of the Child and Adolescent, and the United Nations Convention on the Rights of the Child. The objective is to ensure the dignified physical, mental, moral and social development of this population, respecting their existential autonomy and personality development.

Regarding persons under 12 years of age, the Law states that personal data processing must be carried out with specific and separate consent of at least one parent or legal guardian (§1). This consent must also be free, informed, unequivocal and directed toward the processing of personal data for a given purpose. The aforementioned provision is quite adequate, since it deals with a right of the child, a hyper-vulnerable and absolutely incapable subject, who must be represented, under penalty of absolute nullity of the act practiced. However, by not mentioning individuals from 12 to 18 years old, the regulation does not properly clarify whether consent manifested directly by him/her, without assistance or representation, can be considered fully valid. Is this a case of special capacity or, more simply, did the legislators decide not to address the theme, since there is already general legislation about the topic in the Brazilian Civil Code? Did the legislators make a mistake in this regulation? It seems that they may have understood that consent expressed individually by adolescents should be considered valid, under assumptions relative to the processing of these subjects' personal data. Based on the reality of the use of the Internet and social networks, environments whose users include

a high number of adolescents and young individuals, it is possible that they considered this consent to be a legal and legitimate situation that has achieved widespread social acceptance³.

It is worth remembering that, as a rule, the main social networks set 13 years old as the minimum age for creating accounts and using the platform, as seen in the Brazilian terms of use for Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube, Twitter, and Snapchat. This is based on US regulations that consider children to be individuals under 13 years old. The US Children's Online Privacy Protection Act of 1998 (COPPA) prohibits unfair or deceptive acts or practices in connection with the collection, use, and/or disclosure of personal information from and about children on the Internet (§312.1).

In Europe, the minimum age for using social networks varies according to different provisions in the terms of use of some tools. Considering that some countries are still adjusting to Article 8 of the GDPR, some provisions state that users must be at least 16 years old to use these services. This is because Article 8 states that when point (a) of Article 6(1) applies, in relation to the offer of information society services directly to a child, the processing of the personal data of a child shall be lawful when the child is at least 16 years old. When the child is below the age of 16 years old, such processing shall be lawful only if and to the extent that consent is given or authorized by the holder of parental responsibility over the child. However, the article emphasizes that Member States may provide by law for a lower age for those purposes, provided that such lower age is not below 13 years. In these cases, those responsible for data processing must make reasonable efforts to verify that consent was given or authorized by the child's parents or legal guardians, taking into consideration available technology.

Returning to Article 14 of the LGPD, under the assumptions regarding data processing set forth in Section 1, controllers must provide access to information about the types of data collected, how they will be used, and the procedures for exercising the rights referred to in Article 18 of the Law (this article is in the chapter about the rights of data subjects). This is because consent in and of itself does not waive the agents' responsibility for evaluating all the risks of data processing, nor their duty to faithfully observe all the protection provisions in the LGPD. Additionally, the controllers shall use all reasonable efforts to confirm that the consent referred to in Section 1 was given by the person responsible for the child, considering the available technologies (Article 14, §5). This shows the duty of care attributed to controllers. Controllers must be vigilant and require users' date of birth to verify their actual age, and, when applicable, suspend data processing until consent is obtained from those responsible for the child (Cots & Oliveira, 2018).

³ According to the ICT Kids Online 2017 survey in Brazil, "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" (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2018, p.258). Still according to the survey, "In view of the different types of use of the 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 networks (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" (CGI.br, 2018, p. 159).

As in the GDPR (Article 8), the issue of consent from the holder of parental responsibility over the child in the LGPD raises many questions about its implementation. How can companies verify whether the person who provides consent is actually one of the child's parents or legal guardians? The law does not clarify what exactly is meant by "reasonable efforts" and who will assess the implemented technology and the efforts expended by controllers. Certainly, some enterprises, because of their size and economic power, are in a much better position to invest in the necessary measures. Another challenge that must be considered is the chance that implementation measures will lead to greater processing of personal data, contrary to the data minimization principle. Furthermore, there is the risk that children will develop strategies to bypass requirements relative to parental consent. From the educational point of view, there are also questions about how much space on the Internet should be allotted to children that are free of parental interference.

Section 4 of Article 14 states that controllers shall not subject the participation of the data subject in games, Internet applications or other activities to the provision of personal information in addition to those strictly necessary for the activity, showing that this provision runs contrary to the excessive requirements for children's data in leisure and entertainment services. This provision privileges the principle of data minimization, according to which data must be adequate, relevant and limited to what is necessary for the purposes for which they will be processed. If this provision is disrespected, data processing shall be considered abusive, even when parental consent is given. This provision seeks to prevent take-it-or-leave-it policies in which users either accept all the provisions in the terms of service or cannot use it at all.

This provision also states that the information about data processing referenced in Article 14 must be communicated clearly, simply and accessibly, considering the physical, motor, perceptive, sensory, intellectual and mental characteristics of users. This may include the use of audiovisual resources, whenever appropriate, to provide the necessary information to parents or legal guardians and to children in a way that is suited to their understanding. Therefore, actions aimed at complying with the information and transparency principles will also need to be adapted to the level of understanding of children and adolescents, subjects who are ruled by the doctrine of full protection and present a very specific condition of persons still in development.

The provision in Article 14 must be applied especially in the case of goods and services targeted at or directly offered to children, situations in which any information transmitted to minors must be in clear, simple language suitable to the age of the expected audience. Monitored and/or guided use of goods and services by those responsible for minors should also be encouraged. This provision is in line with educational practices and with a perspective that recognizes children as having an active role in their own rights.

These requirements must be considered in conjunction with the provisions of the Statute of the Child and Adolescent (Law n. 8.069, 1990), especially articles 70 and 71, which state that it is the duty of all to prevent the occurrence of threats or violation of the rights of children, individuals who have the right to information, culture, leisure, sports, entertainment and goods and services that respect their specific condition of persons in development.

The LGPD also mentions situations in which it is possible to process children's data without the need for consent. As stated in the first part of the article, consent is one of the legal bases of data processing, but not the only one. In the case analyzed, which involves minors, no

special norm has been established providing for new possibilities for processing; and as a rule, the provisions in articles 7⁴ and 11 should be applied. As a complement to the requirements for legal authorization for data processing, Section 3 of Article 14 indicates that personal data of children may be collected without the consent referred to in paragraph 1 of this article whenever collection is necessary to reach the parents or legal guardians, in which case it should be used once and not stored, or for their protection, and they cannot be transferred to third parties, under any circumstance, without the consent set forth in Section 1 of this article.

In addition to online games and applications, recent years have seen the emergence of connected devices, within the context of the Internet of Things, directed at children. Watches, refrigerators, digital readers, motion detectors, cameras, coffee makers, clothing and toys are already connected to the Internet and found in the homes and on the bodies of a wide range of people. 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 goods. However, problems can be detected in relation to information security and how privacy and the personal information of users are handled. In this setting, the greater the number of connected devices, the more data are produced and processed. In other words, the more “intelligent” things are, the more data there is about the activities, preferences, and habits of their users, individuals who sometimes do not even have full civil capacity.

Some experts have even highlighted the possibility of hacking connected devices and their use in espionage in the environments in which they are located (Teffé & Souza, 2018). Some enterprises also lack transparency regarding the collection and processing of personal data of the children who interact with these products, as well as the data of nearby third parties, which may be collected without their knowledge. Still regarding personal data processing, some terms of use are vague about data retention and their distribution to third parties, while others impose massive data collection requirements to obtain the full experience with the devices.

Another aspect that is criticized is the possibility of inserting implicit advertising of goods and services of commercial partners during interactions between children and toys or other connected devices. Based on current data processing techniques, suppliers are increasingly capable of obtaining individual information about their consumers, which allows them to guide the flow of information and publicity aimed specifically at each person.

In this context, it is essential that enterprises invest in security and mechanisms that ensure more effective protection of user privacy while developing and using products that are part of the environment of the Internet of Things. Moreover, consumers must also develop a critical awareness of the possible risks inherent in their interactions with these devices. It is important to bear in mind that all these technologies that are linked to the IoT are prone to vulnerabilities. Even in the presence of legal requirements that provide for quality regulation of topics relative to the use of new technologies, the Law by itself is not enough to fully protect these individuals.

⁴ However, it is necessary to question the application of the provision regarding the need to serve the legitimate interests of the controller or third parties (Article 7, Section 9). In this case, the legislators highlighted that this requirement is unfeasible, given the “prevalence of fundamental rights and liberties of the data subject, which require protection of their personal data”. Regarding this exception, in the case of children, it is necessary and important to consider this caveat with care, as did the European regulation in Article 6.

Therefore, it is also necessary to include norms, market and architecture in this regulatory framework.

CONCLUSION

The General Data Protection Law in Brazil is preventive in nature and highly concerned with the principles of transparency, accountability and purpose limitation for processing personal data. Its impact will be effective in various sectors of society, granting rights to data subjects and assigning duties and responsibilities to processing agents. All subjects will have to adapt to a new culture of personal data protection, and it is up to the Judiciary and the National Data Protection Authority (ANPD) to harmonize the interpretation and application of the law. The provision relative to the processing of children's data is significant and important. However, it presents some challenges in the field of interpretation and how it links with other norms of the system. The key point when applying the data protection law is placing the best interest of children in the forefront.

REFERENCES

Borgesius, F. J. Z., Kruike-meier, S., Boerman, S. C., & Helberger, N. (2017). Tracking walls, take-it-or-leave-it choices, the GDPR, and the eprivacy regulation. *European Data Protection Law Review*, 3.

Brazilian General Data Protection Law – LGPD. Law n. 13.709 of August 14, 2018 (2018). Addresses the processing of personal data, including on digital media, of natural or legal persons, of public or private nature, with the goal of protecting the fundamental rights of freedom and privacy and the free development of the personality of natural persons. Brasília, 2018. Retrieved on December 28, 2018, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2018). *Survey on Internet Use by Children in Brazil: ICT Kids Online Brazil 2017*. São Paulo: CGI.br.

Cavoukian, A. (2011). *Privacy by design: The 7 foundational principles* (Ed. rev.). Information and Privacy Commissioner of Ontario. Toronto, Canada. Retrieved on December 27, 2018, from <https://www.ipc.on.ca/wp-content/uploads/resources/7foundationalprinciples.pdf>

Children's Online Privacy Protection Act – COPPA. 15 U.S.C. 6501–6505. October 21, 1998 (1998). Imposes certain requirements on operators of websites or online services directed to children under 13 years of age, and on operators of other websites or online services that have actual knowledge that they are collecting personal information online from a child under 13 years of age. Washington, DC. Retrieved on December 27, 2018, from <https://www.ftc.gov/enforcement/rules/rulemaking-regulatory-reform-proceedings/childrens-online-privacy-protection-rule>

Cots, M., & Oliveira, R. (2018). *Lei geral de proteção de dados pessoais comentada*. São Paulo: Thomson Reuters Brasil.

Doneda, D. (2018). O GDPR e a globalização da proteção de dados. *UOL Tecnologia*. Retrieved on December 25, 2018, from <https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2018/05/25/o-gdpr-e-a-globalizacao-da-protecao-de-dados.htm>

European Commission (n.d.). *What does data protection 'by design' and 'by default' mean?* Retrieved on December 27, 2018, from https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform/rules-business-and-organisations/obligations/what-does-data-protection-design-and-default-mean_en#references

Frazão, A. (2018). Nova LGPD: Tratamento dos dados de crianças e adolescentes. *Jota*. Retrieved on December 28, 2018, from <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/nova-lgpd-tratamento-dos-dados-de-criancas-e-adolescentes-03102018>

Lessig, L. (1999). The law of the horse: What cyberlaw might teach. *Harvard Law Review*, 113, p. 501-549.

Monteiro, R. L. (2018). Lei Geral de Proteção de Dados do Brasil: Análise contextual detalhada. *Jota*. Retrieved on December 28, 2018, from <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/agenda-da-privacidade-e-da-protacao-de-dados/lgpd-analise-detalhada-14072018>

(EU) Regulation 2016/679, of April 27, 2016 (2016). Relative to the protection of the data of singular persons regarding the processing of personal data and the free circulation of these data and that revokes Directive 95/46/CE (General Regulation on Data Protection). European Parliament and Council of the European Union. Brussels, 2016. Retrieved on December 28, 2018, from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>

Rodotà, S. (2008). *A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje*. Rio de Janeiro: Renovar.

Statute of the Child and Adolescent. Law n. 8.069 of July 13, 1990 (1990). Regulations about the Statute of the Child and Adolescent and other provisions. Brasília. Retrieved on October 3, 2018, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm

Teffé, C. S. de, & Souza, C. A. (2018). Connected childhood: Digital rights and education. Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br. *Survey on Internet Use by Children in Brazil: ICT Kids Online Brazil 2017*. São Paulo: CGI.br.

Tepedino, G. (2014). Liberdades, tecnologia e teoria da interpretação. *Revista Forense*, 110(419), p. 77–96.

SOCIAL NETWORKS AND MENTAL HEALTH INDICATORS IN ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEYS (2013 – 2017)

Ivelise Fortim¹ and Mateus Donia Martinez²

INTRODUCTION

Social networks are part of information and communication technologies (ICT) and help young people build their identities, learn about the world, express themselves and interact with others. Therefore, online social interaction is understood to be a process of developing and engaging in a network of people connected within a virtual environment (Boyd & Ellyson, 2008).

The possibilities and uses of social media are multiple, as well as their effects on the mental health of users. A variety of examples can be found in the literature, whether positive or negative effects (Berryman, Ferguson, & Negy, 2018; Brailovskaia & Margraf, 2018; Marino, Gini, Vieno, & Spada, 2018). The results of surveys (Sussman & DeJong, 2018) indicate a preponderance of negative effects. However, this does not necessarily mean that networks create more harm than benefits for mental health. It can be understood that these results represent a preponderance of studies that focused on investigating negative effects.

Positive effects reported include: greater learning opportunities with access to shared healthcare experiences and access to health information (Maslen & Lupton, 2018; Ridout & Campbell, 2018); better formation of online communities and consequent emotional support; facilitated communication of feelings and formation of identity through viewing specific pages on social networks; building and maintenance of relationships (friendship and romantic); and prevention and monitoring of populations in zones at risk of natural disasters, as well as implementation of post-disaster recovery strategies (Wiederhold, 2013; Eckert et al., 2017), among other benefits.

¹ PhD in clinical psychology, master's degree in social sciences, and undergraduate degree in psychology from the Pontifical Catholic University of São Paulo (PUC-SP); currently a professor in the Department of Social Sciences and Health (PUC-SP) in undergraduate courses in psychology and technology in digital games; coordinator at Janus – Laboratory for Studies in Psychology and Information and Communication Technology at the same university.

² Master's student in the social psychology and labor program of the University of São Paulo (USP) and member of the Laboratory for Anomalistic Psychology and Psychosocial Processes of USP (Inter-Psi-USP); specialization in religiosity and spirituality in clinical practice from the Pontifical Catholic University of Rio Grande do Sul (PUC-RS) and advanced training in clinical-institutional psychology – with an internship in the Unit for Studies on Psychology in Informatics (NPPI), currently Janus – and undergraduate degree in psychology from PUC-SP. Has a scholarship from the Coordination for the Improvement of Higher Education Personnel – Brazil (Capes) – Financing Code 001.

Negative effects reported include: increased anxiety and depression, resulting in difficulties going out, having fun, studying and working; deteriorated quality of sleep and greater chronic fatigue; lower satisfaction with body image, due to comparing one's own body with idealized and edited images on the Internet (Stronge et al., 2015) – these comparisons have an influence on increased prevalence of eating disorders, such as bulimia and anorexia (Holland & Tiggemann, 2016; Walker et al., 2016); cyberbullying, characterized as subjecting someone or being subjected to acts of violence (physical and psychological, in a repeated and intentional manner) (Brewer & Kerslake, 2015); fear of missing out (FoMO), i.e., fear of missing the latest updates and posts, resulting in a compulsion to constantly check social networks; more problems in relationships since more time is spent using social networks (Elphinston & Noller, 2011); and dependence on social networks, because they can be considered more addictive than smoking and alcohol (Royal Society for Public Health [RSPH], 2017), among other harmful effects.

Studies on positive and negative effects are relevant for developing new outlooks and more conscious ways of getting to know others and interacting on social networks. The findings are important for planning interventions aimed at promoting healthier and more beneficial use of these platforms, as well as for implementing public policies. Although studies show that intensive use can have a major impact on people's mental health, social networks cannot be isolated as the sole determining factor. One noteworthy survey, "Status of Mind: Social media and young people's mental health and wellbeing," was conducted in 2017 in Britain by the Royal Society for Public Health (RSPH) with young people from 14 to 24 years of age, showing how they felt about social networks. The survey examined the main positive and negative effects reported by the interviewees.

In Brazil, there are still no specific surveys on the use of social networks and their association with effects on the mental health of children. The ICT Kids Online Brazil survey, even though it does not seek to assess this theme specifically, provides data that can give indications as to how young people have used social media, as well as the possible effects of this usage on their health.

The objective of the current article is to determine which indicators from the data generated by ICT Kids Online (2013-2017) are related to the themes (positive and negative effects) addressed in the Status of Mind survey.

STATUS OF MIND: SOCIAL MEDIA AND YOUNG PEOPLE'S MENTAL HEALTH AND WELL-BEING

The Status of Mind survey (RSPH, 2017) sought to encourage discussion and promote interventions to empower young people to use social media in a safer and healthier way. The study exposed possible negative and positive effects of these platforms on the mental health of users, based on the literature. The following negative effects were listed: greater likelihood of increased anxiety and depression in users who spent more than two hours per day on social networks, as well as the increase of FoMO; deteriorated quality of sleep due to more use of social media and then further use due to poor sleep quality, with consequent chronic fatigue; dissatisfaction with body image, from comparisons with photos (most of which are edited) of other people; and increased cyberbullying. The positive effects were: access to health information disseminated by experts and sharing of experiences with treatment received

by other people; greater emotional support and sharing of feelings and needs; improved self-expression (creative and positive) and formation of self-identity; more possibilities of making and maintaining relationships.

A survey was taken in relation to the profile of use of Snapchat, Twitter, YouTube, Facebook and Instagram by young people from 14 to 24 years of age. It assessed how they felt after using social media, in relation to the topics listed above, from a scale of -2 (a lot worse), to 0 (no effect), to +2 (a lot better).

The survey indicated that different social networks have different effects on the mental health of users. For example, YouTube was one of the platforms with the most positive effects, whereas Instagram had one of the highest scores in terms of negative effects, especially in the areas of FoMO and body image. YouTube was reported to be the platform that most promoted awareness, but also had the worst effect on sleep. Snapchat, for instance, was viewed as one of the main networks for cyberbullying. Twitter had high indices of self-expression, but was a platform with one of the highest bullying scores. Facebook was one of the platforms that produced more anxiety, depression and problems in relation to body image. At the same time, it ranked high in emotional support. Snapchat was considered to be the network that hindered sleep the most, in addition to having the highest scores in regard to FoMO and bullying. Although Instagram had high scores in self-expression, it has one of the lowest in terms of body image, as well as high indices of anxiety and depression.

The negative and positive effects investigated by the survey can serve as parameters for determining the main effects of social networks on the mental health of users.

DATA FROM THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY

The theoretical framework adopted by the ICT Kids Online Brazil survey focuses on practices, skills, opportunities and risks. Although the survey cannot be directly compared with Status of Mind, it can be determined which indicators from the ICT Kids Online Brazil survey provide information on the mental health of adolescents in relation to social media use. Even though the adolescents interviewed in the British survey were older than those in its Brazilian counterpart, the literature review confirmed that positive and negative effects are some of the main topics of concern for health professionals.

Use of social media by children in Brazil is frequent. In 2012, according to the indicator for activities carried out, 68% of children from 9 to 16 years old reported having visited a profile/page of a social network in the country. In the 2013 ICT Kids Online Brazil survey, 81% said they had accessed a platform such as Facebook or Orkut. In 2014, 79% of the interviewees said they had their own profiles on social networks, an index which rose to 87% in 2015 and was 86% in 2016 (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2014; 2015; 2016; 2017).

There is very little variation in relation to social class in the surveys, which indicates that the use of social media is an omnipresent activity in society. In 2017, the survey pointed out that 73% of users from 9 to 17 years of age marked off the item “used social networks”. With respect to distribution by social class, usage was 71% in classes AB, 75% in class C and 72% in classes DE. The survey also revealed that 80% of adolescent users were in the age group of 13 and 14 years old and 92% in the age group of 15 to 17 years old.

In relation to adolescents, the 2013 to 2016 editions asked about the creation of profiles on social networks. Participation remained high over the years, as shown in Table 1.

TABLE 1
PROPORTION OF ADOLESCENTS WITH THEIR OWN PROFILES
ON SOCIAL NETWORKS, BY AGE GROUP (2013 – 2017)

Survey edition	Age group	%
2013	13 to 14 years old	83
	15 to 17 years old	91
2014	13 to 14 years old	88
	15 to 17 years old	95
2015	13 to 14 years old	93
	15 to 17 years old	96
2016	13 to 14 years old	94
	15 to 17 years old	97
2017	Question was not asked	

SOURCE: CGI.BR (2014, 2015, 2016, 2017 and 2018).

The use of social media is more frequent among adolescents and is almost universal among those in the age group of 15 to 17 years old, as indicated in Table 2.

TABLE 2
PROPORTION OF ADOLESCENTS WHO USED SOCIAL NETWORKS,
BY AGE GROUP (2013 – 2017)³

Survey edition	Age group	%
2013	13 to 14 years old	84
	15 to 17 years old	93
2014	13 to 14 years old	83
	15 to 17 years old	87
2015	13 to 14 years old	88
	15 to 17 years old	91
2016	13 to 14 years old	88
	15 to 17 years old	92
2017	13 to 14 years old	80
	15 to 17 years old	92

SOURCE: CGI.BR (2014, 2015, 2016, 2017 and 2018).

³ It should be noted that the name of the indicator has changed over the years. In 2013, it was described as “Visited a social networks profile/page”. In 2014, it became “Accessed a social network” and, in 2015, “Used social networks”.

According to the 2016 ICT Kids Online Brazil survey, the social networks accessed the most were Facebook (75%), WhatsApp (72%), Instagram (36%), Snapchat (27%) and Twitter (16%). Young people in classes AB were on all the platforms and, on some of them, such as Instagram, there was a difference in the proportion of boys and girls with profiles on social networks: girls accessed these websites more frequently (42%) than boys (31%). In the 2017 survey, it was not specified which platforms were accessed the most.

The 2016 survey also showed that accessing social networks had become one of the three most frequent activities of children (73%), coming after use of the Internet for instant messaging (79%) and for school assignments (76%) (CGI.br, 2017). Table 3 shows that adolescents used instant messaging very frequently; in the ICT Kids Online Brazil survey, it is classified as a type of social media and is therefore, included here.

TABLE 3
PROPORTION OF ADOLESCENTS WHO USED INSTANT MESSAGING,
BY AGE GROUP (2013 – 2017)

Survey edition	2013	2014	2015	2016	2017
13 to 14 years old	49	69	85	86	85
15 to 17 years old	49	82	87	92	91

SOURCE: CGI.BR (2014, 2015, 2016, 2017 and 2018).

It can be seen in Table 3 that the percentage of young people who use instant messaging practically doubled in five years. Therefore, in view of the considerable use of instant messaging and social networks, it is worth exploring the possible effects of this use on the mental health of users.

ANALYSIS

This analysis seeks to verify which indicators in the ICT Kids Online Brazil survey may be associated with the effects of social media on the mental health of adolescents. Although the survey refers to use of the Internet, and not specifically of these platforms, a large part of interactions in the digital environment is mediated by social networks and instant messaging. Table 4 lists the topics (positive and negative effects) examined in the Status of Mind survey.

TABLE 4
EFFECTS ON MENTAL HEALTH IN RELATION TO SOCIAL MEDIA SURVEYED BY THE STATUS OF MIND VS. INDICATORS FROM THE ICT KIDS ONLINE BRAZIL SURVEYS

POSITIVE EFFECTS	INDICATORS	NEGATIVE EFFECTS	INDICATORS
Experience and contact with health professionals and people with similar problems	No indicator	Anxiety/ depression	No indicator
Emotional support	No indicator	Sleep	G17– children by situations experienced online in the last 12 months – excessive use: • Internet kept them from eating or sleeping.
Self-expression	B1F – children by activities carried out on the Internet – citizenship and engagement: • Talk about politics or problems in their city or country on the Internet; • Participate in an online campaign or protest. B1C – children by activities carried out on the Internet – content creation and sharing: • Post texts, images or videos they created.	Body image	G18 – children by content with which they came in contact online in the last 12 months – self-harm and sensitive content: • Ways to become very thin.
Maintaining online and offline relationships	B1B – children by activities carried out on the Internet – communication and social networks. C2 – proportion of children who have one or more than one profile on the social networks used the most.	FoMO	No indicator
Expression of identity	No indicator	Cyberbullying	G1– children who experienced offensive treatment on the Internet in the last 12 months. G1A – children who behaved offensively on the Internet in the last 12 months. G20 – children who witnessed someone being discriminated against on the Internet in the last 12 months. G21 – proportion of children who felt discriminated against on the Internet in the last 12 months: • See someone being discriminated against online; • Be discriminated against online.

Source: Prepared by the authors.

The ICT Kids Online Brazil survey presents other indicators that are related to mental health, as shown in Table 5.

TABLE 5
INDICATORS THAT MAY BE RELATED TO MENTAL HEALTH AND SOCIAL MEDIA IN THE ICTS KIDS ONLINE BRAZIL SURVEY

POSITIVE EFFECTS	INDICATORS	NEGATIVE EFFECTS	INDICATORS
	No indicator	No indicator	G18 – children by content with which they came in contact online in the last 12 months – self-harm and sensitive content: <ul style="list-style-type: none"> • Ways to hurt oneself; • Ways to commit suicide; • Drug use or experiences.
		Internet dependence	G17 – children by situations experienced online in the last 12 months – excessive use: <ul style="list-style-type: none"> • Internet kept them from eating or sleeping; • Caught themselves browsing the Internet without being interested in what they were looking at; • Felt bad at some point due to not being on the Internet; • Spent less time with family, friends or doing homework because they were on the Internet a lot of the time.
		Contact with inappropriate sexual content	G7 – children who felt bothered after exposure to images or videos with sexual content on the Internet in the last 12 months. G11A – children who felt bothered after exposure to messages with sexual content on the Internet in the last 12 months.

Source: Prepared by the authors.

The ICT Kids Online Brazil 2017 edition, in addition to providing this data, presented possibly beneficial aspects in the theoretical framework: (i) communication (social networks; content creation and sharing); (ii) entertainment (videos, movies, listening to music and playing games online); (iii) engagement and citizenship; (iv) education and searching for information; and (v) creation (creating and posting videos and songs and developing blogs and websites) (CGI.br, 2018).

With respect to self-expression, the ICT Kids Online Brazil 2017 survey supplied data on content creation, especially “posting videos or music created on the Internet,” an activity engaged in by 31% of users from ages 9 to 17. However, children shared much more content than they produced: 46% shared images that had not been created by them.

Data from the 2017 survey also explored citizenship-related activities that could have positive effects on the mental health of users, since they are a form of self-expression. However, activities more related to political participation, such as talking about problems in one’s city or country (12%), were pursued less. This was also the case for participating in an online campaign or protest, mentioned by only 4% of users from 9 to 17 years old. Talking about politics or problems in their city or country was reported by 23% of 15- to 17-year-olds and by only 9% of 13- and 14-year-olds (CGI.br, 2018).

The high use of social networks and instant messaging, as shown in Tables 1, 2 and 3, indicates that digital platforms may be helping adolescents to maintain their online and offline relationships.

In terms of negative effects, the survey does not collect data on anxiety, depression and FoMO, but makes some references to sleep. However, the indicator is difficult to interpret, since it asks users if “the Internet kept them from eating or sleeping,” but it is not possible to distinguish between the two activities (eating or sleeping). In 2017, the index was 20% among children from 9 to 17 years olds, 22% among 13- and 14-year-olds, and 24% among 15- to 17-year-olds.

The ICT Kids Online Brazil survey also presents data on topics related to body image. The item “has seen ways to become very thin” could be related to children’s body image. There is a marked difference by sex, with girls having seen more ways of becoming thinner than boys. In the 2017 edition, 25% of girls and only 12% of boys had had contact with this type of material. Adolescents from 15 to 17 years old (22%) had been exposed to such content the most.

The survey also provides results about cyberbullying, such as “witnessing someone being discriminated against on the Internet” and “being discriminated against on the Internet”. In the 2017 edition, 54% of 15- to 17- year-olds said they had seen someone being discriminated against online. Discrimination based on color or race was the most frequent (39% among 15- to 17-year-olds respondents). As for discrimination to which they had been personally subjected, only 8% reported having experienced something of this nature. Of these, 8% were between 13 and 14 years olds and 11%, from 15 to 17 years olds. The following items also make reference to cyberbullying: “experienced offensive treatment (cited by 26% of 13- and 14-year-olds and 30% of 15- to 17-year-olds) and “behaving offensively” (mentioned by 16% of 13- and 14-year-olds and 21% of 15- to 17-year-olds) (CGI.br, 2018).

The ICT Kids Online Brazil survey also contains data that could be associated with other aspects of mental health not surveyed by Status of Mind, such as having been exposed to material on ways to hurt oneself, drug use or experiences, and suicide. In the 2017 edition, 19% of 13- and 14-year-olds users and 17% of 15- to 17-year-olds users reported having viewed content on ways to hurt oneself. Contact with ways to commit suicide was cited by 17% of 13- and-14-year-olds and by 14% of 15- to 17-year-olds. Exposure to content related to drug use or experiences was mentioned by 9% of 13- and 14-year-olds and by 14% of those from 15 to 17 years olds. Once again, there was an important difference according to sex: Among users from 11 to 17 years olds, girls were more exposed than boys to topics such as self-harm (20% and 10%, respectively). In terms of ways to commit suicide, the proportion of girls was 17%, compared to 9% among boys (CGI.br, 2018).

In relation to the items “ways to hurt oneself,” “ways to commit suicide,” “ways to become very thin,” and “drug use or experiences,” the survey does not specify the nature of the materials or how adolescents had contact with them. The data refers to the Internet in general, and it is not possible to ascertain exactly where this material was seen, especially whether it was on a social network or not. Another important point from the mental health perspective would be knowing if there was an active search for the material, if it was seen on a social network, or if it was received in a private message. There can be various types of materials, such as movies or TV series, videos on YouTube or from friends and acquaintances (as in the case of deadly challenges, also known as dangerous games⁴). It would be important to differentiate them,

⁴ Deadly challenges and dangerous games are games that entail cutting off air to the brain, leading to fainting. The goal is to achieve a euphoric or hallucinatory sensation. They are presented in the form of challenges, proposed by friends or groups via the Internet (DimiCuida Institute, n.d.). Videos can also be seen on YouTube.

since the search for materials, especially those related to excessive thinness, self-harm, drugs and suicide, can reveal important aspects of a child's mental health, as well as type of use, since actively searching for the material or being merely impacted by it denote distinct uses and profiles.

It also makes a difference to know who was the person that shared the material, since the degree of proximity to the child can have different impacts. The closer the person is, the greater the user's trust in the material and the more difficult it is to correct the information when it is harmful or incorrect (De keersmaecker & Roets, 2017).

The same discussion applies to exposure to sexual content. Contact with such material is not necessarily harmful to mental health, especially among older adolescents, but it should be noted that this material is reserved for those over 18 years old. In addition, it is not possible to know the nature of the content, whether it depicts conventional sex, paraphilia, or humiliating situations for one of the parties involved. However, there are indicators in the ICT Kids Online Brazil 2017 survey that ask whether the adolescent felt uncomfortable after viewing sex-related material (the response was affirmative in 6% of 13- to 14-year-olds and 9% among 15- to 17-year-olds) and if the user felt bothered by messages with sexual content (10% among 13- and 14-year-olds and 18% among 15- to 17-year-olds). In the latter case, the discomfort may be related to a negative effect on mental health.

Internet dependence has not yet been formally classified as a disease, but its main characteristic is difficulty disconnecting, resulting in serious and severe consequences from excessive use of digital environments (Pontes, Taylor, & Stavropoulos, 2018). In 2017, approximately one-fifth of Internet users 11 to 17 years old (23%) tried, but were unable, to spend less time online, and an equivalent proportion (23%) said they had felt bad at some point about not being able to be on the Internet. 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; 20% 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 (CGI.br, 2018). To render a diagnosis of dependence, it is necessary to fulfill various criteria, such as those listed above. For example, to indicate dependence, the same individual would need to have answered "yes" to all these questions, since an isolated issue does not justify the diagnosis. Although there are no dependence indices, it is important to bear in mind that there is a portion, albeit small, who are already having difficulty disconnecting from the Internet. This may be linked to FoMO, which is frequently part of the diagnosis of dependence.

FINAL CONSIDERATIONS

According to data from the ICT Kids Online Brazil survey regarding Internet and social media use by children, it can be seen that digital platforms have penetrated the lives of young people of different ages, with use more widespread the older the age. The growth of instant messaging among young people as the years pass is noteworthy and indicates the importance of a better understanding of possible communication transformations and impacts from the use of instant communication applications in this audience.

According to a study from the Royal Society for Public Health (2017), there are various indications of negative and positive effects on the mental health of children from the use of social media. Although some examples were presented in this article from data from the ICT Kids Online Brazil survey, there is clearly a need to conduct studies that focus on this topic, as well as promote public policies that address the issue.

Finally, as possible interventions in Brazil, it is worth considering the action proposals set forth in the Status of Mind survey: (i) introduction of pop-up messages that point out potential harm and warn about heavy usage; (ii) notifications and signposts that photos have been digitally manipulated, to reduce comparisons that users make with their real image; (iii) greater control and verification of health content by official bodies, in order to avoid the spread of incorrect news and information; (iv) education for safe social networks use; (v) identification of users who are suffering from mental problems, to facilitate adequate seeking of professional help; (vi) training of individuals who work with young people to enable them to understand the uses and impacts of digital platforms in the daily lives of young people and, enable them to act more effectively; and (vii) conducting more research about social media and mental health, since studies on this topic are few and the possibilities of the platforms are vast.

It is also necessary to highlight that the sex of users is an important factor. Why are girls more exposed to uses that have negative effects than boys? Why do they have more contact with these materials? Future studies may be able to shed light on these and other questions.

REFERENCES

- Baker, D. A., & Algorta, G. P. (2016). The relationship between online social networking and depression: A systematic review of quantitative studies. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 100(100), 1-11.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Berryman, C., Ferguson, C. J., & Negy, C. (2018). Social media use and mental health among young adults. *Psychiatric Quarterly*, 89, 307-314.
- Brailovskaia, J., & Margraf, J. (2018). What does media use reveal about personality and mental health? An exploratory investigation among German students. *Plos One*, 13(1), 1-16.
- Brewer, G., & Kerslake, J. (2015). Cyberbullying, self-esteem, empathy and loneliness. *Computers in Human Behavior*, 48, 255-260.
- Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) (2014). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT kids online Brazil 2013*. São Paulo: CGI.br.
- Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) (2015). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT kids online Brazil 2014*. São Paulo: CGI.br.
- Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) (2016). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT kids online Brazil 2015*. São Paulo: CGI.br.
- Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) (2017). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT kids online Brazil 2016*. São Paulo: CGI.br.

- Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) (2018). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT kids online Brazil 2017*. São Paulo: CGI.br.
- De keersmaecker, J., & Roets, A. (2017). 'Fake news': Incorrect, but hard to correct. The role of cognitive ability on the impact of false information on social impressions. *Intelligence*, *65*, 107-110.
- Dyson, M. P., Newton, A. S., Shave, K., Featherstone, R. M., Thomson, D., Wingert, A., Fernandes, R. M., & Harting, L. (2017). Social media for the dissemination of Cochrane child health evidence: Evaluation study. *Journal of Medical Internet Research*, *19*(9), 1-12.
- Eckert, S., Sopory, P., Day, A., Wilkins, L., Padgett, D., Novak, J., Noyes, J., Nyka, A., Vanderfort, M., & Gamhewage, G. (2017). Health-related disaster communication and social media: Mixed-method systematic review. *Health Communication*, *33*(12), 1389-1400.
- Elphinston, R. A., & Noller, P. (2011). Time to face it! Facebook intrusion and the implications for romantic jealousy and relationship satisfaction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *14*(11), 631-635.
- Holland, G., & Tiggermann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, *17*, 100-110.
- Instituto DimiCuida (s.d.). Brincadeira perigosas. Retrieved on 17 May 2019, from <http://www.institutodimicuida.org.br/brincadeiras-perigosa>
- Le Febvre, L., Blackburn, K., & Brody, N. (2014). Navigating romantic relationships on Facebook: Extending the relationship dissolution model to social networking environments. *Journal of Social and Personal Relationships*, *32*(1), 78-98.
- Marino, C., Gini, G., Vieno, A., & Spada. (2018). The associations between problematic Facebook use, psychological distress and well-being among adolescents and young adults: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*, *226*, 274-281.
- Maslen, S., & Lupton, D. (2018). "You can explore it more online": A qualitative study on Australian women's use of online health and medical information. *BMC Health Services Research*, *18*(916), 1-10.
- Pontes, H. M., Taylor, M., & Stavropoulos, V. (2018). Beyond "Facebook addiction": The role of cognitive-related factors and psychiatric distress in social networking site addiction. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *21*(4), 240-247.
- Ridout, B., & Campbell, A. (2018). The use of social networking sites in mental health interventions for young people: A systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, *20*(12), 1-11.
- Royal Society for Public Health – RSPH (2017). *Status of mind: Social media and young people's mental health and wellbeing*. London: RSPH. Retrieved on 15 May 2019, from <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>
- Stronge, S., Greaves, L. M., Milojev, P., West-Newman, T., Barlow, F. K., & Sibley, C. G. (2015). Facebook is linked to body dissatisfaction: Comparing users and non-users. *Sex Roles*, *73*, 200-213.
- Sussman, N., & DeJong, S. M. (2018). Ethical considerations for mental health clinicians working with adolescents in the digital age. *Current Psychiatry Reports*, *20*(113), 1-8.
- Walker, M., Thornton, L., De Choudhury, M., Teevan, J., Bulik, C. M., Levinson, C. A., & Zerwas, S. (2015). Facebook use and disordered eating in college-aged women. *Journal of Adolescent Health*, *57*(2), 157-163.
- Wiederhold, B. K. (2013). In a disaster, social media has the power to save lives (Editorial). *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *16*(11), 781-782.

A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE DIGITAL SKILLS OF CHILDREN IN BRAZIL AND URUGUAY

Cecilia Hughes¹ and Emiliano Pereiro²

In 2019, the Internet is a fundamental part of our lives. The world is already going digital, and the biggest companies in the world are the technology companies. Digital citizenship is a reality and progresses by leaps and bounds. In a few years, not being digitally literate will be a problem for exercising citizenship.

Although inequalities in Internet access persist (the ICT Kids Online Brazil survey indicates that 4.1 million children were not Internet users in 2017), a large percentage of children have access to the Internet and do not know a world without it. While it is true that young people can have great mastery of technological tools, support from the adult world is essential so that they can self-regulate the exercise of their digital world. The digital life of children is just as important as their real life. Adults have a responsibility to accompany them in their digital learning process, just as we would not leave children alone on the streets when they are young. Adult mentorship is very important and we should not let children navigate the digital world without being there for them, without giving them the tools that will enable them to manage risks and make the best of their opportunities.

This article presents an analysis of a set of children's self-declared digital skills. It is based on data from the ICT Kids Online Brazil 2017 and Kids Online Uruguay 2017 surveys. A comparative analysis of the results for Brazil and Uruguay was carried out.

Our hypothesis according to Laar, Deursen & Dijk (2018) was that more exposure to the Internet implies greater positive self-perception of digital skills. The objective was to empirically verify whether more exposure to the Internet in school is associated with greater positive self-perception of digital skills. In this context, teachers are key agents in helping children learn about the digital world.

Greater exposure to adult guidance in the use of digital technologies should lead to greater mastery of digital skills on the part of children. In the same way, greater exposure to Internet in school environments should be associated with enhanced teacher mentorship, and this

¹ Bachelor's degree in Political Science, Chief of Monitoring and Evaluation Unit of Plan Ceibal (National Program of ICT use in Education). Teacher in Survey Methodology, Social Science Careers at Universidad Católica del Uruguay.

² Master candidate in Education Policies, Sociologist, Chief of Computational Thinking Program of Plan Ceibal (National Program of ICT use in Education).

could improve the positive perceptions of children about their digital skills. If the hypothesis is correct, a good school environment for Internet connection encourages students to make better use of these tools, mainly in the attributes that are related to secure digital navigation.

Comparative analysis of the following indicators of digital skills was carried out:

1. Operational skills

Know how to:

- a) Save photos found on the Internet.
- b) Change security settings on social networks.

The first indicator is more specifically related to social and communication skills, and the second is related to secure ways of using the tools.

2. Information skills

The ability to:

- a) Verify if information found on the Internet is correct or true.
- b) Distinguish and classify information.
- c) Know how to select keywords to optimize searches on the Internet.

These indicators are very important and have been included in the International Computer and Information Literacy Study (ICILS) for Uruguay, so they will be examined in-depth in the near future. The results for these skills are different for the two countries.

3. Creative skills

- a) Ability to post videos or music made by them on the Internet.

This is a combined indicator, because it measures the specific ability to upload videos and also measures creativity. It is very important to see the differences between the countries and connection environments.

4. Mobile phone skills

- a) Know how to download and/or install applications on mobile phones.

This is a very specific and widespread indicator, but it will probably provide some basic measure of standard digital abilities.

CONNECTIVITY AND SKILLS

There were some differences in the percentage of children connected to the Internet in both countries, but there were fewer differences in self-declared abilities. Nevertheless, some skills (mainly social digital skills) that protect them from some of the main risks on the Internet tended to be more developed in Uruguay, and some of the informational skills tended to be more developed in Brazil. In an examination of these main differences in devices used and environments of use, we will look for some of the descriptions of these findings and their relationship.

KIDS ONLINE IN URUGUAY AND BRAZIL

The first edition of Kids Online Uruguay was conducted in 2017, as a local chapter of the international Global Kids Online study. In Uruguay, the project was carried out by an inter-institutional alliance between Unicef, Unesco, Plan Ceibal, the Agency for e-Government and Information Society (Agesic) and the Catholic University of Uruguay (UCU).

With the creation of Agesic in 2005, and Plan Ceibal in 2007, Uruguay decisively proposed to eliminate the digital gap within the society. Since 2012, all students in the Uruguayan public education system, from the first year of elementary school to the last year of secondary education, have personal computers. Almost 100% of educational centers have installed latest-generation videoconference equipment that allows them to offer remote English classes for 70% of the students in the 4th, 5th and 6th grades of primary education who otherwise would not have the opportunity to learn that language (Vargas & Cobo, 2018; Broveto, 2018). All schools in Uruguay have Internet connections via Wi-Fi, which allows access to various educational programs and platforms administered by Plan Ceibal.

Approximately 85% of students in Uruguay are in the public education system, so the introduction of this program for the public sector gave almost all children access to technological devices and the Internet.

The intervention of Agesic in Uruguay, through the digitization of government processes, has positioned Uruguay as one of the most digitized countries in the world; Uruguay is part of a collaborative network of 9 countries with a common goal of harnessing digital technology to improve citizens lives. Members share digital practices, collaborate to solve common problems, identify improvements to digital services, support and champion the group's growing digital economies.³

In this context, it is crucial for Uruguayan public policy to generate evidence about how children use the Internet, and the resulting benefits and risks. Digital literacy is a very important piece of information when thinking about management strategies to promote the best use of the Internet by children.

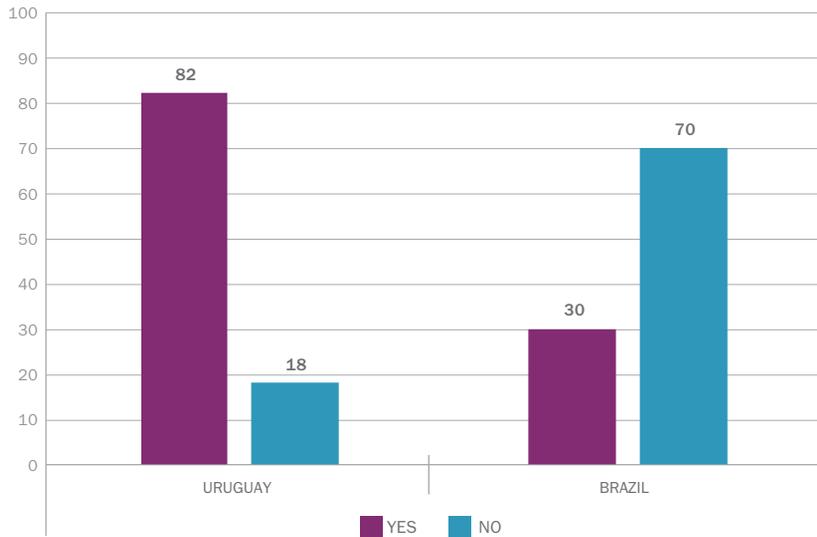
Brazil has been part of ICT Kids Online survey since 2012. In 1995, Brazil started working on its Internet governance model with the creation by presidential decree of the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br). It includes 21 public and private member institutions: There are nine representatives of the federal government, four of the corporate sector, four of the third sector, three of the scientific and technological community and one Internet expert. The committee's model has achieved international recognition. Its mission has been the promotion of public policy in the regulation of the Internet, assessment of the results of the network in Brazil, and collection, organization, and dissemination of information on Internet services, including indicators and statistics. ICT Kids Online Brazil survey is implemented within this framework and both countries are strongly committed to digital development. However, in Uruguay, there are successful digital inclusion public policies and in Brazil, although the Internet governance system is recognized, digital inclusion policies are still incipient.

³ Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_9

CONNECTIONS IN SCHOOLS

Uruguay has made an effort in technology and education public policy with the implementation of Plan Ceibal in Uruguayan schools. Good evidence of this is that 82% of children were connected to the Internet in schools in Uruguay, in 2017, while only 30% did so in Brazil.

CHART 1
CHILDREN WHO CONNECT TO THE INTERNET IN SCHOOLS
Percentage of the total number of children who said they use the Internet



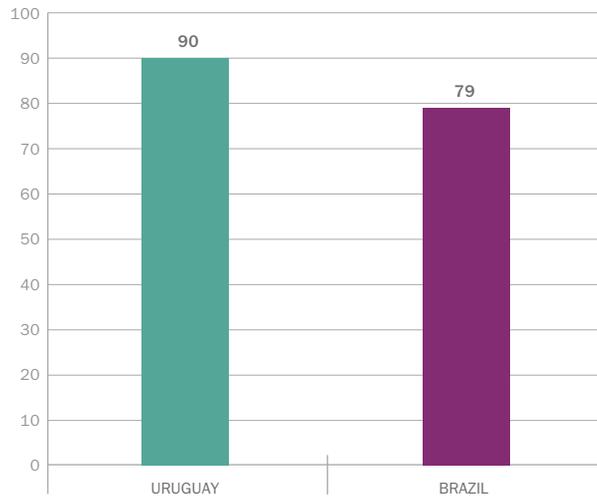
Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

OPERATIONAL SKILLS

Measurement of operational skills was based on self-reported ability to download photos and to configure security profiles on social networks.

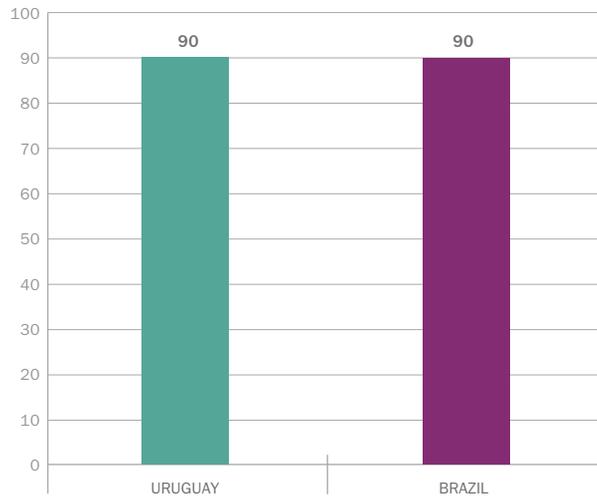
In Uruguay, the percentage of those who reported that they could download photos were 11 points higher than in Brazil, but that difference disappeared when only children who had Internet connections were considered. It is possible that this ability mainly develops during general access, not just in the school environment. For this target population, this is probably one of the main skills that is learned when they have the opportunity to connect to the Internet.

CHART 2
CHILDREN WHO HAVE THE ABILITY TO SAVE PHOTOS FOUND ON THE INTERNET
Percentage of the total number of children



Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

CHART 3
CHILDREN WHO HAVE THE ABILITY TO SAVE PHOTOS FOUND ON THE INTERNET
Percentage of the total number of children who said they use the Internet

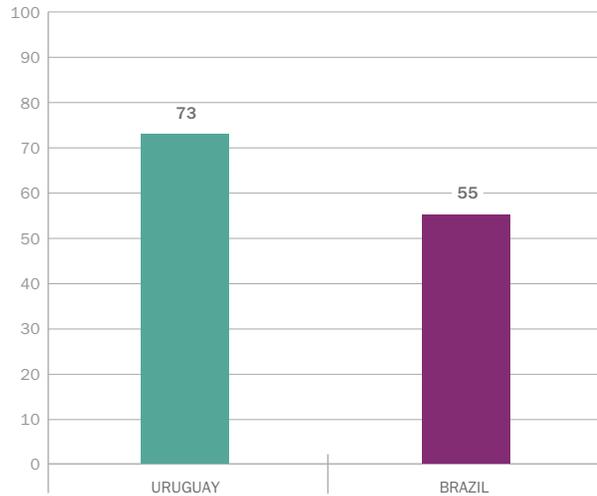


Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

SECURITY PROFILES

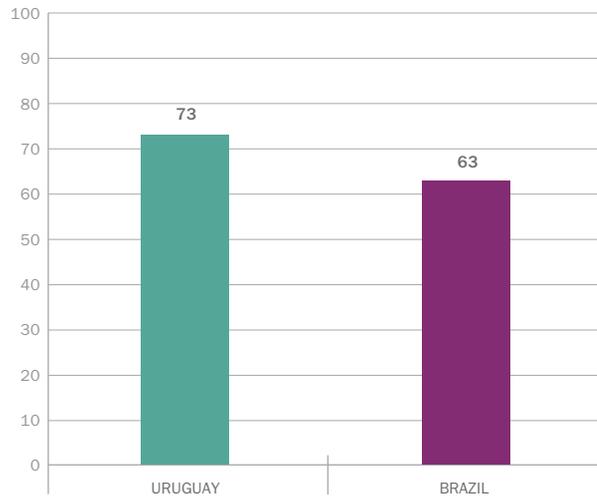
As shown in Chart 4, the percentage of children who said they knew how to change their security profiles on social networks was higher in Uruguay than in Brazil. Chart 5 shows the results for this skill in the population that said they used the Internet; the difference is smaller but still large (10 points). This is probably the main difference in skills found between these two populations.

CHART 4

CHILDREN WHO HAVE THE ABILITY TO CONFIGURE SECURITY PROFILES ON SOCIAL NETWORKS
Percentage of the total number of children

Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

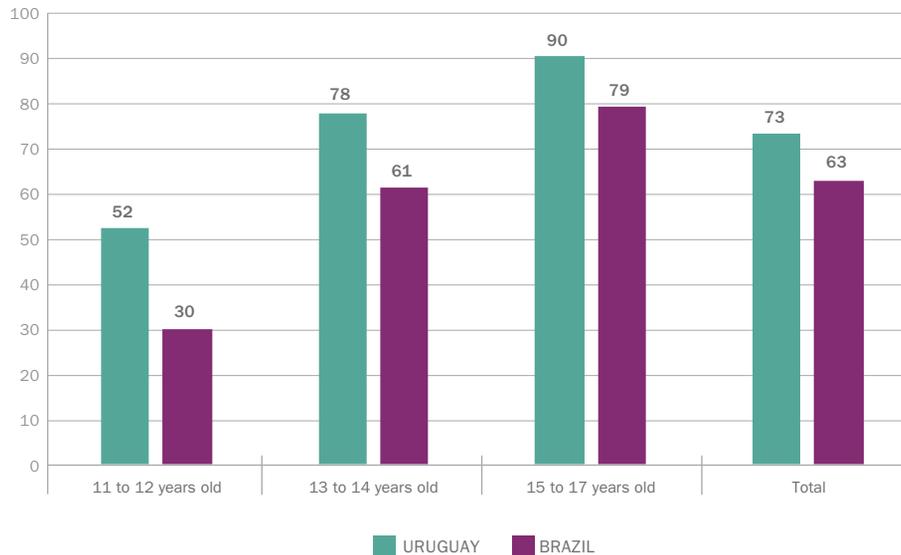
CHART 5

CHILDREN WHO HAVE THE ABILITY TO CONFIGURE SECURITY PROFILES ON SOCIAL NETWORKS
Percentage of the total number of children who said they use the Internet

Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

Chart 6 shows this skill by age. In all the analyzed segments, Uruguay presented higher percentages for this ability, and in both countries, the perception of management of security profiles increased with age. Nevertheless, in the segments of the population for whom connection from schools was more important (the youngest), the difference between the countries was larger. Among youths between 15 and 17 years old, Uruguay presented 11 percentage points higher than Brazil in this ability, but among children 11 to 12 years old, the difference was 22 points. This suggests that connection in schools may imply a more controlled and safer environment.

CHART 6
CHILDREN WHO HAVE THE ABILITY TO CONFIGURE SECURITY PROFILES BY AGE
Percentage of the total number of children who said they use the Internet



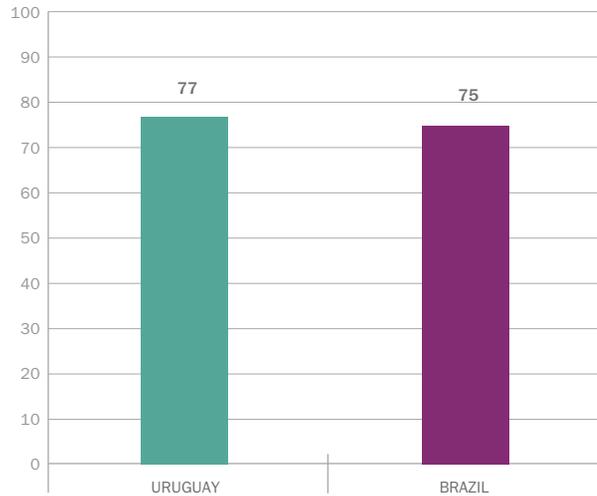
Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

INFORMATIONAL SKILLS

The self-reported ability to choose keywords to search on the Internet is the only indicator among those selected for analysis for which Brazilian children had better abilities, even though this difference was not significant within the global population target.

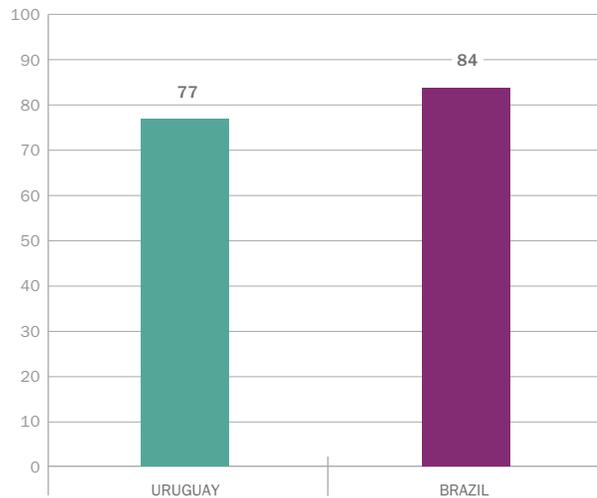
Analysis of the data for children 11 to 17 years old who used the Internet showed that the percentage of Brazilian children who reported this skill was 7 percentage points higher than for Uruguayan children. Among children who used the Internet in Brazil, 84% said that they knew how to choose keywords, while that figure was 77% for Uruguay. This is also a very interesting measure because in Uruguay it does not increase with age.

CHART 7
CHILDREN WHO KNOW HOW TO CHOOSE KEYWORDS FOR INTERNET SEARCHES
Percentage of the total number of children



Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

CHART 8
CHILDREN WHO KNOW HOW TO CHOOSE KEYWORDS FOR INTERNET SEARCHES
Percentage of total number of children who said they use the Internet

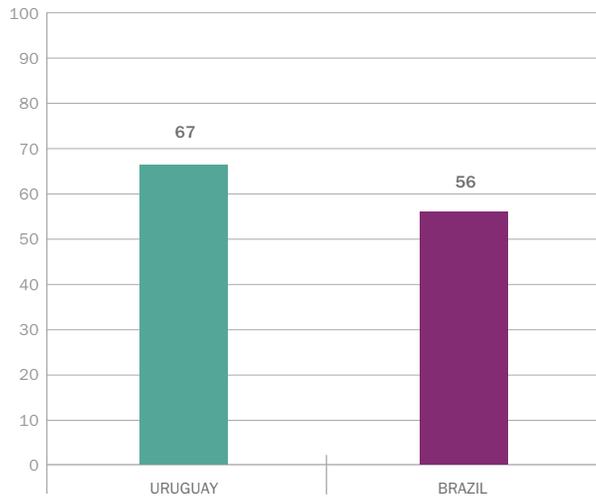


Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

One of the key digital literacy variables for the Information Age considered in the present study is the ability to identify whether information found on the Internet is true or false.

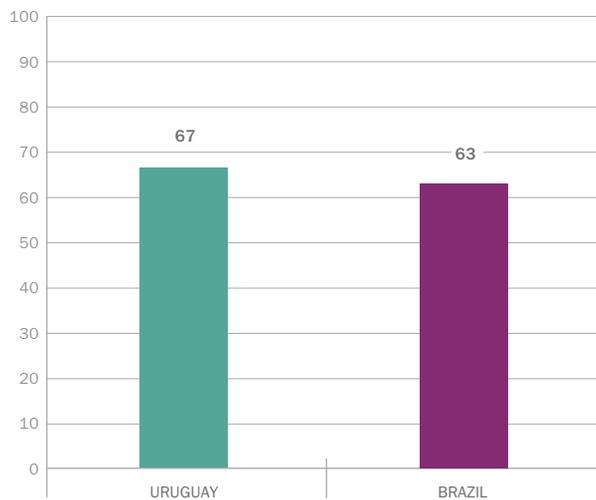
As shown in Chart 9, analysis of the data for Uruguay and Brazil for the total population of children revealed that the percentage for Uruguay was 11 points higher than Brazil: 67% versus 56%. When only children who used the Internet were considered, the difference was smaller, but the percentage was still higher in the Uruguayan sample.

CHART 9
CHILDREN WHO KNOW HOW TO DISCERN WHETHER INFORMATION FOUND ON THE INTERNET IS TRUE OR FALSE
Percentage of the total number of children



Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

CHART 10
CHILDREN WHO KNOW HOW TO DISCERN WHETHER INFORMATION ON THE INTERNET IS TRUE OR FALSE
Percentage of children who said they use the Internet



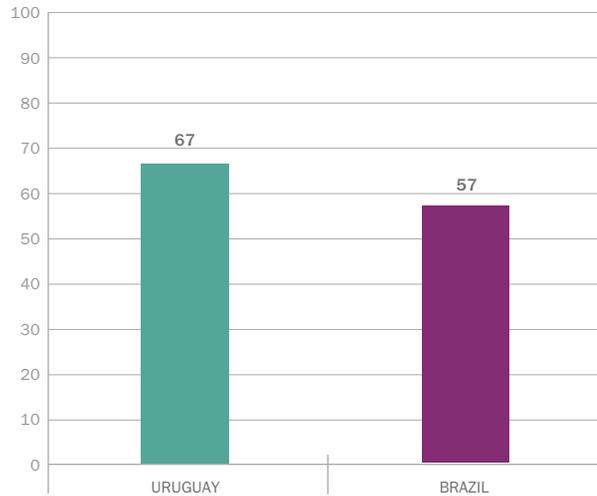
Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

CREATIVE SKILLS

The indicator on creative abilities is based on self-reported ability to upload to the Internet videos or music created by them. Chart 11 shows that the difference between Brazil and Uruguay considering the total population of children is 10 points, but it is reduced to only 3 points when only the population that has Internet connections is analyzed. Chart 12 shows the data for children who are Internet users.

CHART 11

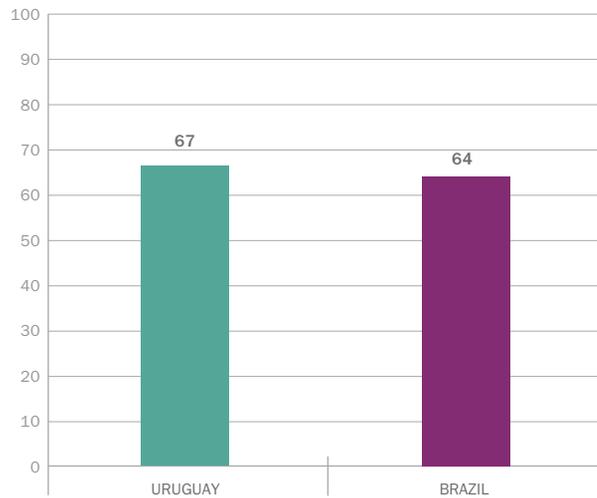
CHILDREN WHO KNOW HOW TO UPLOAD VIDEOS OR MUSIC CREATED BY THEM TO THE INTERNET
Percentage of the total number of children



Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

CHART 12

CHILDREN WHO KNOW HOW TO UPLOAD VIDEOS OR MUSIC CREATED BY THEM TO THE INTERNET
Percentage of the total number of children said they use the Internet



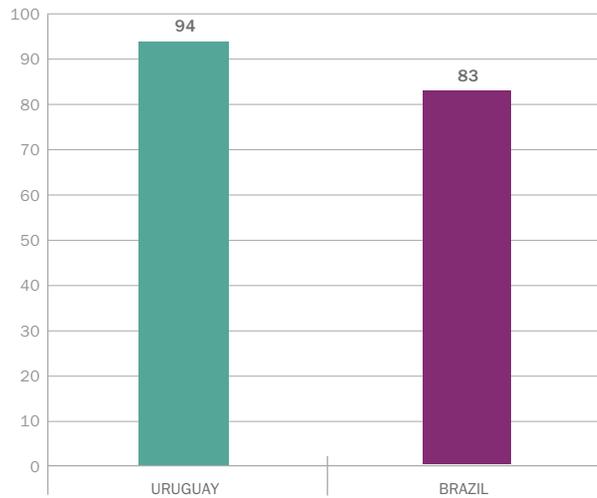
Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

MOBILE PHONE SKILLS

In recent years, mobile phone ownership has increased, and it is one of the most democratic devices in terms of access.

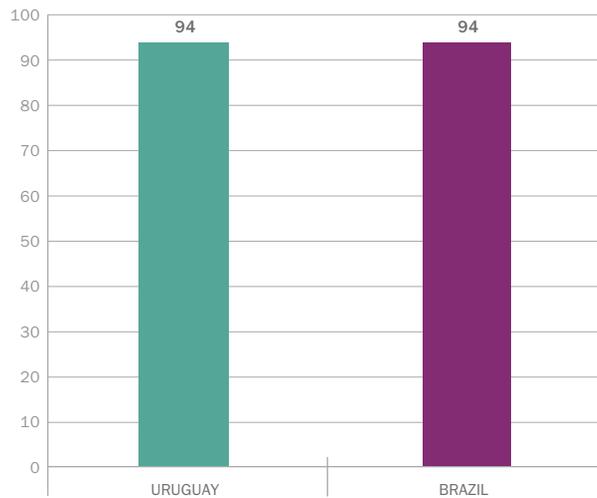
As shown in figures 13 and 14, while among the total number of children, a higher percentage of children in Uruguay said they know how to install applications, the percentage was 94% for both countries among those who said they use the Internet.

CHART 13
CHILDREN WHO KNOW HOW TO INSTALL APPLICATIONS
Percentage of the total number of children



Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

CHART 14
CHILDREN WHO KNOW HOW TO INSTALL APPLICATIONS
Percentage of total number of children who said they use the Internet



Source: Created by the authors based on data from Kids Online Uruguay 2017 and ICT Kids Online Brazil 2017 surveys.

CONCLUSIONS

In the digital world in which we now live, more frequent Internet use results in better skills and greater opportunities. However, this use also expose children to more potential risks (Livingstone & Helsper, 2010; Livingstone, 2014 and 2016; Alves & Zerpa, 2010; UNDP, 2009). The use of the Internet in educational institutions includes guidance by responsible adults and teachers, who play an important role in the development of digital skills.

Schools are the basic spaces for developing the digital literacy of children. Educational policies must explicitly include content to develop digital skills and competencies to empower children and provide them with protection tools.

The educational community plays a very important role in digital literacy. Therefore, digital public policies must continue to coordinate with this relevant sector for responsible use of the Internet. The data observed in this brief descriptive analysis (which raises more questions) suggests that schools are environments that are conducive to developing these skills.

In Uruguay, extensive use of the Internet in schools may explain the greater development of these skills in that country. The results of the analysis of the data for the present study showed that, in Uruguay, skills related to security profiles show higher percentages than in Brazil, while the more everyday skills present similar percentages. Significant differences appear only when age and exposure to the Internet are considered.

In Uruguay, the implementation of Plan Ceibal may explain the high use of the Internet by children. With the implementation of the Plan, the country occupies a privileged position in the region and in the world in terms of access to devices and Internet access in educational institutions, reflecting the effort made to develop digital public policies that promote inclusion. The 2017 Unicef report, "Children in a Digital World," found that inequalities in access to the Internet are determined by the socioeconomic differences. However, in Uruguay, according to the Kids Online Uruguay 2017 survey, there are no such significant differences in Internet access, and that is a great advantage for the country.

REFERENCES

Alves, G., & Zerpa, M. (2010). Wellbeing of adolescents living in rural areas in Uruguay, awarded with the Carlos Filgueira 2009 Competitive Fund, in the Research Initiation category. Reviewed final report [online] Retrieved from: <http://goo.gl/x5VA8r>

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017). *Survey on Internet use by children in Brazil: ICT Kids Online Brazil 2017*. Retrieved from: <https://bit.ly/2FARfd6>

Brovetto, C. (2018). *Ceibal en Inglés: Integration of technology and pedagogy for equity in education in Uruguay*. In J. Hernández & J. Rojas (Eds). *English public policies in Latin America: Looking for innovation and systemic improvement in quality English language teaching* (pp. 139-147). Mexico City: British Council Mexico.

Livingstone, S. (2016). *A framework for researching Global Kids Online: Understanding children's well-being and rights in the digital age*. London: The London School of Economics and Political Science.

Livingstone, S., & Haddon, L. (2009). *EU Kids Online: Final report*. London: London School of Economics & Political Science.

Livingstone, S, & Helsper, E. (2010). Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the Internet: The role of online skills and Internet self-efficacy. *New Media & Society*, 12(2), 309-329.

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2011). *EU Kids Online: Final report 2011*. London: EU Kids Online Network.

Plan Ceibal (2017). *Plan Ceibal, 10 años. 2007-2017*. Retrieved from: <http://www.ceibal.edu.uy/storage/app/media/documentos/ceibal-10-2.pdf>

Rivera-Vargas, P., & Cobo, C. (2018). Plan Ceibal en Uruguay: una política pública que conecta inclusión e innovación. En: P. Rivera-Vargas, J. Muñoz-Saavedra, R. Morales Olivares y S. Butendieck-Hijerra (Ed.). *Políticas Públicas para la Equidad Social*. (pp. 13-29). Santiago de Chile: Colección Políticas Públicas, Universidad de Santiago de Chile. Retrieved from: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34994.50886/1>

United Nations Children's Fund (UNICEF), Plan Ceibal, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), Agency for the Development of Electronic Government and Information Society and Knowledge (AGESIC), Catholic University of Uruguay (UCU) (2017). *Informe Kids Online Uruguay: Niños, niñas y adolescentes conectados*. Retrieved from: https://www.bibliotecaunicef.uy/doc_num.php?explnum_id=188

United Nations Development Programme – UNDP (2009). *2009-2010 Mercosur Human Development Report: Innovating for Inclusion: Youth and Human Development*, Buenos Aires: UNDP/Libros del Zorral.

van Laar, E., van Deursen, A., van Dijk, J., & de Haan, J. (2018) *21st-century digital skills instrument aimed at working professionals: Conceptual development and empirical validation*. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.08.006>

van Laar, E., van Deursen, A., van Dijk, J., & de Haan, J. (2018). Determinants of 21st-century digital skills: A systematic literature review. In: *68th Annual Conference of the International Communication Association 2018*, Prague, Czech Republic.

PART 2

—

**ICT KIDS ONLINE
BRAZIL 2018**

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.

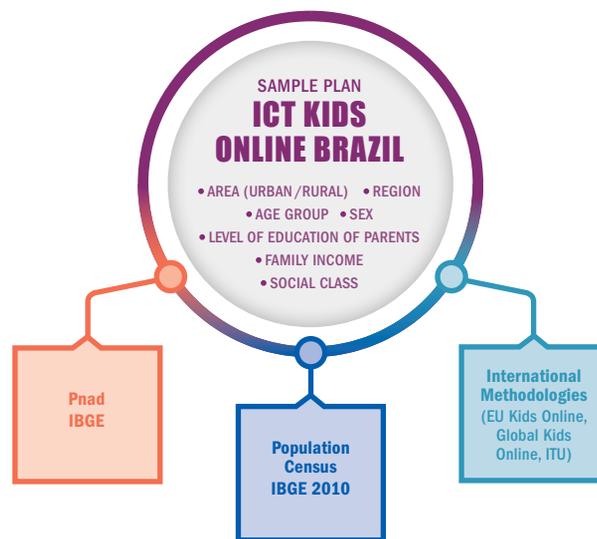
For more information about the questionnaires, see the “Data Collection Instrument” item in the ICT Kids Online Brazil Data Collection Report.

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. (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:

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

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 2018

INTRODUCTION

The Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), through the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), of the Brazilian Network Information Center (NIC.br), presents the “Data Collection Report” of the ICT Kids Online Brazil 2018 Survey. The objective of this report is to provide information about specific characteristics of the 2018 survey, including changes made to 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	20	300
	Roraima	4	15	225
	Acre	4	15	225
	Amapá	6	16	240
	Tocantins	4	15	225
	Amazonas	8	41	615
	Pará – Belém MR	4	28	420
	Pará – Non-capital cities	9	56	840

CONTINUES ►

► CONCLUSION

ICT Stratum		Sample		
		Municipalities	Census enumeration areas	Planned interviews
NORTHEAST	Maranhão	12	74	1 110
	Piauí	7	39	585
	Ceará – Fortaleza MR	6	44	660
	Ceará – Non-capital cities	8	53	795
	Pernambuco – Recife MR	6	42	630
	Pernambuco – Non-capital cities	10	57	855
	Rio Grande do Norte	7	41	615
	Paraíba	11	46	690
	Alagoas	7	37	555
	Sergipe	6	30	450
	Bahia – Salvador MR	6	44	660
	Bahia – Non-capital cities	19	113	1 695
SOUTHEAST	Minas Gerais – Belo Horizonte MR	8	62	930
	Minas Gerais – Non-capital cities	27	145	2 175
	Espírito Santo	8	46	690
	Rio de Janeiro – Rio de Janeiro MR	13	134	2 010
	Rio de Janeiro – Non-capital cities	7	52	780
	São Paulo – São Paulo MR	18	201	3 015
São Paulo – Non-capital cities	42	220	3 300	
SOUTH	Paraná – Curitiba MR	6	42	630
	Paraná – Non-capital cities	15	85	1 275
	Santa Catarina	13	82	1 230
	Rio Grande do Sul – Porto Alegre MR	7	51	765
	Rio Grande do Sul – Non-capital cities	14	86	1 290
CENTER-WEST	Mato Grosso do Sul	5	34	510
	Mato Grosso	7	41	615
	Goiás	11	74	1 110
	Federal District	1	33	495

DATA COLLECTION INSTRUMENTS

THEMES

In this edition, the ICT Kids Online Brazil survey maintained the rotation system for its thematic modules in its data collection instruments that was adopted in 2017.

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 C:** Social networks;
- **Module D:** Internet skills;
- **Module E:** Mediation of Internet use;
- **Module F:** Consumption;
- **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 B:** Consumption;
- **Module C:** Mediation of Internet use;
- **Module D:** Safe Internet use.

COGNITIVE INTERVIEWS

Cognitive interviews were carried out to identify and correct any problems in understanding the questions about consumption and contact with online advertising, reintroduced in this edition's questionnaire. 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 administering the interview and approaching households. This also helped to evaluate how well the questionnaires flowed and the time needed to administer them.

A total of 10 interviews was conducted in the city of São Paulo.

In the 2018 edition, households were approached intentionally for pretests, without listing or random selection of households. On approaching the households, the interviewers first confirmed 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 44 minutes.

CHANGES TO THE DATA COLLECTION INSTRUMENTS

The data collection instruments for the ICT Kids Online Brazil 2018 survey underwent some revisions, primarily due to the implementation of the module rotation system and the results obtained from the cognitive interviews.

In the children's questionnaire, modules C (social networks) and F (consumption) were reintroduced. In terms of the last edition in which they were administered, in 2016, new questions were included in the consumption module. Questions were included about contact with online advertising content that did not have this explicit goal, with answer options such as "people teaching how to use products" and "unboxing," in addition to questions about the types of products or brands seen in such advertisements, and about contact with advertising in which movie or cartoon characters appear. The module also began investigating whether children produce online advertising content, while also investigating children's perceptions about parental mediation actions regarding online advertising content. Last, a question was included in the same module about how children perceive the consequences of being exposed to online advertising.

In the questionnaire for parents, questions about mediation were reinserted in modules B and D, and removed from module C. In the consumption module, the question about products requested by children after being exposed to online advertising was reviewed, and new answer options were included. Also, a new question about the mediation of children's exposure to online advertising was introduced.

INTERVIEWER TRAINING

The interviews were conducted by a team of trained and supervised interviewers. They underwent basic research training; organizational training; ongoing improvement training; and refresher training. They also underwent specific training for the ICT Kids Online Brazil 2018 survey, which addressed the process of listing census enumeration 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 400 interviewers and 24 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 October 2018 and March 2019 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 permanent 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 OCCURRENCES BY NUMBER OF CASES RECORDED

Situations	Number of cases	Rate
Interview completed	23 508	70.8%
Residents were not found or were unable to receive the interviewer	2 719	8.2%
The selected respondent or their legal guardian was not at home or was not available	219	0.7%
The selected respondent was traveling and would be away for longer than the survey period (prolonged absence)	286	0.9%
Household up for rent or sale, or abandoned	932	2.8%
Household used for a different purpose (store, school, summer house, etc.)	309	0.9%
Refusal	2 986	9.0%
Denial of access by gatekeeper or another person	731	2.2%
Household not approached because of violence	631	1.9%
Household not approached because of access difficulties, such as blocked access, unfavorable weather, etc.	37	0.1%
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)	42	0.1%
Other situations	810	2.4%

Throughout the data collection period, weekly and biweekly control procedures were carried out. Every week, the number of municipalities visited, listed census enumeration areas and the number of interviews completed were recorded, by type of survey in each ICT stratum and census areas. 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, use of information and communication technologies by the selected respondents, in addition to the record of situations for households in which interviews were not conducted and the number of modules answered in each interview.

In general, it was difficult to achieve the desired response rate in some census enumeration areas with specific features, such areas with a high incidence of violence and those 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 1,480 selected households.

VERIFICATION OF INTERVIEWS

To ensure the quality of the data collected, 6,126 interviews were verified, corresponding to 18% of the total planned interviews, and resulted in 25% of the interviews verified in the total sample. 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 23,508 households was approached in 349 municipalities, reaching 71% of the planned sample of 33,210 households (Table 3). In 20,544 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 2,964 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	86%
Acre	89%
Amazonas	84%
Roraima	91%
Pará	78%
Amapá	90%
Tocantins	69%
Maranhão	69%
Piauí	66%
Ceará	70%
Rio Grande do Norte	74%
Paraíba	76%

CONTINUES ►

► CONCLUSION

	Response rate
Pernambuco	76%
Alagoas	77%
Sergipe	77%
Bahia	82%
Minas Gerais	81%
Espírito Santo	62%
Rio de Janeiro	51%
São Paulo	62%
Paraná	71%
Santa Catarina	74%
Rio Grande do Sul	72%
Mato Grosso do Sul	76%
Mato Grosso	73%
Goiás	68%
Federal District	68%
HOUSEHOLD STATUS	
Urban	69%
Rural	84%

ANALYSIS OF RESULTS

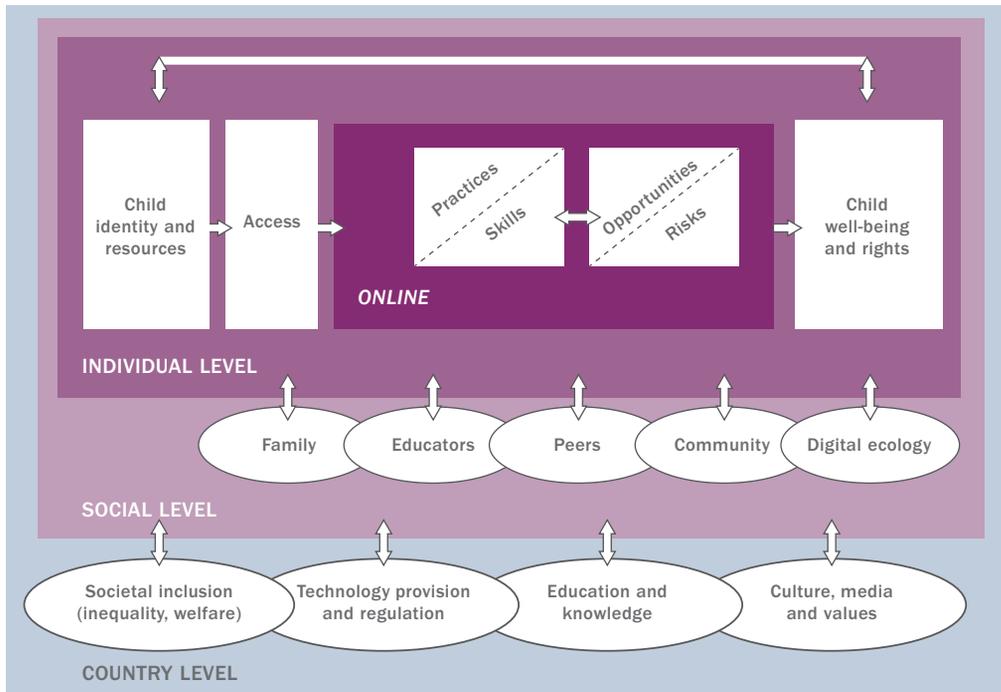
ICT KIDS ONLINE BRAZIL 2018

INTRODUCTION

The increasingly intense presence of children in the digital environment enhances the need to investigate how this population participates in virtual spaces, takes advantage of the opportunities given to them, interprets and reacts to the risks that emerge online. In a scenario of constant change, ensuring the rights of children in a digital world includes adopting public policies based on systematic and solid evidence. In this context, it is essential to recognize that children must be involved in the generation of data and indicators about the topic and that their voices need to be taken into account in analyses about implemented practices and policies.

Carried out since 2012, the ICT Kids Online Brazil survey follows the conceptual framework developed by the EU Kids Online network (Livingstone, Mascheroni, & Staksrud, 2015). The survey's methodological framework was created taking into account the influence of individual and social factors, as well that of national contexts, on the ways children use the Internet, as shown in Figure 1.

FIGURE 1
THEORETICAL FRAMEWORK OF THE KIDS ONLINE SURVEY



Source: Livingstone et al. (2015).

The survey's methodology assumes that factors intrinsic to the presence of the Internet, such as access, opportunities and risks, are constantly influenced by the contextual and social aspects experienced by children. The framework also considers that more opportunities are gained when access conditions are enhanced – whether through quality infrastructure, availability of multiple devices, or adequate mediation strategies.

In addition to the relationship between the enjoyment of opportunities and improved conditions of access, the framework emphasizes that frequency of use and practices carried out by children result in greater exposure to risks, while also contributing to the development of digital skills.

Because of the inherent nature of their development, children are exposed not only to risks that result from the behavior of the actors with whom they interact online – which includes peers – but also to the dissemination of content that is considered inappropriate. Therefore, it is necessary to ensure the protection of these individuals via the proactive attitude of mediators and the creation of public policies that ensure the fundamental rights of children regarding privacy, dignity, reputation, the right to engage in cultural activities and exercise their freedom of expression.

The data from the ICT Kids Online Brazil 2018 survey were analyzed based on the methodological framework previously described. Next, the analysis presents the highlights of the 2018 edition, based on the following lines of investigation: connectivity and dynamics of use; online opportunities and practice; digital skills; risks and harm; mediation of Internet use; digital ecology; and consumption and advertising content.

ICT KIDS ONLINE BRAZIL

2018

HIGHLIGHTS



CONNECTIVITY

In 2018, 86% of children 9 to 17 years old were Internet users, representing 24.3 million connected individuals. The proportion of children who were Internet users was greater among individuals from higher socioeconomic status: classes AB (98%), C (94%) and DE (73%). Proportions were also higher in the South (95%), Southeast (94%) and Center-West (94%) regions in comparison to the North and Northeast (75% for both regions).

DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET

An estimated 22.7 million Internet users 9 to 17 years old used the Internet on mobile phones in 2018. Nearly half of the surveyed population (53%) accessed the Internet exclusively on mobile phones, with greater percentages observed among children who were Internet users in classes DE (71%), those with a family income of up to one minimum wage (66%), and residents of the Northeast region (65%).



OPPORTUNITIES AND PRACTICES

In 2018, there was an increase in the proportion of children 9 to 17 years old who used the Internet to watch videos, shows, filmes or series online (83%) and to listen to music online (82%). Multimedia activities were the most common among Brazilian children who were Internet users, surpassing looking up information on the Internet for schoolwork (74%) and instant messaging (77%).

CONSUMPTION AND ADVERTISING CONTENT

Exposure to advertising content for products or brands was significant among children 11 to 17 years old. The survey has also begun to investigate the access to videos, photos or texts with people teaching how to use products (55%), unboxing (49%), and showcasing products given by brands (48%). Adolescents 15 to 17 years old who resided in urban areas, and those in higher socioeconomic status, reported a higher proportion of exposure to these content.



DIGITAL ECOLOGY

About 20 million children 9 to 17 years old who used the Internet had profiles on social networks in 2018, which equals 82% of users in this age group. WhatsApp was the most common platform on which children had profiles (70%), surpassing Facebook for the first time in the survey's historical series (66%).

CONNECTIVITY AND DYNAMICS OF USE

As highlighted in the Kids Online Brazil survey framework (Livingstone et al., 2015), the circumstances in which Internet access takes place determine the extent to which online experiences are enjoyed. Aspects such as availability, quality, and frequency of Internet use, in addition to the plurality of devices used, influence how users engage in the online environment. Different user profiles are associated with the economic, social and cultural factors in which individuals or groups of individuals are inserted.

This analysis presents data according to socioeconomic variables that can help public managers and academics understand the national challenges to promoting equitable Internet access by children.

CHILDREN INTERNET USERS

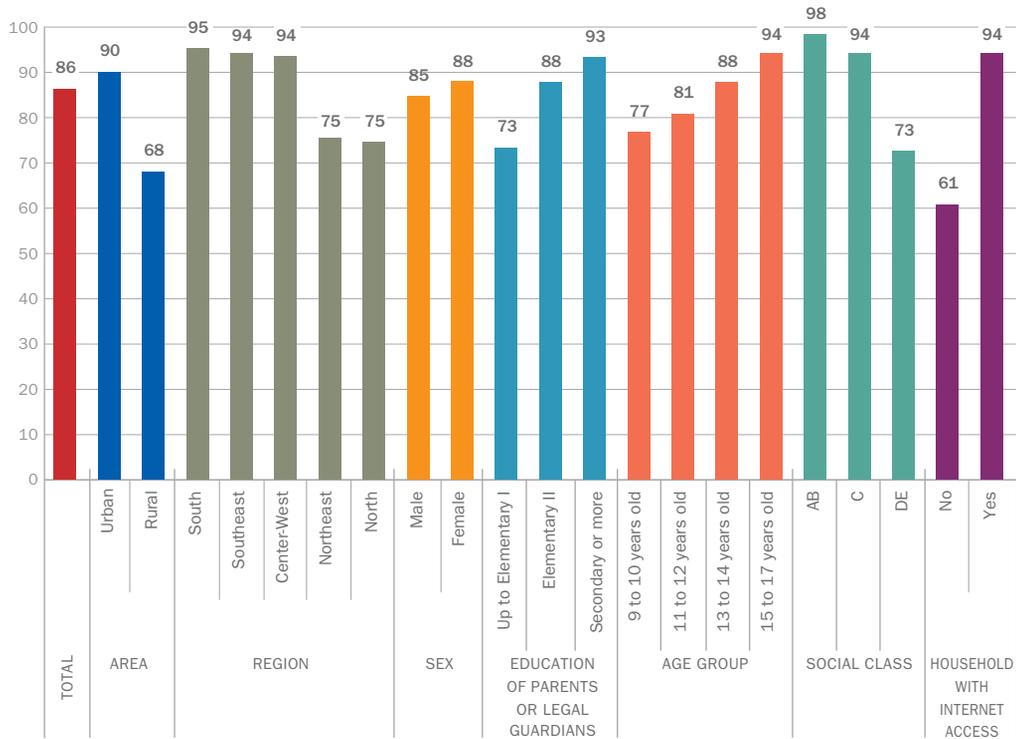
In 2018, 86% of children 9 to 17 years old were Internet users, representing 24.3 million connected individuals. The historical series of the ICT Kids Online Brazil survey indicates an upward trend in the percentage of Internet users in this age group, with 79% in 2015.

Although the proportion of Internet users has grown, there were disparities among individuals from different sociodemographic contexts regarding Internet use. Differences were observed in the proportion of children who used the Internet in urban areas (90%) and rural areas (68%), and between the Southeast, South and Center-West regions (with proportions that reached more than 90% of users) and the Northeast and North regions (with 75% Internet users in this age group in both regions), as seen in Chart 1.

While almost all children 9 to 17 years old in classes AB (98%) and C (94%) were Internet users in 2018, this proportion was 73% among those in classes DE. Furthermore, the proportion of children Internet users was higher among those who had Internet access at home (94%) than those who did not (61%).

Age group was one of the most relevant variables when analyzing the presence of children in the virtual environment (Kubota, Barbosa, Senne, & Hatadani, 2016). The proportion of those who had used the Internet in the three months prior to the survey reached 94% of adolescents 15 to 17 years old, decreasing with age.

CHART 1
CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET IN THE THREE MONTHS PRIOR TO THE SURVEY (2018)
Total number of children 9 to 17 years old (%)



In 2018, 3.8 million children 9 to 17 years old reported that they had never accessed the Internet or had not had access in the 3 months prior to survey. Among nonusers, 2.2 million children said they had not accessed the Internet because they lacked Internet connection at home. Lack of access at school was mentioned by 1.4 million children.

The main reasons given by children for not accessing the Internet (Table 1) reinforce that home access has been the main driver of Internet use among these users. Schools represent significant potential that has yet to be fully harnessed to ensure that this population has greater access to the Internet in the country.

TABLE 1
CHILDREN BY REASON FOR NOT ACCESSING THE INTERNET – PROPORTIONS AND ESTIMATES
IN MILLIONS (2018)

Total number of children 9 to 17 years old

	Proportion (%)	Estimates in millions
Because they have no Internet at home	8	2.2
Because they cannot use the Internet at school	5	1.4
Because they do not know how to use the Internet	5	1.4
Because there is no Internet in places they usually go	5	1.3
Because they do not want to use the Internet	4	1.3
Because the Internet is not for people their age	4	1.2
Because their parents or those taking care of them do not allow it	4	1.1
Because there were things that bothered or upset them on the Internet	2	0.6
For religious reasons	2	0.6
Because their friends do not use it	2	0.6
Other	1	0.2

FREQUENCY OF INTERNET USE

According to the ICT Kids Online Brazil surveys, the frequency of Internet use by children 9 to 17 years old has been growing in the country. The proportion of those who used the Internet every day or almost every day jumped from 47% in 2012¹ to 88% in 2018. A growth trend has also been observed among those who used the Internet more than once a day, rising from 68% in 2015 to 75% in 2018.

However, similar to the results for access, there were considerable differences in the proportions of Internet use more than once a day among individuals with different sociodemographic profiles. Among children in urban areas (77%) and classes AB (87%), use was more frequent than among residents in rural areas (63%) and in classes DE (64%).

Age group was also a relevant variable: frequency of Internet use was higher among users 15 to 17 years old (81% used the Internet every day). Among users 9 to 10 years old, the proportion of daily use was 65%.

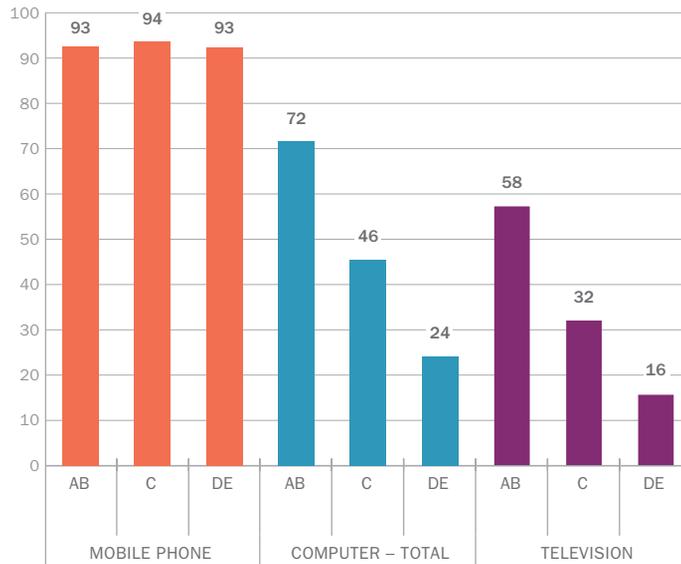
DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET

Since 2014, mobile phones have been the main devices used by children in Brazil to access the Internet. In 2018, approximately 22.7 million Brazilian children went online on mobile phones, which represents 93% of Internet users 9 to 17 years old in the country (Chart 2).

¹ In the 2012 edition, the age group considered by the survey was 9 to 16 years old, which was expanded to 9 to 17 years old in 2013.

It is also worth noting that the use of mobile phones to access the Internet presented homogeneous percentages among the different socioeconomic segments. The same was not true for access via computers and televisions, which was more common among children in higher socioeconomic classes.

CHART 2
CHILDREN WHO WERE INTERNET USERS BY DEVICES USED TO ACCESS THE INTERNET (2018)
Total number of children 9 to 17 years old (%)



Among the factors that could explain this growth in the use of mobile devices by children across all income levels is the availability of more accessible models and the variety of mobile phone functionalities, which allows access to media and communication resources. However, even though these devices play an important role in expanding Internet access, the quality and frequency of this connection raise questions about the effect of this adoption on opportunities enjoyed online.

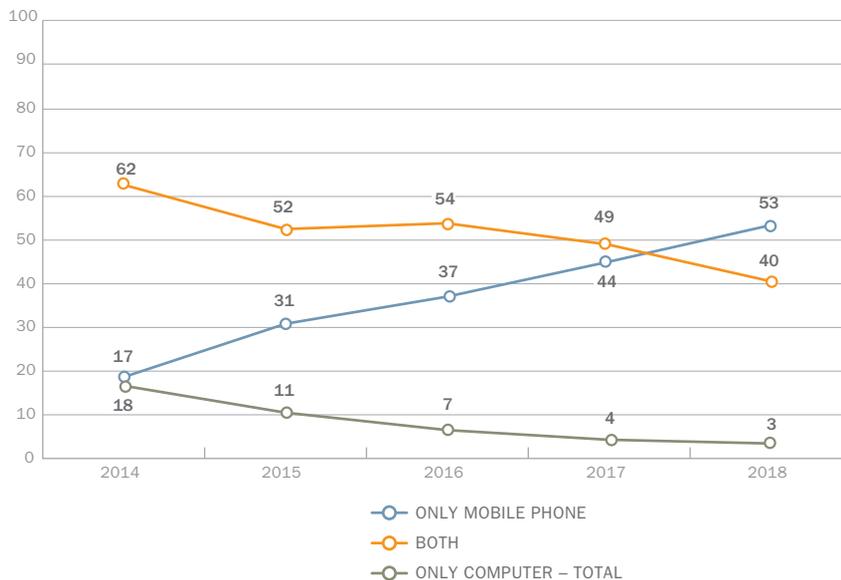
In addition to advances in the use of mobile phones, the use of television sets to access the Internet has also grown. In 2018, these devices were used by one-third of Internet users 9 to 17 years old (32%). This growth trend has been observed since 2014, when 12% of children who were Internet users used these devices to access the Internet. This trend has also been observed among Internet users 10 years old or older: according to data from the ICT Households survey, in 2014, 7% of the population who used the Internet did so on television sets, a proportion that grew to 30% in 2018 (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2019a).

In contrast with the growth trend observed for Internet access via television sets, the proportions of access via computers have been decreasing among Brazilian children. For the first time in the historical series of the ICT Kids Online Brazil survey, less than half of Internet users in the analyzed age group (44%) used the Internet on computers, a percentage that in 2012 reached 80%. The reduction in the percentage of computers used to access the Internet occurred mainly among children Internet users in the most connected strata: residents in urban areas (declining

from 55% in 2017 to 46% in 2018), and those in classes AB (from 84% in 2017 to 72% in 2018) and C (from 55% in 2017 to 46% in 2018).

In 2018, over half (53%) of Internet users 9 to 17 years old used the Internet only on mobile phones (Chart 3). The simultaneous use of mobile phones and desktop computers to access the Internet, however, reached the lowest level in the ICT Kids Online Brazil survey's historical series in 2018, as did exclusive Internet use on computers, which reached only 3% of Internet users in this age group.

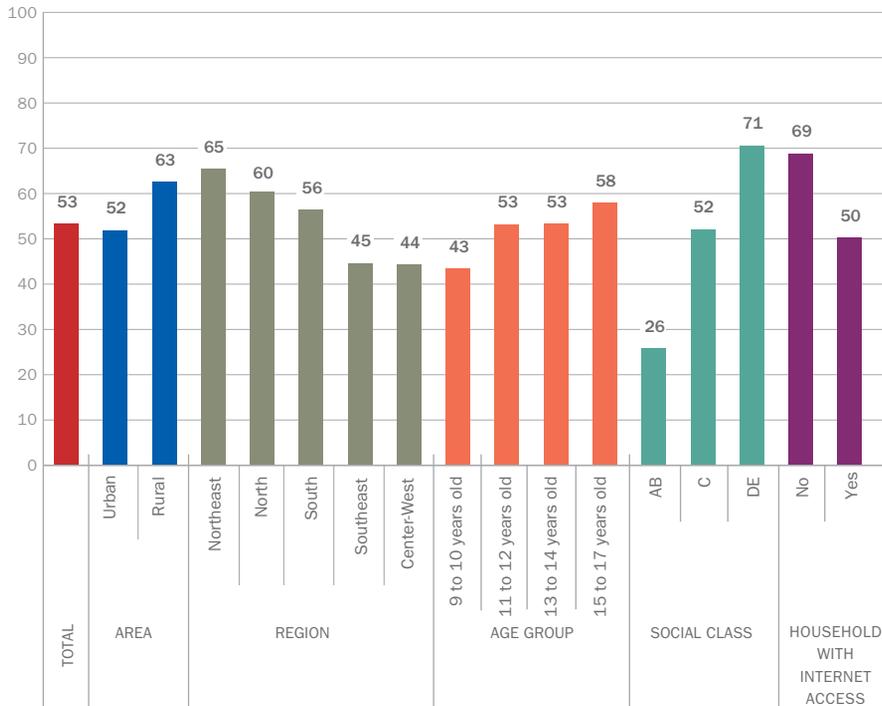
CHART 3
CHILDREN WHO WERE INTERNET USERS BY DEVICES USED EXCLUSIVELY OR SIMULTANEOUSLY TO ACCESS THE INTERNET (2014 - 2018)
Total number of children 9 to 17 years old (%)



Inequalities were also found in the simultaneous use of computers and mobile phones across different socioeconomic levels and among administrative regions. The use of both devices to access the Internet reached more than half of users 9 to 17 years old in classes AB (67%) and those with a family income greater than three minimum wages (56%). In geographic terms, it was greater in the Southeast (50%) and in urban areas (42%). The lowest percentages were observed among children who were Internet users in classes DE (22%), those with a family income of up to one minimum wage (27%), and those living in the North (26%) and in rural areas (26%).

Inequalities were also identified in Internet use exclusively on mobile phones (Chart 4). Approximately two-thirds of children Internet users in classes DE (71%), those with a family income of up to one minimum wage (66%) and those in the Northeast region (65%) were mobile-only users. The percentages were lower among those in higher socioeconomic classes and those with higher family incomes, reaching 26% of users in classes AB and 37% of those with a family income of more than three minimum wages.

CHART 4
CHILDREN INTERNET USERS BY EXCLUSIVE MOBILE PHONE USE TO ACCESS THE INTERNET (2018)
Total number of children 9 to 17 years old (%)

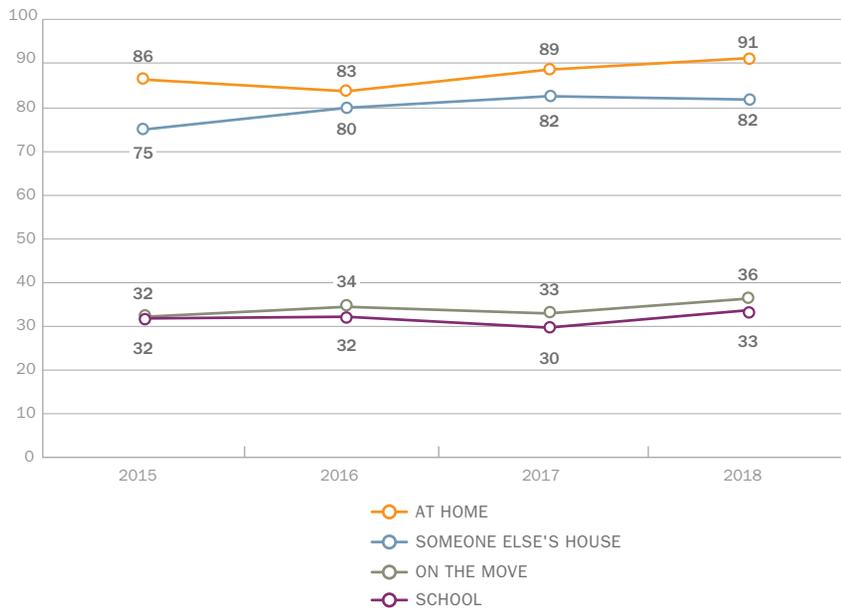


In the case of access via game consoles, there was a clear difference between boys (21%) and girls (10%), which converges with the results for playing online games, as described below. Tablets presented lower proportions of use in comparison with the percentages for the other devices investigated by the survey. However, differences were observed in the percentages according to age group: 26% among those 9 to 10 years old and 11% among those 13 to 14 years old and 15 to 17 years old. The greater use of tablets by younger children may be associated with their use to play games, watch films and view photos, and the fact that there are specific models for children.

LOCATIONS OF INTERNET USE

The data about locations of Internet use by children in Brazil showed that, in general, in 2018, access occurred predominately at home. The proportions of Internet use at home reached almost the entire population in the age group considered (91%), as shown in Chart 5. In this case, no significant differences were observed by age, but were observed by socioeconomic class – although they were less significant than for other locations of access (99% in classes AB, 94% in class C, and 83% in classes DE).

CHART 5
CHILDREN BY LOCATIONS OF INTERNET ACCESS (2015 – 2018)
Total number of children 9 to 17 years old (%)



Still associated with domestic use, the second main location of access was someone else's house (82%). Once again, no relevant disparities were found among income levels and social classes. However, among older children (89% of those 15 to 17 years old), the proportions were higher than among younger ones (74% of the population 9 to 10 years old).

In contrast with this predominately domestic access, Internet use by children in institutions and public places was considerably lower. Considering that the investigated population consists of school-age children, educational policies could represent a promising alternative for making access more democratic. However, children reported accessing the Internet in schools in lower proportions (33%). The region with the highest proportion of Internet use in schools was the South (43%) and the lowest percentage, the North (24%). In the Southeast, which boasts one of the best connectivity scenarios in the country, access at school was mentioned by 36% of children.

Similar to Brazil, home was also the most common location of access for children in Chile (94%), Costa Rica (87%) and Uruguay (81%). However, regarding Internet use in schools, the proportions in Brazil are below those estimated by the ICT Kids Online surveys of other countries. Greater percentages of access in the school environment were found in Uruguay (60%) and Chile (50%) (Cabello, Claro, Lazcano, & Antezana, 2018; United Nations Children's Fund [UNICEF], 2018).

In addition to schools being a powerful environment for implementing strategies for universal access, education policies can also expand children's use of a wider array of devices. As shown in the previous section, exclusive mobile phone use is increasing in the country, while the use of computers has fallen. Access to computers at schools, or even availability of devices for student use, could change this scenario and expand the possibilities for ICT use by children in Brazil.

Free public access centers is another alternative for expanding Internet access, especially in some regions and in socioeconomic segments that lack the Internet connection infrastructure. However, only 9% of children used the Internet at these locations. In light of this scenario, it is worth emphasizing that even though the provision of infrastructure is one determinant of Internet access promotion, it cannot ensure use if public policies do not consider other factors, such as locations for its implementation and education actions that encourage carrying out online activities.

Among Internet users 9 to 17 years old, 36% said they had accessed the Internet on the move, a proportion that increased with age (23% of children 9 to 10 years old and 52% among adolescents 15 to 17 years old). In this case, regional differences were relevant: among the children who reported having used the Internet on the move, 32% were from the North region, 29% from Center-West, and 24% from Northeast.

MOBILE PHONE USE: TYPES OF CONNECTION

Locations of Internet use by children was essentially related to the types of connection available. Considering access on mobile phones, the main devices used, Wi-Fi connection was the most used by the investigated population (86%). This percentage was the same as that observed on average among Internet users 10 years old or older (89%), according to data from the ICT Households 2018 survey (CGI.br, 2019a).

Similar to access to devices and locations of use, sociodemographic differences must also be taken into account for types of connection. The use of Wi-Fi was reported by 60% of children in the North, while in the other regions, it was greater than 80%. Moreover, the use of Wi-Fi to access the Internet decreased with socioeconomic class, reaching 91% among children in classes AB and 81% among those in classes DE (Chart 6).

Regarding connection via mobile phones using data plans, the proportion of children who used 3G or 4G connection to access the Internet via mobile phones has not exceeded 50% since 2015. This proportion was significantly lower than that observed among the population 10 years old or older, of whom 74% said they had accessed the Internet on their mobile phones using 3G or 4G in 2018 (CGI.br, 2019a).

It is important to emphasize that the percentage of children who used 3G or 4G networks to connect to the Internet was lower among children 9 to 10 years old (30%) than among adolescents 15 to 17 years old (57%) – different than Wi-Fi, whose proportions were more homogeneous. Furthermore, mobile connection presented little variation according to socioeconomic class (44% for classes AB and C and 47% for classes DE).

CHART 6
CHILDREN BY TYPE OF INTERNET CONNECTION VIA MOBILE PHONES (2018)
Total number of children 9 to 17 years old (%)



In addition to economic and infrastructure factors, type of connection adopted could also be associated with the choices of parents or legal guardians about their own Internet use and what they allow for their children, especially regarding locations and frequency of access. Even though children use portable devices, when access is predominately via Wi-Fi, such use is not necessarily mobile, and periods of connection may also be monitored.

Exclusive Wi-Fi use decreased with age group, with 57% of children 9 to 10 years old and 40% among adolescents 15 to 17 years old. The percentage of those who used only 3G and 4G connections to access the Internet via mobile phones has fallen in recent years, from 12% in 2015 to 7% in 2018.

Exclusive Internet use via mobile networks was 4% among users 9 to 10 years old and approximately 8% of children in the other age groups. Exclusive Internet use via mobile networks also occurred mainly among children in classes DE (12%), residents of rural areas (13%), and in the North (24%). No considerable differences were observed for exclusive Wi-Fi use among different socioeconomic classes. These proportions were 49% in classes AB, 50% in class C, and 46% in classes DE.

The simultaneous use of Wi-Fi and 3G and 4G connections via mobile phones was more frequent among children in classes AB (42%) than those in classes DE (35%). In terms of simultaneous use, differences were also observed in the proportions by age group, reaching 49% of the population 15 to 17 years old and 26% of users 9 to 10 years old.

As evidenced by ICT Households survey, this analysis of results by ICT Kids Online Brazil survey shows that, in general, in Brazil, individuals with higher socioeconomic status have better conditions for accessing the Internet, and use it more often, on a wider array of devices, and in a greater variety of locations. Furthermore, children did not occupy online environments at the same proportions across geographic regions.

The following section is dedicated to the online practices of children and describes how the previously demonstrated disparities in connectivity, as well as social and contextual aspects, influenced the type and quality of Internet use.

INTERNET USE OPPORTUNITIES AND RISKS

In addition to conditions of access, investigating Internet use by children is essential to understand the mechanisms that allow them to expand their online opportunities. At the same time, it is essential to implement strategies that mitigate the risks of online environments, considering sociocultural and identity factors that influence the appropriation of the Internet and its results in terms of the well-being of users.

According to the evidence in the literature, the same practices can both expand opportunities and incur risks, depending on the content accessed and, primarily, the skills of children to participate in the virtual environment (Livingstone et al., 2015). In light of this, even under similar access conditions, there are different ways of enjoying online opportunities, which expands the challenges of analysis in the field.

The ICT Kids Online Brazil survey is not intended to exhaust the multiple possibilities of Internet use, but emphasizes practices that stand out in the public agenda about the presence of children in the virtual environment. Therefore, the present analysis will consider practices relative to education and searching for information; multimedia and entertainment; communication and social networks; and citizenship and engagement.

From the perspective of ensuring the well-being of children in the digital era, the survey also investigated the possible risks to which this population can be exposed online. This includes sensitive content that can be encountered by this audience, risks associated with contact with strangers, and the active role of children themselves in offensive and discriminatory treatment that can affect their peers.

Furthermore, given that digital skills are essential factors associated with taking better advantage of practices, the survey considered the essential skills related to the investigated activities, classified as either operational, informational, social, creative or mobile skills (Platt, 2016).

The active role of parents and legal guardians in guiding and monitoring children's practices to ensure the well-being of this population in the digital environment is also considered highly important. In addition to questions about mediation strategies and guidance on using the Internet aimed at users 9 to 17 years old, parents and legal guardians were also asked about their mediation actions.

OPPORTUNITIES AND PRACTICES

Considering education and searching for information, there were considerable differences between children from urban and rural areas in terms of searching for information on the Internet about where they lived or accessing news online. In rural areas, the proportion of those who searched for information about where they lived was 12%, half of the proportion for urban

residents (24%). Regarding news, the difference between proportions was less pronounced, but still significant: 38% in rural areas and 56% in urban areas.

Geographic differences were also identified for citizenship and engagement activities. Children in urban areas talked more on the Internet about politics or problems in their cities or countries (22%) than users in rural areas (12%) and participated in campaigns or protests on the Internet in higher proportions (6% vs. 1%). Differences were also observed among social classes: among individuals in classes AB, 31% reported having talked about politics or problems in their cities or countries, a proportion that was 18% in class C and 17% in classes DE.

It is worth noting that the percentage of children who talked about politics or problems in their cities increased eight percentage points in relation to 2017, reaching 20% in 2018, which could be a reflection of data collection taking place during the election period. This movement was observed in various socioeconomic and regional segments, with emphasis on the results in the South, where the percentage jumped from 12% to 30% among children who were Internet users and came from households with a family income higher than three minimum wages (whose proportion went from 15% in 2017 to 34% in 2018) and among those in classes AB (from 18% in 2017 to 31% in 2018).

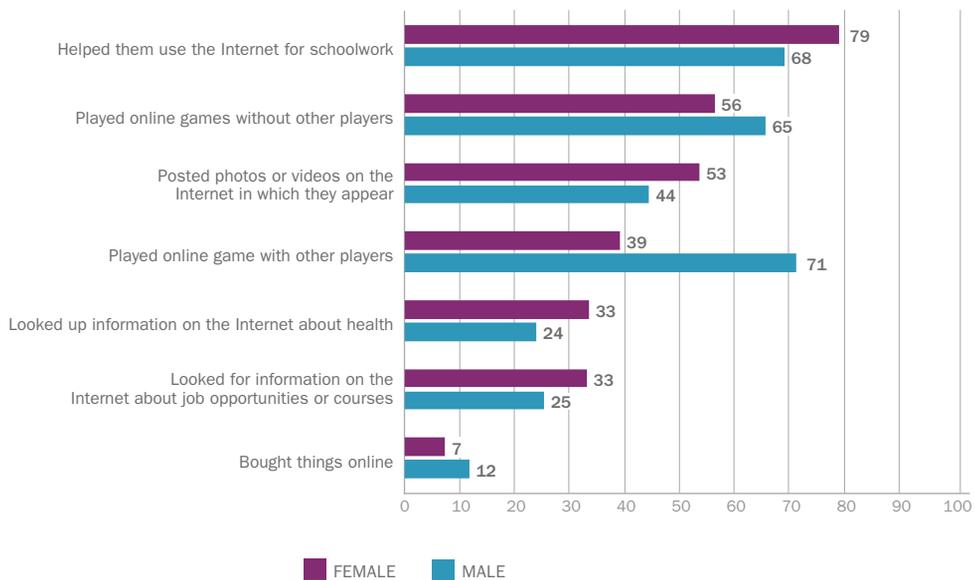
In addition to the geographic disparities mentioned above, differences were also observed in Internet usage by sex. Considering activities relative to searching for information, a higher proportion of girls than boys looked up information on the Internet about health (33% and 24%, respectively). The percentage of girls who mentioned looking for information on the Internet about job opportunities or courses was also higher than that of boys (33% vs. 25%). The use of online maps presented different proportions depending on sociodemographic factors. This proportion was higher among boys (41%) than girls (32%) and among higher classes (50% in classes AB, 37% in class C and 28% in classes DE).

Considering multimedia activities, in 2018, there was an increase in the proportion of children 9 to 17 years old who used the Internet to watch videos, shows, films or series online and to listen to music online (83%). For the first time in the survey's historical series, these multimedia activities were more prevalent among Brazilian children who used the Internet, surpassing looking up information on the Internet for schoolwork (74%) and instant messaging (77%).

Relevant differences were also observed for multimedia and entertainment activities relative to games. The percentage of boys who reported having played online games without other players was 65%, and of girls, 56% (Chart 7). These differences were higher when considering online games with other players, which reached 71% of boys and 39% of girls.

However, it is important to emphasize that although the differences were considerable, the situation is not static. The popularization of online gaming with other players among children who were Internet users increased among boys and girls from 38% in 2017 to 55% in 2018. In 2017, the proportion of those who played games online with other players was 56% among boys and 20% among girls.

CHART 7
CHILDREN WHO WERE INTERNET USERS BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET (2018)
Total number of children 9 to 17 years old (%)



Although entertainment activities related to watching video clips, shows, movies or TV series online and listening to online music occurred in similar proportions among all age groups, the survey results showed a greater presence of younger users playing games online without other players (64% among children who used the Internet 9 to 10 years old) than games with other players (43% of users in the same age group). These differences in the proportions of playing games without other players (65% for 11- and 12-year-olds, 57% for 13- and 14-year-olds, and 58% for 15- to 17-year-olds) and with other players (57% for 11- and 12-year-olds, 60% for 13- and 14-year-olds, and 57% for 15- to 17-year-olds) cease to exist as children grow older.

The data from the ICT Kids Online Brazil 2018 survey show that the different groups of investigated activities were carried out in proportions that varied according to the increase in age and across different socioeconomic classes. Considering the impacts of use on the development of skills (Deursen & Dijk, 2018), it is important to analyze to what extent these disparities can represent important limitations in the opportunities generated by online engagement for specific profiles of children, especially the most socioeconomically vulnerable ones.

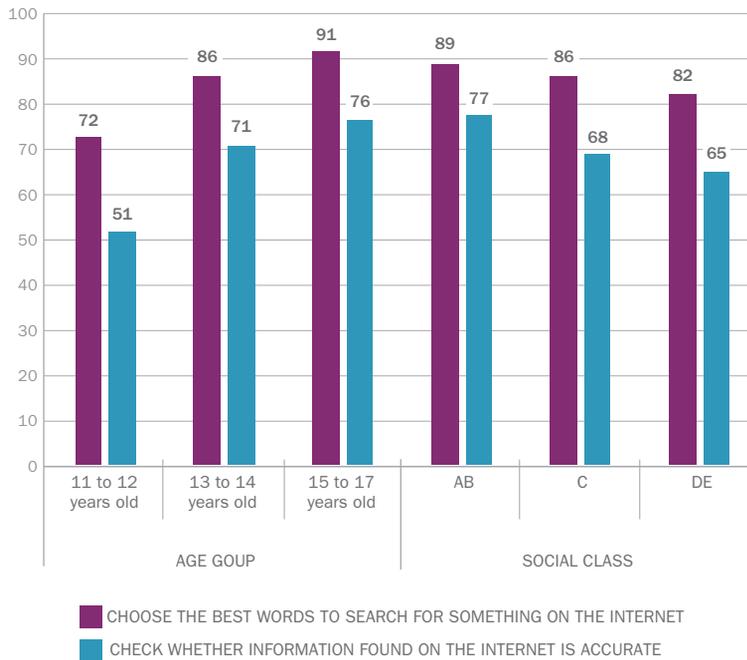
DIGITAL SKILLS

Constructing a representative online environment, in addition to ensuring coexistence in this space, implies the development of skills that allow for active, responsible and critical participation. In terms of information skills, most children who were Internet users between 11 and 17 years old reported knowing how to choose the best words to search for something on the Internet (85%), in addition to checking whether information found is accurate (69%).

There were relevant differences by age regarding these types of skills. The proportion of children who were Internet users and knew how to check whether information found is accurate was

51% among those 11 to 12 years old, and 76% among adolescents 15 to 17 years old (Chart 8). Considering the possibility of choosing the best words to search for something on the Internet, the proportions were 72% for those 11 to 12 years old and 91% for users 15 to 17 years old. As observed for age groups, the skills mentioned also presented higher proportions among individuals belonging to classes AB, who, as presented above, were the most frequent Internet users.

CHART 8
CHILDREN WHO WERE INTERNET USERS BY INTERNET SKILLS (2018)
Total number of Internet users 11 to 17 years old (%)



Age differences were also identified regarding the perceptions of children about their Internet use skills. The proportion of Internet users who said they knew a lot of things about using the Internet and knew more about the Internet than their parents was about 80% among those 15 to 17 years old, 70% among those 13 to 14 years old, and 60% among those 11 to 12 years old. No significant differences were observed according to socioeconomic class in terms of those who reported knowing more about the Internet than their parents (approximately 70% for all classes). However, knowing a lot of things about using the Internet was reported in higher proportions among classes AB (80%) than classes C (73%) and DE (69%).

The more frequent the online opportunities, the greater the conditions for developing digital skills and the more positive the results of these practices. The empirical results of the Kids Online Brazil surveys have shown that higher frequency of practices is also associated with greater exposure to risks present in this environment (Garmendia, Garitaonandia, Martinez, & Casado, 2012). Children's exposure to sensitive content, contact with strangers, and their own behavior must be considered by mediators, public managers, and researchers to ensure this population's well-being in the digital environment.

RISKS AND HARM

The type of content accessed is determinant in analyses about online risks and opportunities. Among other sensitive content adopted by public agendas for children, the theoretical framework adopted by the Kids Online emphasizes those related to ways to hurt oneself, ways to commit suicide, ways to become very thin, and drug use experiences.

Regarding sensitive content to which children were exposed, differences were observed in the proportions of boys and girls, especially for content about ways to become very thin (24% of girls and 12% of boys 11 to 17 years old) and ways to commit suicide (18% of girls and 9% of boys, in the same age group).

Investigating exposure to sensitive content is essential because of the damage that may result from this contact. However, it is important to emphasize, once more, the relevance of considering the information contained in the accessed content, in addition to how it is interpreted and assimilated. The use of digital platforms can also expand access to peers and health experts, increasing emotional support based on the contacts established (Royal Society for Public Health [RSPH], 2017). The fact that children report contact with such content does not always translate into harmful effects.

In addition to exposure to sensitive content, risks involving contact with strangers are among those most discussed in agendas about the online participation of children. The increasing presence of this population on digital platforms and the growth of multimedia activities, such as playing games online with other players, expand the need to investigate the risks of contact enabled by the Internet.

In 2018, 41% of Internet users 9 to 17 years old said they had had contact with someone they did not know in person. This proportion was higher among boys (44%) than girls (38%), and increased according to age group (10% among 9- to 10-year-olds and 64% among 15- to 16-year-olds). Relevant differences were also observed by age group in those who met someone they had met on the Internet in person: 3% of those 9 to 10 years old, 19% of those 13 to 14 years old and 36% among users 15 to 17 years old.

Even though the risks involving contact with people they met on the Internet cannot be disregarded, it is worth highlighting that among those who met in person with people they had met on the Internet, only 4% reported having felt bothered after such encounters.

In this context, it is essential to supplement the information obtained from the interviews with children with data collected from responsible adults, which allows for a more comprehensive understanding of the Internet use context and the adopted forms of mediation. Although children do in fact have better-developed operational, technical and mobile skills than their mediators, many of the activities carried out online require a level of maturity that is still being consolidated by this public. In this regard, emphasis goes to the questionnaire administered to parents and legal guardians in the ICT Kids Online Brazil and ICT in Education surveys (CGI.br, 2019b), which also gathers mediation data from teachers².

² For more information, see these surveys' Methodological Reports.

MEDIATION BY PARENTS AND LEGAL GUARDIANS

The results of the ICT Kids Online Brazil 2018 survey presents differences in the mediation practices adopted by parents and legal guardians, especially in terms of the sex and age group of children. The younger the users, the more parents and legal guardians were concerned about their online experiences.

Restrictive measures on mobile phone use, for example, were considerably higher among younger users. Among those 9 to 10 years old, 71% said their parents checked their mobile phones to see what they are doing or who they are talking to (40% among those 15 to 17 years old), 77% reported that rules were established for using their mobile phones (37% of those 15 to 17 years old), and 81% said their parents had taken away their mobile phones temporarily (34% among users 15 to 17 years old). Although younger children received the most help from parents and legal guardians with doing things on the Internet (81% for those 9 to 10 years old and 46% of those 15 to 17 years old), the proportion of parents who encouraged children to learn new things on the Internet was significantly lower among users 9 to 10 years old (37%) when compared 15- to 17-year-olds (56%).

Furthermore, greater intensity of mediation practices was observed among girls. Differences were present in terms of restrictive measures and active mediation actions, such as talking about what they do on the Internet (73% for girls and 62% for boys) and teaching them how to behave with other people on the Internet (82% for girls and 70% for boys).

The potential of mediation for safe and responsible use is indisputable, and has been widely discussed in research in the area (Livingstone, Burton et al., 2017; Livingstone, Ólafsson et al., 2017). However, greater attention must be given to the different opportunities that children have to enjoy these practices. In this case, it is worth emphasizing that sociocultural inequalities can be reflected and reinforced in the virtual environment, compromising the comprehensive implementation of children's rights in the digital era.

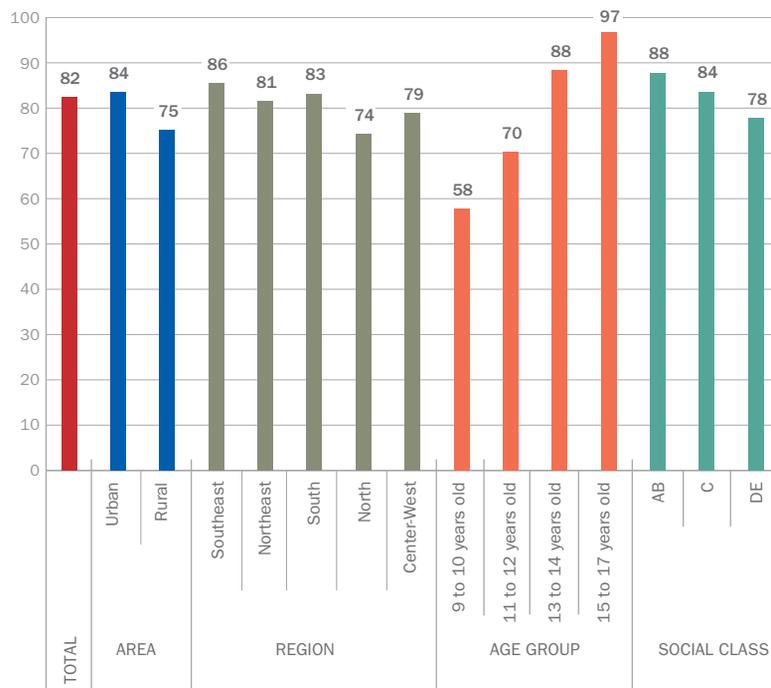
DIGITAL ECOLOGY

Many of the activities carried out by children occur exclusively or predominately on digital platforms. Therefore, studies about participation on and use of social networks are essential to understand the risks and opportunities available to this population in the online environment. The ICT Kids Online Brazil 2018 survey presented a specific module to explore these phenomena, especially in terms of whether children have profiles on social networks, issues regarding privacy, and sharing of content.

PROFILES ON SOCIAL NETWORKS AND PLATFORMS USED

In 2018, of the 24.3 million Internet users between 9 and 17 years old, 20 million said they had profiles on social networks, representing 82% of users in the investigated age group (Chart 9). Considering the population 15 to 17 years old, the percentage reached almost all Internet users (97%). However, considering the socioeconomic and regional aspects, the survey results indicate a lower presence in the social networks among children 9 to 17 years old in classes DE (78%), in the North region (74%), and in rural areas (75%).

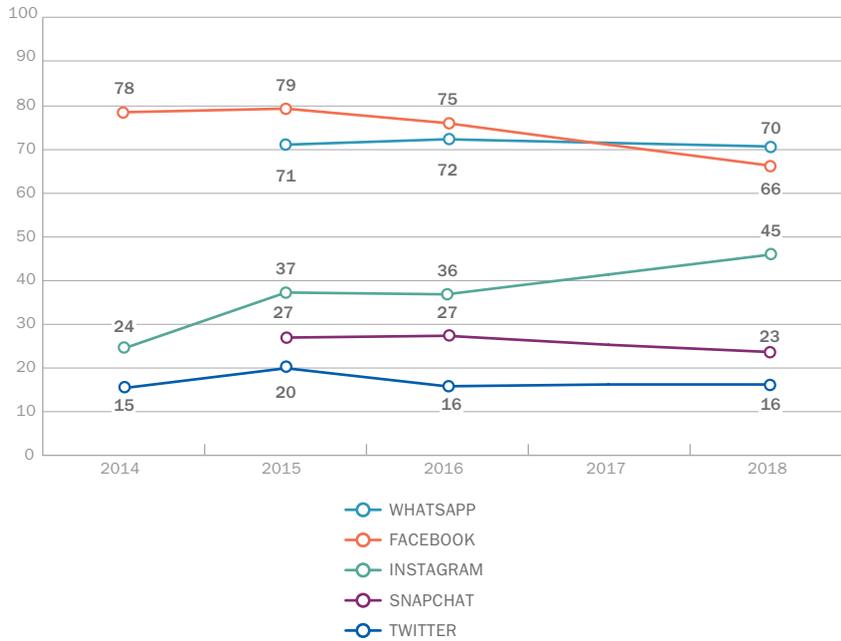
CHART 9
CHILDREN WHO HAD THEIR OWN PROFILES ON SOCIAL NETWORKS (2018)
Total number of children 9 to 17 years old (%)



In 2018, the platform on which the greatest proportion of children Internet users had profiles was WhatsApp (70%), as shown in Chart 10. For the first time in the survey's historical series, the number of children with profiles on Facebook (66%) was surpassed by another platform. The most striking increase in online profiles was found on Instagram, a proportion that went from 36% in 2016 to 45% in 2018.

Contrary to what was observed for other social networks, the presence of children on Facebook was homogeneous across socioeconomic classes. About two-thirds of Internet users 9 to 17 years old of all socioeconomic classes reported having profiles on this social network. Despite the decrease observed in the number of profiles, Facebook was still considered the main social network used by 41% of the investigated population.

CHART 10
CHILDREN BY SOCIAL NETWORKS ON WHICH THEY HAD PROFILES (2014 - 2018)
Total number of children 9 to 17 years old (%)



Even though the percentage of children who had accounts on WhatsApp was the highest, and Instagram presented the highest growth, profiles on these networks were more concentrated among individuals with higher socioeconomic status. Among the population in classes AB who were Internet users, 81% of children said they had profiles on WhatsApp and 60% on Instagram. For classes DE, these proportions were 63% and 35%, respectively.

Considering the presence of children on digital platforms, it is important to highlight that although contact networks may not present considerable differences, there are variations in how users interact and participate on them, involving different creative, cognitive, and language aspects. The possibility of using different types of social networks can expand children's online opportunities.

Age was also an important variable when it came to having profiles on social networks. In general, the older the children, the higher the presence of children in social networks. According to Chart 11, considering the population 15 to 17 years old, having a profile on Facebook was almost universal (90%); however, the number of profiles on WhatsApp was the highest among users 9 to 10 years old (46%).

CHART 11
CHILDREN WHO HAD PROFILES ON SOCIAL NETWORKS (2018)
Total number of children 9 to 17 years old (%)



Regarding sex, differences were observed in the proportion of users with profiles on Instagram and Snapchat. The presence of girls was considerably higher on both social networks: 51% of girl Internet users had profiles on Instagram, compared with 40% of boys. Snapchat was mentioned by 29% of girls and 18% of boys 9 to 17 years old.

One highlight observed in the 2018 edition of the ICT Kids Online Brazil survey was the growth in the importance of Instagram among children. In 2016, this platform was mentioned as the main social network by 7% of children 9 to 17 years old who were Internet users, a proportion that reached about one-fourth of users in this age group (24%) in 2018. This use increased mainly among older individuals 15 to 17 years old. Between 2013 and 2018, the proportion of adolescents in this age group who mainly used Instagram grew approximately 30 percentage points (from 3% to 34%).

The use of social networks by children is associated with many benefits, such as access to information, consolidating channels for self-expression and the valuing of identities, and establishing and maintaining relationships. However, the increased presence of this public on these platforms – and in virtual environments in general – also exposes them to greater risks, which is reflected in both the increasing number of cases of anxiety, depression, sleep disorders, and cyberbullying, and in the emergence of phenomena related to dependence on social networks, such as the “fear of missing out”³ (RSPH, 2017).

³ The “fear of missing out” (FOMO) is defined as being afraid that one is not having the same rewarding experiences as others, resulting in individuals who are constantly connected in order to be in the know about everything and share news with others.

The ICT Kids Online Brazil survey also investigates behavior risks associated with the excessive use of the Internet. In 2018, the results showed that about one-fourth of children 11 to 17 years old tried to spend less time online, but were unsuccessful (26%). This attempt was more common among girls (31%) than boys (20%). Also, one out of four individuals in this age group felt bad at some time because they could not be online (26%), the same proportion as those who said they spent less time with their family, friends or doing homework because they spent a lot of time on the Internet (26%). This proportion increased with the age of users: 16% of children 11 to 12 years old reported having spent less time with family, friends or doing their homework as a consequence of Internet use, a percentage that reached 31% of adolescents 15 to 17 years old.

Adolescents 15 to 17 years old also reported having caught themselves browsing the Internet without really being interested in what they were seeing (33%). Among 11- to 12-year-olds, this percentage was 9%. Furthermore, 21% of children 11 to 17 years old who were Internet users said they had not eaten or slept because of the Internet.

In addition to the implications of intensity of Internet use for health and well-being, risks associated with privacy and disclosure of personal data to which children are exposed in the virtual environment must also be taken into account, especially through the use of digital platforms. It is essential to be aware that technologies are increasingly developed based on the processing and use of personal data when browsing the Internet. However, most of the time, these phenomena are not recognized by Internet users.

Safe Internet use requires choosing applications and services that value safety and privacy, use encryption, minimize the collection and storage of information over time, do not share data with third parties without legal requests, adopt open-source code policies, and do not require notifications with real names or other identification information (Schertel Mendes, 2019).

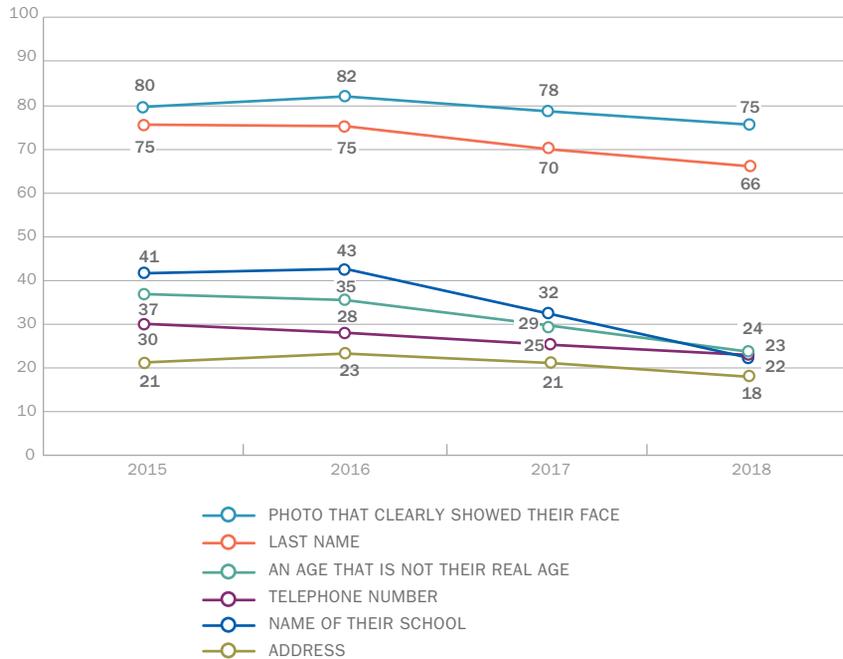
In 2018, 52% of children 9 to 17 years old who had profiles on social networks said that they had public profiles on the main networks used, 28% had private profiles, and 6% had partially private accounts. Public profiles were more common among social network users 15 to 17 years old (60%), compared with those 9 to 10 years old (29%). Private profiles were more common among girls who were social network users (33%) than boys (23%).

Although most of the profiles for the main social networks used were public, the proportions for the types of information shared through the children's profiles in 2018 were considerably lower in relation to 2016. In 2016, 82% of Internet users 9 to 17 years old who had profiles on social networks shared photos that clearly showed their faces, while in 2018, this proportion fell to 75% (Chart 12). This decrease was observed mainly among children 9 to 10 years old (whose percentage fell from 69% in 2016 to 37% in 2018) and among girls who were social network users (84% in 2016 to 77% in this edition).

CHART 12

CHILDREN BY TYPE OF INFORMATION SHARED THROUGH THEIR SOCIAL NETWORK PROFILES (2015 - 2018)

Total number of Internet users 9 to 17 years old who had profiles on social networks (%)



Children also shared their last names on social networks at lower proportions in 2018, a reduction observed mainly among users 9 to 10 years old (from 61% in 2016 to 34% in 2018) and among social network users with a family income of up to one minimum wage (from 75% in 2016 to 58% in 2018). Of the children who had profiles on social networks, 22% shared the name of their school, 21 percentage points lower than the result observed in 2016 (43%). In this case, the decrease occurred mainly among adolescents 15 to 17 years old (55% in 2016 to 29% in 2018) and users in classes DE (from 45% to 22% in the same period).

Last, less than one-fourth of children who had profiles on social networks (24%) shared an age that was not their real age, a proportion that was 35% in 2016. Among children 9 to 10 years old, this reduction was more significant: in 2016, the percentage in this age group was 39%, dropping to 16% in 2018.

The proportion of children 11 to 17 years old who said they knew how to change privacy settings on social networks was 63%. Significant differences were observed for this indicator regarding age group and social class. A higher proportion of 15- to 17-year-olds (79%) reported having this skill than users 13 to 14 years old (60%) and 11 to 12 years old (36%). The estimates were also greater for classes AB (70%) than classes C (66%) and DE (55%).

An active role of users in managing data shared online is an essential component of safe Internet use; however, it is still necessary for privacy to be considered a right that must be ensured. The effectiveness of data protection is not ensured just by individual control. It is mainly ensured by assigning responsibilities to the chain of data processing agents for implementing technical and organizational measures aimed at protecting the data of subjects. In Brazil, the

legal framework provided by the Brazilian General Data Protection Law (LGPD) establishes a general system for data protection in the country (Schertel-Mendes, 2019).

In addition to privacy issues, the safe and responsible use of social networks also depends on considering the necessary precautions regarding the sharing of information, news, text or audiovisual content on these platforms.

The proportion of children who used the Internet and were able to define what can or cannot be shared on the Internet was 88% in 2018. Despite the high proportion of users who perceive themselves as very experienced regarding Internet dynamics, these children's parents, legal guardians, educators and support networks are still extremely relevant. Including these topics in school curricula is becoming more and more important. According to the ICT in Education 2018 survey, 38% of teachers who taught in urban schools said they had helped students face situations that happened on the Internet, such as bullying, discrimination, harassment, and dissemination of images without their consent. Only 32% of teachers felt that their students knew how to evaluate information that should not be shared online (CGI.br, 2019b).

Even though users can have active participation on content shared on profiles and personal data provided on the Internet, it is important to be aware that mere presence on the Internet and interaction with viewed content makes individuals susceptible to having their data collected, processed, and used by Internet business models. Algorithms associated with this platforms can also operate to identify user preferences or even select and direct content that reinforces user interaction with niches of specific interests (CGI.br, 2017).

This phenomenon, which is increasingly present in modern societies, presents advantages by directing interest in content and enabling users to expand their knowledge and interactions. However, this can also expand exposure to advertising content through data monetization.

Increased exposure to advertising content is even more delicate when such communication is aimed at children, whose ability to distinguish between entertainment and advertising content is reduced. Furthermore, they lack awareness of the impact of this content on the stimulation of consumption and on their behavior.

In light of this growing phenomenon and the importance of analyzing its implications for the online presence of children, especially on digital platforms, since 2013, the ICT Kids Online survey has developed a specific module about children's exposure to and interaction with advertising content. Issues relative to new media communication phenomena present in the online environment began to be investigated in the 2018 edition of the survey. New questions about the production of content about products or brands by children themselves were included, in addition to questions aimed at parents and legal guardians about mediation actions regarding exposure to advertising content.

CONSUMPTION AND ADVERTISING CONTENT

As the use of technology advances in the population, digital platforms have become one of the main spaces for disseminating advertising and marketing content. Furthermore, the popularization of mobile devices and the greater frequency of Internet use enable new possibilities for publicizing this type of content.

Although exposure to advertising via television was still significant among children, there was an increasingly striking presence of advertising content aimed at this public on online platforms and web pages. For the first time in the historical series of the ICT Kids Online Brazil survey, children 11 to 17 years old reported being exposed to advertising on video websites (67%) at proportions similar to exposure to this content through television (64%).

The consumption of video content was one of the activities most carried out by children, as presented above, and thus, institutions that aim to publicize their products and services occupy these spaces, intensifying the dissemination of targeted communication.

In addition to occupying the same spaces in which their potential consumers are present, companies also need to adapt their language and the format of their advertising to make it more attractive to the public at which they are aimed. Among the phenomena observed with the advancement of communication technologies and the development of online platforms, there is the change in the relationship with the duration and format of content consumed, because it is produced at large scales and propagated quickly. The popularization of streaming and the sharing function of social networks reinforce and respond to the demands for targeted content.

In these contexts, where there is a prevalence of on-demand services, children may be less interested in the traditional advertising format publicized by media in limited spaces and formats. When asked about the behavior of individuals in this population when seeing advertising on the Internet, 68% of children 11 to 17 years old said they get irritated because the Internet has too much advertising and 76% think the advertisements are boring.

Although the format of the content identified as advertising was not pleasing, 80% of Internet users 11 to 17 years old said they wanted a product they had seen in an advertisement. These proportions were higher among older children (83% of the population 15 to 17 years old, in comparison with 73% of those 11 to 12 years old) and among those in classes AB (87%, in comparison with 72% in classes DE). Furthermore, 71% of users 11 to 17 years old said they got upset when they could not buy some product. These proportions were also higher among the population 15 to 17 years old (75%) and those 11 to 12 years old (64%). Regarding social class, these estimates were higher among classes C (76%) and AB (71%) than classes DE (65%).

Children from classes AB (90%) also reported learning about novelties or new products through advertisements at lower proportions than those from classes C (81%) and DE (69%).

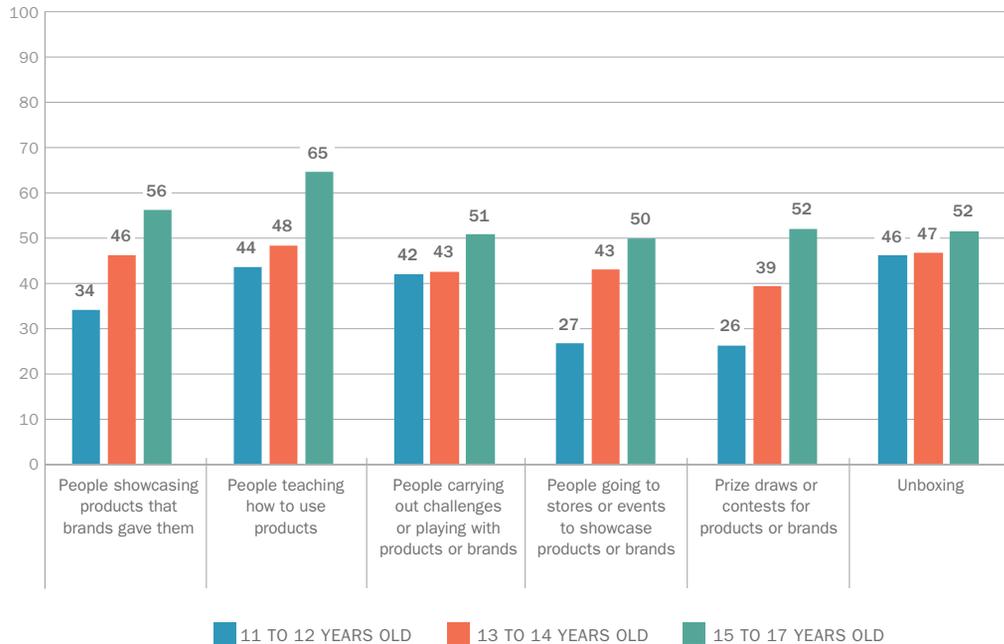
Even though the percentage of children who were Internet users and mentioned having been exposed to advertising on social networks fell from 62% in 2016 to 52% in 2018, significant proportions of this public said they had been exposed to videos, photos or texts disseminating some product on the Internet. Among these, significant mentions involved people teaching how to use a product (55%), unboxing (49%), showcasing products that some brand gave them (48%), carrying out challenges or playing with a product or brand (46%), going to stores or events to showcase some product or brand (42%) or even prize draws or contests for products or brands (42%).

The new forms of publicizing products and services investigated by the survey are among the most widely adopted by digital platform business models. Their predominant feature is being inserted in the entertainment content accessed. Thus, they may not be clearly identified as part of dissemination strategies, especially by children.

CHART 13

CHILDREN BY FORMS OF PUBLICITY OF PRODUCTS OR BRANDS SEEN IN THE LAST 12 MONTHS (2018)

Total number of Internet users 11 to 17 years old (%)



Older children and those from higher social classes presented a greater proportion of forms of interacting with products or brands. Among adolescents 15 to 17 years old, 50% said they followed the online page or profile of a product or brand, a proportion that was 37% among those 13 to 14 years old and 21% for those 11 to 12 years old. Regarding social class, the percentages for this indicator was 54% for classes AB, 40% for class C, and 31% for classes DE. The proportion of those who had liked or shared a video, photo or text about a product or brand on the Internet was 28% among the 15 to 17-year-old population and 20% among those 11 to 12 years old, and 35% for those from classes AB, 27% from class C and 16% from classes DE.

There was also an increase in requests made to parents to purchase a product seen on the Internet. According to parents and legal guardians, 39% of children 9 to 17 years old had asked them for products after exposure to online advertising. In 2016, this proportion was 33%. The percentage of parents or legal guardians that purchased such products jumped from 11% in 2014 to 21% in 2018. Considering the evidence that Brazilian children influence the purchasing decisions of their families (InterScience, 2003), it is important to measure their exposure to advertising content and analyze the influence of this exposure on consumption dynamics.

Among the categories of products seen online, the main ones were electronic equipment, such as mobile phones, tablets or computers (55%); clothes and shoes (49%); food, drinks or sweets (47%); and make-up or other beauty products (41%). Significant gender differences were observed in terms of exposure to online content that publicized make-up or beauty products (64% for girls and 17% for boys), clothes and shoes (55% for girls and 43% for boys) and video games or games (26% for girls and 50% for boys).

The mentioned products were more frequent among children in higher social classes and those in higher-income families, as well as those 15 to 17 years old. The exception was toys, sticker albums and school supplies, categories most cited by children 11 to 12 years old. In turn, video games and games were seen in online advertising content at similar proportions among children of different ages (Table 2).

TABLE 2
CHILDREN BY CATEGORIES OF PRODUCTS SEEN ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS (2018)
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
Electronic equipment, such as mobile phones, tablets or computers	55	45	52	62
Clothes and shoes	49	37	46	57
Food, drinks or sweets	47	40	43	53
Make-up or other beauty products	41	30	35	49
Video games or games	38	37	41	37
School supplies	29	37	30	24
Toys	29	42	28	23
Books, magazines or comic books	24	21	24	25
Sticker albums	12	18	12	9
Other	21	12	19	26

The popularization of online games makes them a part of consumption systems. The proportion of children 11 to 17 years old who were Internet users and reported having made purchases on online games was 11%. Similar to activities related to online games, these purchases were more common among boys (19%) than girls (4%), in addition to children from classes AB (24%) than those in classes C (10%) and DE (7%).

In addition to differences in forms of use, distinct strategies were observed in parental mediation relative to exposure of children with online advertising (Table 3). All of the investigated forms of mediation were reported at higher proportions for girls than boys, with an emphasis on the strategies of talking about advertising children see on the Internet and sitting together or staying around while they watch advertising on the Internet.

TABLE 3
CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ABOUT THE ONLINE ADVERTISING OF BRANDS OR PRODUCTS (2018)

Total number of Internet users 11 to 17 years old (%)

	Total	Female	Male	Difference in percentage points
Talks about advertising children see on the Internet	50	56	44	12
Explains the objective of advertising of brands or products children see on the Internet	47	51	42	9
Tells children not to see any type of advertising on the Internet	43	45	41	4
Sits together or stays around while children watch advertising on the Internet	41	47	34	13

The presence of children in the virtual environment requires that a number of factors be considered in relation to the stimuli resulting from this type of exposure. These include the right to privacy, digital footprint, the appropriation by of environments occupied by youths by market models, the logic behind algorithms adopted by applications, networks and platforms, the difficulty of distinguishing between commercial and entertainment content, in addition to critical analyses about the effects of this content on the physical and mental health and well-being of children.

FINAL CONSIDERATIONS

The analysis of safe Internet use by children must take into account the active role of users in constructing the online environment, going beyond mere concerns with exposure to and contact with potential risks involved in their occupation of this space. Thus, it is essential to identify and encourage the development of digital skills so that the use of the Internet for communication, searching for information, entertainment and leisure can be enjoyed and maximized.

Parents and legal guardians play a substantial role in this process, because the way they guide, control, and encourage Internet use by children impacts how these individuals carry out and take responsibility for online activities. Childhood and youth are phases in which individuals are forming and cementing values and behaviors, so these references are primordial.

Although users and their mediators take on responsibilities regarding the development of a healthy virtual environment, the benefits and harms that result from online practices cannot be attributed only to their behavior. Children, parents and legal guardians are inserted in social contexts that influence how they deal with, interpret and react to offline and online situations.

In light of this context, the construction of online spaces must be the responsibility of society and the State, especially in sectors whose actions impact the content and services accessed and provided. Involving and making the private sector responsible requires special attention in these processes, because the processing of Internet user data and information is part of the business model of a growing number of organizations. The central role of the State in

formulating strategies to ensure the protection of data and personal information and to protect the rights of children must also be considered.

The present analysis contributes with evidence about the gaps and opportunities that children experience online, while also aiming to reinforce the public dimension of Internet use – and skills – by children in Brazil. Based on these results, discussions can be intensified and new questions raised, capable of inserting social issues associated with information and communication technologies into public agendas.

In addition to public interventions that ensure equality of Internet access and online participation, especially among children, this analysis also contributes by shining a light on the central topics relative to Internet use that reverberate in education and awareness-raising actions for social actors who work with childhood and youth.

REFERENCES

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2017). *Cultura e tecnologias no brasil: Um estudo sobre as práticas culturais da população e o uso das tecnologias de informação e comunicação*. São Paulo: CGI.br.

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2019a). *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazilian Households: ICT Households 2018*. São Paulo: CGI.br.

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br (2019b). *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazilian Schools: ICT in Education 2018*. São Paulo: CGI.br.

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., Chapter 15, pp. 259-277). Spain: Gedisa.

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 on October 5, 2019, from <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444818797082>

Garmendia, M., Garitaonandia, C., Martinez, G., & Casado, M. Á. (2012). The effectiveness of parental mediation. In S. Livingstone, L. Haddon, & A. Görzig (Eds.). *Risks and safety on the internet: Research and policy challenges in comparative perspective* (pp. 231–244). Bristol: The Policy Press.

InterScience (2003). *Como atrair o consumidor infantil, atender expectativas dos pais e ainda ampliar as vendas*. Retrieved on September 27, 2019, from <http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/Doc-09-Interscience.pdf>

Kubota, L. C., Barbosa, A. F., Senne, F., & Hatadani, I. M. (2016). Uso de tecnologias da informação e comunicação pelos jovens brasileiros. In E. R. A. D. Silva, & R. U. Botelho (Eds.). *Dimensões da experiência juvenil brasileira e novos desafios às políticas públicas*. Brasília: Institute for Applied Economic Research (Ipea).

Livingstone, S., Mascheroni, G., & Staksrud, E. (2015). *Developing a framework for researching children's online risks and opportunities in Europe*. London: Eu Kids Online.

Livingstone, S., Ólafsson, K., Helsper, E. J., Lupiáñez-Villanueva, F., Veltri, G. A., & Folkvord, F. (2017). Maximizing opportunities and minimizing risks for children online: The role of digital skills in emerging strategies of parental mediation. *Journal of Communication*, 67(1), 82-105.

Livingstone, S., Burton, P., Cabello, P., Helsper, E., Kanchev, P., Kardefelt-Winther, D., Perovic, J., Stoilova, M., & Ssu-Han, Y. (2017). Media and information literacy among children on three continents: Insights into the measurement and mediation of well-being. *MILID Yearbook 2017*. Paris: UNESCO.

Platt, L. (2016). *Method guide 5: Conducting 13 qualitative and quantitative research with children of different ages*. London: Global Kids Online.

Royal Society for Public Health – RSPH (2017). *Status of Mind: Social media and young people’s mental health and wellbeing*. London: RSPH. Retrieved on May 15, 2019, from <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>

Schertel Mendes, L. (2019). *Privacidade e dados pessoais – Proteção de dados pessoais: Fundamento, conceitos e modelo de aplicação*. (Panorama Setorial da Internet, n.2, Year 11, June). São Paulo: Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br). Retrieved on September 27, 2019, from <https://cetic.br/publicacao/ano-xi-n-2-privacidade-e-dados-pessoais/>

United Nations Children’s Fund – UNICEF (2018). *Niños, niñas y adolescentes conectados: Informe Kids On-line 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		44	26	24	15
ÁREA AREA	Urbana/Urban	46	28	26	15
	Rural/Rural	29	14	14	10
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	54	35	30	17
	Nordeste/Northeast	33	18	18	11
	Sul/South	39	20	25	13
	Norte/North	30	15	17	15
	Centro-Oeste/Center-West	49	31	25	16
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	43	26	25	13
	Feminino/Female	44	26	24	16
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	28	18	14	7
	Fundamental II Elementary II	35	23	15	16
	Médio ou mais Secondary or more	55	31	34	18
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	51	22	27	26
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	42	25	20	16
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	43	29	23	11
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	41	26	26	11
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	31	18	15	12
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	41	26	19	12
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	52	28	30	19
	Mais de 3 SM More than 3 MW	60	36	41	19
	Não tem renda Has no income	38	10	22	24
	Não sabe Does not know	37	24	21	16
	Não respondeu Did not answer	47	35	33	11
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	72	46	50	21
	C	46	26	26	15
	DE	24	15	8	10
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	47	28	27	16
	Não/No	24	15	11	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 2018.

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 2018.

► 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	15	32	-
ÁREA AREA	Urbana / Urban	94	17	35	-
	Rural / Rural	89	7	12	-
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	94	21	40	-
	Nordeste / Northeast	96	9	27	-
	Sul / South	94	15	31	-
	Norte / North	85	9	18	-
	Centro-Oeste / Center-West	89	16	23	-
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	92	21	31	-
	Feminino / Female	94	10	32	-
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	93	8	18	-
	Fundamental II Elementary II	93	12	27	-
	Médio ou mais Secondary or more	94	20	41	-
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	88	15	39	-
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	92	16	31	-
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	92	16	33	-
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	97	15	28	-
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	93	8	19	-
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	94	13	30	-
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	92	18	37	-
	Mais de 3 SM More than 3 MW	93	27	50	-
	Não tem renda Has no income	84	26	24	-
	Não sabe Does not know	98	14	23	-
	Não respondeu Did not answer	98	23	40	-
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	93	31	58	-
	C	94	15	32	-
	DE	93	6	16	-
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	94	17	36	-
	Não / No	90	5	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 2018.

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 2018.

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		86	45
ÁREA AREA	Urbana / Urban	87	46
	Rural / Rural	76	39
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	89	48
	Nordeste / Northeast	90	36
	Sul / South	87	50
	Norte / North	60	56
	Centro-Oeste / Center-West	81	37
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	86	42
	Feminino / Female	86	48
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	84	45
	Fundamental II Elementary II	84	44
	Médio ou mais Secondary or more	88	45
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	83	30
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	83	38
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	86	40
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	89	57
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	82	42
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	86	41
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	86	46
	Mais de 3 SM More than 3 MW	89	48
	Não tem renda Has no income	78	27
	Não sabe Does not know	94	65
	Não respondeu Did not answer	89	52
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	91	44
	C	87	44
	DE	81	47
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	88	45
	Não / No	77	44

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 2018.

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 2018.

A1C CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE JÁ ACESSARAM A INTERNET, POR ÚLTIMO ACESSO
CHILDREN WHO ACCESSED THE INTERNET, BY LAST ACCESS

TOTAL DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF CHILDREN FROM 9 TO 17 YEARS OLD

	Percentual (%) Percentage (%)	Há menos de 3 meses (usuário) ¹ Less than 3 months ago (user) ¹	Mais de 3 meses atrás More than 3 months ago	Nunca acessou a Internet Has never accessed the Internet
TOTAL		86	7	7
ÁREA AREA	Urbana/Urban	90	6	4
	Rural/Rural	68	11	21
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	94	4	2
	Nordeste/Northeast	75	11	14
	Sul/South	95	2	3
	Norte/North	75	10	15
	Centro-Oeste/Center-West	94	5	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	85	8	7
	Feminino/Female	88	5	7
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	73	12	15
	Fundamental II Elementary II	88	6	6
	Médio ou mais Secondary or more	93	4	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	77	10	13
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	81	10	9
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	88	5	7
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	94	4	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	76	10	14
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	87	6	7
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	96	3	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	97	2	0
	Não tem renda Has no income	63	7	30
	Não sabe Does not know	90	5	5
	Não respondeu Did not answer	91	7	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	98	1	0
	C	94	4	2
	DE	73	11	16
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	94	4	2
	Não/No	61	15	24

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 2018.

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 2018.

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		8	5	4
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	5	3	3
	Rural/ <i>Rural</i>	21	14	10
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	3	1	2
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	14	8	8
	Sul/ <i>South</i>	3	1	2
	Norte/ <i>North</i>	16	14	8
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	4	2	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>	8	6	4
	Feminino/ <i>Female</i>	8	4	4
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	17	9	8
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	7	5	4
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	3	2	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	12	10	9
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	9	8	7
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	10	4	3
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	3	1	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	14	10	8
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	8	4	5
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	2	1	1
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	0	1	2
	Não tem renda <i>Has no income</i>	35	1	1
	Não sabe <i>Does not know</i>	6	3	3
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	3	0	1
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	0	1
	C	2	2	2
	DE	17	10	9
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	2	2	3
	Não/ <i>No</i>	27	15	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 2018.

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 2018.

► 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	5	2
ÁREA AREA	Urbana/Urban	1	3	1
	Rural/Rural	7	13	7
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	0	2	1
	Nordeste/Northeast	5	7	4
	Sul/South	0	2	1
	Norte/North	5	11	5
	Centro-Oeste/Center-West	0	1	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	2	5	2
	Feminino/Female	2	5	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	4	10	5
	Fundamental II Elementary II	2	4	1
	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	6	10	5
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	3	5	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	1	5	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	1	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	5	8	4
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	2	6	3
	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	0	0
	Não tem renda Has no income	0	5	0
	Não sabe Does not know	3	3	1
	Não respondeu Did not answer	0	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	0	0
	C	1	1	1
	DE	5	10	4
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	1	2	1
	Não/No	7	14	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 2018.

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 2018.

► 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 <i>Because they cannot use the Internet at school</i>	Porque seus pais ou as pessoas que cuidam dele(a) não deixam <i>Because their parents or those taking care of them do not allow it</i>	Porque a Internet não é para pessoas da idade dele(a) <i>Because the Internet is not for people their age</i>
TOTAL		5	4	4
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	3	3	3
	Rural/ <i>Rural</i>	13	8	11
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	2	2	2
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	8	7	9
	Sul/ <i>South</i>	2	1	2
	Norte/ <i>North</i>	13	7	7
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	0	1	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>	5	4	4
	Feminino/ <i>Female</i>	4	4	5
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	9	6	8
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	4	4	4
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	3	3	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	9	7	12
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	7	8	6
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	3	2	2
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	2	1	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	9	7	8
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	5	3	5
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	1	2	1
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	0	0	1
	Não tem renda <i>Has no income</i>	0	0	0
	Não sabe <i>Does not know</i>	6	3	5
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	5	1	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	0	0
	C	2	2	1
	DE	10	7	10
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	2	2	2
	Não/ <i>No</i>	14	10	12

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 2018.

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 2018.

► 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 (%) Percentage (%)		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	1
	Rural / Rural	6	1
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	1	0
	Nordeste / Northeast	5	1
	Sul / South	0	0
	Norte / North	4	1
	Centro-Oeste / Center-West	0	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	3	1
	Feminino / Female	2	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	5	2
	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	3	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	5	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	1	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	4	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	2	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	0	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	0
	Não tem renda Has no income	0	0
	Não sabe Does not know	3	0
	Não respondeu Did not answer	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	0
	C	1	1
	DE	5	1
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	1	1
	Não / No	5	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 2018.

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 2018.

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		3	53	40
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	3	52	42
	Rural/ <i>Rural</i>	3	63	26
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	4	45	50
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	3	65	30
	Sul/ <i>South</i>	2	56	37
	Norte/ <i>North</i>	5	60	26
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	4	44	45
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>	4	53	40
	Feminino/ <i>Female</i>	3	54	41
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	2	68	26
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	3	60	33
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	4	43	51
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	7	43	44
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	3	53	39
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	4	53	39
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	2	58	39
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	4	66	27
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	3	55	38
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	3	43	49
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	5	37	56
	Não tem renda <i>Has no income</i>	16	62	22
	Não sabe <i>Does not know</i>	0	61	37
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	1	52	46
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	5	26	67
	C	4	52	42
	DE	2	71	22
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	4	50	44
	Não/ <i>No</i>	2	69	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 2018.

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 2018.

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		91	33	82	15
ÁREA AREA	Urbana / Urban	93	34	83	16
	Rural / Rural	79	30	76	7
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	95	36	85	16
	Nordeste / Northeast	86	27	81	11
	Sul / South	94	43	84	23
	Norte / North	83	24	71	13
	Centro-Oeste / Center-West	93	34	75	11
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	90	31	81	17
	Feminino / Female	92	36	82	13
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	83	34	79	19
	Fundamental II Elementary II	90	33	81	14
	Médio ou mais Secondary or more	95	33	84	14
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	92	11	74	5
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	92	21	77	13
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	90	31	81	15
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	91	51	89	21
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	83	28	78	14
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	93	32	83	14
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	96	33	87	12
	Mais de 3 SM More than 3 MW	98	43	84	23
	Não tem renda Has no income	73	9	69	0
	Não sabe Does not know	91	35	79	9
	Não respondeu Did not answer	99	36	72	15
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	99	40	85	16
	C	94	31	83	13
	DE	83	34	78	17
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	97	34	82	15
	Não / No	59	29	80	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 2018.

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 2018.

► 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 (%) Percentage (%)		Centro público de acesso gratuito Free public access center	Em deslocamento On the move	Em outros lugares, como, por exemplo, shopping, igreja ou lanchonete In other places, like malls, churches or snack bars	Outro Other
TOTAL		9	36	41	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	11	38	44	0
	Rural / Rural	2	29	24	0
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	11	44	47	0
	Nordeste / Northeast	2	24	28	0
	Sul / South	24	45	52	0
	Norte / North	6	32	32	0
	Centro-Oeste / Center-West	3	29	43	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	11	35	41	0
	Feminino / Female	8	38	41	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	11	33	37	0
	Fundamental II Elementary II	7	34	37	0
	Médio ou mais Secondary or more	10	40	45	0
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	4	23	20	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	5	19	28	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	7	35	40	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	15	52	57	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	4	28	30	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	9	35	37	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	9	38	48	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	19	49	55	0
	Não tem renda Has no income	0	27	10	0
	Não sabe Does not know	5	44	48	0
	Não respondeu Did not answer	13	34	45	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	13	45	52	0
	C	9	36	45	0
	DE	8	32	29	0
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	10	38	44	0
	Não / No	6	30	27	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 2018.

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 2018.

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		75	14	6	3
ÁREA AREA	Urbana/Urban	77	13	5	2
	Rural/Rural	63	16	10	5
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	79	12	3	2
	Nordeste/Northeast	70	17	8	5
	Sul/South	83	10	4	0
	Norte/North	58	17	12	3
	Centro-Oeste/Center-West	75	14	7	2
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	74	14	6	2
	Feminino/Female	75	13	6	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	70	15	7	5
	Fundamental II Elementary II	72	14	6	2
	Médio ou mais Secondary or more	78	13	5	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	65	17	9	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	70	16	7	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	77	13	4	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	81	11	5	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	64	18	9	5
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	76	14	5	3
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	84	8	4	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	83	11	4	1
	Não tem renda Has no income	78	16	0	6
	Não sabe Does not know	71	12	13	1
	Não respondeu Did not answer	84	8	5	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	87	11	1	0
	C	78	12	6	1
	DE	64	17	8	6
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	80	12	4	1
	Não/No	48	22	15	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 2018.

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 2018.

► 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	5	1	0
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	3	0	0
	Nordeste / Northeast	1	0	0
	Sul / South	2	0	0
	Norte / North	8	2	0
	Centro-Oeste / Center-West	1	0	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	3	0	0
	Feminino / Female	2	0	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	0	0
	Fundamental II Elementary II	4	1	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	6	1	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	4	1	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	3	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	4	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	3	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	1	0
	Não tem renda Has no income	0	0	0
	Não sabe Does not know	1	1	0
	Não respondeu Did not answer	3	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	0	0
	C	2	0	0
	DE	4	0	0
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	2	0	0
	Não / No	7	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 2018.

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 2018.

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		74	63	29
ÁREA AREA	Urbana / Urban	74	64	31
	Rural / Rural	70	58	17
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	74	68	34
	Nordeste / Northeast	74	59	24
	Sul / South	78	73	28
	Norte / North	71	51	25
	Centro-Oeste / Center-West	64	53	25
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	68	61	25
	Feminino / Female	79	65	33
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	71	59	26
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	70	58	31
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	76	68	30
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	59	55	3
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	74	52	8
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	78	59	26
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	77	76	53
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	66	54	24
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	76	62	31
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	77	70	34
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	81	74	30
	Não tem renda <i>Has no income</i>	40	64	7
	Não sabe <i>Does not know</i>	67	65	21
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	73	66	36
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	82	75	36
	C	73	64	30
	DE	69	57	24
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	75	66	30
	Não / No	64	51	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 2018.

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 2018.

► 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		23	28	53	36
ÁREA AREA	Urbana / Urban	24	29	56	39
	Rural / Rural	12	26	38	18
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	23	31	53	44
	Nordeste / Northeast	19	26	52	24
	Sul / South	33	27	63	47
	Norte / North	17	32	49	27
	Centro-Oeste / Center-West	23	23	45	30
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	25	24	51	41
	Feminino / Female	20	33	56	32
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	25	23	56	36
	Fundamental II Elementary II	21	26	48	31
	Médio ou mais Secondary or more	22	32	55	40
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	15	16	33	19
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	17	15	39	24
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	20	27	53	37
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	31	42	70	50
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	19	25	44	24
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	20	33	53	35
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	23	27	61	43
	Mais de 3 SM More than 3 MW	32	29	63	54
	Não tem renda Has no income	12	15	32	36
	Não sabe Does not know	17	25	51	30
	Não respondeu Did not answer	21	37	50	33
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	26	34	59	50
	C	21	29	55	37
	DE	22	25	47	28
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	24	29	55	39
	Não / No	17	25	42	24

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 2018.

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 2018.

B1B CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET – COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS
CHILDREN BY ACTIVITIES CARRIED OUT ON THE INTERNET – COMMUNICATION AND SOCIAL NETWORKSTOTAL 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 networks	Enviou mensagens instantâneas Sent instant messages	Conversou por chamada de vídeo Talked using video calls
TOTAL		67	77	34
ÁREA AREA	Urbana/Urban	69	78	36
	Rural/Rural	51	73	22
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	73	80	42
	Nordeste/Northeast	63	73	26
	Sul/South	74	84	39
	Norte/North	53	70	23
	Centro-Oeste/Center-West	56	77	27
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	64	75	35
	Feminino/Female	70	80	34
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	68	76	29
	Fundamental II Elementary II	64	74	31
	Médio ou mais Secondary or more	68	80	38
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	30	53	25
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	50	66	28
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	72	83	33
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	90	91	42
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	59	67	25
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	70	80	34
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	72	84	34
	Mais de 3 SM More than 3 MW	71	85	49
	Não tem renda Has no income	76	78	20
	Não sabe Does not know	69	82	35
	Não respondeu Did not answer	59	70	32
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	73	86	45
	C	68	79	34
	DE	62	71	28
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	70	80	37
	Não/No	53	64	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 2018.

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 2018.

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	28	30	48
ÁREA AREA	Urbana/Urban	48	29	32	50
	Rural/Rural	31	20	20	36
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	50	31	34	52
	Nordeste/Northeast	41	27	27	46
	Sul/South	54	23	35	52
	Norte/North	37	26	28	42
	Centro-Oeste/Center-West	38	25	22	42
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	43	25	28	44
	Feminino/Female	49	31	33	53
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	45	24	29	48
	Fundamental II Elementary II	42	25	27	45
	Médio ou mais Secondary or more	48	31	33	51
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	22	17	20	26
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	35	16	23	38
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	45	28	27	47
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	63	38	41	65
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	37	26	25	44
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	48	28	30	51
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	52	27	27	50
	Mais de 3 SM More than 3 MW	53	28	42	50
	Não tem renda Has no income	32	24	0	50
	Não sabe Does not know	46	38	38	59
	Não respondeu Did not answer	45	29	28	36
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	55	31	38	52
	C	46	28	29	48
	DE	41	26	28	48
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	48	29	32	50
	Não/No	36	22	24	41

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 2018.

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 2018.

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 Played games online with other players	Jogou na Internet, não conectado com outros jogadores Played games online without other players	Assistiu a vídeos, programas, filmes ou séries na Internet Watched video clips, TV programs, films or series online	Ouviu música na Internet Listened to music online
TOTAL		55	60	83	82
ÁREA AREA	Urbana / Urban	57	62	85	85
	Rural / Rural	41	53	66	64
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	60	64	89	87
	Nordeste / Northeast	46	52	74	81
	Sul / South	64	72	89	82
	Norte / North	42	54	71	65
	Centro-Oeste / Center-West	61	59	81	82
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	71	65	83	81
	Feminino / Female	39	56	83	83
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	53	55	76	77
	Fundamental II Elementary II	52	59	78	79
	Médio ou mais Secondary or more	57	64	89	87
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	43	64	83	77
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	57	65	81	78
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	60	57	82	81
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	57	58	84	87
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	44	50	74	75
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	56	63	81	83
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	61	66	88	86
	Mais de 3 SM More than 3 MW	68	71	93	89
	Não tem renda Has no income	48	16	81	48
	Não sabe Does not know	42	46	85	86
	Não respondeu Did not answer	55	63	89	87
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	68	65	96	89
	C	55	64	84	85
	DE	47	53	73	74
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	58	63	86	85
	Não / No	39	48	67	67

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 2018.

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 2018.

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		55	72	9
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	55	74	11
	Rural/ <i>Rural</i>	50	62	2
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	59	76	13
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	49	66	5
	Sul/ <i>South</i>	60	80	12
	Norte/ <i>North</i>	50	69	4
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	49	66	10
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>	55	76	12
	Feminino/ <i>Female</i>	54	69	7
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	57	67	6
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	55	69	9
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	53	76	11
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	24	58	4
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	46	70	6
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	60	74	10
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	70	79	13
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	48	61	3
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	58	77	7
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	59	76	14
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	56	80	15
	Não tem renda <i>Has no income</i>	48	63	25
	Não sabe <i>Does not know</i>	56	75	16
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	50	72	26
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	55	79	21
	C	56	75	8
	DE	52	65	5
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	57	75	11
	Não/ <i>No</i>	42	57	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 2018.

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 2018.

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		20	43	5	39
ÁREA AREA	Urbana / Urban	22	43	6	40
	Rural / Rural	12	41	0	33
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	23	42	7	40
	Nordeste / Northeast	15	40	4	35
	Sul / South	30	48	5	52
	Norte / North	13	35	2	33
	Centro-Oeste / Center-West	15	52	4	39
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	20	46	5	41
	Feminino / Female	21	39	5	38
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	22	47	5	37
	Fundamental II Elementary II	19	38	5	39
	Médio ou mais Secondary or more	20	43	6	41
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	3	22	1	23
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	7	32	1	29
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	18	42	6	40
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	37	58	9	52
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	10	37	4	30
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	20	43	4	42
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	24	45	6	41
	Mais de 3 SM More than 3 MW	34	52	8	51
	Não tem renda Has no income	7	33	0	41
	Não sabe Does not know	22	26	9	31
	Não respondeu Did not answer	34	41	9	40
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	31	52	8	46
	C	18	38	5	40
	DE	17	44	3	35
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	22	44	6	41
	Não / No	11	34	2	31

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 2018.

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 2018.

C1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE POSSUEM PERFIL EM REDES SOCIAIS
CHILDREN WITH PROFILES ON SOCIAL NETWORK

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No
TOTAL		82	18
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	84	16
	Rural/ <i>Rural</i>	75	25
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	86	14
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	81	19
	Sul/ <i>South</i>	83	17
	Norte/ <i>North</i>	74	26
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	79	21
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>SEX OF CHILD</i>	Masculino/ <i>Male</i>	82	18
	Feminino/ <i>Female</i>	83	17
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS <i>LEVEL OF EDUCATION</i> OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	82	18
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	78	22
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	85	15
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>AGE GROUP</i> OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	58	42
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	70	30
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	88	12
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	97	3
RENDA FAMILIAR <i>FAMILY INCOME</i>	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	77	23
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	84	16
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	86	14
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	85	15
	Não tem renda <i>Has no income</i>	76	24
	Não sabe <i>Does not know</i>	88	12
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	81	19
CLASSE SOCIAL <i>SOCIAL CLASS</i>	AB	88	12
	C	84	16
	DE	78	22
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET <i>HOUSEHOLD WITH</i> INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	84	16
	Não/ <i>No</i>	73	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 2018.

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 2018.

C3 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR REDES SOCIAIS EM QUE POSSUEM PERFIL

CHILDREN WITH PROFILES ON SOCIAL NETWORK

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

	Percentual (%) Percentage (%)	Facebook Facebook	Instagram Instagram	Twitter Twitter
TOTAL		66	45	16
ÁREA AREA	Urbana/Urban	67	47	17
	Rural/Rural	58	34	6
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	69	52	21
	Nordeste/Northeast	66	42	6
	Sul/South	70	51	28
	Norte/North	54	31	5
	Centro-Oeste/Center-West	56	34	11
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	65	40	16
	Feminino/Female	66	51	15
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	70	40	16
	Fundamental II Elementary II	67	40	12
	Médio ou mais Secondary or more	64	51	18
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	23	14	2
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	48	31	4
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	75	51	17
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	90	64	27
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	62	32	8
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	68	46	14
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	71	53	18
	Mais de 3 SM More than 3 MW	62	55	26
	Não tem renda Has no income	72	46	4
	Não sabe Does not know	79	55	27
	Não respondeu Did not answer	63	53	16
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	64	60	25
	C	67	48	15
	DE	65	34	12
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	67	49	18
	Não/No	63	27	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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

C3 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR REDES SOCIAIS EM QUE POSSUEM PERFIL
CHILDREN WITH PROFILES ON SOCIAL NETWORK

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		WhatsApp WhatsApp	Snapchat Snapchat	Outra Other
TOTAL		70	23	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	71	25	2
	Rural / Rural	62	13	1
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	75	29	2
	Nordeste / Northeast	66	11	1
	Sul / South	74	38	2
	Norte / North	62	15	1
	Centro-Oeste / Center-West	66	19	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	70	18	1
	Feminino / Female	71	29	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	71	22	1
	Fundamental II Elementary II	62	21	1
	Médio ou mais Secondary or more	74	24	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	46	4	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	58	15	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	75	25	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	85	35	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	62	14	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	70	23	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	74	25	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	78	33	3
	Não tem renda Has no income	76	0	0
	Não sabe Does not know	77	29	0
	Não respondeu Did not answer	76	30	3
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	81	29	3
	C	71	25	1
	DE	63	16	1
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	74	25	2
	Não / No	52	13	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 2018.

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 2018.

C3A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PRINCIPAL REDE SOCIAL UTILIZADA
CHILDREN BY MAIN SOCIAL NETWORK USEDTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

	Percentual (%) Percentage (%)	Facebook Facebook	Instagram Instagram	Twitter Twitter
TOTAL		41	24	4
ÁREA AREA	Urbana/Urban	42	25	5
	Rural/Rural	39	19	0
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	40	29	5
	Nordeste/Northeast	41	28	0
	Sul/South	42	15	15
	Norte/North	39	16	1
	Centro-Oeste/Center-West	47	15	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	45	19	5
	Feminino/Female	38	30	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	49	14	8
	Fundamental II Elementary II	46	21	2
	Médio ou mais Secondary or more	35	31	4
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	19	10	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	34	18	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	50	26	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	50	34	9
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	44	18	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	43	26	3
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	44	26	4
	Mais de 3 SM More than 3 MW	30	29	11
	Não tem renda Has no income	47	28	0
	Não sabe Does not know	50	31	1
	Não respondeu Did not answer	40	33	3
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	31	36	7
	C	42	27	3
	DE	46	15	6
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	39	27	5
	Não/No	50	14	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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

C3A CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PRINCIPAL REDE SOCIAL UTILIZADA
CHILDREN BY MAIN SOCIAL NETWORK USED

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

	Percentual (%) Percentage (%)	Snapchat Snapchat	Não se aplica Does not apply
	TOTAL	1	29
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	1	27
	Rural/ <i>Rural</i>	0	41
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	1	25
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	1	30
	Sul/ <i>South</i>	2	25
	Norte/ <i>North</i>	2	42
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	2	35
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>	1	30
	Feminino/ <i>Female</i>	2	27
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	1	28
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	1	30
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	2	28
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	1	69
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	2	45
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	1	19
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	1	7
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	1	35
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	2	26
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	1	24
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	1	29
	Não tem renda <i>Has no income</i>	0	24
	Não sabe <i>Does not know</i>	1	18
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	1	22
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	25
	C	2	27
	DE	1	33
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	1	28
	Não/ <i>No</i>	1	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 2018.

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 2018.

C5 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONFIGURAÇÃO DE PRIVACIDADE NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL

CHILDREN BY TYPE OF PRIVACY SETTING ON THEIR SOCIAL NETWORK PROFILE

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE POSSUEM PERFIL EM REDE SOCIAL
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE A PROFILE ON SOCIAL NETWORKS

Percentual (%) Percentage (%)		Público Public	Parcialmente privado Partially private	Privado Private
TOTAL		52	6	28
ÁREA AREA	Urbana/Urban	53	6	28
	Rural/Rural	42	5	32
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	54	6	27
	Nordeste/Northeast	49	5	32
	Sul/South	57	5	27
	Norte/North	46	4	26
	Centro-Oeste/Center-West	48	8	25
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	55	6	23
	Feminino/Female	48	6	33
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	54	4	29
	Fundamental II Elementary II	54	6	28
	Médio ou mais Secondary or more	49	6	28
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	29	2	21
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	43	6	27
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	54	8	29
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	60	5	30
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	50	5	28
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	53	5	29
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	50	7	31
	Mais de 3 SM More than 3 MW	53	5	24
	Não tem renda Has no income	67	0	33
	Não sabe Does not know	60	9	23
	Não respondeu Did not answer	39	9	44
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	46	7	31
	C	54	5	27
	DE	52	6	28
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	51	6	28
	Não/No	55	3	31

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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

C5 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE CONFIGURAÇÃO DE PRIVACIDADE NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL
CHILDREN BY TYPE OF PRIVACY SETTING ON THEIR SOCIAL NETWORK PROFILE
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE POSSUEM PERFIL EM REDE SOCIAL
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE A PROFILE ON SOCIAL NETWORKS

Percentual (%) Percentage (%)		Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		1	0	13
ÁREA AREA	Urbana / Urban	1	0	12
	Rural / Rural	0	0	21
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	1	0	12
	Nordeste / Northeast	1	0	14
	Sul / South	1	0	10
	Norte / North	2	0	22
	Centro-Oeste / Center-West	1	1	18
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	1	0	15
	Feminino / Female	1	0	12
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	1	0	12
	Fundamental II Elementary II	1	0	11
	Médio ou mais Secondary or more	1	0	15
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	3	0	46
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	1	22
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	1	0	9
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	0	0	4
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	0	0	15
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	1	0	12
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	1	0	12
	Mais de 3 SM More than 3 MW	1	0	17
	Não tem renda Has no income	0	0	0
	Não sabe Does not know	1	0	6
	Não respondeu Did not answer	4	0	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	1	0	15
	C	1	0	13
	DE	0	0	14
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	1	0	14
	Não / No	1	0	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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

C6 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL

CHILDREN BY TYPE OF INFORMATION ON THEIR SOCIAL NETWORK PROFILE

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE POSSUEM PERFIL EM REDE SOCIAL
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE A PROFILE ON SOCIAL NETWORKS

Percentual (%) Percentage (%)		Uma foto que mostra bem o seu rosto Photo that clearly shows their face	Seu sobrenome Last name	Seu endereço Address
TOTAL		75	66	18
ÁREA AREA	Urbana/Urban	76	66	17
	Rural/Rural	68	62	27
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	77	67	13
	Nordeste/Northeast	75	63	22
	Sul/South	79	75	28
	Norte/North	67	63	16
	Centro-Oeste/Center-West	69	58	12
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	74	65	22
	Feminino/Female	77	66	14
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	78	67	29
	Fundamental II Elementary II	77	65	15
	Médio ou mais Secondary or more	73	65	14
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	37	34	8
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	64	57	8
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	79	71	23
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	88	75	22
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	71	58	18
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	78	67	18
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	78	69	14
	Mais de 3 SM More than 3 MW	73	69	20
	Não tem renda Has no income	95	91	43
	Não sabe Does not know	83	72	15
	Não respondeu Did not answer	81	80	13
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	72	66	11
	C	76	67	15
	DE	76	64	26
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	75	66	17
	Não/No	76	64	25

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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

C6 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE INFORMAÇÕES COMPARTILHADAS NO SEU PERFIL DE REDE SOCIAL
CHILDREN BY TYPE OF INFORMATION ON THEIR SOCIAL NETWORK PROFILE
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS QUE POSSUEM PERFIL EM REDE SOCIAL
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD WHO HAVE A PROFILE ON SOCIAL NETWORKS

Percentual (%) Percentage (%)		Seu número de telefone Telephone number	O nome da sua escola Name of their school	Uma idade que não é a sua de verdade An age that is not their real age
TOTAL		23	22	24
ÁREA AREA	Urbana / Urban	23	23	24
	Rural / Rural	21	15	21
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	18	24	25
	Nordeste / Northeast	22	18	21
	Sul / South	33	25	21
	Norte / North	31	20	20
	Centro-Oeste / Center-West	22	21	31
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	28	24	26
	Feminino / Female	17	21	21
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	32	26	23
	Fundamental II Elementary II	22	22	25
	Médio ou mais Secondary or more	19	20	23
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	16	6	16
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	13	12	29
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	23	25	32
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	28	29	19
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	24	21	26
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	23	24	23
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	21	24	25
	Mais de 3 SM More than 3 MW	24	21	21
	Não tem renda Has no income	5	20	12
	Não sabe Does not know	18	20	18
	Não respondeu Did not answer	15	20	27
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	17	19	24
	C	21	24	23
	DE	30	22	24
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	22	21	23
	Não / No	29	27	25

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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

D1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY PERCEPTIONS REGARDING THEIR INTERNET SKILLSTOTAL 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
TOTAL		73	6	21
ÁREA AREA	Urbana/Urban	74	6	20
	Rural/Rural	66	4	30
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	74	8	17
	Nordeste/Northeast	74	5	21
	Sul/South	73	4	22
	Norte/North	60	6	35
	Centro-Oeste/Center-West	74	4	22
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	74	6	20
	Feminino/Female	71	6	22
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	79	4	17
	Fundamental II Elementary II	69	5	26
	Médio ou mais Secondary or more	72	8	20
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	57	8	35
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	72	7	21
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	81	5	14
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	73	5	22
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	70	7	23
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	74	6	19
	Mais de 3 SM More than 3 MW	77	7	16
	Não tem renda Has no income	95	0	5
	Não sabe Does not know	68	4	28
	Não respondeu Did not answer	76	3	21
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	73	8	19
	C	73	5	21
	DE	72	6	22
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	72	7	22
	Não/No	77	4	19

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 2018.

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 2018.

► 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
TOTAL		73	12	15
ÁREA AREA	Urbana / Urban	74	11	14
	Rural / Rural	62	13	24
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	76	13	10
	Nordeste / Northeast	72	9	19
	Sul / South	73	14	13
	Norte / North	65	7	27
	Centro-Oeste / Center-West	68	13	19
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	77	11	12
	Feminino / Female	68	12	19
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	71	9	20
	Fundamental II Elementary II	70	15	15
	Médio ou mais Secondary or more	75	11	13
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	60	16	24
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	73	11	16
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	80	10	11
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	70	9	21
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	68	16	16
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	75	10	14
	Mais de 3 SM More than 3 MW	82	10	8
	Não tem renda Has no income	86	14	0
	Não sabe Does not know	74	15	11
	Não respondeu Did not answer	83	6	11
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	80	11	9
	C	73	12	14
	DE	69	11	20
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	74	12	14
	Não / No	69	8	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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE SUAS HABILIDADES PARA O USO DA INTERNET
CHILDREN BY PERCEPTIONS REGARDING THEIR INTERNET SKILLSTOTAL 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
TOTAL		85	5	9
ÁREA AREA	Urbana / Urban	86	5	8
	Rural / Rural	81	3	16
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	86	6	8
	Nordeste / Northeast	82	5	13
	Sul / South	92	2	6
	Norte / North	81	4	14
	Centro-Oeste / Center-West	88	3	8
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	88	3	9
	Feminino / Female	83	6	10
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	84	5	11
	Fundamental II Elementary II	85	5	10
	Médio ou mais Secondary or more	86	5	8
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	80	6	13
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	85	5	10
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	88	4	7
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	82	4	13
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	84	5	10
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	87	6	7
	Mais de 3 SM More than 3 MW	90	5	5
	Não tem renda Has no income	91	9	0
	Não sabe Does not know	88	3	9
	Não respondeu Did not answer	87	5	8
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	89	6	5
	C	87	4	8
	DE	81	5	13
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	86	5	8
	Não / No	81	5	14

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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

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 (%)		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 networks	Verificar se uma informação encontrada na Internet está correta Checking whether information found on the Internet is accurate
TOTAL		89	63	69
ÁREA AREA	Urbana/Urban	89	65	70
	Rural/Rural	85	51	60
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	92	69	75
	Nordeste/Northeast	85	55	63
	Sul/South	89	71	75
	Norte/North	85	55	58
	Centro-Oeste/Center-West	85	56	61
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	87	59	70
	Feminino/Female	90	66	67
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	87	60	69
	Fundamental II Elementary II	88	61	68
	Médio ou mais Secondary or more	89	66	69
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	36	51
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	91	60	71
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	95	79	76
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	82	52	62
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	91	63	67
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	92	73	70
	Mais de 3 SM More than 3 MW	94	70	77
	Não tem renda Has no income	91	91	64
	Não sabe Does not know	85	68	83
	Não respondeu Did not answer	91	59	81
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	93	70	77
	C	89	66	68
	DE	85	55	65
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	90	64	69
	Não/No	80	55	66

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 2018.

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 2018.

► 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 (%)	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		85	88	88
ÁREA AREA	Urbana / Urban	86	89	89
	Rural / Rural	81	88	86
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	86	91	90
	Nordeste / Northeast	83	86	89
	Sul / South	87	85	86
	Norte / North	86	87	87
	Centro-Oeste / Center-West	85	91	84
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	85	86	86
	Feminino / Female	85	90	91
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	83	86	87
	Fundamental II Elementary II	83	86	86
	Médio ou mais Secondary or more	88	91	90
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	77	75
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	86	90	87
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	91	93	96
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	80	84	86
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	85	89	88
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	90	91	93
	Mais de 3 SM More than 3 MW	89	94	87
	Não tem renda Has no income	85	100	100
	Não sabe Does not know	86	81	91
	Não respondeu Did not answer	93	89	91
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	89	94	87
	C	86	89	89
	DE	82	85	88
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	86	90	89
	Não / No	82	81	87

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 2018.

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 2018.

▶ 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 (%)		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		62	94	41
ÁREA AREA	Urbana / Urban	63	94	42
	Rural / Rural	55	91	34
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	66	95	45
	Nordeste / Northeast	60	91	35
	Sul / South	58	96	43
	Norte / North	60	91	41
	Centro-Oeste / Center-West	58	92	38
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	61	94	45
	Feminino / Female	63	93	37
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	61	92	38
	Fundamental II Elementary II	64	93	42
	Médio ou mais Secondary or more	62	95	42
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	46	90	25
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	58	92	36
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	73	97	51
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	56	89	35
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	61	94	39
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	66	97	42
	Mais de 3 SM More than 3 MW	70	98	50
	Não tem renda Has no income	91	100	32
	Não sabe Does not know	60	98	47
	Não respondeu Did not answer	63	97	47
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	67	98	43
	C	59	94	41
	DE	64	91	40
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	64	95	43
	Não / No	56	87	32

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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

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 (%)		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		61	67	86	90
ÁREA AREA	Urbana / Urban	63	69	86	91
	Rural / Rural	50	55	82	84
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	64	70	89	92
	Nordeste / Northeast	55	61	83	90
	Sul / South	59	74	86	93
	Norte / North	64	55	79	83
	Centro-Oeste / Center-West	68	71	86	84
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	61	67	86	92
	Feminino / Female	61	67	86	88
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	56	60	84	90
	Fundamental II Elementary II	60	64	84	86
	Médio ou mais Secondary or more	64	72	88	93
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	46	47	76	83
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	57	63	85	89
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	70	79	91	95
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	58	58	83	87
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	59	65	85	90
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	60	75	90	93
	Mais de 3 SM More than 3 MW	69	78	89	92
	Não tem renda Has no income	49	87	100	91
	Não sabe Does not know	64	62	78	95
	Não respondeu Did not answer	56	75	82	92
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	67	75	88	91
	C	62	70	88	92
	DE	57	58	82	88
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	63	70	88	92
	Não / No	53	53	77	83

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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

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 (%) Porcentage (%)		Sentam junto enquanto usa a Internet, falando ou participando do que está fazendo <i>Siting together while they use the Internet, talking or participating in what they are doing</i>	Ficam por perto enquanto usa a Internet, mas sem olhar o que está fazendo <i>Staying around while they use the Internet, but not looking at what they are doing</i>	Incentivam a aprender coisas na Internet sozinho(a) <i>Encouraging them to learn things on the Internet on their own</i>	Sentam junto enquanto usa a Internet, mas sem participar do que está fazendo <i>Siting together while they use the Internet, but without participating in what they are doing</i>
TOTAL		49	67	50	61
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	48	67	52	61
	Rural/ <i>Rural</i>	59	64	33	59
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	47	68	55	62
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	53	62	42	58
	Sul/ <i>South</i>	45	77	60	68
	Norte/ <i>North</i>	54	59	38	55
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	50	69	43	60
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>	43	67	51	57
	Feminino/ <i>Female</i>	56	67	48	65
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	46	66	45	59
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	53	65	45	61
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	49	68	54	62
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	58	66	37	54
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	57	64	44	62
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	52	72	53	64
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	40	66	56	62
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	54	63	40	60
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	49	67	49	59
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	50	71	56	67
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	44	72	60	66
	Não tem renda <i>Has no income</i>	37	40	57	32
	Não sabe <i>Does not know</i>	49	55	52	41
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	48	63	61	56
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	45	69	60	64
	C	52	68	53	61
	DE	48	64	39	59
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	50	69	52	63
	Não/ <i>No</i>	44	56	37	52

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 2018.

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 2018.

► 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	57	55	61
ÁREA AREA	Urbana/Urban	57	55	55	61
	Rural/Rural	64	69	56	63
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	55	52	53	64
	Nordeste/Northeast	60	61	56	58
	Sul/South	53	53	49	53
	Norte/North	64	61	65	68
	Centro-Oeste/Center-West	63	64	65	63
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	53	53	56	60
	Feminino/Female	62	61	55	63
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	52	49	48	43
	Fundamental II Elementary II	58	60	57	63
	Médio ou mais Secondary or more	60	58	58	69
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	71	77	81	81
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	75	73	70	75
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	62	60	61	60
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	40	37	34	46
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	64	62	58	61
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	57	57	52	57
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	58	56	63	67
	Mais de 3 SM More than 3 MW	52	50	52	62
	Não tem renda Has no income	53	15	8	40
	Não sabe Does not know	49	51	45	65
	Não respondeu Did not answer	59	56	60	59
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	54	54	57	69
	C	63	58	57	65
	DE	53	55	52	52
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	59	57	56	64
	Não/No	52	53	51	50

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 2018.

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 2018.

▶ 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

Percentage (%) Porcentagem (%)		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		79	72	76
ÁREA AREA	Urbana / Urban	78	72	75
	Rural / Rural	83	75	87
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	82	73	77
	Nordeste / Northeast	79	73	78
	Sul / South	68	63	67
	Norte / North	73	73	76
	Centro-Oeste / Center-West	85	78	81
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	76	67	70
	Feminino / Female	81	77	82
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	67	62	69
	Fundamental II Elementary II	80	71	77
	Médio ou mais Secondary or more	84	77	80
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	85	85	80
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	88	84	82
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	80	74	81
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	70	59	69
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	79	72	78
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	78	72	76
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	81	74	79
	Mais de 3 SM More than 3 MW	78	71	71
	Não tem renda Has no income	79	57	48
	Não sabe Does not know	77	77	82
	Não respondeu Did not answer	78	66	79
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	85	76	78
	C	82	77	80
	DE	70	63	70
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	81	73	78
	Não / No	69	65	69

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 2018.

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 2018.

► 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		63	68	68
ÁREA AREA	Urbana / Urban	62	68	68
	Rural / Rural	67	74	70
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	63	72	68
	Nordeste / Northeast	65	69	69
	Sul / South	59	60	62
	Norte / North	62	63	67
	Centro-Oeste / Center-West	61	70	71
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	58	63	62
	Feminino / Female	67	74	73
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	52	58	60
	Fundamental II Elementary II	62	66	68
	Médio ou mais Secondary or more	69	74	71
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	66	71	73
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	69	75	78
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	68	73	73
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	56	61	57
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	63	69	70
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	63	67	65
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	67	74	70
	Mais de 3 SM More than 3 MW	60	64	66
	Não tem renda Has no income	41	33	49
	Não sabe Does not know	59	75	74
	Não respondeu Did not answer	71	70	73
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	65	74	74
	C	68	72	69
	DE	54	60	62
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	64	70	70
	Não / No	55	61	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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

F1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PLATAFORMA EM QUE TIVERAM CONTATO COM ALGUMA PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY TYPES OF PLATFORMS ON WHICH THEY WERE EXPOSED TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Redes sociais Social networks	Mensagens instantâneas Instant messaging	E-mail E-mail	Sites de jogos Gaming websites	Mensagens SMS SMS
TOTAL		52	29	18	30	18
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	56	30	19	31	18
	Rural/ <i>Rural</i>	33	26	7	19	13
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	60	32	19	37	20
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	42	22	11	23	15
	Sul/ <i>South</i>	60	38	29	25	15
	Norte/ <i>North</i>	45	31	16	27	25
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	45	23	14	27	15
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>	49	29	22	39	19
	Feminino/ <i>Female</i>	56	29	13	21	17
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	49	31	18	19	16
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	48	30	15	29	17
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	57	28	19	35	19
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	-	-	-	-	-
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	32	20	8	27	12
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	50	26	18	34	18
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	64	36	22	28	20
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	39	23	11	22	17
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	59	34	16	33	20
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	56	28	16	33	17
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	65	35	33	35	17
	Não tem renda <i>Has no income</i>	32	15	0	0	0
	Não sabe <i>Does not know</i>	46	24	13	25	12
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	50	32	27	26	15
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	62	29	23	42	20
	C	54	28	17	32	17
	DE	45	30	16	20	18
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	56	31	19	32	18
	Não/ <i>No</i>	35	19	11	18	14

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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

F1 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPO DE PLATAFORMA EM QUE TIVERAM CONTATO COM ALGUMA PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN BY TYPES OF PLATFORMS ON WHICH THEY WERE EXPOSED TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Sítios de vídeos Video websites	Televisão Television	Revistas, jornais ou gibis Magazines, newspapers or comic books	Outro Other
TOTAL		67	64	28	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	70	67	31	1
	Rural / Rural	47	48	13	2
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	72	70	32	1
	Nordeste / Northeast	57	56	19	0
	Sul / South	72	70	39	0
	Norte / North	63	63	28	1
	Centro-Oeste / Center-West	66	57	23	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	68	66	27	1
	Feminino / Female	65	63	30	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	59	60	26	1
	Fundamental II Elementary II	61	61	26	2
	Médio ou mais Secondary or more	74	69	31	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	59	59	24	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	66	60	27	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	71	70	31	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	53	55	22	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	70	66	29	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	71	66	29	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	85	77	40	2
	Não tem renda Has no income	15	82	0	0
	Não sabe Does not know	49	49	26	0
	Não respondeu Did not answer	69	74	14	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	85	72	34	1
	C	68	65	28	1
	DE	55	59	26	1
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	70	67	30	1
	Não / No	49	49	19	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 2018.

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 2018.

F7 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PEDIRAM AOS PAIS ALGUM PRODUTO APÓS CONTATO COM PUBLICIDADE OU PROPAGANDA NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN WHO ASKED THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS FOR A PRODUCT AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No
TOTAL		43	57
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	46	54
	Rural/ <i>Rural</i>	28	72
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	57	43
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	28	72
	Sul/ <i>South</i>	39	61
	Norte/ <i>North</i>	31	69
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	51	49
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>	40	60
	Feminino/ <i>Female</i>	46	53
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	28	72
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	40	60
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	53	47
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	-	-
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	45	55
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	47	53
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	40	60
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	30	70
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	45	55
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	54	46
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	55	45
	Não tem renda <i>Has no income</i>	10	90
	Não sabe <i>Does not know</i>	31	69
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	52	47
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	65	34
	C	47	53
	DE	26	74
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	48	52
	Não/ <i>No</i>	22	78

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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

F8 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMAS DE DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS OU MARCAS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN BY TYPES OF ONLINE ADVERTISING ABOUT PRODUCTS OR BRANDS SEEN IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Pessoas mostrando produtos que alguma marca deu para elas People showcasing products given by brands	Pessoas ensinando como usar algum produto People teaching how to use products	Pessoas fazendo desafios ou brincadeiras com algum produto ou marca People carrying out challenges or playing with products or brands
TOTAL		48	55	46
ÁREA AREA	Urbana/Urban	51	58	48
	Rural/Rural	31	40	34
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	56	61	52
	Nordeste/Northeast	40	46	39
	Sul/South	55	64	54
	Norte/North	37	48	36
	Centro-Oeste/Center-West	38	48	39
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	45	50	48
	Feminino/Female	51	60	45
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	42	51	40
	Fundamental II Elementary II	47	52	44
	Médio ou mais Secondary or more	52	59	51
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	34	44	42
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	46	48	43
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	56	65	51
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	33	44	39
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	49	54	47
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	55	60	49
	Mais de 3 SM More than 3 MW	66	70	59
	Não tem renda Has no income	59	54	15
	Não sabe Does not know	37	49	28
	Não respondeu Did not answer	56	59	46
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	62	67	54
	C	52	58	50
	DE	35	44	37
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	52	59	49
	Não/No	28	38	33

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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

F8 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMAS DE DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS OU MARCAS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
CHILDREN BY TYPES OF ONLINE ADVERTISING ABOUT PRODUCTS OR BRANDS SEEN IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Pessoas indo a lojas ou eventos para mostrar algum produto ou marca People going to stores or events to showcase products or brands	Sorteios ou concursos de produtos ou marcas Prize drawings or contests for products or brands	Pessoas abrindo a embalagem de um produto Unboxing
TOTAL		42	42	49
ÁREA AREA	Urbana / Urban	45	45	52
	Rural / Rural	24	25	31
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	51	48	54
	Nordeste / Northeast	34	37	40
	Sul / South	46	45	60
	Norte / North	36	31	39
	Centro-Oeste / Center-West	31	41	44
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	42	39	50
	Feminino / Female	43	45	48
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	37	36	41
	Fundamental II Elementary II	37	38	44
	Médio ou mais Secondary or more	48	48	56
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	27	26	46
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	43	39	47
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	50	52	52
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	28	30	37
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	48	43	48
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	44	47	57
	Mais de 3 SM More than 3 MW	60	59	68
	Não tem renda Has no income	5	20	25
	Não sabe Does not know	27	32	31
	Não respondeu Did not answer	52	54	53
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	54	55	66
	C	45	43	52
	DE	32	34	36
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	46	46	53
	Não / No	24	25	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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

F9 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CATEGORIAS DE PRODUTOS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN BY CATEGORIES OF PRODUCTS SEEN ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

	Percentual (%) Percentage (%)	Álbuns de figurinhas Sticker albums	Comidas, bebidas ou doces Food, drinks or sweets	Brinquedos Toys
TOTAL		12	47	29
ÁREA AREA	Urbana/Urban	13	50	30
	Rural/Rural	8	31	26
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	13	51	34
	Nordeste/Northeast	11	44	28
	Sul/South	10	55	25
	Norte/North	10	37	21
	Centro-Oeste/Center-West	14	33	28
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	13	44	29
	Feminino/Female	11	50	29
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	12	45	23
	Fundamental II Elementary II	9	44	29
	Médio ou mais Secondary or more	13	50	33
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	18	40	42
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	12	43	28
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	9	53	23
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	11	39	27
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	12	49	28
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	9	53	32
	Mais de 3 SM More than 3 MW	17	57	33
	Não tem renda Has no income	20	44	20
	Não sabe Does not know	8	33	24
	Não respondeu Did not answer	6	45	23
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	16	55	35
	C	11	49	32
	DE	11	40	23
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	12	50	30
	Não/No	11	32	23

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 2018.

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 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

F9 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR CATEGORIAS DE PRODUTOS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES

CHILDREN BY CATEGORIES OF PRODUCTS SEEN ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Equipamentos eletrônicos, como telefones celulares, tablets ou computadores Electronic equipment, such as mobile phones, tablets or computers	Videogames ou jogos Video games or game console	Livros, revistas ou gibis Books, magazines or comic books
TOTAL		55	38	24
ÁREA AREA	Urbana / Urban	58	40	25
	Rural / Rural	39	28	16
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	61	47	30
	Nordeste / Northeast	47	30	21
	Sul / South	61	36	19
	Norte / North	49	33	22
	Centro-Oeste / Center-West	48	30	16
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	58	50	22
	Feminino / Female	52	26	26
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	48	31	19
	Fundamental II Elementary II	52	40	22
	Médio ou mais Secondary or more	60	40	28
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	45	37	21
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	52	41	24
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	62	37	25
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	45	31	19
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	53	41	25
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	61	38	24
	Mais de 3 SM More than 3 MW	71	46	32
	Não tem renda Has no income	52	15	5
	Não sabe Does not know	50	28	20
	Não respondeu Did not answer	56	37	26
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	69	47	33
	C	56	42	26
	DE	45	27	17
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	60	41	26
	Não / No	33	24	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 2018.

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 2018.

F11 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMA DE INTERAÇÃO COM CONTEÚDOS DE PRODUTO OU MARCA NA INTERNET

CHILDREN BY TYPES OF INTERACTIONS WITH CONTENT ABOUT PRODUCTS OR BRANDS ONLINE

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Curtiu ou compartilhou algum vídeo, foto ou texto sobre algum produto ou marca na Internet Liked or shared videos, photos or texts about products or brands on the Internet	Postou um comentário sobre algum produto ou marca na Internet Posted comments about products or brands on the Internet	Seguiu a página ou perfil de algum produto ou marca na Internet Followed the online page or profile of products or brands	Deixou de seguir ou bloqueou a página ou perfil de algum produto ou marca na Internet Unfollowed or blocked the online page or profile of products or brands
TOTAL		25	16	39	15
ÁREA AREA	Urbana/Urban	26	17	42	16
	Rural/Rural	15	8	21	10
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	31	19	46	17
	Nordeste/Northeast	18	11	29	12
	Sul/South	24	23	49	21
	Norte/North	18	10	33	12
	Centro-Oeste/Center-West	25	13	34	10
SEXO DA CRIANÇA DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	25	19	36	17
	Feminino/Female	25	13	43	13
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	14	16	34	17
	Fundamental II Elementary II	27	14	37	14
	Médio ou mais Secondary or more	29	17	43	15
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA 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	20	9	21	13
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	23	16	37	11
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	28	19	50	18
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	16	7	29	10
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	27	17	39	15
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	29	16	43	16
	Mais de 3 SM More than 3 MW	32	31	56	23
	Não tem renda Has no income	20	0	15	5
	Não sabe Does not know	19	10	32	14
	Não respondeu Did not answer	41	13	52	13
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	35	23	54	17
	C	27	15	40	14
	DE	16	14	31	16
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	27	18	43	16
	Não/No	16	7	25	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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

F13 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SOBRE PROPAGANDA DE MARCAS OU PRODUTOS NA INTERNET
CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ABOUT ONLINE ADVERTISING ABOUT BRANDS OR PRODUCTS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Conversam sobre as propagandas de marcas ou produtos que a(o) criança/adolescente vê na Internet Talk to their children about brand or product advertisements seen on the Internet	Explicam o objetivo das propagandas de marcas ou produtos que a(o) criança/adolescente vê na Internet Explain to their children the objective of brand and product advertising seen on the Internet
TOTAL		50	47
ÁREA AREA	Urbana/Urban	49	45
	Rural/Rural	56	56
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	54	47
	Nordeste/Northeast	49	49
	Sul/South	43	38
	Norte/North	41	46
	Centro-Oeste/Center-West	58	54
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	44	42
	Feminino/Female	56	51
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	44	37
	Fundamental II Elementary II	47	42
	Médio ou mais Secondary or more	56	54
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	57	53
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	53	53
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	45	40
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	48	47
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	51	46
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	50	51
	Mais de 3 SM More than 3 MW	52	43
	Não tem renda Has no income	59	5
	Não sabe Does not know	50	46
	Não respondeu Did not answer	58	53
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	60	52
	C	53	49
	DE	42	41
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	53	49
	Não/No	37	36

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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

F13 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS SOBRE PROPAGANDA DE MARCAS OU PRODUTOS NA INTERNET

CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANS ABOUT ONLINE ADVERTISING ABOUT BRANDS OR PRODUCTS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Falam para não ver algum tipo de propaganda de marcas ou produtos na Internet Tell their children not watch any type of brand or product advertising on the Internet	Sentam ou ficam por perto enquanto a criança ou adolescente vê propagandas de marcas ou produtos na Internet Sit together or stay around while their children see brand or product advertising on the Internet
TOTAL		43	41
ÁREA AREA	Urbana / Urban	42	39
	Rural / Rural	53	50
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	40	38
	Nordeste / Northeast	47	44
	Sul / South	38	36
	Norte / North	49	44
	Centro-Oeste / Center-West	49	44
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	41	34
	Feminino / Female	45	47
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	44	38
	Fundamental II Elementary II	45	41
	Médio ou mais Secondary or more	43	42
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	57	58
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	48	44
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	34	30
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	50	47
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	45	37
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	43	43
	Mais de 3 SM More than 3 MW	33	35
	Não tem renda Has no income	5	5
	Não sabe Does not know	36	37
	Não respondeu Did not answer	54	45
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	38	38
	C	46	42
	DE	43	40
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	45	41
	Não / No	38	36

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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

F14 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE PROPAGANDAS NA INTERNET PARA PESSOAS DA SUA IDADE CHILDREN BY PERCEPTIONS ABOUT ONLINE ADVERTISING TARGETED TO INDIVIDUALS THEIR AGE

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Ficam sabendo sobre novidades ou produtos novos Learn about novelties or new products				
		Concorda Agrees	Não concorda nem discorda Neither agrees nor disagrees	Discorda Disagrees	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		79	9	12	1	0
ÁREA AREA	Urbana/Urban	80	9	10	1	0
	Rural/Rural	71	10	19	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	83	9	6	1	0
	Nordeste/Northeast	69	12	19	0	0
	Sul/South	84	8	7	1	0
	Norte/North	73	10	17	0	0
	Centro-Oeste/Center-West	82	3	14	1	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	77	9	13	1	0
	Feminino/Female	80	9	10	1	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	72	9	18	1	0
	Fundamental II Elementary II	79	8	11	1	0
	Médio ou mais Secondary or more	82	10	8	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	69	11	18	2	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	77	8	13	1	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	84	8	7	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	72	10	17	1	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	79	9	11	0	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	83	6	10	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	87	8	4	1	0
	Não tem renda Has no income	25	55	20	0	0
	Não sabe Does not know	76	11	12	1	0
	Não respondeu Did not answer	72	11	10	6	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	90	6	4	0	0
	C	81	9	9	1	0
	DE	69	11	19	1	0
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	80	9	10	1	0
	Não/No	71	9	19	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 2018.

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 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

F14 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE PROPAGANDAS NA INTERNET PARA PESSOAS DA SUA IDADE
CHILDREN BY PERCEPTIONS ABOUT ONLINE ADVERTISING TARGETED TO INDIVIDUALS THEIR AGETOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Ficam com vontade de ter algum produto Wish they had some product				
		Concorda Agrees	Não concorda nem discorda Neither agrees nor disagrees	Discorda Disagrees	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		80	7	13	0	0
ÁREA AREA	Urbana / Urban	81	7	11	0	0
	Rural / Rural	76	3	21	0	0
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	85	7	8	0	0
	Nordeste / Northeast	70	7	22	0	0
	Sul / South	86	7	6	0	0
	Norte / North	77	5	17	0	0
	Centro-Oeste / Center-West	78	6	13	3	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	81	5	14	0	0
	Feminino / Female	79	8	12	1	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	74	5	20	1	0
	Fundamental II Elementary II	78	6	16	0	0
	Médio ou mais Secondary or more	84	8	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	73	9	16	1	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	80	5	15	0	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	83	7	10	0	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	75	6	18	0	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	80	6	13	1	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	85	7	8	0	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	88	6	6	0	0
	Não tem renda Has no income	49	24	28	0	0
	Não sabe Does not know	66	20	14	1	0
	Não respondeu Did not answer	68	12	20	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	87	7	6	0	0
	C	83	8	9	0	0
	DE	72	6	22	1	0
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	83	7	10	0	0
	Não / No	66	7	27	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 2018.

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 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

F14 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE PROPAGANDAS NA INTERNET PARA PESSOAS DA SUA IDADE CHILDREN BY PERCEPTIONS ABOUT ONLINE ADVERTISING TARGETED TO INDIVIDUALS THEIR AGE

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Ficam chateadas por não poderem comprar algum produto Get upset when they cannot buy some product				
		Concorda Agrees	Não concorda nem discorda Neither agrees nor disagrees	Discorda Disagrees	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		71	9	19	0	-
ÁREA AREA	Urbana / Urban	72	10	18	0	-
	Rural / Rural	67	6	27	0	-
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	74	10	16	0	-
	Nordeste / Northeast	65	9	25	1	-
	Sul / South	76	12	12	0	-
	Norte / North	71	6	23	0	-
	Centro-Oeste / Center-West	70	9	20	1	-
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	70	10	20	0	-
	Feminino / Female	73	9	18	1	-
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	70	6	23	1	-
	Fundamental II Elementary II	72	8	20	0	-
	Médio ou mais Secondary or more	72	12	16	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	12	23	1	-
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	71	9	19	1	-
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	75	8	17	0	-
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	68	10	22	0	-
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	70	10	19	1	-
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	72	11	17	0	-
	Mais de 3 SM More than 3 MW	77	8	15	0	-
	Não tem renda Has no income	52	0	48	0	-
	Não sabe Does not know	71	7	20	1	-
	Não respondeu Did not answer	76	2	23	0	-
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	71	12	16	0	-
	C	76	9	15	1	-
	DE	65	9	26	0	-
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	73	9	17	0	-
	Não / No	62	9	29	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 2018.

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 2018.

► CONTINUAÇÃO/CONTINUATION

F14 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE PROPAGANDAS NA INTERNET PARA PESSOAS DA SUA IDADE
CHILDREN BY PERCEPTIONS ABOUT ONLINE ADVERTISING TARGETED TO INDIVIDUALS THEIR AGETOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Ficam irritadas porque na Internet tem propagandas demais Get irritated because the Internet has too much advertising				
		Concorda Agrees	Não concorda nem discorda Neither agrees nor disagrees	Discorda Disagrees	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		68	8	25	0	-
ÁREA AREA	Urbana/Urban	69	8	23	0	-
	Rural/Rural	60	6	34	0	-
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	71	7	21	0	-
	Nordeste/Northeast	59	10	31	1	-
	Sul/South	71	7	23	0	-
	Norte/North	64	7	29	0	-
	Centro-Oeste/Center-West	78	5	18	0	-
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	67	6	26	0	-
	Feminino/Female	68	9	23	1	-
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	66	6	27	1	-
	Fundamental II Elementary II	64	7	29	0	-
	Médio ou mais Secondary or more	70	9	21	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	61	8	31	0	-
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	67	8	24	1	-
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	71	7	22	0	-
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	61	8	30	0	-
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	70	6	23	1	-
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	66	9	25	0	-
	Mais de 3 SM More than 3 MW	76	7	17	0	-
	Não tem renda Has no income	91	9	0	0	-
	Não sabe Does not know	69	5	26	1	-
	Não respondeu Did not answer	61	12	24	3	-
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	70	10	20	0	-
	C	70	7	22	0	-
	DE	62	7	30	0	-
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	70	7	22	0	-
	Não/No	57	8	34	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 2018.

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 2018.

▶ CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

F14 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE PROPAGANDAS NA INTERNET PARA PESSOAS DA SUA IDADE CHILDREN BY PERCEPTIONS ABOUT ONLINE ADVERTISING TARGETED TO INDIVIDUALS THEIR AGE

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Achem que essas propagandas são chatas Think the advertisements are boring				
		Concorda Agrees	Não concorda nem discorda Neither agrees nor disagrees	Discorda Disagrees	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		76	10	14	0	-
ÁREA AREA	Urbana / Urban	76	10	13	0	-
	Rural / Rural	75	6	19	0	-
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	79	8	12	0	-
	Nordeste / Northeast	77	6	17	0	-
	Sul / South	69	21	10	0	-
	Norte / North	74	7	19	0	-
	Centro-Oeste / Center-West	72	11	15	2	-
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	77	10	14	0	-
	Feminino / Female	75	9	15	1	-
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	69	12	18	1	-
	Fundamental II Elementary II	73	10	17	0	-
	Médio ou mais Secondary or more	81	8	10	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	74	8	16	1	-
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	79	7	14	0	-
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	75	11	13	0	-
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	74	6	20	0	-
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	78	8	13	1	-
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	79	9	11	0	-
	Mais de 3 SM More than 3 MW	72	18	9	0	-
	Não tem renda Has no income	86	14	0	0	-
	Não sabe Does not know	80	8	11	1	-
	Não respondeu Did not answer	79	9	12	0	-
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	82	11	7	0	-
	C	80	8	12	0	-
	DE	68	11	20	1	-
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	78	9	12	0	-
	Não / No	68	10	22	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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

F14 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PERCEPÇÃO SOBRE PROPAGANDAS NA INTERNET PARA PESSOAS DA SUA IDADE
CHILDREN BY PERCEPTIONS ABOUT ONLINE ADVERTISING TARGETED TO INDIVIDUALS THEIR AGETOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Acham que essas propagandas são legais Think the advertisements are cool				
		Concorda Agrees	Não concorda nem discorda Neither agrees nor disagrees	Discorda Disagrees	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		29	17	54	0	-
ÁREA AREA	Urbana / Urban	29	18	53	0	-
	Rural / Rural	27	12	62	0	-
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	26	20	53	0	-
	Nordeste / Northeast	30	13	56	0	-
	Sul / South	27	15	59	0	-
	Norte / North	40	15	45	0	-
	Centro-Oeste / Center-West	26	17	57	0	-
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	29	16	55	0	-
	Feminino / Female	28	18	54	0	-
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	29	13	58	0	-
	Fundamental II Elementary II	29	15	56	0	-
	Médio ou mais Secondary or more	28	20	52	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	31	16	54	0	-
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	28	15	57	0	-
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	28	18	53	0	-
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	31	12	57	0	-
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	31	19	50	0	-
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	29	19	52	0	-
	Mais de 3 SM More than 3 MW	24	20	56	0	-
	Não tem renda Has no income	37	36	28	0	-
	Não sabe Does not know	22	15	62	1	-
	Não respondeu Did not answer	24	19	57	0	-
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	24	22	54	0	-
	C	30	18	52	0	-
	DE	29	13	58	0	-
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	28	17	55	0	-
	Não / No	34	16	50	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 2018.

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 2018.

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 MONTHS
TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		26	68	4	3
ÁREA AREA	Urbana / Urban	26	67	4	3
	Rural / Rural	24	71	3	3
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	28	65	4	3
	Nordeste / Northeast	26	69	2	4
	Sul / South	25	66	6	2
	Norte / North	24	71	2	3
	Centro-Oeste / Center-West	19	72	4	4
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	25	69	4	3
	Feminino / Female	27	67	3	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	25	67	3	4
	Fundamental II Elementary II	27	66	3	3
	Médio ou mais Secondary or more	25	68	4	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	11	83	2	4
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	23	69	6	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	28	65	5	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	33	61	3	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	26	67	4	4
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	31	61	5	3
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	24	70	3	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	23	73	2	1
	Não tem renda Has no income	0	85	6	8
	Não sabe Does not know	19	77	2	1
	Não respondeu Did not answer	16	76	4	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	27	68	3	2
	C	27	67	4	2
	DE	24	68	3	5
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	26	68	4	3
	Não / No	25	68	3	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 2018.

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 2018.

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 MONTHSTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

	Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		16	73	9	3
ÁREA AREA	Urbana/Urban	16	73	9	3
	Rural/Rural	13	75	9	3
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	17	70	10	3
	Nordeste/Northeast	16	73	9	3
	Sul/South	15	73	10	2
	Norte/North	14	78	7	1
	Centro-Oeste/Center-West	10	82	4	5
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	18	71	9	2
	Feminino/Female	14	75	9	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	15	73	8	4
	Fundamental II Elementary II	18	70	9	3
	Médio ou mais Secondary or more	15	75	9	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	11	81	6	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	13	76	7	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	20	68	10	2
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	17	70	10	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	13	76	8	3
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	20	70	8	2
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	18	71	7	4
	Mais de 3 SM More than 3 MW	14	73	11	2
	Não tem renda Has no income	6	85	8	0
	Não sabe Does not know	9	77	13	1
	Não respondeu Did not answer	8	78	12	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	16	71	11	2
	C	16	72	10	2
	DE	15	75	6	4
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	16	72	9	3
	Não/No	13	76	9	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 2018.

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 2018.

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 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		41	52	4	3
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	42	51	4	3
	Rural/ <i>Rural</i>	34	59	3	4
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	45	49	4	2
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	34	59	3	3
	Sul/ <i>South</i>	51	44	4	2
	Norte/ <i>North</i>	35	57	3	5
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	39	54	3	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>	44	49	3	3
	Feminino/ <i>Female</i>	38	55	4	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	46	45	5	4
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	40	56	2	2
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	40	53	4	3
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	10	84	4	3
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	23	72	3	2
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	44	48	3	5
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	64	30	4	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	37	55	4	4
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	41	52	5	2
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	42	51	4	2
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	46	50	2	2
	Não tem renda <i>Has no income</i>	40	52	8	0
	Não sabe <i>Does not know</i>	47	47	1	5
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	54	41	2	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	44	51	2	3
	C	42	51	4	3
	DE	39	54	4	2
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	42	51	4	3
	Não/ <i>No</i>	36	60	3	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 2018.

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 2018.

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 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		21	20	1	1	59
ÁREA AREA	Urbana / Urban	21	20	1	0	58
	Rural / Rural	16	17	0	1	66
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	21	22	1	0	55
	Nordeste / Northeast	17	17	0	1	66
	Sul / South	32	18	0	1	49
	Norte / North	16	18	0	1	65
	Centro-Oeste / Center-West	17	21	1	0	61
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	23	20	1	0	56
	Feminino / Female	18	19	0	1	62
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	26	20	1	0	54
	Fundamental II Elementary II	22	17	1	0	60
	Médio ou mais Secondary or more	17	21	0	1	60
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	3	6	0	0	90
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	8	14	1	1	77
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	19	24	0	0	56
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	36	26	1	1	36
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	18	17	1	0	63
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	19	21	1	1	59
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	22	20	1	0	58
	Mais de 3 SM More than 3 MW	26	20	0	0	54
	Não tem renda Has no income	0	40	0	0	60
	Não sabe Does not know	19	26	0	2	53
	Não respondeu Did not answer	18	34	0	1	46
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	20	22	1	0	56
	C	19	22	1	1	58
	DE	22	16	0	0	61
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	21	20	1	1	58
	Não / No	17	18	1	1	64

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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

G17 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – USO EXCESSIVO

CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – EXCESSIVE USE

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Deixei de comer ou dormir por causa da Internet <i>I did not eat or sleep because of the Internet</i>	Me senti mal em algum momento por não poder estar na Internet <i>I felt bad sometimes because I could not be online</i>	Me peguei navegando na Internet sem estar realmente interessado(a) no que via <i>I caught myself browsing the Internet without really being interested in what I was seeing</i>
TOTAL		21	26	24
ÁREA AREA	Urbana/Urban	22	27	26
	Rural/Rural	18	20	12
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	26	29	28
	Nordeste/Northeast	18	20	15
	Sul/South	13	34	41
	Norte/North	21	22	19
	Centro-Oeste/Center-West	23	21	15
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	20	25	24
	Feminino/Female	22	27	25
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	17	25	19
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	21	22	18
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	24	28	31
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	–	–	–
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	15	18	9
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	24	26	23
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	23	29	33
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	20	19	15
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	21	27	23
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	24	28	24
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	22	38	43
	Não tem renda <i>Has no income</i>	0	0	5
	Não sabe <i>Does not know</i>	14	11	19
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	25	19	32
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	27	34	41
	C	20	23	23
	DE	19	25	17
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	22	27	26
	Não/No	18	22	14

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 2018.

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 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

G17 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – USO EXCESSIVO

CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – EXCESSIVE USE

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Passsei menos tempo que devia com a minha família, amigos ou fazendo lição de casa porque fiquei muito tempo na Internet <i>I spent less time with my family, friends or doing homework because I spent a lot of time on the Internet</i>	Tentei passar menos tempo na Internet, mas não consegui <i>I tried to spend less time online, but was unsuccessful</i>
TOTAL		26	26
ÁREA AREA	Urbana / Urban	27	26
	Rural / Rural	17	23
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	29	32
	Nordeste / Northeast	20	22
	Sul / South	36	23
	Norte / North	16	22
	Centro-Oeste / Center-West	26	21
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	24	20
	Feminino / Female	28	31
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	24	19
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	21	23
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	30	31
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	–	–
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	16	21
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	25	29
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	31	26
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	15	23
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	25	25
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	32	30
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	41	26
	Não tem renda <i>Has no income</i>	0	27
	Não sabe <i>Does not know</i>	19	37
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	22	21
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	36	34
	C	26	28
	DE	19	19
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	28	27
	Não / No	14	20

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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

G17 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR SITUAÇÕES VIVENCIADAS AO USAR A INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES – USO EXCESSIVO

CHILDREN BY SITUATIONS EXPERIENCED ONLINE IN THE LAST 12 MONTHS – EXCESSIVE USE

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 11 A 17 ANOS

TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Nenhuma dessas None of the above	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		35	5	3
ÁREA AREA	Urbana / Urban	32	5	4
	Rural / Rural	51	4	1
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	29	5	4
	Nordeste / Northeast	43	6	3
	Sul / South	29	3	2
	Norte / North	42	6	2
	Centro-Oeste / Center-West	44	4	6
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	36	7	3
	Feminino / Female	34	3	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	38	7	5
	Fundamental II Elementary II	41	4	3
	Médio ou mais Secondary or more	30	4	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	48	4	5
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	37	5	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	28	5	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	43	7	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	35	5	4
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	33	3	3
	Mais de 3 SM More than 3 MW	24	2	4
	Não tem renda Has no income	59	9	0
	Não sabe Does not know	32	9	2
	Não respondeu Did not answer	32	4	5
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	23	3	3
	C	36	4	3
	DE	40	7	4
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	33	4	3
	Não / No	46	7	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 2018.

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 2018.

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 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

	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		16	14	18	11
ÁREA AREA	Urbana/Urban	17	14	20	12
	Rural/Rural	12	10	9	6
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	16	17	23	11
	Nordeste/Northeast	12	11	13	6
	Sul/South	24	11	19	23
	Norte/North	15	11	14	10
	Centro-Oeste/Center-West	14	12	15	8
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	15	9	12	12
	Feminino/Female	18	18	24	11
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	19	13	16	16
	Fundamental II Elementary II	15	13	14	9
	Médio ou mais Secondary or more	16	14	22	10
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	6	10	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	14	13	17	7
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	22	18	23	18
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	13	12	12	8
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	16	16	22	9
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	18	16	23	13
	Mais de 3 SM More than 3 MW	21	12	19	19
	Não tem renda Has no income	0	15	15	0
	Não sabe Does not know	11	9	16	13
	Não respondeu Did not answer	14	11	19	7
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	13	12	24	12
	C	16	14	18	10
	DE	19	13	15	13
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	17	14	18	12
	Não/No	14	12	17	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 2018.

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 2018.

► 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 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 11 TO 17 YEARS OLD

	Percentual (%) Percentage (%)	Nenhuma dessas None of these	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		56	8	5
ÁREA AREA	Urbana / Urban	54	7	5
	Rural / Rural	70	9	1
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	57	6	5
	Nordeste / Northeast	60	9	5
	Sul / South	50	6	3
	Norte / North	52	14	3
	Centro-Oeste / Center-West	58	8	6
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	58	9	6
	Feminino / Female	55	6	4
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	49	10	6
	Fundamental II Elementary II	60	7	4
	Médio ou mais Secondary or more	58	6	4
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	8	5
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	59	9	6
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	48	7	4
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	60	9	5
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	55	9	4
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	54	7	4
	Mais de 3 SM More than 3 MW	54	3	6
	Não tem renda Has no income	76	9	0
	Não sabe Does not know	61	9	5
	Não respondeu Did not answer	53	8	11
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	60	4	5
	C	58	7	4
	DE	53	10	5
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	56	7	5
	Não / No	56	11	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 2018.

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 2018.

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 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

	Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		43	50	4	3
ÁREA AREA	Urbana/Urban	46	47	4	3
	Rural/Rural	27	68	3	2
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	48	46	4	2
	Nordeste/Northeast	37	56	4	3
	Sul/South	48	45	4	2
	Norte/North	39	54	4	3
	Centro-Oeste/Center-West	36	57	5	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	38	54	5	3
	Feminino/Female	48	47	3	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	42	51	4	3
	Fundamental II Elementary II	43	49	4	4
	Médio ou mais Secondary or more	43	51	4	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	14	79	3	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	31	62	5	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	49	43	5	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	59	35	4	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	36	56	4	4
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	44	50	5	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	45	48	5	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	54	41	3	2
	Não tem renda Has no income	36	56	8	0
	Não sabe Does not know	34	57	4	5
	Não respondeu Did not answer	40	48	3	9
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	53	42	3	2
	C	42	51	5	2
	DE	40	53	4	3
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	44	49	4	3
	Não/No	38	57	3	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 2018.

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 2018.

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 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer
TOTAL		9	84	5	3
ÁREA AREA	Urbana / Urban	9	83	5	3
	Rural / Rural	3	90	3	3
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	10	83	5	3
	Nordeste / Northeast	7	85	5	3
	Sul / South	9	82	6	3
	Norte / North	10	84	4	2
	Centro-Oeste / Center-West	6	87	4	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	8	84	5	3
	Feminino / Female	9	83	5	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	8	83	4	5
	Fundamental II Elementary II	8	84	6	2
	Médio ou mais Secondary or more	9	84	4	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	2	89	6	3
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	6	88	3	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	10	83	4	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	12	80	5	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	7	84	6	3
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	10	82	4	4
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	10	83	5	2
	Mais de 3 SM More than 3 MW	8	85	4	3
	Não tem renda Has no income	0	92	8	0
	Não sabe Does not know	9	85	4	3
	Não respondeu Did not answer	6	88	2	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	9	83	5	3
	C	9	83	5	2
	DE	8	85	4	3
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	9	83	5	3
	Não / No	7	86	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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

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		78	1	3
ÁREA AREA	Urbana/Urban	80	1	3
	Rural/Rural	65	0	2
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	86	1	2
	Nordeste/Northeast	68	1	2
	Sul/South	74	0	12
	Norte/North	70	2	5
	Centro-Oeste/Center-West	88	1	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	75	1	5
	Feminino/Female	82	1	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	45	1	9
	Fundamental II Elementary II	79	1	3
	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	85	1	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	86	1	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	78	1	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	71	1	7
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	68	2	3
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	78	1	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	87	1	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	86	0	8
	Não tem renda Has no income	52	0	21
	Não sabe Does not know	83	1	1
	Não respondeu Did not answer	89	0	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	94	0	1
	C	84	1	1
	DE	61	2	8
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	85	1	3
	Não/No	44	3	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 2018.

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 2018.

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		0	-	18
ÁREA AREA	Urbana / Urban	0	-	15
	Rural / Rural	0	-	32
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	0	-	11
	Nordeste / Northeast	0	-	29
	Sul / South	0	-	14
	Norte / North	0	-	23
	Centro-Oeste / Center-West	0	-	10
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	0	-	19
	Feminino / Female	0	-	16
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	0	-	45
	Fundamental II Elementary II	0	-	17
	Médio ou mais Secondary or more	0	-	5
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	0	-	14
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	0	-	12
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	0	-	20
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	0	-	21
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	0	-	28
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	0	-	19
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	0	-	11
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	-	6
	Não tem renda Has no income	0	-	27
	Não sabe Does not know	0	-	16
	Não respondeu Did not answer	0	-	7
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	-	5
	C	0	-	14
	DE	0	-	30
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	0	-	11
	Não / No	0	-	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 2018.

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 2018.

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.

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 GUARDIANSTOTAL 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 (%)		Casa Home	Trabalho Work	Escola ou estabelecimento de ensino School or educational institution	Casa de outra pessoa Someone else's house
TOTAL		97	44	15	62
ÁREA AREA	Urbana/Urban	97	45	15	63
	Rural/Rural	95	40	17	52
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	99	46	15	63
	Nordeste/Northeast	95	38	14	64
	Sul/South	96	49	16	70
	Norte/North	97	37	16	51
	Centro-Oeste/Center-West	95	51	13	51
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	97	46	14	63
	Feminino/Female	97	43	15	61
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	96	20	3	36
	Fundamental II Elementary II	97	36	8	59
	Médio ou mais Secondary or more	97	54	21	69
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	98	43	14	66
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	97	45	17	61
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	97	48	15	59
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	96	43	15	62
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	94	30	9	62
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	99	39	15	61
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	98	49	14	57
	Mais de 3 SM More than 3 MW	98	64	24	69
	Não tem renda Has no income	100	17	24	47
	Não sabe Does not know	96	41	7	65
	Não respondeu Did not answer	97	51	20	49
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	99	64	24	73
	C	98	42	14	60
	DE	94	32	9	57
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	99	46	16	61
	Não/No	76	30	10	69

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 2018.

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 2018.

► 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	12	50	1
ÁREA AREA	Urbana / Urban	17	12	51	1
	Rural / Rural	16	7	43	0
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	18	12	59	1
	Nordeste / Northeast	16	12	39	2
	Sul / South	20	11	50	1
	Norte / North	16	13	43	0
	Centro-Oeste / Center-West	10	8	44	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	18	11	49	1
	Feminino / Female	16	12	51	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	7	4	24	1
	Fundamental II Elementary II	12	8	44	1
	Médio ou mais Secondary or more	21	15	59	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	16	14	57	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	17	11	48	2
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	18	11	50	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	17	11	49	1
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	17	11	41	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	15	10	46	1
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	17	10	46	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	20	16	71	1
	Não tem renda Has no income	7	0	33	0
	Não sabe Does not know	9	5	50	1
	Não respondeu Did not answer	15	11	46	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	21	13	69	2
	C	17	13	49	1
	DE	14	8	37	0
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	17	12	51	1
	Não / No	17	10	44	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 2018.

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 2018.

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 GUARDIANSTOTAL 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		90	8	1
ÁREA AREA	Urbana/Urban	92	7	1
	Rural/Rural	75	17	5
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	93	6	0
	Nordeste/Northeast	86	10	2
	Sul/South	92	6	2
	Norte/North	82	14	1
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	91	8	1
	Feminino/Female	90	8	1
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	78	16	3
	Fundamental II Elementary II	88	11	1
	Médio ou mais Secondary or more	94	5	1
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	92	7	1
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	94	5	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	92	7	1
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	85	11	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	82	14	2
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	92	8	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	91	7	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	96	3	1
	Não tem renda Has no income	100	0	0
	Não sabe Does not know	93	7	1
	Não respondeu Did not answer	92	6	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	98	2	0
	C	90	8	2
	DE	83	14	2
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	92	7	1
	Não/No	73	22	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 2018.

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 2018.

► 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
ÁREA AREA	Urbana / Urban	0	-	0
	Rural / Rural	3	-	0
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	0	-	0
	Nordeste / Northeast	2	-	0
	Sul / South	0	-	0
	Norte / North	1	-	1
	Centro-Oeste / Center-West	0	-	0
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	0	-	0
	Feminino / Female	1	-	0
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	3	-	0
	Fundamental II Elementary II	0	-	0
	Médio ou mais Secondary or more	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
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	0	-	0
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	0	-	0
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	-	0
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	2	-	0
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	0	-	0
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	0	-	0
	Mais de 3 SM More than 3 MW	0	-	0
	Não tem renda Has no income	0	-	0
	Não sabe Does not know	0	-	0
	Não respondeu Did not answer	0	-	2
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	0	-	0
	C	0	-	0
	DE	2	-	0
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	0	-	0
	Não / No	2	-	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 2018.

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 2018.

B2A CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE TIVERAM CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NÃO APROPRIADA PARA A SUA IDADE, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS

CHILDREN WHO WERE EXPOSED TO ONLINE ADVERTISING CONSIDERED INAPPROPRIATE FOR THEIR AGE, 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

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		47	44	5	0	4
ÁREA AREA	Urbana/Urban	49	43	4	0	3
	Rural/Rural	34	54	6	0	5
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	50	43	4	0	2
	Nordeste/Northeast	39	51	5	0	5
	Sul/South	56	36	6	0	1
	Norte/North	41	45	5	0	9
	Centro-Oeste/Center-West	49	42	6	0	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	52	39	5	0	4
	Feminino/Female	43	50	4	0	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	38	51	4	0	7
	Fundamental II Elementary II	45	45	6	0	4
	Médio ou mais Secondary or more	53	41	4	0	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	41	52	3	0	5
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	46	47	4	0	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	51	41	3	0	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	48	42	7	0	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	38	53	4	0	5
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	49	40	6	0	5
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	53	43	3	0	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	59	36	3	0	1
	Não tem renda Has no income	54	28	12	0	6
	Não sabe Does not know	27	53	16	0	3
	Não respondeu Did not answer	29	59	9	2	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	60	34	4	0	1
	C	47	45	5	0	2
	DE	40	49	5	0	7
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	50	43	4	0	2
	Não/No	31	50	7	0	12

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 2018.

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 2018.

B3 CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUE PEDIRAM ALGUM PRODUTO APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS

CHILDREN WHO ASKED FOR PRODUCTS AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, 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

Percentual (%) Porcentagem (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		39	57	0	0	4
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>	42	55	0	0	3
	Rural/ <i>Rural</i>	24	70	0	0	5
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>	48	49	0	0	2
	Nordeste/ <i>Northeast</i>	26	68	0	0	5
	Sul/ <i>South</i>	46	51	1	0	1
	Norte/ <i>North</i>	24	67	0	0	9
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>	43	53	0	0	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>	39	56	0	0	4
	Feminino/ <i>Female</i>	39	57	0	0	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	18	74	0	0	7
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	37	59	0	0	4
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	50	47	0	0	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	45	50	0	0	5
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	45	51	0	0	3
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	39	56	1	0	4
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	34	63	0	0	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	26	69	0	0	5
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	37	58	0	0	5
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	50	48	0	0	1
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	54	44	0	0	1
	Não tem renda <i>Has no income</i>	28	65	0	0	6
	Não sabe <i>Does not know</i>	36	59	2	0	3
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	52	47	1	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	64	35	0	0	1
	C	42	55	0	0	2
	DE	21	71	0	0	7
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>	43	55	0	0	2
	Não/ <i>No</i>	19	68	1	0	12

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 2018.

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 2018.

B4 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS

CHILDREN BY TYPES OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, 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

Percentual (%) Percentage (%)		Roupas e sapatos Clothes and shoes	Equipamentos eletrônicos Electronic devices	Livros, revistas ou gibis Books, magazines or comic books	Moedas ou dinheiro virtual para jogos Virtual coins or money for games	Ingressos para eventos Tickets to events
TOTAL		23	22	9	6	8
ÁREA AREA	Urbana/Urban	25	24	10	7	9
	Rural/Rural	13	13	3	5	1
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	30	29	12	8	11
	Nordeste/Northeast	16	14	6	3	6
	Sul/South	27	24	12	7	8
	Norte/North	14	16	6	3	5
	Centro-Oeste/Center-West	21	26	4	12	9
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	20	25	7	11	7
	Feminino/Female	27	20	11	2	9
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	10	8	2	3	2
	Fundamental II Elementary II	21	21	5	5	5
	Médio ou mais Secondary or more	31	30	14	9	13
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	19	28	13	8	10
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	23	29	10	11	7
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	25	25	8	7	8
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	25	15	7	3	9
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	17	13	4	3	5
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	23	17	7	5	7
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	28	31	12	11	8
	Mais de 3 SM More than 3 MW	31	37	16	10	18
	Não tem renda Has no income	4	7	0	0	0
	Não sabe Does not know	14	22	4	7	1
	Não respondeu Did not answer	32	26	18	15	12
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	38	42	22	11	21
	C	24	24	8	8	7
	DE	14	9	4	2	3
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	26	25	10	7	10
	Não/No	12	9	3	1	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 2018.

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 2018.

► CONTINUAÇÃO / CONTINUATION

B4 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS

CHILDREN BY TYPES OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, 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

Percentual (%) Percentage (%)		Filmes Films	Músicas ou toques para celular Music for mobile phones or ringtones	Comida ou alimentos Food	Jogos ou videogames Games or game consoles	Brinquedos Toys
TOTAL		9	7	8	16	14
ÁREA AREA	Urbana / Urban	9	8	9	17	14
	Rural / Rural	5	5	2	9	10
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	10	9	12	21	17
	Nordeste / Northeast	6	5	6	8	9
	Sul / South	11	8	8	17	16
	Norte / North	5	7	4	9	10
	Centro-Oeste / Center-West	9	6	4	20	13
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	9	7	7	23	13
	Feminino / Female	8	8	10	8	14
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	4	4	3	6	3
	Fundamental II Elementary II	9	7	6	14	11
	Médio ou mais Secondary or more	11	9	12	21	20
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	10	12	11	25	34
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	12	10	8	23	23
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	9	7	8	14	9
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	6	5	8	8	2
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	6	6	6	9	9
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	7	7	7	12	12
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	12	7	9	23	17
	Mais de 3 SM More than 3 MW	13	11	15	25	21
	Não tem renda Has no income	0	25	0	0	0
	Não sabe Does not know	7	4	4	9	7
	Não respondeu Did not answer	8	8	4	24	22
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	15	11	17	30	23
	C	10	9	8	17	15
	DE	3	4	4	6	6
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	9	8	9	17	15
	Não / No	5	5	4	6	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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

B4 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR TIPOS DE PRODUTOS PEDIDOS APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS

CHILDREN BY TYPES OF PRODUCTS ASKED FOR AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS, 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

Percentual (%) Percentage (%)		Álbum de figurinhas Sticker albums	Maquiagem ou produtos de beleza Makeup or beauty products	Materiais escolares School supplies	Outro produto Other
TOTAL		4	10	12	7
ÁREA AREA	Urbana / Urban	5	11	13	7
	Rural / Rural	2	6	8	5
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	5	13	16	8
	Nordeste / Northeast	3	9	8	5
	Sul / South	4	12	16	7
	Norte / North	3	6	10	7
	Centro-Oeste / Center-West	6	6	4	7
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	6	0	8	7
	Feminino / Female	2	21	17	7
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	2	3	4	4
	Fundamental II Elementary II	3	10	11	5
	Médio ou mais Secondary or more	6	15	17	9
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	13	10	20	6
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	4	10	17	8
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	2	12	10	8
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	1	10	7	6
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	2	7	8	4
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	4	11	11	5
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	2	12	16	9
	Mais de 3 SM More than 3 MW	9	14	18	12
	Não tem renda Has no income	4	4	4	0
	Não sabe Does not know	3	9	4	6
	Não respondeu Did not answer	10	9	24	8
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	8	17	23	12
	C	4	12	12	7
	DE	2	5	7	4
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	5	11	13	7
	Não / No	2	7	6	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 2018.

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 2018.

B4A CRIANÇAS E ADOLESCENTES CUJOS PAIS OU RESPONSÁVEIS COMPRARAM ALGUM PRODUTO SOLICITADO APÓS CONTATO COM PROPAGANDA OU PUBLICIDADE NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES
 CHILDREN WHOSE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS PURCHASED PRODUCTS REQUESTED AFTER EXPOSURE TO ONLINE ADVERTISING IN THE LAST 12 MONTHS

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
 TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

		Percentual (%) Percentage (%)	Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL			21	18	0	0	61
ÁREA AREA	Urbana/ <i>Urban</i>		23	19	0	0	58
	Rural/ <i>Rural</i>		9	15	0	0	76
REGIÃO REGION	Sudeste/ <i>Southeast</i>		29	19	0	0	52
	Nordeste/ <i>Northeast</i>		11	16	0	0	74
	Sul/ <i>South</i>		25	21	0	0	54
	Norte/ <i>North</i>		13	11	0	0	76
	Centro-Oeste/ <i>Center-West</i>		18	25	0	0	57
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/ <i>Male</i>		22	17	0	0	61
	Feminino/ <i>Female</i>		20	19	0	0	61
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>		8	11	0	0	82
	Fundamental II <i>Elementary II</i>		16	20	0	0	63
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>		30	21	0	0	49
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>		22	23	0	0	55
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>		21	24	0	0	55
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>		22	17	0	0	61
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>		20	14	0	0	66
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>		9	16	0	0	74
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>		17	20	0	0	63
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>		28	22	0	0	50
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>		37	17	0	0	46
	Não tem renda <i>Has no income</i>		4	25	0	0	72
	Não sabe <i>Does not know</i>		19	17	0	0	64
	Não respondeu <i>Did not answer</i>		42	10	0	0	48
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB		47	17	0	0	36
	C		20	22	0	0	58
	DE		8	13	0	0	79
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/ <i>Yes</i>		24	19	0	0	57
	Não/ <i>No</i>		6	13	0	0	81

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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

B5 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO RECEBIDA DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS SOBRE PROPAGANDAS NA INTERNET

CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS AND LEGAL GUARDIANS ABOUT ONLINE ADVERTISING

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Conversa sobre as propagandas que ele(a) vê na Internet <i>Talks about advertising their child sees on the Internet</i>	Explica o objetivo das propagandas que ele(a) vê na Internet <i>Explains the objective of advertising their child sees on the Internet</i>	Fala para ele(a) não ver algum tipo de propaganda na Internet <i>Tells their child not to look at any type of advertising on the Internet</i>
TOTAL		73	73	74
ÁREA <i>AREA</i>	Urbana/Urban	74	73	73
	Rural/Rural	70	75	79
REGIÃO <i>REGION</i>	Sudeste/Southeast	77	75	75
	Nordeste/Northeast	69	71	76
	Sul/South	76	76	75
	Norte/North	64	65	67
	Centro-Oeste/Center-West	76	72	71
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>SEX OF CHILD</i>	Masculino/Male	72	70	70
	Feminino/Female	75	76	78
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS <i>LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS</i>	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	65	66	71
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	73	73	74
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	78	76	75
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE <i>AGE GROUP OF CHILD</i>	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	74	77	82
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	75	75	79
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	74	72	76
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	72	70	66
RENDA FAMILIAR <i>FAMILY INCOME</i>	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	73	72	75
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	68	70	73
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	77	77	75
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	81	78	72
	Não tem renda <i>Has no income</i>	49	81	33
	Não sabe <i>Does not know</i>	63	62	73
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	69	67	80
CLASSE SOCIAL <i>SOCIAL CLASS</i>	AB	80	77	74
	C	75	73	74
	DE	68	70	73
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET <i>HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS</i>	Sim/Yes	77	76	77
	Não/No	57	57	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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

B5 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ORIENTAÇÃO RECEBIDA DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS SOBRE PROPAGANDAS NA INTERNET
 CHILDREN BY GUIDANCE RECEIVED FROM THEIR PARENTS AND LEGAL GUARDIANS ABOUT ONLINE ADVERTISING

TOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
 TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Senta com ele(a) ou fica por perto enquanto ele(a) vê propagandas na Internet <i>Sits together or stays around while their child watches advertising on the Internet</i>	Utiliza filtros ou configurações para restringir o contato dele(a) com propagandas na Internet <i>Uses filters or settings to restrict their child's exposure to advertising on the Internet</i>
TOTAL		54	25
ÁREA AREA	Urbana / Urban	53	25
	Rural / Rural	62	27
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	54	26
	Nordeste / Northeast	57	25
	Sul / South	49	24
	Norte / North	52	22
	Centro-Oeste / Center-West	54	20
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	49	23
	Feminino / Female	59	26
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I <i>Up to Elementary I</i>	46	13
	Fundamental II <i>Elementary II</i>	54	26
	Médio ou mais <i>Secondary or more</i>	58	29
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos <i>9 to 10 years old</i>	71	39
	De 11 a 12 anos <i>11 to 12 years old</i>	63	36
	De 13 a 14 anos <i>13 to 14 years old</i>	54	19
	De 15 a 17 anos <i>15 to 17 years old</i>	42	16
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM <i>Up to 1 MW</i>	55	23
	Mais de 1 SM até 2 SM <i>More than 1 MW up to 2 MW</i>	53	28
	Mais de 2 SM até 3 SM <i>More than 2 MW up to 3 MW</i>	58	26
	Mais de 3 SM <i>More than 3 MW</i>	51	25
	Não tem renda <i>Has no income</i>	12	0
	Não sabe <i>Does not know</i>	58	15
	Não respondeu <i>Did not answer</i>	65	23
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	54	25
	C	56	28
	DE	52	20
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	56	26
	Não / No	43	19

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 2018.

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 2018.

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

Percentual (%) Percentage (%)		Sim Yes	Não No	Não sabe Does not know	Não respondeu Did not answer	Não se aplica Does not apply
TOTAL		71	22	3	0	4
ÁREA AREA	Urbana / Urban	71	22	4	0	3
	Rural / Rural	70	22	2	1	5
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	73	21	4	0	2
	Nordeste / Northeast	68	23	4	0	5
	Sul / South	75	20	4	0	1
	Norte / North	61	27	3	1	9
	Centro-Oeste / Center-West	72	23	1	0	3
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	71	22	3	0	4
	Feminino / Female	71	22	4	0	3
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	66	22	6	0	7
	Fundamental II Elementary II	67	24	4	0	4
	Médio ou mais Secondary or more	75	21	2	0	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	76	17	2	0	5
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	73	21	3	0	3
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	68	24	4	0	4
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	69	23	4	0	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	69	23	3	0	5
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	69	21	4	0	5
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	71	25	3	0	1
	Mais de 3 SM More than 3 MW	77	18	3	0	1
	Não tem renda Has no Income	32	61	0	0	6
	Não sabe Does not know	66	22	9	0	3
	Não respondeu Did not answer	72	23	6	0	0
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	75	19	4	0	1
	C	72	23	3	0	2
	DE	67	21	4	0	7
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	74	21	3	0	2
	Não / No	55	27	6	0	12

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 2018.

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 2018.

CONTINUA/CONTINUES ►

D4 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR COMPORTAMENTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
 CHILDREN BY BEHAVIOR ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS, 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

Percentual (%) Percentage (%)		Foi se encontrar pessoalmente com alguém que havia conhecido pela Internet Met someone in person that they met on the Internet	Viu imagens na Internet com conteúdo sexual explícito Saw images on the Internet with explicit sexual content	Foi tratado(a) de forma ofensiva ou desagradável na Internet por outra criança ou adolescente Was treated offensively or unpleasantly on the Internet by another child
TOTAL		6	17	8
ÁREA AREA	Urbana/Urban	6	17	9
	Rural/Rural	3	11	6
REGIÃO REGION	Sudeste/Southeast	5	18	9
	Nordeste/Northeast	3	11	7
	Sul/South	18	17	10
	Norte/North	4	18	6
	Centro-Oeste/Center-West	3	26	9
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino/Male	8	20	6
	Feminino/Female	4	13	11
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	12	13	7
	Fundamental II Elementary II	5	18	9
	Médio ou mais Secondary or more	3	17	9
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	1	7	4
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	1	13	10
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	4	19	8
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	11	21	10
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	5	12	6
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	5	17	10
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	5	24	11
	Mais de 3 SM More than 3 MW	10	18	7
	Não tem renda Has no income	0	45	21
	Não sabe Does not know	6	12	6
	Não respondeu Did not answer	2	11	4
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	3	20	10
	C	5	17	8
	DE	9	14	7
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim/Yes	6	17	8
	Não/No	7	14	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 2018.

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 2018.

► CONCLUSÃO / CONCLUSION

D4 CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR COMPORTAMENTO NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, SEGUNDO DECLARAÇÃO DOS SEUS PAIS OU RESPONSÁVEIS
CHILDREN BY BEHAVIOR ON THE INTERNET IN THE LAST 12 MONTHS, AS REPORTED BY THEIR PARENTS OR LEGAL GUARDIANSTOTAL DE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS
TOTAL NUMBER OF INTERNET USERS FROM 9 TO 17 YEARS OLD

Percentual (%) Percentage (%)		Tratou outra criança ou adolescente de forma ofensiva ou desagradável na Internet Treated another child offensively or unpleasantly on the Internet	Recebeu pela Internet mensagens, imagens ou vídeos com conteúdo sexual Received messages, images or videos with sexual content on the Internet	Enviou pela Internet mensagens, imagens ou vídeos com conteúdo sexual Sent messages, images or videos with sexual content on the Internet
TOTAL		4	9	2
ÁREA AREA	Urbana / Urban	5	10	3
	Rural / Rural	2	4	0
REGIÃO REGION	Sudeste / Southeast	6	10	2
	Nordeste / Northeast	3	6	2
	Sul / South	4	12	3
	Norte / North	2	10	1
	Centro-Oeste / Center-West	3	11	5
SEXO DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE SEX OF CHILD	Masculino / Male	4	10	3
	Feminino / Female	5	8	2
ESCOLARIDADE DOS PAIS OU RESPONSÁVEIS LEVEL OF EDUCATION OF THE PARENTS OR LEGAL GUARDIANS	Até Fundamental I Up to Elementary I	3	6	2
	Fundamental II Elementary II	5	10	2
	Médio ou mais Secondary or more	5	10	2
FAIXA ETÁRIA DA CRIANÇA OU DO ADOLESCENTE AGE GROUP OF CHILD	De 9 a 10 anos 9 to 10 years old	2	1	0
	De 11 a 12 anos 11 to 12 years old	5	8	1
	De 13 a 14 anos 13 to 14 years old	5	10	3
	De 15 a 17 anos 15 to 17 years old	5	13	3
RENDA FAMILIAR FAMILY INCOME	Até 1 SM Up to 1 MW	4	6	1
	Mais de 1 SM até 2 SM More than 1 MW up to 2 MW	4	10	3
	Mais de 2 SM até 3 SM More than 2 MW up to 3 MW	5	14	4
	Mais de 3 SM More than 3 MW	5	11	3
	Não tem renda Has no income	0	25	4
	Não sabe Does not know	3	8	1
	Não respondeu Did not answer	4	8	3
CLASSE SOCIAL SOCIAL CLASS	AB	7	13	3
	C	5	10	3
	DE	3	5	1
DOMICÍLIO COM ACESSO À INTERNET HOUSEHOLD WITH INTERNET ACCESS	Sim / Yes	4	9	2
	Não / No	4	10	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 2018.

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 2018.

PARTE 4
—
APÊNDICES

PART 4
—
APPENDICES



LISTA DE ABREVIATURAS

- Abep** – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa
- ANPD** – Autoridade Nacional de Proteção de Dados
- 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
- CVV** – Centro de Valorização da Vida
- ECA** – Estatuto da Criança e do Adolescente
- FTC** – Federal Trade Commission (Comissão Federal de Comércio dos Estados Unidos)
- GDPR** – General Data Protection Regulation
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IoT** – Internet das Coisas
- LGPD** – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais
- LSE** – London School of Economics and Political Science
- MCI** – Marco Civil da Internet
- MEC** – Ministério da Educação
- NIC.br** – Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR
- OMS** – Organização Mundial da Saúde
- ONU** – Organização das Nações Unidas
- PBLE** – Programa Banda Larga nas Escolas
- PNBL** – Plano Nacional de Banda Larga
- Pnud** – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
- Proinfo** – Programa Nacional de Informática na Educação
- Prouca** – Programa Um Computador por Aluno
- RSPH** – Royal Society for Public Health
- 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 National 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)
- Conanda** – Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente
(National Council of the Rights of the Child and Adolescent)
- CVV** – Centro de Valorização da Vida
- ECA** – Estatuto da Criança e do Adolescente (Statute of the Child and Adolescent)
- FTC** – Federal Trade Commission
- GDPR** – General Data Protection Regulation
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (Brazilian Institute of Geography and Statistics)
- ICT** – Information and Communication Technologies
- IoT** – Internet of Things
- ITU** – International Telecommunication Union
- LGPD** – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Brazilian General Data Protection Law)
- LSE** – London School of Economics and Political Science
- MEC** – Ministry of Education
- NDPA** – National Data Protection Authority
- NIC.br** – Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Brazilian Network Information Center)
- PBLE** – Programa Banda Larga nas Escolas (National Broadband in Schools Program)
- PNBL** – Plano Nacional de Banda Larga (National Broadband Plan)
- Proinfo** – Programa Nacional de Informática na Educação (National Program for ICT in Education)
- Prouca** – Programa Um Computador por Aluno (One Laptop per Student Program)
- RSPH** – Royal Society for Public Health
- UN** – United Nations
- UNDP** – United Nations Development Programme
- Unesco** – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
- Unicef** – United Nations Children’s Fund
- WHO** – World Health 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