

BRASIL E PORTUGAL: INFÂNCIAS CONTEMPORÂNEAS E SUAS CULTURAS DIGITAIS

BRAZIL AND PORTUGAL: CONTEMPORARY CHILDHOODS AND THEIR DIGITAL CULTURES

Juliana Doretto*

Cristina Ponte**

RESUMO:

Neste trabalho, procuramos desenhar os mapas das diversas culturas digitais de meninos e meninas, em Portugal e no Brasil, a partir dos dados de duas pesquisas representativas nacionais: TIC Kids Online e Net Children Go Mobile. Usamos o termo no plural porque entendemos que os acessos das crianças às tecnologias do online e os usos que fazem delas são diferentes de acordo com o estatuto socioeconômico dos meninos e das meninas (o que implica diferenças também em relação aos níveis de desigualdade social dos países em que elas vivem). Porém, para além do fato de que a utilização da internet esteja mais bem distribuída pelas crianças portuguesas do que pelas brasileiras e de que a nação da América do Sul apresenta um salto da conexão fixa para a móvel, sem passar pelos portáteis, pode-se afirmar que há uma cultura digital relativamente comum aos dois países, no sentido de que cresce em ambos o uso dos media individualizados, com acesso à internet, como celulares e tablets. Este trabalho é derivado de pesquisa de doutoramento (bolsa Capes), que trata da participação do leitorado no jornalismo infantil no Brasil e em Portugal.

PALAVRAS-CHAVE: Internet, infância, desigualdade

ABSTRACT:

In this paper, we try to investigate the different digital cultures of boys and girls in Portugal and Brazil, based on data from two national representative surveys: ICT Kids

* Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, com bolsa da Capes. LISBOA, Portugal. jdoretto@gmail.com

** Professora associada na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da na Universidade Nova de Lisboa. LISBOA, Portugal. cristina.ponte@fcsh.unl.pt

Online and Net Children Go Mobile. We use the plural form for culture because we understand that children's access to online technologies (and the uses they make of them) is different according to their socioeconomic status (which implies differences also in relation to social inequality levels in the countries where they live). We can say there is a relatively common digital culture in both countries, because it is growing in the two nations the use of individual media with internet access, as smartphones and tablets. But it is important to highlight the fact that the use of the internet by children is socially better distributed in Portugal than in Brazil and that the South American nation presents a kind of gap: Brazilian society is beginning to use the wireless connection without passing by portable computers. This work is derived from doctoral research (Capes scholarship), which investigates the reader participation in journalism done for children in Brazil and Portugal.

KEYWORDS: Internet, childhood, inequality

INTRODUÇÃO

"Boyhood" (Richard Linklater, 2014) estreou nas salas de cinema em 2014 e chamou a atenção da crítica com a inédita forma como foi filmado: por 12 anos, o mesmo menino (Ellar Coltrane) gravou diferentes cenas, representando o crescimento do personagem principal do filme, Mason, dos seis aos 18 anos de idade. O roteiro do filme, entretanto, mostra mais do que o relacionamento do garoto com seus pais, irmã, padrastos ou amigos. "Boyhood" soube captar o modo como os hoje jovens se relacionaram com as tecnologias ao longo dos anos 2000. Em uma das primeiras passagens, Mason assiste a desenhos animados japoneses numa televisão analógica da marca Sony; segue trabalhando com programas educativos na escola, num computador iMac, da empresa Apple (com design arrojado e cores vibrantes, o aparelho revolucionou a estética dos computadores de mesa); joga com diferentes tecnologias de "videogames", tais como Game Boy (consola portátil) e 20Q (jogo computadorizado de inteligência artificial que tenta adivinhar em que o jogador está pensando); vê imagens pornográficas com amigos no computador, assiste a um vídeo engraçado num iBook (um portátil da Apple) e fala com o pai por chamada de vídeo num dos modelos mais modernos do iPhone (celular, também da Apple. Aliás, a empresa foi se afirmando como marca de apelo jovem ao longo do anos, por meio de suas crescentes inovações técnicas e design).

Assim, “Boyhood” nos conta que há um duplo movimento: o desenvolvimento tecnológico não só acompanha as atividades das crianças e dos jovens (por exemplo, a diversão eletrônica acontece tanto na TV quanto nos videogames, em seus diferentes e avançados formatos) mas também cria processos, como o visionamento de vídeos caseiros (que dificilmente seriam transmitidos na TV), ou modifica outros (Mason, ainda jovem, aparece com um amigo vendo mulheres de lingerie numa revista e depois passa, já mais velho, a olhar cenas provocantes no computador).

Neste artigo, a exemplo do que foi feito no filme, tentamos traçar uma radiografia da atual cultura digital das crianças e adolescentes brasileiros e portugueses, investigando a que tecnologias os mais jovens têm acesso nos dois países e os usos que fazem delas. Buscamos traçar quadros nacionais comparativos a fim de que possa entender o que há de comum nesses contextos mediáticos, para além das diferenças de estatuto socioeconômico dos meninos e das meninas europeus e latino-americanos. Para isso, buscamos dados de pesquisas quantitativas representativas das duas sociedades.

A seguir, vamos analisar números que mostram em que proporção e por quais aparelhos as crianças e jovens brasileiros e portugueses acessam a internet, bem como as atividades que realizam quando estão online. Ao cruzarmos os dados, buscamos, sempre que possível, destacar diferenças ou semelhanças que nos parecem importantes em relação ao gênero, idade e estatuto socioeconômico, além de buscar na literatura reflexões que possam nos ajudar a contextualizar os cenários encontrados.

AS INFÂNCIAS CONTEMPORÂNEAS E AS CULTURAS DIGITAIS

Buckingham afirma que, como a categoria social da infância é uma construção social – ou seja, há uma série de discursos sobre a infância que colaboram para a edificação da ideia contemporânea do que seja esse período da vida humana, recortado temporalmente (enquanto outros atuam no sentido de desconstruir, ou pelo menos fazer frente a essas narrativas predominantes) –, as mudanças nas experiências dos meninos e meninas contribuem para que haja transformações também nos “conceitos dominantes de infância” (BUCKINGHAM, 2007, p. 92). Desde os anos 90, com o crescimento da economia de consumo e, em especial, da popularização das tecnologias digitais de informação e comunicação, observa-se, segundo o autor, que a infância contemporânea vem sendo definida, entre outros modos, por mercadorias-símbolo: “Quantos anos você tem – ou quantos anos você imagina ter – é cada vez mais definido por aquilo que você

consome. Nessa medida, a ‘infância’, assim como a ‘juventude’, tornou-se ela própria uma mercadoria simbólica” (BUCKINGHAM, 2007, p. 146).

Ainda segundo o acadêmico inglês, a retórica da indústria, que alimenta esse simbolismo, enxerga as crianças e os jovens como consumidores de vanguarda das novas tecnologias (e dos produtos delas originados) – movimento que, por sua vez, estimula o mito contemporâneo de que os mais jovens, por já nascerem num cenário técnico digital e sem fio, são inerentemente utilizadores competentes desses produtos. Voltando à narrativa de “Boyhood”, o filme mostra produtos midiáticos mais recentes surgindo, em geral, primeiro nas mãos dos mais jovens e só depois chegando aos adultos: em uma das cenas da obra cinematográfica, a irmã do personagem principal ouve música num dos primeiros aparelhos reprodutores de música digital, e o pai, de algum modo intrigado com o aparato, pergunta-lhe se ela vai dormir com os fones no ouvido; é no celular da mesma garota que a madrasta de Mason vê um videoclipe da cantora Lady Gaga, e se espanta com a audácia da artista. Assim, ao mesmo tempo em que se reforça a importância dos dispositivos tecnológicos no cotidiano dos mais jovens, recrudescem-se o mito de que é deles a iniciativa de fazer uso das tecnologias de ponta – o que pesquisas sobre os quais falaremos em detalhes adiante demonstram que nem sempre ocorre, sobretudo com as crianças menores.

Desse modo, o consumo de inovações tecnológicas está ligado à juventude, ao viço, ao frescor. Idosos que se mostram grandes utilizadores de canais digitais de comunicação são considerados mais joviais, e adultos de meia-idade aliam mercadorias tecnológicas de ponta a roupas de marcas que têm como alvo a juventude, buscando vender uma autoimagem de mais mocidade. O que a narrativa dos “nativos digitais” competentes esconde, contudo, é que:

1. Os usos que as crianças e jovens fazem das tecnologias não são desvinculados de suas necessidades e práticas cotidianas; não se fazem pela simples experimentação técnica, mas servem a propósitos de entretenimento, trabalho (escolar) e socialização, como veremos na seção a seguir. Ou seja, uma cultura midiática com certas características próprias (e outras compartilhadas com outras gerações, é importante ressaltar) pode ser de fato um dos elementos definidores da categoria social contemporânea de infância, mas importa aqui salientar que essa cultura não é definida pelo que as tecnologias fazem com as crianças, e sim pelo que os meninos e meninas fazem com esses modernos aparatos técnicos. Algumas dessas atividades eram realizadas de forma diferente

em tempos mais analógicos, outras surgirão com as novas possibilidades trazidas pela técnica e, em alguns casos, os usuários jovens subverterão os propósitos dos aparelhos de acordo com seus desejos e conveniências.

2. Há uma desigualdade permanente entre crianças de diferentes estatutos socioeconômicos, gerando se não diferentes culturas midiáticas (já que aqueles que não possuem os aparelhos desejam obtê-los ou tentam fazer uso dele sempre que há alguma forma de acesso) pelo menos assimétricas oportunidades de utilização e de desenvolvimento de competências, como discutiremos mais adiante. Assim, não se pode falar de infância, mas de “infâncias”, caracterizadas por diferentes cenários sociais e econômicos, ainda que se possa traçar uma cultura digital relativamente comum.

ACESSOS: AVANÇOS E DESIGUALDADES

Os dados mais recentes sobre a circulação das tecnologias de informação e comunicação entre as crianças e os jovens brasileiros vêm da pesquisa TIC Kids Online, realizada pelo Cetic.br (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação), organismo ligado ao Comitê Gestor da Internet no Brasil, um órgão público. Neste texto, apresentamos resultados do levantamento realizado em 2013 (comparado, sempre que nos parecer importante, ao anterior, de 2012), divulgado em novembro de 2014 e que ouviu cerca de 3 mil crianças entre os nove e os 17 anos de idade, todas usuárias da Internet (ou seja, que tivessem usado a Internet nos três meses anteriores à pesquisa), numa amostra representativa da sociedade brasileira. É importante salientar ainda que o inquérito de 2012 ouviu crianças de até 16 anos apenas.

A pesquisa segue o referencial metodológico da investigação europeia EU Kids Online, que reuniu 25 países e ouviu cerca de 25 mil crianças e pais ou responsáveis, em questionários aplicados face a face ou autopreenchidos (no caso de perguntas que envolviam temas mais delicados) em 2010. Isso nos permitirá, em seguida, uma comparação com os mais recentes dados portugueses, obtidos pelo mesmo método, na investigação Net Children Go Mobile, uma espécie de continuidade do inquérito EU Kids Online, porém com foco nas tecnologias móveis e envolvendo um número bem menor de países (sete), realizada em 2014.

Segundo o Cetic.br, no Brasil, 51% da população acessa a internet, mas entre os mais jovens a utilização é maior: 75% entre os que têm de dez a 15 anos são usuários de

internet. É nesse contexto que a TIC Kids Online revela que, entre as crianças e os adolescentes brasileiros que utilizam a internet, a maior parte o faz por meio de computadores de mesa (71%, contra 58% em 2012), ainda que o uso de dispositivos móveis como celulares e tablets esteja crescendo: no primeiro caso, em 2013, 53% dos ouvidos indicaram usar a internet no celular (21% no ano anterior); no caso do tablet, o crescimento foi ainda proporcionalmente maior: de 2% em 2012 para 16% em 2013. No caso dos computadores portáteis, os números também cresceram, mas a utilização continua a ser inferior à dos celulares: de 19% para 41%.

Isso indica que, no Brasil, houve um salto: foi-se da utilização da internet fixa diretamente para a móvel em todo lado, sem passar pela mobilidade em casa, representada pelos computadores portáteis. Esse movimento – gerado, provavelmente, pelo barateamento crescente dos telefones móveis e da conexão à internet oferecida por eles – pode ser confirmado por dois dados: o primeiro é o de que, dos ouvidos na pesquisa, 61% têm um celular próprio (enquanto mais de 80% divide o computador de mesa ou o portátil com outros membros de casa; nos tablets, o número é de 65%); o segundo é o fato de 35% dos jovens internautas ouvidos em 2013 afirmarem que acessam a internet na rua ou em qualquer outro lugar pelo celular (em 2012, o número era de 18%, quase metade do observado um ano depois).

O crescimento da utilização dos dispositivos móveis no Brasil, no entanto, não ocorre de forma homogênea. Ao contrário, perpetua as desigualdades socioeconômicas que caracterizam a sociedade brasileira ao longo de sua história. Nas classes de rendimento mais elevado, 61% das crianças e adolescentes acessam a internet em celulares; entre os meninos e meninas mais pobres, o número é de 47%. A diferença absoluta aqui não parece tão grande, mas é importante lembrar que a TIC Kids Online ainda não mediu a posse de aparelhos mais modernos, com funções diferentes e maior velocidade. A hipótese, nesse caso, é a de que a presença desses smartphones ainda não está disseminada entre os de menor rendimento, porque seus preços ainda são bastante altos. Nos tablets, a diferença é bastante acentuada: 35% dos usuários de internet mais ricos usam o aparelho enquanto o número é de apenas 4% entre os mais pobres.

A pesquisa de 2013 indica ainda que os meninos usam mais a internet no computador de mesa do que as meninas (77% contra 67%) e isso se repete no caso dos tablets (21% contra 13%). Os mais velhos são os utilizadores mais frequentes da rede pelo celular: 60% do total de usuários entre 13 e 14 anos acessa a internet pelo telefone móvel; e 65% é o número entre os que têm de 15 a 17 anos; nos mais jovens, os valores descem para 25% entre nove e dez

anos e 43% entre 11 e 12. Ponte (2014) realizou trabalho com os números de 2012 cruzando esses indicadores com um terceiro, sobre a posse dos aparelhos, e mostra que: Entre os mais novos (9 a 12 anos), há uma maior associação das meninas a equipamentos que reportam como seus: o computador de mesa, o celular, o computador portátil e até mesmo o console de jogos. [...] Os meninos com idades entre 9 e 12 anos lideram na referência a acessos por intermédio de dispositivos compartilhados, sobretudo o computador de mesa [...] É como se as meninas brasileiras entre 9 e 12 anos pressionassem mais os seus pais para terem equipamentos próprios para acessar a Internet em casa e conseguissem melhores resultados nessa demanda do que os meninos da mesma idade (PONTE, 2014, p. 73)

Em Portugal, como já dito, tomamos como referência para descrever o cenário digital das crianças e jovens a pesquisa Net Children Go Mobile, realizada em 2014 e que envolveu questionários aplicados a 501 garotos e garotas de nove a 16 anos (que tivessem usado a internet pelo menos uma vez nos últimos 12 meses), numa amostra representativa da sociedade portuguesa. O estudo nacional fez parte de uma investigação maior, que envolveu outros seis países europeus (Bélgica, Dinamarca, Irlanda, Itália, Reino Unido e Roménia) e se utilizou da mesma metodologia aplicada no levantamento EU Kids Online, investigando hábitos adquiridos, oportunidades encontradas e riscos enfrentados por garotos e garotas em seu contato com a tecnologia.

Assim como apontado no Brasil, pouco mais da metade da sociedade portuguesa (55,2%) é usuária da internet, mas, entre os mais jovens (dados disponíveis para a faixa etária de 15 a 24 anos), o consumo sobe para 94,1% (CARDOSO; MENDONÇA, 2014). Ao contrário do país latino-americano, o computador de mesa já não é um dos aparelhos mais usados pelos mais jovens para acessar a rede (apenas 22%). O que aparece em primeiro lugar é o laptop, com 60%. Aparelhos celulares que não são smartphones aparecem com 26%; smartphones, com 35% e tablets, com 21%. O relatório com os resultados finais do projeto explica que “esta posição decorre do contexto português de intensa disseminação do acesso dos estudantes aos portáteis, no final da primeira década dos anos 2000 [por iniciativa governamental, com distribuição gratuita ou subsidiada de computadores para crianças entre seis e dez anos]” (SIMÕES ET AL, 2014, p. 8-9). No entanto, nota-se que o acesso em meios móveis aumenta, assim como no Brasil. Na pesquisa EU Kids Online, realizada com mil crianças portuguesas em 2010, por volta de 5% dos respondentes diziam acessar a internet por “dispositivo móvel” e cerca de 30% o faziam por celular (PONTE, 2012). Ou seja, os smartphones e os tablets nem apareciam denominados assim nesta investigação, já que chegaram ao mercado apenas no início da década de 2010.

Há, da mesma forma que no país sul-americano, diferenças em relação ao rendimento, já que “crianças e jovens portugueses de meios socioeconómicos mais baixos são as que referem possuir menos equipamentos para seu uso individual, com exclusão do telemóvel [celular] que não é *smartphone*, o recurso mais equitativamente distribuído” (SIMÕES ET AL, 2014, p. 11), ainda que a diferença seja inferior ao observado no Brasil¹. Em Portugal, a posse de PC, laptops e celulares entre aqueles que têm rendimento mais baixo é cerca de 10% inferior comparado aos de estatuto socioeconômico mais elevados). O destaque contrário, como dito, são os celulares simples: em cerca de 40% dos ouvidos, em todas as classes, dizem possuir um aparelho assim. Nos tablets, curiosamente, tanto os de rendimento mais baixo quanto os que ganham mais reportam posse parecida: 19% e 18%, respectivamente. Nas crianças e jovens de rendimento mediano, no entanto, a posse sobe para 29%, o que pode apontar para a compra do aparelho como um investimento mais valorizado pela classe média.

Entre os meninos mais velhos (13-16 anos), o uso diário do computador de mesa é maior (38% contra 15% no caso das meninas da mesma faixa etária) – e a hipótese aqui é que o uso seja maior devido aos jogos eletrônicos mais avançados, que normalmente funcionam melhor nesse tipo de aparelho. Os meninos mais velhos também são os que mais usam diariamente celulares que não são smartphones (36% contra 25% das garotas com essa idade). Mas, no caso destes últimos, as meninas de 13 a 16 anos são as maiores utilizadoras (53% usam o smartphone diariamente, contra 44% dos meninos). Nos tablets, os meninos mais jovens (9-12 anos) dizem utilizar mais esses aparelhos dos que as garotas desse faixa etária (16% contra 10%), enquanto nos mais velhos a proporção se inverte (34% contra 19%). “Na comparação com valores de 2010, em Portugal, regista-se [...] uma clara ascensão das meninas no uso dos novos meios móveis. Estas diferenças de género são mais acentuadas do que noutros países europeus, onde as meninas igualmente lideram no uso destes meios móveis” (SIMÕES ET AL, 2014, p. 10).

Uma das razões para esse crescimento da posse do celular pode ser a preocupação de pais e tutores com os “perigos da rua” (LIVINGSTONE, 2009; PERROTTI, 1991; PONTE, 2005), principalmente com as meninas – e também com destaque para o Brasil, em que a violência e a insegurança atingem níveis maiores do que os de Portugal: “Nas ruas, as crianças estão hoje mais invisíveis. As suas movimentações com autonomia (irem sozinha para a escola, brincarem com amigos nas pracetas e jardins) são difíceis de discernir nas zonas urbanas onde vive a maioria” (PONTE, 2012, p. 21). A associação

de sociedades cada vez mais urbanizadas e violentas com pais e mães trabalhadores e com jornadas de trabalho cada vez maiores (e que muitas vezes continuam fora do escritório, por meio de ferramentas como telefones móveis e e-mail) tirou as crianças das brincadeiras “do lado de fora”: os responsáveis têm medo de deixar suas crianças “desprotegidas”, em ambientes em que pode haver o contato com desconhecidos. No entanto, a criança continua com a necessidade de ampliar suas atividades de socialização entre pares, de fazer amigos, de ter contato com o novo, de lançar-se no mundo, que é quase inteiro novidade para ela. Para minimizar os perigos que a criança pode enfrentar fora de casa, os pais lançam mão do telefone celular, como forma de controlar os movimentos dos filhos. No entanto, como veremos a seguir, esse mesmo aparelho é utilizado pelas crianças e jovens para ampliarem suas redes de amizade e atividades de entretenimento – como forma de suprimir essa falta da rua, da atividade externa e compartilhada –, o que acaba lançando-as a novas oportunidades e também a novos riscos.

Quanto aos tablets, Buckingham (2007) nos dá duas pistas para explicar o crescimento do uso dos aparelhos. Em primeiro lugar, o autor afirma que as tecnologias tendem a chegar primeiro às crianças (ou às suas famílias), por conta de estratégias mercadológicas (e, acrescentamos aqui, seguindo o mito dos “nativos digitais”) – “está claro que as crianças são consideradas por muitos dos que estão na indústria midiática como a ‘vanguarda’ da mudança – ou pelo menos que elas são *posicionadas* desse modo pelas operações do mercado” (BUCKINGHAM, 2007, p. 136). Em segundo, as famílias com crianças investem em tecnologia (quando têm rendimento para tanto, obviamente) como forma de tentar assegurar melhor formação dos meninos e meninas, já que os manejos dos novos aparatos técnicos são vistos como essenciais para galgar boas posições no futuro profissional e isso nem sempre está assegurado pelas atividades escolares. “A educação parece ser, portanto, o *trabalho* da infância e não se pode permitir que este se interrompa quanto as crianças saem da sala de aula” (BUCKINGHAM, 2007, p. 102). Os tablets, como propõe o investigador inglês, são vendidos pela indústria como artefatos de ponta e, para os mais novos, como aparelhos modernos que também podem ajudar em atividades educativas. Assim, as crianças de famílias com maior poder econômico são as primeiras a fazer uso desses aparelhos nos dois países, ainda que haja diferença em relação ao gênero (cujas razões não são abarcadas pelas pesquisas quantitativas aqui descritas).

No Brasil, o uso frequente da internet aumenta com a idade e com a condição socioeconômica.² Os dados da TIC Kids Online revelam que, no total da amostra, 63% dos respondentes disseram que acessam a internet todos ou quase todos os dias (um crescimento de 16 pontos percentuais sobre os números de 2012); cerca de metade entre os nove e dez anos (49%); perto de três quartos (74%) entre os que têm de 15 a 17 anos. Entre as crianças com maior rendimento, 77% acessam a internet todos ou quase todos os dias; nas de condições socioeconômicas mais baixas, o índice é de 32%. A pesquisa Net Children Go Mobile já não fez a pergunta sobre a frequência do uso, tomando como pressuposto o fato de as crianças europeias acessarem a internet várias vezes ao dia, o que aponta para a diferença socioeconômica entre os cenários de um país em desenvolvimento e outro já desenvolvido, ainda que em situação de crise econômica.

A fim apenas de traçar um paralelo entre os dois países, podemos descrever aqui os índices que tratam, em Portugal, do acesso diário em diferentes locais. O leitor pode observar que, nesse caso, em geral, também há um aumento do acesso com o passar da idade e com a melhoria no rendimento. No caso das crianças de nove a 12 anos, os valores são menores para o uso diário da internet em todos os locais (casa, quarto, escola e em outros lugares), sendo inclusive ausente no índice que mede o acesso em movimento. O mesmo acontece na comparação entre os estatutos socioeconômicos baixo e alto, com exceção da escola, em que os indicadores são iguais. Nesse caso, acreditamos que um quadro com todos os dados pode ajudar a entender melhor as diferenças:

Quadro 1: Portugal: Uso diário em diferentes locais, por sexo, idade e estatuto socioeconômico (ESE) (%)

	No quarto	Em casa, mas fora do quarto	Em qualquer lugar da casa	Na escola	Noutros locais	Em movimento
Meninos	49	61	80	12	6	3
Meninas	41	57	68	25	20	12
9-10	25	39	54	6	2	0
11-12	36	50	62	9	5	0
13-14	46	68	85	29	20	10
15-16	69	72	89	27	22	18
ESE baixo	39	56	70	19	13	7
ESE médio	57	60	80	17	14	4
ESE alto	68	70	88	19	15	11
Todos	45	57	74	19	13	8

Questão: Olhando para este cartão, diz-me por favor quantas vezes usas a internet (num computador, celular, smartphone ou noutro meio) nestes locais.

Base: Todas as crianças que usam a internet.

Fonte: Net Children Go Mobile, 2014.

Esses números poderiam minimizar as questões debatidas até aqui, mas, na verdade, chamam ainda mais a nossa atenção para o papel que a internet vem tomando no cotidiano das crianças. Essas desigualdades de uso e acesso podem contribuir não para minimizar as pressões trazidas pela rede, mas para aumentar a importância do acesso a informação, a bens culturais e a espaços de participação, de convivência e de entretenimento. O fato de que nem todas as crianças tenham acesso a internet de qualidade e com regularidade não diminui a influência da rede no mundo da infância, mas divide as crianças entre as que se veem alijadas da sociedade (pós-)moderna e as que têm condições para tomar as posições dianteiras.

Além disso, outro dado que chama a atenção é o lugar em que as crianças e jovens estão acessando a internet. E aqui cabe uma breve reflexão. Assim como também ocorreu com o rádio e a televisão, o computador foi deixando de ser um aparelho único na casa, compartilhado e controlado pelos pais, para ser algo cada vez menor, mais portátil, mais barato e, conseqüentemente, mais disseminado pela casa — passando a estar, inclusive, no quarto da criança. Além disso, outros aparelhos, como o telefone móvel e

os tablets, também cada vez mais pessoais (e essa posse chega às crianças), passaram a ser formas de acesso à internet:

Como os espaços de “fora” são vistos como cada vez mais arriscados para as crianças, a “casa” aparece como foco de sua segurança, identidade e lazer. Dentro dela, o quarto, e, portanto, a cultura de quarto, está se tornando um local central – tanto física quanto simbolicamente – do uso de meios de comunicação e da mediação da vida cotidiana (LIVINGSTONE, 2007, p. 303).

A afirmação de Livingstone, no entanto, deve ser relativizada, tanto no Brasil quanto em Portugal. Como vemos no quadro acima, segundo a pesquisa Net Children Go Mobile, 74% das crianças e jovens portugueses ouvidos acessam diariamente a internet “em qualquer lugar da casa, 45% dizem que o fazem no quarto e 57% afirmam que acessam a internet diariamente em casa, mas fora do quarto (as respostas não são excludentes, como a somatória dos números indica). No Brasil, enquanto em 2012 40% dos meninos ouvidos diziam usar a internet na sala ou em outro espaço coletivo da casa, em 2013, o número disparou para 68%. Mas o quarto também subiu, de 26% para 57%, o que indica que no Brasil talvez esteja vivendo simultaneamente a fase da “cultura do quarto” com a experiência da internet móvel³. Além disso, “com o aumento do uso da rede no interior dos domicílios, centros públicos de acesso pago à rede, como *lanhouses* e *cybercafes*, apresentaram um decréscimo significativo: passando de 35% em 2012 para 22% em 2013” (BARBOSA, 2014, p. 115). A escola decaiu levemente, de 42% para 37%. No entanto, dados que mostraremos a seguir demonstram o quanto ainda é preciso fazer para que os usos que as crianças e jovens fazem da internet, móvel ou não, sejam mais criativos e independentes.

ATIVIDADES: A COMUNICAÇÃO, O ENTRETENIMENTO E A INFORMAÇÃO

Tanto no Brasil quanto em Portugal, segundo dados das pesquisas TIC Kids Online 2013 (no primeiro caso) e Net Children Go Mobile (2014; no segundo), podemos afirmar que as atividades realizadas por crianças e adolescentes variam com a idade, numa “escada de oportunidades” (LIVINGSTONE; HELSPER, 2007): usos básicos, como ver vídeos, ouvir música, visitar redes sociais, jogos e pesquisas para trabalhos escolares, são os mais reportados enquanto as utilizações mais criativas e participativas da rede, como manter um blogue ou criar conteúdos, são menos referidos e, quando o são, é pelos que têm mais idade.

A investigação brasileira traz as tarefas realizadas em um mês pelas crianças e jovens entrevistados, de nove a 17 anos, e as ações diárias praticadas por entre os que têm de 11 a 17 anos. A justificativa para o fato de as crianças mais novas não terem sido ouvidas foram as “limitações de coleta desse indicador” entre esses usuários, o que indica alguma dificuldade dos entrevistadores para obter respostas dessas crianças, ao aplicarem o questionário (no método “face a face”). No entanto, os relatórios das duas investigações trazem as tarefas diárias realizadas pelos entrevistados, e é nesse quesito, então, que se podem comparar os dados – ainda que as atividades elencadas pelos questionários utilizados não sejam exatamente as mesmas.

No Brasil, 74% dos ouvidos dizem que, diariamente (ou quase), usam mensagens instantâneas, 63% acessam uma rede social, 45% jogam (inclusive com outras pessoas), 40% assistem a vídeos. Dezenove por cento afirmam usar a internet para fazer pesquisas escolares todos os dias e apenas 14% pagam por “downloads” de aplicativos e 10% compram pela internet.

Em Portugal, as atividades diárias mais populares são muito parecidas às dos internautas jovens brasileiros: ouvir música, ver vídeos e estar nas redes sociais foram reportadas por cerca de metade dos ouvidos, mas os números rondam os 30% no caso dos meninos e meninas entre nove e 12 anos, enquanto entre os que têm de 13 a 16 os índices são de cerca de 70% (a exceção são as garotas que disseram ver vídeos, com 57%)⁴. A utilização da internet para trabalhos escolares ronda os 21%, número parecido com o do Brasil.

Já em ações como publicar “fotos, vídeos ou música para partilhar com outros”⁵, ler ou ver notícias na internet e publicar “mensagem num *site* ou blogue”, a porcentagem, em Portugal, é de aproximadamente 10%, com números que nem chegam a isso entre os mais novos (com exceção de publicar uma mensagem, com 11% entre as meninas de nove a 12 anos). Nesse caso, é possível traçar algum paralelo com os dados brasileiros se utilizarmos os indicadores da TIC Kids Online que mostram as atividades realizadas pelas crianças em um mês⁶, já que essas ações não aparecem nos dados de frequência diária de atividades. Assim, no Brasil, 56% dos jovens entre nove e 17 anos que usam a internet colocaram/postaram fotos, vídeos ou músicas em redes sociais (o indicador mais parecido com o português, no sentido de indicar atividade de partilha) e 9% escreveram em um blog ou diário on-line. Esses números indicam, portanto, que parece haver uma “cultura transnacional” assente mais numa procura de estar em contato

com os outros e de seguir o que ‘todos seguem’ do que em tirar partido das potencialidades da rede para usos mais criativos e participativos” (PONTE; SIMÕES, 2013, p. 34). São poucos os jovens internautas que chegam aos degraus mais elevados na “escada de oportunidades”.

Um dado importante é o de que 34% das crianças ouvidas no Brasil relatam ler ou ver notícias na internet diariamente, enquanto somente 10% o fazem em Portugal (neste último caso, há dados divididos por idade e gênero – 6% dos meninos entre 9 e 12 anos; 8% das meninas com os mesmos anos; 16% dos garotos entre 13 e 16 anos e 10% no caso das meninas com essa faixa etária). Aqui, é importante ressaltar que não se sabe o que as crianças entendem por notícias – se textos jornalísticos no formato tradicional ou se notas com fatos curiosos ou mesmo boatos que circulam pelas redes sociais, mas o fato é que mais brasileiros dizem acompanhar as notícias online do que portugueses. Tendo em vista isso, destaca-se que os respondentes brasileiros afirmam fazer mais uso diário das redes sociais do que seus pares europeus (63% contra 50%), o que talvez possa explicar a diferença no contato com as notícias. Por outro lado, a investigação portuguesa traz os dados dos que têm entre nove e 16 anos; enquanto a pesquisa do Brasil não reporta as respostas dos mais novos, com nove e dez, e isso pode interferir nos resultados: afinal, entre os mais novos (nove a 12), os números portugueses são de 28% (meninos) e 24% (meninas); nos que têm entre 13 e 16 anos, os índices sobem, respectivamente, para 68% e 71%. De todo modo, fica aqui uma possível hipótese para explicar a diferença observada.

Em relação a redes sociais, aliás, as crianças e jovens dos dois países que têm um perfil compartilham o Facebook como a principal página visitada: 77% entre os brasileiros e 97% no caso dos portugueses. O crescimento em relação a pesquisas anteriores é visível: 61% era o número brasileiro em 2012 e cerca de 50% era o português, em 2010. Nesses anos, o Orkut ainda tinha popularidade entre os brasileiros, e o Hi5 fazia algum sucesso em Portugal.

As pesquisas mais recentes nos dois países mostram também diferenças que derivam da situação socioeconômica dos dois países. Ainda que Portugal esteja passando por uma importante crise em sua economia, a nação europeia continua à frente do Brasil em quesitos como distribuição de renda e acesso a escolaridade. Assim, no país latino-americano, as crianças das classes de maior rendimento estavam mais presentes nas redes sociais do que as de estatuto socioeconômico mais baixo, mesmo que a diferença

entre esses dois extratos venha diminuindo ao longo do tempo: “86% das crianças e dos adolescentes das classes AB declararam possuir perfil em redes sociais contra 67% daqueles das classes DE [...] enquanto em 2012, 49% dos usuários de Internet [das] classes DE possuíam perfil em redes sociais, essa proporção atingiu os 67% em 2013” (BARBOSA, 2014, p. 123). Em Portugal, “as diferenças socioeconômicas são [...] pouco pronunciadas, revelando a tendência para ser mais comum possuir um perfil numa rede social entre internautas oriundos de famílias de ESE alto (81% contra 75%, tanto para ESE baixo como médio)” (SIMÕES ET AL, 2014, p. 17).

Os dois levantamentos nacionais analisados mostram que, apesar do crescimento no uso dos aparelhos móveis, não há um aumento nas habilidades reportadas pelos garotos e garotas. Em outras palavras, sabemos que, quanto mais uso a criança faz das tecnologias móveis, melhor ela as utiliza (mais oportunidades de desenvolver competências aparecem). Porém, o domínio crescente desses aparatos ainda não significa usos mais criativos: os meninos e meninas se comunicam (sobretudo entre os pares) e se entretêm com as novas tecnologias, mas produzem pouco conteúdo original.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, procuramos desenhar os mapas das diversas culturas digitais de meninos e meninas, em Portugal e no Brasil. Usamos o termo no plural porque entendemos que os acessos das crianças às tecnologias do online e os usos que fazem delas são diferentes de acordo com o estatuto socioeconômico dos meninos e das meninas (o que implica diferenças também em relação aos níveis de desigualdade social dos países em que elas vivem). Porém, para além do fato de que a utilização da internet está mais bem distribuída pelas crianças portuguesas do que pelas brasileiras e de que a nação da América do Sul apresenta um salto da conexão fixa para a móvel, sem passar pelos portáteis, pode-se afirmar que há uma cultura digital relativamente comum aos dois países, no sentido de que cresce em ambos o uso dos media individualizados, com acesso à internet, como celulares e tablets.

Nesse sentido, entende-se que, no Brasil, o desafio maior talvez não seja a posse dos aparelhos que conectam à rede (ainda que não sejam individualizados), mas sim as condições de uso: lembremos que, entre os mais ricos, 77% acessam a internet todos ou quase todos os dias e, entre os mais pobres, o número desce para 32%. Em Portugal, esse quadro parece estar mais bem resolvido, e o que se destaca é um problema de um

nível a seguir, já que a posse individual dos meios ainda é algo menos comum entre os de menor rendimento, o que poderia favorecer um uso mais qualificado.

Mas, ainda que o acesso à rede em qualquer lugar tenha aumentado, as crianças, tanto no Brasil quanto em Portugal, continuam a fazer usos dos aparelhos tecnológicos para comunicação e entretenimento, tirando pouco proveito deles para exporem suas ideias além de seu círculo social. Buckingham explica esse cenário afirmando que, além do aumento da possibilidade de um acesso privado e individual (conforme observamos neste trabalho), são necessários investimentos educacionais, em que “as crianças aprendem a analisar representações, a participar em debates com as suas próprias visões sobre o que é ou não realista, ou positivo” (BUCKINGHAM, 2009, p. 22). A tese do professor britânico de que uma nova educação é essencial para a criança fazer um uso competente dos canais digitais alinha-se à fala de Livingstone (2009, p. 11) de que a individualização dos media traz “pressões e constrangimentos” às crianças e que esse processo, por meio do qual os pequenos podem ganhar força na sociedade, é também “cheio de riscos”, porque a vida passa a ser construída “em um contexto de perda de certezas tradicionais, crescentes desigualdades, inseguranças e uma tendência a culpar o indivíduo quando as coisas dão errado” (LIVINGSTONE, 2009, p. 13).

Para estudos futuros, sugere-se o cruzamento dos dados quantitativos com pesquisas qualitativas, em que as crianças possam explicar melhor os desafios que elas enfrentam em sua experiência digital. Por que elas criam pouco conteúdo original? Que estímulos seriam importantes para que isso acontecesse? Que importância elas dão para que suas vozes sejam ouvidas no espaço público da rede? Essas são algumas perguntas que este trabalho instiga a responder.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, A. F. (Coord.) **TIC Kids Online Brasil 2013: pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil**. São Paulo: CGI.br, 2014.

BUCKINGHAM, D. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo: Loyola, 2007.

BUCKINGHAM, D. “O direito das crianças para os media”. In: PONTE, C. (Org.). **Crianças e jovens em notícia**. Lisboa: Livros Horizonte, 2009.

CARDOSO G.; MENDONÇA S. (Coord.). **A internet em Portugal: sociedade em rede 2014**. Lisboa: Obercom, 2014.

EU KIDS ONLINE. **Findings, methods, recommendations**. London: LSE, 2014.

LIVINGSTONE, S. "Changing childhood, changing media". In: **Children and the internet**. Cambridge: Polity, 2009.

LIVINGSTONE, S. "From family television to bedroom culture: young people's media at home". In: DEVEREUX, E. (Ed.). **Media studies: key issues and debates**. London: Sage, 2007.

LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. J. "Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide". **New Media & Society**, Chicago, 9, 2007.

PERROTTI, E. "A cultura das ruas". In: PACHECO, E. **Comunicação, educação e arte na cultura infanto-juvenil**. São Paulo: Loyola, 1991.

PONTE, C. "Acessos, usos e competências. Resultados nacionais do inquério *EU Kids Online*". In: PONTE, C. et al (Org.). **Crianças e internet em Portugal**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2012.

PONTE, C. "Brasil, Portugal, Europa: gênero e acesso móvel à internet por crianças e adolescentes". In: BARBOSA, A. F. (Coord.). **TIC Kids Online Brasil 2013: pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil**. São Paulo: CGI.br, 2014.

PONTE, C. **Crianças em notícia: a construção da infância pelo discurso jornalístico (1970-2000)**. Lisboa: ICS/Imprensa de Ciências Sociais, 2005.

PONTE, C.; SIMÕES, J. A. "Comparando resultados sobre acesso e usos da internet: Brasil, Portugal e Europa". In: BARBOSA, A. F. (Coord.). **TIC Kids Online Brasil 2012: pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil**. São Paulo: CGI.br, 2013.

SIMÕES, J. A.; PONTE, C.; FERREIRA, E.; DORETTO, J. AZEVEDO, C. **Net Children Go Mobile - Crianças e meios digitais móveis em Portugal: resultados nacionais do projeto**. Lisboa: FCT, 2014.

NOTAS

1. A TIC Kids Online não mede a posse, apenas o acesso das crianças e jovens aos aparelhos. E a esses dado que nos referimos. Além disso, a pesquisa não investiga sobre smartphones, apenas celulares. Como vimos, a diferença no uso da internet no celular é de 14% entre os mais ricos e os mais pobres. No caso dos tablets, o número vai a 31%.
2. O primeiro acesso, em Portugal, ocorre com cerca de oito anos. No Brasil, metade dos ouvidos diz ter tido o primeiro acesso entre sete e dez anos e em 38% dos casos isso aconteceu com 11 anos.
3. Em Portugal, a cultura do quarto parece dar lugar a um uso mais espalhado pela casa. Dados da pesquisa qualitativa do projeto Net Children Go Mobile em Portugal – que entrevistou 12 crianças e realizou quatro grupos de foco com crianças entre nove e 16 anos – mostram que esse movimento para fora do quarto pode dever-se à pressão dos pais para que as crianças fiquem mais com a família, e não apenas em espaços privativos

(em geral, divertindo-se ou entretendo-se com seus aparelhos móveis de acesso à rede). O que se observa nos discursos dos garotos e garotas ouvidos é que, ainda que estejam em espaços compartilhados, as crianças continuam a usar esses aparatos para as atividades que fariam em seus quartos porque as pequenas telas garantem mais privacidade. Além disso, tendem a protegerem suas ações online de olhares curiosos dos pais e irmãos o máximo que podem.

4. No Brasil, esses dados, divididos por idade e gênero, não foram encontrados no relatório da pesquisa TIC Kids Online.
5. Entende-se aqui que o fazem sobretudo numa rede social, apesar de a pesquisa portuguesa não vincular as atividades a uma plataforma específica.
6. A pesquisa perguntava as atividades realizadas pelos respondentes no mês anterior à data da entrevista, realizada por meio de questionário.

Artigo recebido: 05 de março de 2015

Artigo aceito: 15 de abril de 2015