As crianças e a internet: navegando pelo mundo virtual

Patrícia Bieging
Mestre | Universidade Federal de Santa Catarina
patricia.big@hotmail.com

Resumo

Este artigo aborda especialmente as práticas de consumo da rede www por crianças. Sabe-se que as crianças interagem com os textos da mídia a partir da sua cultura e seus costumes e que elas também são produtoras das mensagens, atribuindo novos significados e empregando-os de formas diferentes. Com isso, este artigo evidencia as práticas de consumo das crianças com relação à rede www e mostra como elas participam deste espaço.

Palavras-chave

Internet, práticas de consumo, criança.

1 Introdução

Este artigo tem como objetivo principal abordar especialmente as práticas de consumo da rede www – world wide web – por crianças. Partimos de um questionário sobre práticas culturais e de consumo de mídias do grupo de pesquisa em que participo, o Núcleo Infância, Comunicação e Arte (NICA) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em que são elaboradas perguntas abertas e de múltipla escolha.

Participaram da pesquisa 13 meninos e 11 meninas, com faixa etária entre 9 e 12 anos, de contextos sociais diferentes da região da Grande Florianópolis (SC). Sendo: estudantes de uma escola pública municipal, uma escola pública estadual, uma escola particular tradicional e uma escola particular de pedagogia Waldorf. Consideramos que as crianças interagem com os textos dos meios de comunicação a partir da sua cultura e seus costumes, ressignificando-os, e que elas também são produtoras das mensagens, atribuindo novos significados e empregando-os de formas diferentes. Com isso, buscamos verificar quais as práticas de consumo das crianças com relação à rede www; o que pesquisam; com

qual intensidade; o que esperam ver na rede; quais suas páginas mais acessadas; se estão presentes nas redes sociais e como participam deste espaço, entre outras questões que foram surgindo no decorrer da entrevista.

Este trabalho apoia-se nos Estudos Culturais, buscando nas falas e nas práticas das crianças respostas para o objetivo proposto, buscando entender as relações estabelecidas através do contato com os conteúdos da internet. Consideramos que a cultura das mídias colabora muito, e de forma complexa, com a constituição de modos de pensar e agir, tanto no sentido da serialização e da padronização do cotidiano, como eventualmente abrindo espaços para processos alternativos de formação de identidade.

2 A cultura das mídias e as crianças

A partir dos anos 1980 começaram a surgir novas formas de consumo, consumo não somente de bens materiais, mas também de bens simbólicos. Nesse processo de desenvolvimento da indústria do consumo, as crianças passaram a ser consideradas consumidoras ativas e com isso as ferramentas de marketing foram ampliadas, buscando atingir este público. Os anos 1980 também foram marcados pela abertura deste novo segmento de consumidores na França, onde naquela década o mercado se consolidou, gerando a produção de produtos direcionados ao público infantil, não somente ligados aos brinquedos, mas também ao consumo em família (CAPPARELLI, 1997).

Buckingham (2007) nos ajuda a pensar sobre a relação das crianças com as mídias. Em sua pesquisa, ele apresenta duas vertentes de estudos de consumo midiático por crianças. Por um lado, a relação da criança com os discursos da mídia é vista por alguns autores, como é o caso de Neil Postman, de forma negativa e influente, na qual a criança é considerada receptora passiva, uma vítima dos processos, onde sua inocência é roubada, são controladas e manipuladas. Essa visão da mídia como manipuladora já era frequente no século passado, quando pesquisadores acusavam primeiramente o cinema e depois a televisão de alienar a população.

> Nos Estados Unidos, nos anos trinta do século passado, havia uma grande inquietação: imaginava-se que o cinema estimulava a violência e a delinquência juvenil. Depois, passou-se a fazer a mesma acusação contra a televisão. Enfim, uma concepção totalmente vulgar do marxismo, embora sustentada por autores importantes como Marcuse, defendeu que a mídia favorecia a alienação de trabalhadores, impedindo-os de tomar consciência dos seus próprios problemas. No Brasil mesmo, muitos intelectuais ainda pensam que o futebol é o "ópio do povo" e aliena os torcedores. As coisas são simplesmente mais complexas.

> Quando falta essa consciência o responsável não é o futebol, mas certamente a situação política, social e educacional do país. Ver telenovelas não impede de ter consciência política e de contestar as injustiças sociais. (MORIN, 2004, p. 13)

Por outro lado, uma visão super otimista apresenta a mídia como capaz de oferecer à criança novas formas de ver o mundo: "[...] longe de como vítimas passivas das mídias, as crianças passam a ser vistas como dotadas de uma forma poderosa de 'alfabetização midiática', uma sabedoria natural espontânea de certo modo negada aos adultos" (Buckingham, 2007, p. 65).

Porém, alguns estudos relacionados ao consumismo passaram a fazer uma análise diferenciada deste processo. A aquisição e o uso de produtos começaram a ser vistos como parte da construção das nossas relações com o mundo e com o nosso próprio grupo, tornando-se, desta forma, uma espécie de "identidade social". "Nessa perspectiva, a 'cultura de consumo' pode ser considerada uma característica presente em todas as sociedades" (BUCKINHAM, 2007, p. 236). Com isso, os consumidores passaram a ter mais autonomia e liberdade, tendo espaço para deixarem a sua identidade personalizada, abrindo um espaço ainda maior para a inovação e a diversidade.

Considerando toda essa dinâmica da indústria cultural, Fantin (2008), nos explica que precisamos pensar as crianças como produtoras de cultura, ou seja, ao mesmo tempo em que elas recebem estes conteúdos, também produzem e recriam com seus próprios significados. Segundo a pesquisadora, este processo "implica pensar que a criança também é criadora de cultura, e pode intervir em todo o processo cultural" (2008, p. 149). Isso nos faz perceber que, desde pequenas, as crianças sabem o que desejam, e precisa partir do adulto esta mediação, na tentativa de orientá-las no desenvolvimento do seu potencial criativo e crítico, com relação aos produtos oferecidos pela cultura da mídia.

3 Crianças: usos e consumos de mídias

Neste tópico buscamos apresentar a relação das crianças aqui pesquisadas com as variadas mídias. São dados que mostram os principais meios de comunicação utilizados por elas no dia-a-dia. Apesar de estudarmos neste trabalho as práticas de consumo da rede www, faz-se necessário evidenciar em que nível o mundo virtual se encontra em relação às demais mídias entre as crianças participantes.

Assim, na tabela a seguir apresentamos dados com relação aos equipamentos de mídia que cada criança participante possui em casa.

Equipamentos de mídia	Escolas Públicas		Escolas Particulares	
	Absoluto	%	Absoluto	%
Aparelho de CD (som)	2	17%	8	62%
Computador*	11	92%	17	100%
DVD	11	92%	13	100%
Internet	8	67%	13	100%
iPod	-	-	4	31%
MP3 ou MP4	-	-	1	8%
Notebook*	1	8%	19	100%
Rádio	4	33%	-	-
Telefone fixo	7	58%	10	77%
Telefone celular	12	100%	12	92%
Televisão**	23	100%	31	100%
TV por assinatura	1	8%	10	77%
Vídeo cassete	4	33%	5	38%
Videogame	8	67%	7	54%

Tabela 1: Equipamentos de mídia nas casas das crianças pesquisadas.

*Na relação acima, temos que ressaltar que uma criança da escola pública municipal não possui computador em casa, porém acessa a internet em uma *lan house*. Neste número, uma das crianças possui dois computadores, o que justifica o dado apresentado. Apenas uma criança das escolas públicas possui notebook em casa. Com relação aos colégios particulares, todas as crianças possuem computadores em casa, porém quatro delas possuem três e dois aparelhos, respectivamente. No item notebook, apenas duas crianças não os têm, mas quatro delas contam com três notebooks cada.

**No item televisão, todas as crianças das escolas públicas possuem algum aparelho em casa, porém uma das crianças possui oito, e duas delas quatro e dois aparelhos, respectivamente. Nas escolas particulares, todas as crianças possuem aparelho de televisão. Do total de 31 aparelhos, temos a média de dois equipamentos por casa, mas este número

não é distribuído tão uniformemente. Deste total temos: três crianças com quatro TVs; duas crianças com três; cinco crianças com duas; e três crianças com uma TV cada.

Apesar de termos crianças de contextos sociais diferentes, percebemos que os acessos aos equipamentos ou às mídias são relativamente parecidos. A média de aparelhos de televisão por residência é de dois, tanto na casa das crianças das escolas públicas quanto das particulares, e apenas uma criança não possui aparelho de DVD. Nas casas da maioria das crianças das escolas públicas a TV fica na sala de estar, enquanto nas casas das crianças das escolas particulares o aparelho é disposto também nos quartos dos adultos e das próprias crianças.

Quando questionei sobre as atividades que mais gostavam de fazer, pedi que as enumerassem em nível de importância. As escalas de 1º ao 5º lugares mostram as citações das atividades e sua importância para as crianças. Os percentuais das escolas públicas referem-se às respostas de 11 crianças e os percentuais das escolas particulares foram calculados a partir das respostas de 13 crianças. Nesta etapa, cada criança poderia citar a ordem e a quantidade de atividades que desejasse.

Escalas	Assistir TV		Acessar internet		Jogar videogame		Assistir filmes		Ouvir músicas		Ler	
	Pub[1]	Part[2]	Pub	Part	Pub	Part	Pub	Part	Pub	Part	Pub	Part
1º	18%	15%	82%	46%	-	-	-	-	-	-	-	38%
2º	82%	31%	-	8%	-	46%	-	-	-	-	-	15%
3º	-	54%	-	-	64%	15%	27%	-	9%	38%	-	-
4º	-	-	-	46%	-	-	45%	8%	-	-	-	-
5º	-	-	-	-	-	-	-	46%	-	-	-	-

[1] Pub: refere-se às respostas das crianças de escolas públicas;

[2] Part: refere-se às respostas das crianças de escolas particulares.

Total	100 %	100 %	82%	100 %	64%	61%	72%	54%	9%	38%	-	53%

Tabela 2: Crianças citam suas preferências

Percebe-se na tabela que, tanto nas escolas públicas quanto nas particulares, o maior interesse das crianças é acessar a internet, seguido de assistir televisão pelas crianças da escola pública e de ler pelas crianças das escolas particulares. Em segundo lugar, as crianças de escolas públicas citam ver televisão como sua atividade favorita (82%), enquanto as de escolas particulares citam jogar videogame (46%). Considerando o ato de acessar a internet, a tabela acima apresenta em primeiro lugar uma grande diferença quanto às atividades preferidas pelas crianças das escolas públicas (82%) e das particulares (46%). O ato de assistir televisão, nas escolas públicas, ainda está no topo das atividades preferidas.

Algumas crianças de escolas particulares citaram a leitura como sua atividade favorita (38%), enquanto nenhuma criança da escola pública citou o gosto pela leitura ou mesmo que estivessem lendo algum livro ou revista. Entre os livros que as crianças estavam lendo no momento da pesquisa estão: *Harry Potter e o Enigma do Príncipe*, *Harry Potter e a Pedra Filosofal*, *Percy Jackson e o Ladrão de Raios*, *Sherlock Holmes*, *Eclipse*, *Crepúsculo*, *A Montanha Encantada*, *10 coisas que uma garota deve saber* e *As Chaves do Reino*.

Em terceiro lugar, 38% das crianças das escolas particulares citaram que ouvir música está entre as suas preferências. Com relação às escolas públicas, 8% citaram esta preferência. As bandas ou artistas mais citados foram: *Restart*, *Cine*, *NX Zero*, *Strike*, *Hori*, *Miley Cyrus*, *Hannah Montana*, *Vanessa Hudgens*, *Jonas Brothers*, *Justin Bieber*, *Katy Perry*, *Black Eyed Peas*, *Selena Gomez*, *Demy Lovato* e *Ana Margareth*.

As referências aos filmes foram citadas pelas crianças nos 3º, 4º e 5º lugares. Somados temos 75% das crianças de escolas públicas que comentaram gostar de assistir filmes, principalmente os da *Sessão da Tarde*, veiculados pela Rede Globo.

Apesar do número de equipamentos serem diferentes nas casas das crianças de escolas públicas e particulares, evidenciou-se que elas possuem acesso aos mesmos equipamentos. Mesmo observando que o acesso à internet nas casas das crianças das escolas públicas não seja total, elas revelaram que possuem formas alternativas de estar conectadas ao mundo virtual.

4 WWW: as crianças falam sobre suas práticas na rede

As entrevistas desta pesquisa foram realizadas entre os meses de maio a dezembro de 2010, de forma individual. Como existem perguntas abertas, alguns dos itens ultrapassam o número de crianças pesquisadas, pois elas tinham a liberdade de relacionar quantas respostas desejassem. Os dados, quando quantificáveis, são apresentados em números absolutos e em percentuais. Com o objetivo de saber o que as crianças andam pesquisando e acessando na internet, realizamos perguntas como: o que você pesquisa ou acessa na internet? Acessa a internet todos os dias? Quantas vezes? Quais as páginas que você mais acessa? Quais as redes sociais que você usa? Porque você acessa a internet? O que é legal na internet? O que não é legal na internet?

A partir destas questões consideramos que foi possível traçar um histórico das práticas de consumo na internet por crianças. Salientamos que as práticas culturais e de consumo das mídias aqui apresentadas foram estudadas a partir de uma determinada comunidade e/ou região, e consideradas a partir do contexto de cada uma delas. Desta forma, os números apresentados correspondem a um recorte específico de período e região, não sendo possível a sua generalização.

Primeiramente buscamos saber o que as crianças pesquisam na internet e quais as páginas que costumam acessar. Este item também nos revelou, especialmente, em quais redes sociais as crianças estão presentes. Neste item, elas puderam relacionar quantas páginas desejassem.

O que as crianças pesquisam ou acessam na internet?	Escolas Públicas 11 crianças		Escolas Particulares 13 crianças	
	Absoluto	%	Absoluto	%
E-mail	-	-	1	8
Facebook	2	18	3	23
Filmes	2	18	2	15
Formspring	-	-	2	15

Jogos	3	27	1	8
Lojas virtuais	-	-	1	8
MSN	6	55	5	38
Orkut	9	82	7	54
Trabalho de escola	9	82	9	69
Tumblr	-	-	1	8
Twitter	-	-	2	15
Youtube	9	82	8	62

Tabela 3: Pesquisas e acessos das crianças às páginas da internet.

Com uma rápida olhada na tabela podemos notar que as redes sociais são as páginas mais relacionadas pelas crianças quando o assunto é a internet. Nota-se que os maiores índices de acessos são o *Orkut* e o *Facebook*. Apesar de estas redes exigirem que os usuários sejam maiores de 18 anos, percebe-se que em grande parte os usuários são crianças. Questionadas sobre isso, elas garantem ter responsabilidade sobre as informações dispostas por elas nestes espaços e também com relação aos conteúdos acessados. Os pais afirmam estarem presentes nestas redes de forma a monitorar seus filhos/as e, além disso, garantem que essa é uma forma eficaz de saber o que e com quem as crianças estão interagindo.

Os dados também revelam que as crianças das escolas particulares participam de forma um pouco mais ampliada da internet, acessando e-mail e participando de outras redes sociais não tão famosas quando o *Orkut* e o *Facebook*. Isso é interessante, considerando que apenas uma das crianças pesquisadas nas escolas públicas utiliza-se de *lan houses*, e as demais possuem acesso ilimitado à internet em suas casas. Porém, quando a internet é usada para a realização de trabalhos da escola, as crianças das escolas públicas procuram mais os sites de buscas para ajudá-las nas tarefas. Essa diferença se dá pois algumas das crianças participantes que estudam na escola praticante da pedagogia *Waldorf* são incentivadas a procurar por livros na biblioteca da escola ou em outras fontes.

O *Youtube* é uma das páginas mais acessadas pelas crianças pesquisadas, estando entre 82% das preferências das crianças das escolas públicas e 62% das de escolas privadas, este último perdendo apenas para os acessos relacionados aos trabalhos escolares (69%). Entre os conteúdos mais buscados pelas crianças estão os shows de suas bandas de música preferidas, vídeoclipes e demais vídeos que consideram engraçados.

Através do *Orkut* e do *Facebook* as crianças se comunicam com os seus amigos/as, mandam recados, criam depoimentos e declarações de amor entre si, postam fotografias e as comentam, e participam dos jogos dispostos por estes meios. Além disso, postam imagens e vídeos de seus ídolos, e participam de comunidades como:

As meninas: "amigas para sempre", "eu adoro chocolate", "eu não mato aula – ela que me mata", "*Lua Nova*", "*Taylor Lautner*", "eu amo filmes da *Disney*", "nós amamos maquiagem" e muitas outras comunidades. Os meninos participam de comunidades como: "orgulho de ser avaiano", "eu gosto de jogar futebol", "eu adoro falar besteira", "amigo é o que chega na voadora", "minha sala só tem louco", "todo *Pokémon* evolui", "eu odeio gente burra", "Brasil Rumo ao Hexa", "eu amo o meu time", "eu adoro zoar", "eu amo chocolate", "chocolate", entre outras. Tanto as comunidades dos meninos quanto as das meninas parecem expressar um pouco das características, das vontades e das preferências de cada um.

Com relação aos depoimentos postados pelas crianças e seus/uas amigos/as na rede social do *Orkut*, podemos ter uma ideia das trocas realizadas neste espaço a partir dos exemplos originais abaixo:

> Estou sendo sincera viu?
> Nunca mais quero te ver
> Nunca vou dizer que
> Te adoro
> Realmente eu
> Não gosto de você
> Nunca pense que eu
> Serei legal com você
> Obs. Houve um erro grave, por isso leia de baixo para cima.
> Eu te amo mt... ♥ (Depoimento postado de menina para menina)

> aaaaaaamiga, como você esta para existir, quero que saibas que vais sempre estar aqui.. ♥ por que amiga como você não existe nenhuma, igual és unica.teamo. (Depoimento postado de menina para menina)

> Tu é altos garoto muitooooooooooooo zuador é legal mas po as vezes tu exagera ne po e de olhos vermelhos de pelo branquinho kd o chinelo ronaldo peitinho pode apaga c vc querer mas o importanta é q vc leu flwflwflwflwflwflwflwflwflw (Depoimento postado de menino para menino)

> Menino: Melhor amigooo (Depoimento postado de menino para menino)

Percebemos que apesar da forma de os meninos de expressarem ser um pouco mais contida do que as meninas, ainda sim estes sentem a necessidade de exteriorizar os seus sentimentos com relação aos melhores amigos.

Dando sequência a esta pesquisa, a tabela abaixo traz informações quanto à frequência de acesso à internet pelas crianças aqui pesquisadas.

Frequência de acesso à internet	Escolas Públicas 11 crianças		Escolas Particulares 13 crianças	
	Absoluto	%	Absoluto	%
Raramente	1	9	-	-
1 vez na semana ou menos	1	9	4	31
Mais de uma vez na semana	2	18	3	23
2 vezes ao dia	-	-	1	8
Mais de 3 vezes ao dia	7	64	5	38

Tabela 4: Acessos à internet.

Os números nos mostram que grande parte das crianças estudantes das escolas públicas acessa a internet todos os dias e mais de uma vez. A diferença com relação ao número de crianças das escolas particulares quanto ao acesso dá-se pois as crianças das escolas de pedagogia *Waldorf* têm acesso limitado ou mesmo dias específicos para utilizar a internet. Porém, as crianças estudantes das escolas particulares tradicionais possuem acesso irrestrito.

Também questionamos às crianças os motivos pelos quais elas acessavam a internet. Segundo algumas delas: "porque, como minha mãe me falou uma vez, meus amigos estão todos dentro dela" (menina, 12 anos); "porque é uma fonte inesgotável de informações, e nela posso pesquisar sobre o que quiser" (menina, 12 anos); "porque você pode falar com seus amigos, etc..." (menino, 11 anos); "porque é a melhor coisa que tem para fazer" (menino, 10 anos). Estas falas conseguem expressar grande parte das opiniões das crianças participantes desta pesquisa. Percebemos que o primeiro motivo que leva as crianças à rede www está diretamente relacionado aos amigos/as. Depois disso, a internet também é usada para as pesquisas de colégio e outras atividades. Porém, desde o início da nossa abordagem ficou claro que o fator agregador da internet é realmente a questão do relacionamento. O

estar presente neste meio significa ser visto e reconhecido, significa poder participar ativamente de um espaço que parece, para muitas delas, uma espécie de sala de estar das suas casas. As crianças também salientaram que a internet os ajuda a conhecer novas pessoas e a fazer novas amizades. Para um menino (10 anos), a rede possibilita "poder falar com quem você quiser, quando quiser, a mensagem chega no mesmo momento em que você manda".

Apesar de a rede www possibilitar às crianças novas experiências, conhecer novas pessoas, facilitar a comunicação entre os/as amigos/as, estar conectado com o mundo sem sair de casa, percebemos também que elas têm noção de que a internet pode disponibilizar experiências ruins. Quando questionadas sobre o que é ruim na internet, as crianças responderam o seguinte: "pessoas que ficam falando besteira, que se passam por outras pessoas" (menina, 9 anos); "*hakers*, *bullying* virtual, esse tipo de coisa" (menina 10 anos); "o que não é legal na internet é que várias pessoas usam ela para sequestro de pessoas" (menina 12 anos); "as sacanagens" (menino, 11 anos). A violência, seja verbal ou em último caso o sequestro, como disse uma das meninas, está entre as principais preocupações das crianças pesquisadas sobre os possíveis perigos da internet. Apesar de as crianças comentarem que nunca conheceram alguma pessoa que tenha sofrido violência física ou até mesmo que tenham sido sequestradas em decorrência de relacionamentos na internet, nota-se uma grande ênfase nos discursos. Neste aspecto, nos parece que as mídias, mais especificamente a televisão, têm participado na disseminação destas informações junto às crianças, principalmente, através de reportagens sobre os cuidados que os indivíduos precisam ter em relação às informações e aos contatos estabelecidos pela internet. Somando a isso, alguns dos pais garantem conversar com os/as seus/uas filhos/as sobre este assunto.

7 Considerações Finais

Este trabalho reafirma o que Caparelli (1997), Girardello (1998) e Buckingham (2007) já diziam com relação às crianças e as mídias. Longe de tratá-las como manipuladas, aqui mostramos que elas não só participam ativamente das mídias, mas também possuem uma visão de certa forma crítica em relação aos espaços nos quais participam. Um dos principais motivos relacionados pelas crianças que as fazem participar das redes sociais está diretamente ligado ao grupo fora delas. Nota-se que o relacionamento que as crianças estabelecem na escola, na rua e nos diversos espaços que participam é estendido com o

auxílio da internet. O estar presente em outros meios parece ser importante para que as amizades tornem-se ainda mais profundas. Obviamente não estamos dizendo que estes espaços não precisem ser acompanhados pelos pais, pelo contrário, mas percebemos com esta pesquisa que a rede www se tornou uma espécie de extensão do pátio da escola ou da sala de estar da casa.

Referências

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. São Paulo: Loyola, 2007.

CAPARELLI, Sérgio. **A emergência da criança no espaço do consumo**. In: GARCIA, Cláudia Amorim; CASTRO, Lúcia Rabello; JOBIM E SOUZA, Solange (orgs.). Infância, cinema e sociedade. Rio de Janeiro: Ravil, 1997. 47 – 55 p.

FANTIN, Monica. **Do mito de sísifo ao vôo do pégaso**: as crianças, a formação de professores e a escola estação da cultura. In. FANTIN, Mônica; GIRARDELLO, Gilka (orgs.). Liga, roda, clica: Estudos em mídia, cultura e infância. Campinas, SP: Papirus, 2008.

GIRARDELLO, Gilka. **Televisão e Imaginação Infantil**: Histórias da Costa da Lagoa. 1998. 349 p. Tese (Doutorado em Comunicação) Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

MORIN, Edgar. **A comunicação pelo meio**: teoria complexa da comunicação. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. (orgs.) A genealogia do virtual: comunicação cultura e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004. 11 – 19 p.

Children and the Internet: navigating the virtual world

Abstract

This article specifically addresses the practices of consumption of www by children. It is known that children interact with media texts from their culture and their customs and they are also producers of messages, assigning new meanings and using them in different ways. Therefore, this article highlights the consumption practices of children with respect to www and shows how they participate in this space.

Keywords

Internet, consumption practices, child.

Niños e Internet: navegar por el mundo virtual

Resumen

En este artículo se refiere específicamente a las prácticas de consumo de red www por los niños. Se sabe que los niños interactúan con los textos de los medios de su cultura y sus costumbres y que son también productores de mensajes, asignando nuevos significados y los utilizando en diferentes maneras. Por lo tanto, este artículo pone de relieve las prácticas de consumo de los niños con respecto a la red www y muestra cómo participar en este espacio.

Palabras-clave

Internet, las prácticas de consumo, niño.

Recebido em 09/11/2011
Aceito em 02/10/2012

Copyright (c) 2012 Autor(es) / Copyright (c) 2012 The author(s)
The copyright of works published in this journal belong to the authors, and the right of first publication is conceded to the journal. Due to the journal being of open access, the articles are of free use in research, educational and non-commercial activities.

