



## **Para mais da metade dos pais, crianças sabem mais ou o mesmo sobre o mundo digital**

TNS divulga pesquisa sobre hábitos e atitudes das crianças na Internet

**São Paulo, 20 de Dezembro de 2011:** A TNS, líder mundial em pesquisa ad-hoc, divulgou hoje os resultados da pesquisa "Crianças e o Mundo Digital", que investigou o comportamento das crianças brasileiras na Internet.

Em um cenário em que cada vez mais lares brasileiros possuem acesso à Internet, a TNS investigou como a geração que já nasceu conectada se relaciona no ambiente online e como pais e mães se comportam, seja acompanhando de perto que os filhos fazem online, seja simplesmente proibindo certas atividades.

O estudo foi realizado com 600 pais e mães de crianças de seis a doze anos em seis metrópoles brasileiras e abordou temas como: atividades realizadas online; acesso as redes sociais; controle dos pais sobre o uso da Internet e influência dos filhos nas decisões de compra da família.

### **Quem sabe mais?**

O envolvimento da nova geração com o mundo digital é evidente. 30% dos pais declaram que os filhos sabem mais do que eles sobre assuntos que envolvem Internet e tecnologia, enquanto para 23%, o nível de conhecimento das crianças é igual ao dos pais.

Outro dado significativo está relacionado à diferença de conhecimento entre pais e mães. 67% dos homens declararam saber mais do que os filhos, enquanto apenas 36% das mães disseram saber mais.

### **Playground virtual**

O estudo identificou quais são as atividades mais realizadas pelas crianças na Internet. Jogar games online (94%), pesquisas para tarefas escolares (80%) e navegar nas redes sociais (60%) são as atividades mais populares.

Apesar de não ter as crianças como público-alvo, as redes sociais são um dos principais destinos de acesso desse segmento. O estudo revela que as crianças dedicam 70% do tempo online para as redes sociais, em uma média de 11 horas por semana.

As crianças utilizam as redes sociais principalmente para se comunicar com os amigos: trocar mensagens e visitar páginas de perfil. Além disso, desempenham as mesmas atividades realizadas na Internet em geral. Para Juliana Honda, gerente de atendimento da TNS Research International: "Isso mostra que as redes sociais já são vistas como uma extensão da Internet, as crianças não fazem uma diferenciação das redes sociais para outros ambientes virtuais, simplesmente buscam intuitivamente o caminho mais prático".



## Controle dos pais

Para entender de que forma os pais controlam as crianças na Internet, a pesquisa investigou ainda quais atividades online os pais monitoram ou proíbem. As atividades mais monitoradas são o acesso às redes sociais, mensagens instantâneas e e-mail, com 53%, 52% e 46%, respectivamente. Segundo Juliana Honda "os pais mostraram preocupação em acompanhar de perto justamente as atividades que envolvem um contato das crianças com desconhecidos. Isso é natural, considerando os riscos presentes no ambiente online."

Em relação à proibição, compras online (68%), a busca de informações para a compra (36%) e as redes sociais (23%) são as atividades que mais preocupam os pais. Enquanto dois terços dos entrevistados proíbem compras online e atividades relacionadas, apenas um terço utiliza mecanismos para a restrição de conteúdos impróprios. "Esse é um comportamento paradoxal: na prática, a preocupação acerca de prejuízos financeiros é maior do que em relação à exposição de conteúdos impróprios e outros riscos do mundo digital", completou a executiva da TNS.

---

\*A pesquisa "Crianças e o Mundo Digital" na íntegra está disponível no site: [www.tnsglobal.com.br](http://www.tnsglobal.com.br)

## Sobre a TNS

A TNS é especializada em desenvolver estratégias de crescimento para seus clientes, que abrangem: atuação em novos mercados; migração de marcas pelos consumidores e stakeholder management, baseada em sua vasta expertise e em soluções de pesquisa reconhecidas mundialmente. Com presença em mais de 80 países, a TNS entrevista mais consumidores do que qualquer outra empresa no mercado, estando apta a investigar comportamentos e atitudes de consumidores de todas as culturas, classes econômicas e regiões do mundo.

A TNS é parte do Kantar, um dos maiores grupos de insights, informação e consultoria do mundo. Visite: [www.tnsglobal.com.br](http://www.tnsglobal.com.br)

## Sobre o Kantar

O Kantar é uma das maiores redes de pesquisa de mercado, insight e consultoria do mundo. Com a união de talentos de suas 13 empresas especialistas – o grupo tem a missão de se tornar o maior provedor de insights para a comunidade global de negócios.

Seus 28.500 colaboradores atuam em 100 países, oferecendo um amplo escopo de serviços de pesquisa de mercado e consultoria, o que permite o grupo oferecer aos seus clientes insights de negócio em todos os pontos do ciclo do consumidor. O Kantar oferece seus serviços para mais da metade da lista Top 500 da revista Fortune.

Visite: [www.kantar.com](http://www.kantar.com)

## Para mais informações, entre em contato:

Fabrcio Fudissaku: (11) 3066-6447 – [fabricao.fudissaku@tnsglobal.com](mailto:fabricao.fudissaku@tnsglobal.com)