



RESUMO EXECUTIVO

PESQUISA TIC KIDS ONLINE BRASIL 2021

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

Diretor Presidente : Demi Getschko

Diretor Administrativo : Ricardo Narchi

Diretor de Serviços e Tecnologia : Frederico Neves

Diretor de Projetos Especiais e de Desenvolvimento : Milton Kaoru Kashiwakura

Diretor de Assessoria às Atividades do CGI.br : Hartmut Richard Glaser

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

Coordenação Executiva e Editorial : Alexandre F. Barbosa

Coordenação de Projetos de Pesquisa : Fabio Senne (Coordenador), Ana Laura Martínez, Catarina Ianni Segatto, Daniela Costa, Fabio Storino, Leonardo Melo Lins, Luciana Portilho, Luiza Carvalho e Manuela Maia Ribeiro

Coordenação de Métodos Quantitativos e Estatística : Marcelo Pitta (Coordenador), Camila dos Reis Lima, Isabela Bertolini Coelho, Mayra Pizzotti Rodrigues dos Santos, Thiago de Oliveira Meireles e Winston Oyadomari

Coordenação de Métodos Qualitativos e Estudos Setoriais : Tatiana Jereissati (Coordenadora), Javiera F. Medina Macaya e Luciana Piazzon Barbosa Lima

Coordenação de Gestão de Processos e Qualidade : Nádilla Tsuruda (Coordenadora), Maísa Marques Cunha, Rodrigo Gabriades Sukarie e Victor Gabriel Gonçalves Gouveia

Coordenação da pesquisa TIC Kids Online Brasil : Luísa Adib Dino

Gestão da pesquisa em campo : Ipec - Inteligência em Pesquisa e Consultoria: Guilherme Militão, Letícia Passos, Moroni Alves e Rosi Rosendo

Apoio à edição : Comunicação NIC.br: Carolina Carvalho e Renato Soares

Preparação de Texto e Revisão em Português : Oficina Editorial

Tradução para o inglês : Prioridade Consultoria Ltda.: Isabela Ayub, Lorna Simons, Luana Guedes, Luísa Caliri, Maya Bellomo Johnson e Melissa Barth

Projeto Gráfico : Pilar Velloso

Editoração : Grappa Marketing Editorial (www.grappa.com.br)

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br

(em novembro de 2022)

Coordenador

José Gustavo Sampaio Gontijo

Conselheiros

Beatriz Costa Barbosa

Carlos Manuel Baigorri

Cláudio Furtado

Demi Getschko

Domingos Sávio Mota

Evaldo Ferreira Vilela

Fernando André Coelho Mitkiewicz

Jackline de Souza Conca

Jeferson Denis Cruz de Medeiros

José Alexandre Novaes Bicalho

Henrique Faulhaber Barbosa

Laura Conde Tresca

Marcos Dantas Loureiro

Maximiliano Salvadori Martinhão

Nivaldo Cleto

Orlando Oliveira dos Santos

Percival Henriques de Souza Neto

Rafael de Almeida Evangelista

Rosauro Leandro Baretta

Tanara Lauschner

Secretário executivo

Hartmut Richard Glaser

Resumo Executivo

TIC Kids Online Brasil 2021

A pesquisa TIC Kids Online Brasil tem o objetivo de gerar evidências sobre oportunidades e riscos associados ao uso da Internet por crianças e adolescentes. A pesquisa entrevista indivíduos de 9 a 17 anos sobre o acesso e uso da rede, assim como seus pais, mães ou responsáveis sobre a percepção e mediação quanto ao uso da Internet por seus filhos ou tutelados.

A edição de 2021 atualiza o cenário sobre a participação *online* de crianças e adolescentes após a emergência da crise sanitária causada pela COVID-19. Como revelam os dados, o período foi ainda mais adverso para a população em situação de vulnerabilidade socioeconômica e com condições de conectividade precárias. As evidências levantadas pela pesquisa, portanto, são subsídios para agentes públicos e privados a fim de promoverem o desenvolvimento de políticas e ações centradas na garantia de direitos e do bem-estar de crianças e adolescentes na era digital.

Acesso domiciliar de crianças e adolescentes

Em 2021, 91% das crianças e dos adolescentes de 9 a 17 anos viviam em domicílios com acesso à Internet (essa proporção era de 83% em 2019). As proporções foram superiores entre indivíduos que residiam nas áreas urbanas (93%) em comparação aos que residiam nas áreas rurais (85%) e para aqueles pertencentes às classes A (100%), B (99%) e C (96%), comparados aos das classes DE (81%).

Ainda que tenha havido um aumento no acesso à Internet nos domicílios em que

vivem crianças e adolescentes, a presença de computadores permaneceu estável no mesmo período. Em 2021, cerca de 11,9 milhões de indivíduos de 9 a 17 anos (o que equivale a 45% dessa população) residiam em domicílios apenas com Internet, mas sem computador, enquanto 2,1 milhões (8%) residiam em domicílios sem computador e sem Internet.

O telefone celular (99%) e a televisão (96%) estão presentes na quase totalidade de domicílios em que vivem crianças e adolescentes no país. O computador (47%), por sua vez, está presente em menos da metade dos domicílios em que essa população reside. Já os consoles de *videogame* estão presentes em cerca de um quarto dos domicílios. Crianças e adolescentes das áreas urbanas e de classes mais elevadas, em geral, vivem em domicílios com uma variedade maior de dispositivos.

Uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil

Cresceu a proporção de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos que são usuários de Internet no país (93% em 2021, comparado a 89% em 2019).

O crescimento foi maior na região Nordeste (92% em 2021, comparado a 79% em 2019) e nas áreas rurais (90% em 2021, comparado a 75% em 2019). Também houve crescimento significativo na proporção de usuários da rede na faixa de 9 a 10 anos (92% em 2021, frente a 79% em 2019). Pela primeira vez na série histórica da pesquisa há maior equilíbrio na proporção de usuários de Internet entre as diferentes faixas etárias de crianças e adolescentes (Figura 1). As evidências

88% DOS
USUÁRIOS DE
INTERNET DE
9 A 17 ANOS
REPORTARAM
POSSUIR PERFIL
EM REDE SOCIAL

confirmam tendência geral de avanço do uso da rede; no entanto, cerca de 1,7 milhão de indivíduos de 9 a 17 anos não eram usuários de Internet no país.

O telefone celular continua sendo o principal dispositivo usado para acesso à rede (93%) entre os usuários de Internet. Para 53% dessa população, o dispositivo foi o único utilizado para a realização de atividades *online*. A proporção de uso exclusivo do celular é ainda mais elevada para as classes DE (78%), se comparada à verificada nas classes C (52%) e AB (18%). Um importante destaque da edição de 2021 foi o crescimento do uso da televisão como dispositivo para acessar a Internet (58%, comparado a 43% em 2019).

O domicílio é o principal local de acesso à Internet de crianças e adolescentes (97% em 2021, comparado a 92% em 2019). Entre 2019 e 2021, houve crescimento significativo nas áreas urbana (de 94% para 98%) e rural (de 78% para 93%) e nas classes C (de 96% para 99%) e DE (de 83% para 92%).

PRÁTICAS ONLINE

Assistir a vídeos, programas, filmes ou séries (84%), ouvir música (80%), enviar mensagens instantâneas (79%) e usar redes sociais (78%) foram as atividades *online* mais realizadas por crianças e adolescentes no Brasil em 2021.

O uso de redes sociais (78%, comparado a 68% em 2019) e a prática de jogar *online* conectado (66%, frente a 57% em 2019) e não conectado (64%, frente a 55% em 2019) com outros jogadores foram as atividades que mais se intensificaram entre as edições de 2019 e 2021 da pesquisa. De modo geral, usuários de Internet das classes AB têm condições de conectividade mais favoráveis e realizam uma variedade mais ampla de atividades, comparados àqueles das classes C e DE (Gráfico 1).

O WhatsApp é a plataforma multimídia investigada em que maior proporção de

usuários de Internet de 9 a 17 anos têm conta (80% em 2021, comparado a 70% em 2018).

Plataformas que possibilitam a criação e o compartilhamento de vídeos têm se popularizado entre crianças e adolescentes. A proporção de usuários que reportou ter perfil no Instagram (62%) foi a que mais cresceu

em comparação a 2018 (45%). Pela primeira vez, a pesquisa investigou a posse de perfil no TikTok, cuja proporção foi de 58% para indivíduos de 9 a 17 anos no país.

Além da presença intensa nessas plataformas, o TikTok (34%) e o Instagram (33%, frente a 24% em 2018) também foram reportados como as principais redes sociais utilizadas pela

população investigada em 2021, em especial, para a população de 9 a 12 anos e das classes AB (Gráfico 2).

Em tendência contrária à observada para o Instagram, a pesquisa destaca a queda da posse de perfil no Facebook (51% em 2021, comparado a 66% em 2018). A rede também deixa de ser a principal plataforma utilizada para essa parcela da população (11% em 2021, comparado a 41% em 2018). Entre os usuários de Internet das classes DE (20%), as proporções são superiores às daqueles que pertencem às classes C (9%) e AB (4%).

Consumo e conteúdo mercadológico

Em 2021, 56% dos usuários da rede de 11 a 17 anos interagiram com conteúdos mercadológicos na Internet. A principal forma de interação foi seguir uma página ou um perfil de algum produto ou marca (45%), seguido por curtir ou compartilhar vídeo, foto ou texto sobre algum produto ou marca (27%) e interagir por meio da postagem de um comentário sobre algum produto ou marca (17%).

Pessoas ensinando como usar algum produto (62%) e abrindo embalagens de produtos –

81% DOS
USUÁRIOS DE
INTERNET DE 11
A 17 ANOS VIRAM
DIVULGAÇÃO
DE PRODUTOS
OU MARCAS NA
INTERNET

FIGURA 1

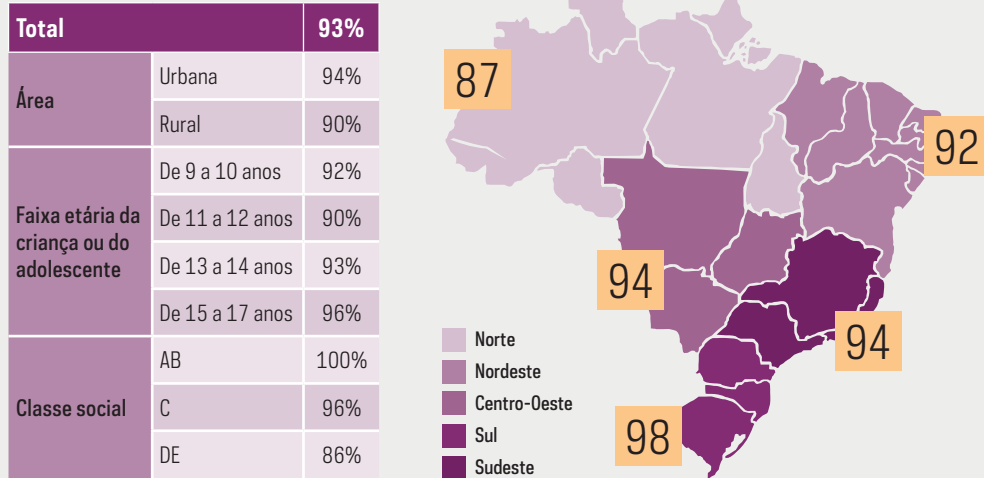
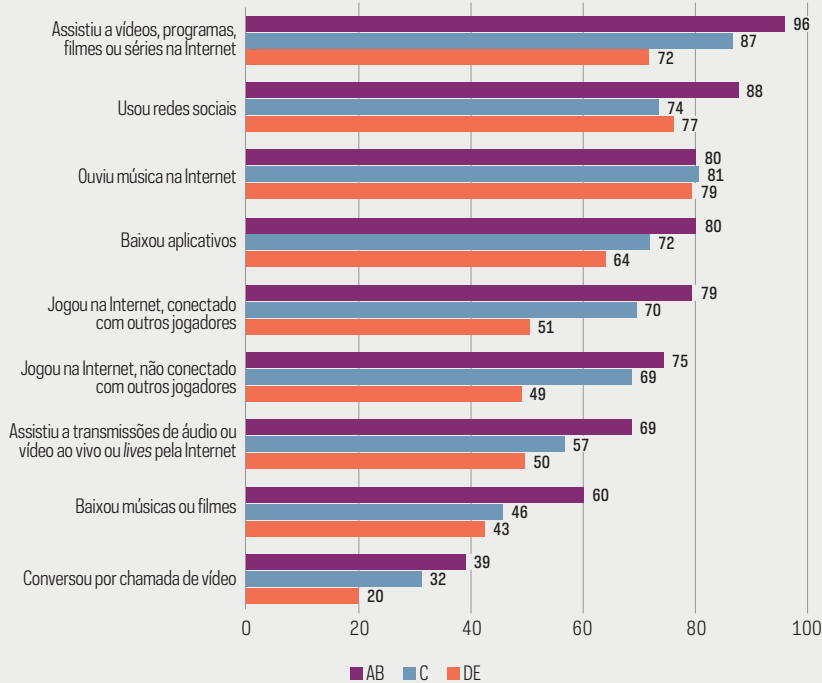
CRIANÇAS E ADOLESCENTES USUÁRIOS DE INTERNET (2021)*Total de crianças e adolescentes de 9 a 17 anos (%)*

GRÁFICO 1

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR ATIVIDADES REALIZADAS NA INTERNET, POR CLASSE (2021)*Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)*

unboxing – (61%) foram os principais conteúdos de imagem ou vídeo com os quais os usuários da rede de 11 a 17 anos tiveram contato. De modo geral, dentre as modalidades investigadas, as proporções reportadas pelas meninas foram superiores às de meninos (Gráfico 3).

O contato com publicidade ou propaganda em redes sociais foi mais reportado por meninas (64%, frente a 58% para meninos), enquanto em *sites* de jogos, por meninos (40%, frente a 25% para meninas). Entre 2018 e 2021 houve crescimento significativo de usuários da rede que reportaram ter visto vídeos, fotos ou textos que mostravam roupas e sapatos (60% em 2021, frente a 49% em 2018), comidas, bebidas e doces (57% em 2021, frente a 47% em 2018), videogames ou jogos (46% em 2021, frente a 38% em 2018) e livros, revistas e gibis (36% em 2021, frente a 24% em 2018) na Internet.

Segundo declaração dos pais ou responsáveis, 53% das crianças e dos adolescentes de 9 a 17 anos pediram algum produto após contato com propaganda ou publicidade na Internet nos 12 meses anteriores à realização da pesquisa (39% em 2018). Houve crescimento significativo nas compras *online* por usuários de Internet de 9 a 17 anos entre 2019 (9%) e 2021 (19%).

Metodologia da pesquisa e acesso aos dados

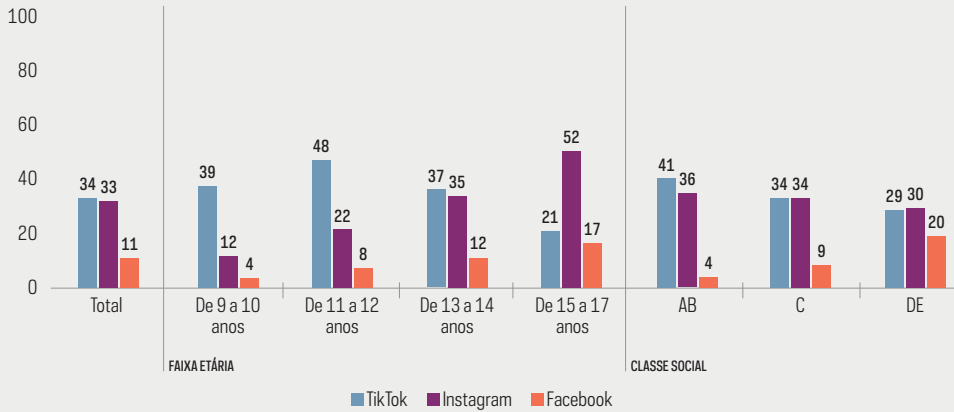
A pesquisa TIC Kids Online Brasil tem como objetivo compreender como a população de 9 a 17 anos de idade utiliza a Internet e como lida com os riscos e oportunidades decorrentes do uso. A pesquisa utiliza como referência o marco conceitual definido pela rede EU Kids Online, que considera a influência dos contextos individual, social e do país sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes. O período de coleta dos dados foi de outubro de 2021 a março de 2022. Foram entrevistados 2.651 crianças e adolescentes e 2.651 pais ou responsáveis em todo o território nacional. Os dados foram coletados por meio de entrevistas com abordagem face a face, com aplicação de questionário estruturado. Os resultados, incluindo as tabelas de proporções, totais e margens de erro, da pesquisa TIC Kids Online Brasil estão disponíveis no *website* (<http://www.cetic.br>) e no portal de visualização de dados do Cetic.br|NIC.br (<https://data.cetic.br/>). O “Relatório Metodológico” e o “Relatório de Coleta de Dados” podem ser consultados tanto na publicação como no *website*.

Saúde e bem-estar

Pela primeira vez, a pesquisa TIC Kids Online Brasil coletou dados sobre o uso da Internet para busca de informações relacionadas à saúde e ao bem-estar. Segundo a pesquisa, 32% dos entrevistados afirmaram ter procurado ajuda para lidar com algo ruim que vivenciaram ou para falar sobre suas emoções quando se sentiram tristes. O uso da rede para a procura de apoio emocional foi reportado por 46% dos usuários da rede que tinham entre 15 e 17 anos, 28% entre os com 13 e 14 anos e 15% por aqueles com idades de 11 e 12 anos.

A pesquisa investigou, também, o contato dessa população com assuntos relacionados à saúde na Internet. Informações sobre alimentação (55%) foram as que mais se destacaram, seguidas por prevenção e tratamento de doenças (38%), exercícios e meios para ficar em forma (36%), informações sobre medicamentos (22%) e discussões sobre saúde sexual e educação sexual (21%). Além de aspectos físicos, 29% dos entrevistados tiveram contato com informações sobre sentimentos, sofrimento emocional, saúde mental e bem-estar, e 38% acreditam que a Internet os ajudou a lidar com um problema de saúde.

GRÁFICO 2

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR PRINCIPAL REDE SOCIAL UTILIZADA (2021)*Total de usuários de Internet de 9 a 17 anos (%)***11,9 milhões**

residiam em domicílios apenas com Internet

12,3 milhões

residiam em domicílios com computador e Internet

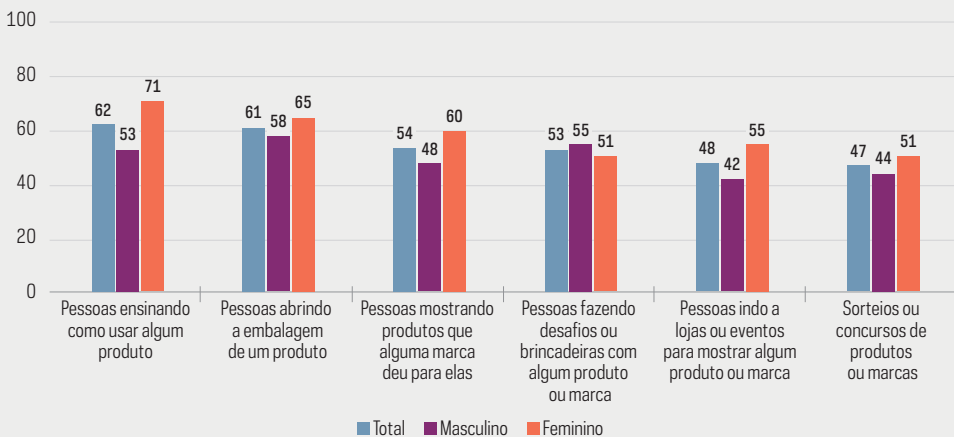
2,1 milhões

residiam em domicílios sem computador e sem Internet

161 mil

residiam em domicílios apenas com computador

GRÁFICO 3

CRIANÇAS E ADOLESCENTES, POR FORMAS DE DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS OU MARCAS QUE VIRAM NA INTERNET NOS ÚLTIMOS 12 MESES, POR SEXO (2021)*Total de usuários de Internet de 11 a 17 anos (%)*

SOBRE O CETIC.br

cetic.br

O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, do NIC.br, é responsável pela produção de indicadores e estatísticas sobre o acesso e o uso da Internet no Brasil, divulgando análises e informações periódicas sobre o desenvolvimento da rede no país. O Cetic.br é um Centro Regional de Estudos, sob os auspícios da UNESCO. Mais informações em <https://www.cetic.br/>.

SOBRE O NIC.br

nic.br

O Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br (<https://www.nic.br/>) é uma entidade civil, de direito privado e sem fins de lucro, que além de implementar as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil, tem entre suas atribuições: coordenar o registro de nomes de domínio – Registro.br (<https://www.registro.br/>), estudar, responder e tratar incidentes de segurança no Brasil – CERT.br (<https://www.cert.br/>), estudar e pesquisar tecnologias de redes e operações – CEPTRO.br (<https://www.ceptro.br/>), produzir indicadores sobre as tecnologias da informação e da comunicação – Cetic.br (<https://www.cetic.br/>), implementar e operar os Pontos de Troca de Tráfego – IX.br (<https://ix.br/>), viabilizar a participação da comunidade brasileira no desenvolvimento global da Web e subsidiar a formulação de políticas públicas – Ceweb.br (<https://www.ceweb.br/>), e abrigar o escritório do W3C no Brasil (<https://www.w3c.br/>).

SOBRE O CGI.br

cgi.br

O Comitê Gestor da Internet no Brasil, responsável por estabelecer diretrizes estratégicas relacionadas ao uso e desenvolvimento da Internet no Brasil, coordena e integra todas as iniciativas de serviços de Internet no país, promovendo a qualidade técnica, a inovação e a disseminação dos serviços ofertados. Com base nos princípios do multissetorialismo e transparência, o CGI.br representa um modelo de governança da Internet democrático, elogiado internacionalmente, em que todos os setores da sociedade são partícipes de forma equânime de suas decisões. Uma de suas formulações são os 10 Princípios para a Governança e o Uso da Internet (<https://www.cgi.br/principios>). Mais informações em <https://www.cgi.br/>.



Acesse os dados completos da pesquisa

A publicação completa e os resultados da pesquisa estão disponíveis no *website* do **Cetic.br**, incluindo as tabelas de proporções, totais e margens de erro.

