

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

UM NOVO ESPAÇO PARA OS JOVENS:  
ESTUDO SOBRE A INTERNET NO MUNDO ADOLESCENTE CHINÊS

FANGFANG ZHANG

Beijing

2007

### ***Agradecimentos***

*Agradeço ao Prof. Dr. Juremir Machado da Silva, que me apresentou os conhecimentos a respeito das novas tecnologias do imaginário e que, com a sua cumplicidade, ajudou-me a completar este trabalho.*

*Agradeço, também, ao Prof. Dr. Jacques A. Wainberg, por me apoiar tanto no estudo como na vida no Brasil, e a todos os professores envolvidos no Convênio CUC-PUCRS, que me proporcionou esta chance para estudar na FAMECOS.*

*Agradeço, ainda, a todos os interlocutores que tive na vida, professores e colegas, adultos e adolescentes, que com suas subjetividades me marcaram e, em mim, fizeram eco.*

## **RESUMO**

Este trabalho tem o objetivo de estudar e analisar o desenvolvimento da Internet na China e a apropriação que o adolescente chinês – sujeito em transição – faz da nova tecnologia, ou seja, a situação atual do uso e influência da Internet no mundo adolescente chinês. Estabeleceu-se um momento de pesquisa de questionário, quando cem adolescentes chineses foram entrevistados: cinquenta deles têm idade de dezoito anos e freqüentam o primeiro ano da faculdade, enquanto os outros cinquenta são de quinze anos e estão no primeiro ano do segundo círculo da escola secundária. Nessa pesquisa o interesse é conhecer as características dos internautas adolescentes chineses, esclarecer as peculiaridades e mudanças ocorridas em função da utilização da Internet, estudar e debater as influências exercidas pela Internet sobre a vida dos adolescentes chineses, ou seja, as relações entre a utilização da Internet e o estudo, a diversão, a comunicação interpessoal, os pensamentos e os comportamentos do adolescente.

**Palavras-chave:** Internet; Adolescência; Novas Tecnologias; Comunicação.

## ABSTRACT

The object of this work is studying and analysing the development of Internet in China and how the Chinese adolescence – subject in transition to take possession of the new technologies, in another word, the present situation of the usage and the influence of Internet in Chinese adolescent world. A questionnaire survey was undertaken, where one hundred Chinese teenagers were interviewed: fifty of these have eighteen years and are freshmen of the university, while the remaining fifty have fifteen years and frequent the first year of the senior school. The research takes an interest in knowing the characteristics of Chinese teenagers who like surfing in Internet, finding out the peculiarities and the changes in use of Internet, studying and discussing the Internet's influence for Chinese teenagers' life, that is to say, the relationship between the use of Internet and the teenagers' study, amusement, communication with others, thinking and behaviour.

**Keywords:** Internet; Adolescence; New Technologies; Communication

## SUMÁRIO

RESUMO.....	04
ABSTRACT .....	05
INTRODUÇÃO .....	07
1 O DESENVOLVIMENTO DA INTERNET NA CHINA .....	08
1.1 FASE INICIAL.....	09
1.2 FASE DA POPULARIZAÇÃO E APLICAÇÃO .....	10
1.3 AS IMPERFEIÇÕES NA EVOLUÇÃO .....	29
2 A ADOLESCÊNCIA CHINESA .....	31
2.1 A ADOLESCÊNCIA CHINESA. ....	31
2.2 CONHECER A INTERNET PARTINDO DO CRESCIMENTO DO ADOLESCENTE .....	35
2.3 CARACTERÍSTICAS E RELAÇÕES ENTRE INTERNET E ADOLESCÊNCIA .....	38
3. PESQUISA QUALITATIVA, RESULTADOS, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO .....	41
3.1 CONTEÚDO DE PESQUISA .....	41
3.2 MÉTODO DE PESQUISA .....	43
3.3 RESULTADOS, ANÁLISES E INTERPRETAÇÃO .....	43
3.4 CONCLUSÕES PRINCIPAIS SOBRE A PESQUISA .....	73
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	77
REFERÊNCIAS.....	79
APÊNDICE.....	85

## INTRODUÇÃO

Na história da civilização humana, de 6 mil anos, o desenvolvimento das ciências e tecnologias tem alterado completamente a vida humana por várias vezes: com a invenção da técnica metalúrgica, os homens produziram instrumentos de bronze, desenvolvendo a agricultura e a arte militar; com a criação do papel, a China tornou-se rapidamente então o centro da civilização mundial e o principal contribuinte para as tecnologias e a cultura, acelerando a divulgação da cultura humana; com a inovação da tipografia, a renascença e a reforma religiosa promoveram inúmeros pensamentos e sabedorias de profundas significações; com o nascimento da máquina a vapor, os homens disseram um primeiro adeus à época de trabalho manual, ingressando na idade do vapor; com a utilização da eletricidade, todo o mundo tornou-se claro e de alta velocidade, entrando na idade elétrica; com a popularização dos computadores e o surgimento da Internet nas últimas décadas, os contatos humanos tendem para a proximidade. A nossa época de informação atingiu um brilho sem precedentes.

Durante os anos de DP (data process), eram populares os computadores gigantesco utilizados no processamento de dados e cálculos científicos, tendo como exemplos IBM e DEC. Após a entrada na etapa do PC (personal computer), o processamento simples, a interação conveniente entre homem e computador, a grande redução do custo e a renovação tecnológica permanente transformaram a civilização da informação. Depois, o TCP/IP determinou a unificação das redes regionais e chegou-se à época da Internet. Com o crescimento sem fim das técnicas informáticas, a Internet evoluiu com grande velocidade, alterando o modo de divulgar, guardar e utilizar informações, realizando o armazenamento de informações em grande quantidade e o tratamento personalizado de informações, conduzindo a humanidade à idade de maior esplendor informático.

A significação da Internet não se limita só à própria Rede. Graças às características da Rede, tais como digitalidade, globalização, oportunidade,

interatividade e multimídia, etc., a Internet modificou radicalmente o modo tradicional da transmissão de informações, causando impactos enormes em todas as áreas. Os homens de hoje percebem apenas a energia potencial contida pela Internet. Começou-se há pouco tempo a procurar o jeito de libertar esta energia. A expectativa é que a utilização da Internet possa se expandir da margem para o centro, tornando-se o coração da vida humana.

Focando os adolescentes, sujeitos em transição, como se dá a apropriação deles da Internet? O rápido desenvolvimento da Internet e da cibercultura constitui uma tendência inevitável da evolução da ciência e tecnologia. Como Dominique Wolton (2003, p. 86) disse, “as novas tecnologias são, como uma figura de emancipação individual, uma nova fronteira. Não é somente a abundância, a liberdade e a ausência de controle que seduzem, mas também essa idéia de uma autopromoção possível, de uma escola sem mestre, nem controle.” Os adolescentes, como um grupo especial na sociedade,

“... também encontram nas técnicas um meio de se distinguir da era dos adultos, simbolizada pelo império da televisão. Mas a vontade de distinção é sem dúvida menos forte do que a sensação de participar, por intermédio das novas tecnologias, de uma *nova aventura*.” (WOLTON, 2003, p. 88)

Isso quer dizer que a Internet tem influenciado profundamente o pensamento, a moralidade e o comportamento do adolescente contemporâneo durante o processo de “surfear” pelo universo on-line.

## 1 O DESENVOLVIMENTO DA INTERNET NA CHINA

A Internet é uma das mais esplêndidas invenções da humanidade no século XX. O seu rápido desenvolvimento transformou a Terra em “aldeia global” e levou os povos para a época digital de informações.

A Internet é interessante não apenas por ser uma vasta e onipresente rede global, mas também como um exemplo de algo que se desenvolveu sem a presença de um projetista de plantão e que manteve um formato muito parecido com aquele dos patos voando em formação: inexistente um comando e, até agora, todas as suas peças se ajustam de modo admirável. (NEGROPONTE, 1999, p.173)

Originando-se de objetivos militares do Advanced Research Projects Agency - ARPA, agência do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, a Internet desenvolveu-se rapidamente nas últimas décadas, difundindo-se dos Estados Unidos para os cinco continentes e tornando todo o mundo vinculado a uma rede unificada.

### **1.1 Fase Inicial**

Especificamente no caso chinês, um projeto de conexão com rede internacional, chamado de Chinese Academic Network - CANET, aplicado pelo Instituto de Tecnologias Práticas de Beijing, foi ativado em 1986, em parceria com a Universidade de Karlsruhe, da Alemanha. Em setembro de 1987, o CANET fundou o primeiro posto do correio eletrônico na Internet e enviou, no dia 20, o primeiro e-mail: “Across the Great Wall, we can reach every corner in the world” (Atravessando a Grande Muralha, atingimos qualquer canto do mundo), inaugurando na China a época do usufruto da Internet. Graças à rede italiana ITAPAC e à rede alemã DATEX-P, esse e-mail foi mandado com êxito, realizando a conexão com a Universidade de Karlsruhe. A velocidade inicial foi de 300bps.

No dia 28 de novembro de 1990, o doutor Qian Baitian, representando a China, cadastrou no SRI-NIC (Stanford Research Institute's Network Information Center) o nome do domínio superior da China-CN, e iniciou o serviço internacional do correio eletrônico com nome CN. A partir daí, as redes da China começaram a possuir os próprios códigos de identificação. No Congresso Anual de INET'92, em junho de 1992, o pesquisador do Instituto de Ciência da China, o cientista Qian Hualin, teve um

encontro com o responsável pelo departamento de ligação internacional do National Science Foundation-NSF, referindo-se pela primeira vez à questão de ligar a rede chinesa com a Internet. Mas como existiam na Internet muitas instituições americanas, a ligação da rede chinesa com a Internet enfrentava obstáculos políticos. No final de dezembro de 1992, a rede da Universidade de Qinghua (TUNET) entrou em funcionamento, sendo a primeira rede universitária com a estrutura de TCP/IP. O tronco principal da rede aplicou a técnica FDDI, ficando na liderança nacional nos aspectos da dimensão, tecnologia e utilização da rede. Em junho de 1993, os especialistas do National Computing and Networking Facility of China (NCFC, um programa de alta tecnologia financiado pelo Banco Mundial, com o objetivo de construir infra-estrutura informática) aproveitaram várias chances no congresso INET'93 para reiterar a solicitação da China, isto é, ligar a rede chinesa com a Internet. Depois do congresso, o pesquisador Qian Hualin participou da conferência CCIRN (Coordinating Committee for Intercontinental Research Networking). Uma das propostas era discutir especialmente a questão da ligação da rede chinesa com a Internet, ganhando apoio da maioria dos participantes. Essa conferência desempenhou um papel decisivo na conexão da rede chinesa com a Internet. Uma linha especial de 64K ligou o projeto NCFC com a Internet, no dia 20 de abril de 1994, através da empresa americana Sprint, realizando a conexão completa com a Internet.

Desde então, a China foi considerada oficialmente um país possuindo a Internet com todas as funções. Esse assunto, colocado pela imprensa chinesa nas dez maiores notícias científicas e nacionais de 1994, foi também valorizado como um dos êxitos científicos e tecnológicos mais importantes da China, em 1994, pelo jornal nacional de estatística.

## **1.2 Fase da Popularização e Aplicação**

Quando a China estava se esforçando em se ligar com a Rede Internacional, a construção da infra-estrutura da Internet nacional também se encontrava em andamento. A China entrou a pleno na época de Internet tendo como marca a construção das quatro

redes principais: CHINANET, CERNET, CSTNET, CHINAGBEN. Em setembro de 1994, a CHINA TELECOM assinou com o Ministério do Comércio americano um acordo voltado à Internet. Segundo o acordo, a CHINA TELECOM inauguraria, através da companhia americana Sprint, duas linhas especiais de 64k (uma em Beijing, outra em Shanghai), iniciando o empreendimento da CHINANET - Internet de função pública chinesa. Estas duas linhas entraram em vigor em janeiro de 1995 e começaram a proporcionar, pela rede telefônica DDN e rede X.25, à sociedade serviços de integração. A CHINA TELECOM iniciou em maio de 1995 a construção das redes principais da CHINANET, o que foi finalizado em janeiro de 1996.

Em outubro de 1994, se iniciou o programa da CERNET – Internet de educação e pesquisa científica, com o investimento da Comissão para o Desenvolvimento e Planejamento do Estado e presidido pela Comissão para a Educação do Estado. A meta deste programa era construir uma infra-estrutura nacional para a educação e a pesquisa científica, ligar através das tecnologias informáticas avançadas a maioria das escolas de ensino médio e superior e estimular a construção das redes escolares e o compartilhamento dos recursos informáticos a fim de melhorar o ambiente básico para o ensino superior e o estudo de ciências e promover a causa da educação chinesa. A CERNET foi ligada pela linha especial 128k com os Estados Unidos em julho de 1995 e, em novembro de 1996, a CERNET inaugurou o canal internacional 2M.

O Instituto de Alta Energia Física da Academia de Ciências da China instalou, em 15 de maio de 1994, o primeiro serviço WWW do país, criando a primeira webpage chinesa cujo conteúdo contava com um programa chamado “Tour in China”, além das apresentações sobre o desenvolvimento da alta tecnologia chinesa. Depois, este programa começou a distribuir notícias de economia, cultura, comércio e outras informações relevantes, mudando o nome para “Janela da China”. No dia 8 de agosto de 1995, o BBS Shuimu Qinghua, instalado na CERNET, pôs-se em funcionamento, tornando-se o primeiro BBS na Internet chinesa.

Em abril de 1995, a Academia de Ciências da China começou o empreendimento de integrar na CERNET as instituições de fora de Beijing. O objetivo deste empreendimento era ampliar a CERNET para 24 cidades chinesas com base em 30 institutos de Beijing integrados, realizando a ligação entre os computadores de todas as instituições acadêmicas nacionais. Nesse caso, a rede evoluiu rapidamente, conectou gradualmente uma grande quantidade dos institutos, tornando-se uma rede nacional voltada ao público científico, departamentos administrativos de ciência e autoridades vinculadas às ciências e tecnologias. A rede foi chamada de CSTNET.

No dia 12 de março de 1993, o então vice-primeiro-ministro Zhu Rongji propôs numa conferência o projeto CHINAGBEN - Internet de informações econômicas. A CHINAGBEN foi ligada, no dia 6 de setembro de 1996, pela linha especial 256k com os Estados Unidos, começando a servir para os grupos e individuais.

Em 1997, realizou-se a ligação entre CHINANET, CERNET, CSTNET e CHINAGBEN. Além das quatro redes principais, outras redes foram construídas ao mesmo tempo, tais como a Rede 169 - rede multimídia pública, a Linha Quente de Shanghai, etc. No processo de aplicação e comercialização da Internet, a exploração de novas tecnologias sobre a Internet nunca diminuiu o seu ritmo.

Desde 1997, o Centro Nacional da Net e Informação da China (CNNIC) começou a pesquisar o desenvolvimento da Internet chinesa. As pesquisas adotam os métodos e regras internacionais em busca de refletir completa e corretamente as situações reais. Estas estatísticas mostram a trajetória da Internet chinesa:

- Em novembro de 1997, o CNNIC publicou o primeiro “Relatório da Estatística da Internet Chinesa” no qual revelou que até 31 de outubro de 1997 existiam na China ao total 299 mil computadores ligados à Internet, 620 mil internautas, 4.066 nomes regionais registrados com CN, 1.500 websites com WWW. A saída internacional da banda larga era de 18.64Mbps.

- Os internautas chineses são definidos pelo CNNIC como cidadãos chineses que

utilizam a Internet mais de uma hora por semana. Podemos ver pelos dois diagramas a velocidade do desenvolvimento da Internet chinesa.

**Diagrama 1 - Quantidade de Internautas Chineses entre 1997-2004**

Ano	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Quantidade (milhão)	0.620	2.1	8.9	22.5	33.7	59.1	79.5	94

**Diagrama 2 - Quantidade de Nomes Regionais e Websites**

Data	Junho de 2001	Junho de 2002	Junho de 2003	Junho de 2004	Junho de 2005
Nome Regional	126,146	128,362	250,651	382,216	622,534
Website	241,525	293,213	473,900	626,600	677,500

Em 17 de janeiro de 2006, o CNNIC publicou o “Relatório da 17ª Estatística da Internet Chinesa”. Segundo o relatório, até 31 de dezembro, a China contava com 111 milhões de internautas, dentre dos quais 64,3 milhões de usuários acessam a Internet pela banda larga (xDSL, Cable Modem), aumentando 50,2% em relação ao ano anterior e ocupando 57,9% de todos os internautas. Atualmente, o número dos internautas chineses e dos usuários pela banda larga ocupa respectivamente o segundo lugar no mundo.

O volume dos registros do domínio regional CN ultrapassa pela primeira vez 1 milhão, atingindo 1,09 milhão. O CN se torna a primeira opção quando os usuários chineses registram nome regional, ocupando o primeiro lugar na Ásia. A quantidade dos computadores ligados na Internet chega a 49,5 milhões. A saída internacional da banda larga é de 136,106M, conectando com os Estados Unidos, a Rússia, a França, a Inglaterra, a Alemanha, o Japão, a Coreia, etc. Os operadores são CSTNET 5275M, CHINANET 44895M, CERNET 1599M, UNINET 3450M, CHINA169NET 26111M, CIETNET 2M, CMNET 1285M, CGWNET (na construção), CSNET (na construção).

Os websites atingem 694 mil, dentre os quais Sina, Sohu, 163, Baidu e Yahoo são os cinco sites mais acolhidos. O número total dos endereços IP é de 74,39 milhões, ficando em terceiro lugar no mundo, atrás dos Estados Unidos e do Japão.

No ano de 2005, o domínio regional CN aumentou 660 mil. Esse aumento é 8,8 vezes o dos registros do nome regional COM. A Internet entrou num período de ouro no seu desenvolvimento. Mais e mais pessoas começam a perceber o valor do nome regional CN, que simboliza a Internet chinesa. Assim, a sociedade utiliza cada vez mais o CN. As empresas suscitaram uma grande onda para proteger o registro do nome regional CN. Além disso, o grupo de investimento em CN também se expande.

**Diagrama 3 - Websites Classificados por Nomes Regionais**

(<http://www.cnnic.net.cn/uploadfiles/pdf/2005/7/20/210342.pdf>)

	AC.CN	COM.CN	GOV.CN	NET.CN	ORG.CN	.CN
<b>Quantidade</b>	392	449421	11753	77782	23727	109990
<b>Proporção</b>	0,1%	66,3%	1,7%	11,5%	3,5%	16,2%

**Diagrama 4 - Websites Classificados por Províncias**

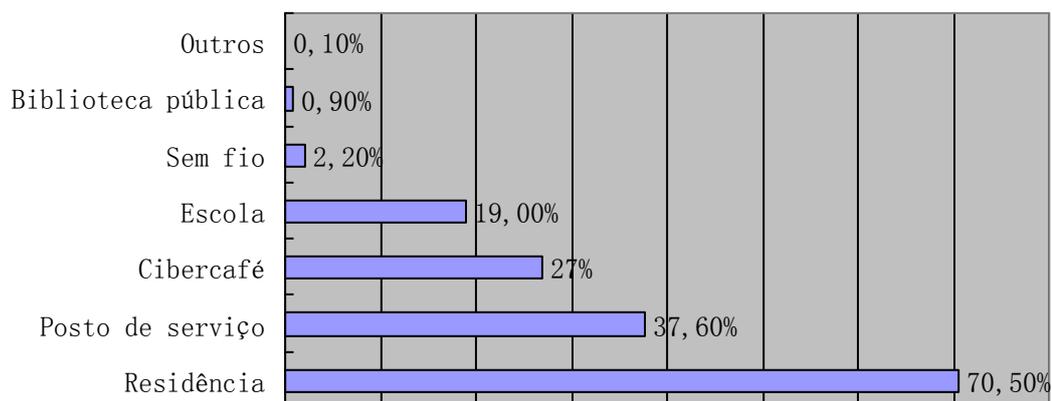
	Quantidade	Proporção		Quantidade	Proporção
Beijing	123033	18,2%	Hei Longjiang	6715	1,0%
Shanghai	56313	8,3%	Jiangsu	52325	7,7%
Tianjin	6315	0,9%	Zhejiang	74716	11%
Chongqing	7741	1,1%	Anhui	11977	1,8%
Hebei	16788	2,5%	Fujian	40518	6,0%
Shanxi	4330	0,6%	Jiangxi	7026	1%
Mongólia Interna	2673	0,4%	Liaoning	21684	3,2%
Shandong	26702	3,9%	Henan	13293	2%
Jilin	4032	0,6%	Hubei	14932	2,2%

Hunan	8151	1,2%	Guangdong	119191	17,6%
Guangxi	8157	1,2%	Hainan	2659	0,4%
Sichuan	12955	1,9%	Guizhou	2760	0,4%
Yunnan	4761	0,7%	Tibete	1714	0,3%
Shanxi	5745	0,8%	Gansu	2425	0,4%
Ningxia	1241	0,2%	Qinghai	519	0,1%
Xinjiang	2452	0,4%	Estrangeiro	13657	2,0%

(Atenção: Websites classificados por províncias significa sites divididos pelos locais onde se registram os nomes regionais. Estrangeiro significa sites com o nome regional CN, mas registrados no estrangeiro.)

O 17º relatório também revela que na utilização da Internet existe uma grande diferença na distribuição regional: por um lado, a quantidade e a generalização dos internautas se diferenciam entre cidades e zonas rurais. Os internautas das cidades são 91,686 milhões com a percentagem de generalização de 16,9% ; enquanto os rurais são 19,314 milhões com a percentagem de 2,6% . O volume dos internautas rurais ocupa só 1/5 dos urbanos e a percentagem de generalização, 1/6 dos urbanos. Por outro lado, há diversidade enorme entre as zonas leste, central e oeste. Os usuários do leste ocupam 57,8% de todo o país, ultrapassando a soma dos usuários do central e oeste. Os endereços IP do leste ocupam 62,4% do país, superando 1,6 vez da soma do central e oeste. Os nomes regionais e websites do leste ocupam respectivamente 78,5% e 79,9% do país, quase 4 vezes a soma do central e oeste. Como podemos ver, a zona leste possui a maioria dos recursos da Rede. Esses dados mostram que para equilibrar o desenvolvimento da Internet, é preciso enfatizar a exploração do central e oeste.

Conforme a estatística do CNNIC, residências e postos de serviços são os principais locais para os usuários surfarem na Internet; as proporções são respectivamente 70,5% e 37,6%. Cibercafés ficam em terceiro lugar, ocupando 27%. E depois são a escola, 19%; acesso à Internet sem fio, 2,2%; biblioteca pública, 0,9%; outros meios, 0,1%. Veja o desenho:

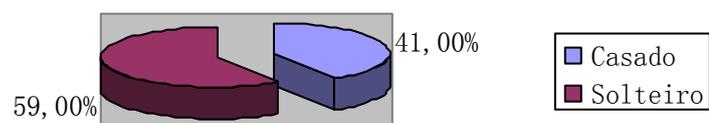


18,2% dos internautas acessam a Internet pelo computador portátil (notebook), acrescentando 8 milhões de usuários em relação ao mesmo período do ano anterior. Os homens, solteiros, menos de 30 anos, sem curso universitário, salário mensal inferior a 2.000 RMB (equivalente a US\$ 250) ocupam grande espaço no perfil dos navegadores; as percentagens são respectivamente 58,7%, 57,9%, 82,6%, 70,8%, 70,9%, dentre os quais a percentagem do menos de 30 anos subiu em relação ao ano passado; enquanto homens, sem curso universitário e salário mensal inferior a 2.000 RMB, caíram, comparando-se com o ano anterior.

#### Distribuição da Idade dos Internautas

Menos de 18	18-24	25-30	31-35	36-40	41-50	51-60	Mais de 60
15,8%	37,7%	17,4%	10,4%	7,3%	7,4%	3,0%	1,0%

#### Estado Civil dos Internautas



### Distribuição do Grau Acadêmico dos Internautas

Inferior do segundo círculo do ensino médio	Segundo círculo do ensino médio	Escola de formação especial	Bacharelato	Mestrado	Doutorado
14,2%	31,3%	25,6%	26,0%	2,6%	0,3%

No aspecto da profissão, os estudantes ocupam mais de 1/3 de todos os internautas, atingindo 35,1%; os trabalhadores das empresas ficam em segundo lugar, 29,6%; os professores e funcionários das escolas e universidades estão no terceiro lugar, 7,3%; os funcionários das instituições governamentais e mecanismos partidários ocupam 6,5%; outras profissões ocupam menos de 5,0%.

### Distribuição do Setor Profissional dos Internautas

Setor profissional	Percentagem	Setor profissional	Percentagem
Indústria de produção	14,7%	Educação	13,7%
Instituição de administração pública	11,3%	Indústria informática	9,4%
Venda por atacado e varejo	6,7%	Setor financeiro	4,3%
Serviços de técnicas especiais	4,3%	Transporte e armazenamento	3,5%

Saúde, garantias e benefícios sociais	3,5%	Construção	3,5%
Serviços para condomínios	3,1%	Alimentação	2,9%
Agricultura, silvicultura, pecuária e pesca	2,2%	Produção e abastecimento de eletricidade, gás e água	2,1%
Arrendamento e outros serviços comerciais	2,0%	Bens imóveis	1,8%
Turismo e hotéis	1,4%	Serviço de consulta	1,3%
Jornalismo, publicação, rádio, televisão e filme	1,1%	Mineração	1,1%
Publicidade	0,9%	Cultura e arte	0,7%
Entretenimento	0,6%	Correio	0,5%
Estudo científico	0,5%	Administração hidráulica	0,5%
Administração de ambiente e instalações públicas	0,4%	Prospecção geotécnica	0,4%
Educação física	0,2%	Organização internacional	0,1%
Outros	1,3%		

Há três “rush hours” na Internet por dia: 31,2% dos navegadores ficam na Internet por volta das 10h de manhã; 38,9% dos usuários acessam a Internet cerca das 15h; 20h-21h é a hora de pico, quando a percentagem dos internautas na Rede ultrapassa 60,0%. Às 4h da madrugada é a hora mais fria, só 2,4% dos usuários ficam na Rede. Comparando-se com o ano anterior, a quantidade dos internautas de cada faixa horária

creceu. Entre 18h e 20h os usuários cresceram 8%. Entre 4h e 7h o aumento foi de 0,5%. Os usuários ficam 15,9 horas em média por semana na Internet, um crescimento de 2,7 horas em relação ao ano passado.

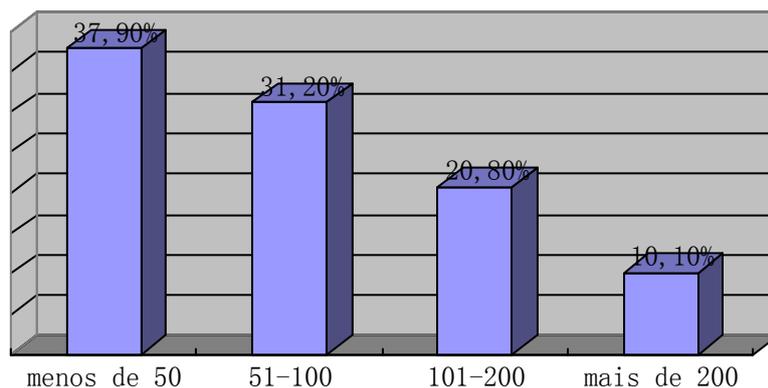
#### **Faixa Temporal de Navegação na Internet**

Faixa temporal	Porcentagem	Faixa temporal	Porcentagem
0:00	19,8%	12:00	28,7%
1:00	6,5%	13:00	30,1%
2:00	4,9%	14:00	36,0%
3:00	3,3%	15:00	38,9%
4:00	2,4%	16:00	34,1%
5:00	2,7%	17:00	32,3%
6:00	3,6%	18:00	33,1%
7:00	4,7%	19:00	42,7%
8:00	14,9%	20:00	60,4%
9:00	24,1%	21:00	60,3%
10:00	31,2%	22:00	49,1%
11:00	25,9%	23:00	31,6%

Pela primeira vez o relatório apresentou o custo de acesso à Internet: um usuário gasta por mês 103,6 RMB (equivalente a 14 US\$) na utilização da Internet. Em 2005, o custo superou 100 bilhões de RMB, equivalendo a 12,5 bilhões de dólares americanos, o que mostra a enorme dimensão do mercado e potencial do desenvolvimento na Internet.

#### **Custo por Mês para Acessar a Internet**

Menos de 50 RMB	51-100 RMB	101-200 RMB	Mais de 200 RMB
37,9%	31,2%	20,8%	10,1%



Segundo o 17<sup>a</sup> relatório, os principais objetivos de usar a Internet são: diversão e lazer (incluindo games on-line, etc.), 37,9%; obter informações, 37,8%; estudar e adquirir conhecimentos, 10,3%; BBS e fazer amizade, 5,9%; fazer contatos (incluindo e-mail ou comunicação improvisada), 2,0%; estudo acadêmico, 1,4%; ganhar vários recursos gratuitos (tais como página pessoal, downloads de recursos grátis, etc.), 1,3%; finanças on-line, 1,0%; necessidade de comunicar sentimento, 0,9%; sem objetivo especial, 0,3%; compras e vendas on-line, 0,1%; outras atividades comerciais, 0,1%; por curiosidade e moda, 0,1%; trocar opiniões, 0,1%; outros, 0,8%.

As funções da Internet mais usadas pelos internautas são: e-mail, 91,3%; ler notícias, 79,3%; buscar informações, 64,5%; olhar páginas (não de notícias), 57,2%; música on-line (incluindo download), 45,6%; comunicação improvisada, 44,9%; BBS/fórum/grupo de discussão, 40,6%; vídeo on-line (incluindo download), 37,8%; agenda dos colegas on-line, 28,5%; transmitir ou abaixar documentos (não incluindo abaixar música ou vídeo), 25,8%; jogos on-line, 23,4%; sala de bate-papo on-line, 20,7%; compras on-line, 19,6%; página pessoal, 16,6%; banco on-line, 14,1%; anúncio de contratos on-line, 12,2%; ensino on-line, 10,6%; Blogs e diários on-line, 10,5%; revista on-line, 9,6%; venda on-line (incluindo publicidade e leilão on-line), 6,9%; telefonema on-line, 5,4%; torpedo ou mensagem, 4,9%; especular com bolsas de valores on-line, 4,5%; reservar hotéis, passagens on-line, 2,6%; outros, 0,5%.

### **Nível de Satisfação dos Internautas sobre Internet**

	Muito satisfeito	Relativamente satisfeito	Normal	Não satisfeito	Nada satisfeito
Velocidade	4,9%	32,9%	39,7%	17,4%	5,1%
Custo	3,3%	17,2%	42,9%	28,0%	8,6%
Segurança	2,3%	16,8%	45,8%	27,0%	8,0%
Abundância de informações	8,7%	44,2%	36,7%	8,5%	1,9%
Operação fácil	10,8%	44,7%	37,3%	6,0%	1,3%
Totalmente	2,6%	37,7%	52,0%	6,9%	0,8%

Os aspectos da Internet opostos pelos internautas são: vírus da Internet, 25,6%; publicidade, 22,6%; sabotagem de invasores da rede, 14,5%; comércio fraudulento, 11,8%; e-mail lixo, 9,4%; informação falsa, 8,0%; informação não saudável, 4,1%; invasão da privacidade, 3,3%; outros, 0,8%.

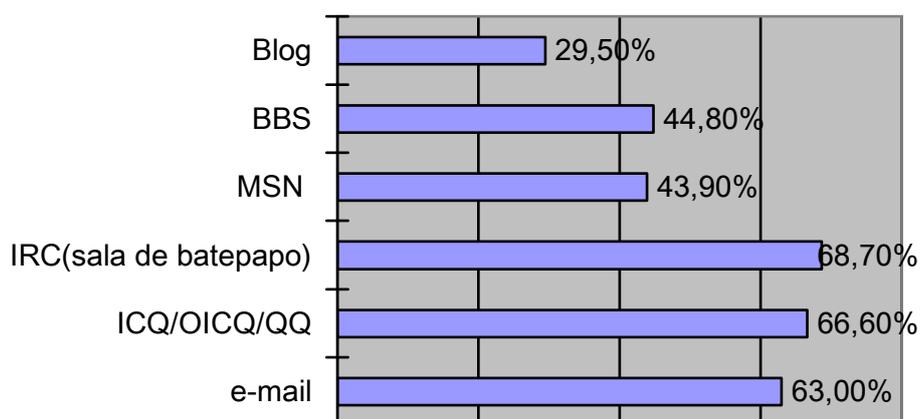
Como podemos ver, os internautas prestam muita atenção às notícias on-line. A rede desempenha um grande papel no divertimento dos usuários. Para os internautas, a importância da Internet como fonte de informações supera todas as outras mídias. Mais de 70% dos internautas e não-internautas consideram a televisão e o jornal como as mais importantes fontes de informação, o que significa que até hoje em dia a Internet não altera radicalmente o papel estrutural das mídias tradicionais na vida do povo chinês. Referindo-se à obtenção das informações, a maioria dos não-internautas acha a televisão e o jornal importantes, enquanto a maioria dos internautas acha livros e revistas mais importantes. Quer dizer, na utilização da mídia, existem diferenças entre internautas e não-internautas, ou seja, para as pessoas que lêem mais livros e revistas, é mais comum usar a Internet para obter informações.

Sendo um símbolo da época da globalização, a Internet está mudando a forma de

divulgar e tratar as informações e também está construindo novas maneiras de fazer comunicação interpessoal. Os usuários aplicam comunicações multidimensionais na rede virtual através dessa tecnologia de interação em tempo real. Esse tipo de comunicação inclui e-mail, tendo um objetivo bem simples: trocar cartas; há também a “comunidade virtual” para os membros fixos compartilharem informações, pontos de vista e serviços, tais como: BBS, Blog e Wikipedia, uma enciclopédia redigida e sustentada por todo mundo; e ainda mais, as ferramentas de conversas OICQ, ICQ, MSN.

Segundo a estatística, 63,8% dos internautas já utilizaram e participaram de diversos níveis das comunidades virtuais. Entre os usuários do BBS, 12,7% deles expressam opiniões no BBS frequentemente, 48,7% deles expressam por acaso, apenas 38,6% deles só olham e não deixam recados. Essa proporção indica que há uma grande parte dos internautas que não está na rede só à procura de informações, mas também em busca de comunicações interpessoais. A vontade dos internautas de entrar na comunidade virtual está se reforçando. Ao mesmo tempo, a ampliação da utilização da rede vai afetar a comunicação interpessoal original e a estrutura social.

#### Percentagem da Utilização das Ferramentas



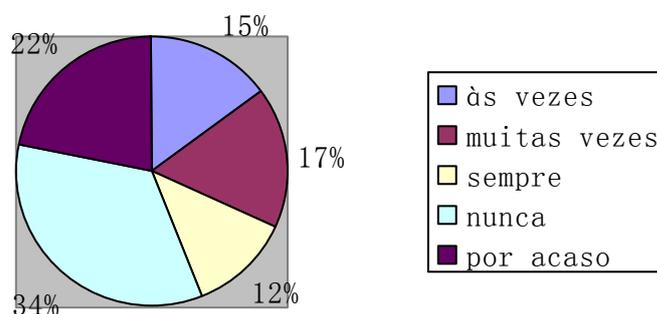
A ferramenta mais usada na comunicação da Internet é o e-mail, e depois é o ICQ, sala de conversa (IRC), MSN, BBS e Blog. Embora o Blog, sendo uma nova ferramenta, se encontre no último lugar, ainda ocupa uma parte do mercado. Vamos ver

primeiro o e-mail: 1/3 dos navegadores não usam e-mail, mais de 1/5 usam e-mail sempre ou freqüentemente, 1/2 usam às vezes ou por acaso. Um usuário recebe em média 5,2 e-mails (não incluindo e-mail lixo) por semana, e manda mais ou menos 3,7 e-mails. Veja a freqüência do uso:

Freqüência de usar e-mail	Porcentagem
Todos os dias	50,6%
Uma vez por 2 ou 3 dias	27,2%
Uma ou duas vezes por semana	16,7%
Uma até três vezes por mês	4,8%
Menos de uma vez por mês	0,8%

Isto significa que e-mail é uma ferramenta de uso geral para a maioria dos internautas, entretanto, a freqüência do uso não é muita. O OICQ tem característica de conversa em tempo real. Apesar de que 1/3 dos internautas não o usem, para os usuários do OICQ, 1/3 deles usam-no freqüentemente e mantêm costume de acessar OICQ logo que entram na Internet.

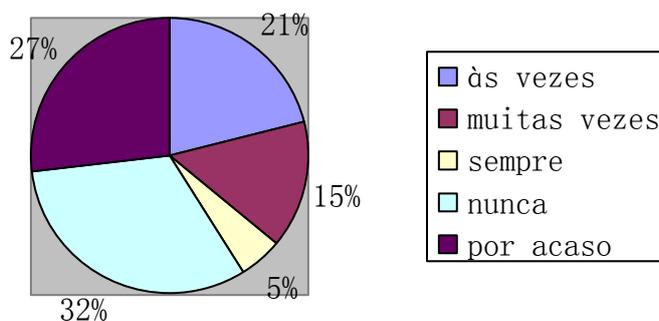
### Porcentagem de Utilização de OICQ



Pode-se dizer que sala de conversa (IRC) é a ferramenta de conversa que surgiu mais cedo, porém, ainda existem 1/3 dos internautas que não o usam até hoje. Os que usam IRC freqüentemente só ocupam 1/5. Mais pessoas são passageiros que só olham e

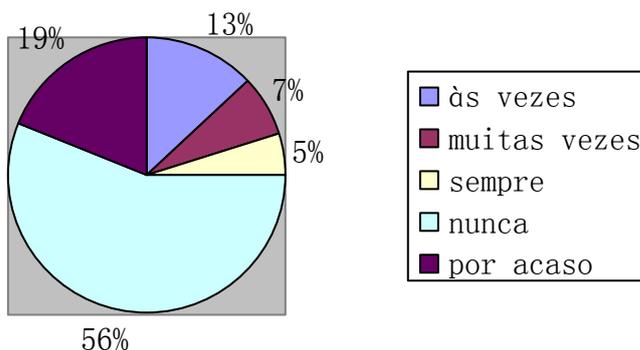
não falam.

### Percentagem de Utilização de IRC



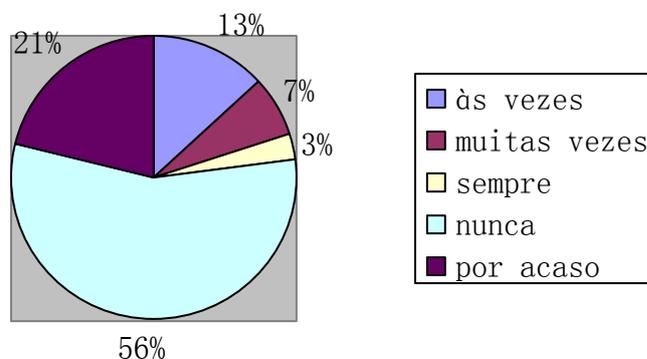
O MSN é uma ferramenta de conversa em tempo real semelhante ao OICQ. Sendo um novo produto, a utilização dele não é comum ainda. Mais da metade dos internautas ainda não chega a utilizá-lo. Entre os usuários do MSN, 12% usam freqüentemente.

### Percentagem de Utilização de MSN



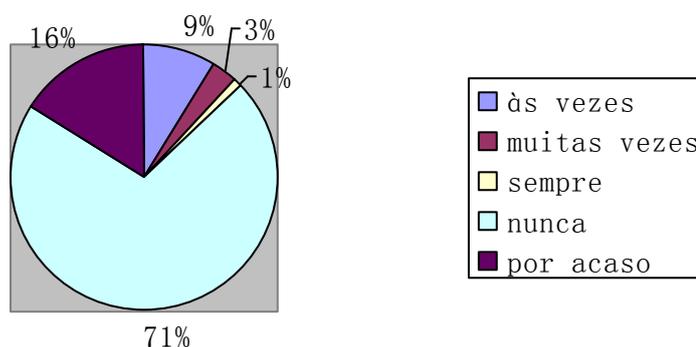
Embora menos de 1/2 dos internautas entrem no BBS e só 1/10 dos internautas use-o freqüentemente, o conteúdo do BBS pode ser guardado por longo tempo; portanto, o BBS tem uma influência maior.

### Percentagem de Utilização de BBS



Blog é uma ferramenta recém-nascida e conta com função de publicação e divulgação individual. Em chinês Blog é pronunciado como “Bo Ke” com o significado de douto, erudito e sábio. Blogger não é doutor, mas eles são administradores do conhecimento da época de informação. O saber deles apresenta-se na extensão de dedicação em vez de conotação fechada. Como o diário náutico de Fernão de Magalhães, Blogger combina o trabalho, a vida com o estudo, anota e divulga oportunamente a excelência do pensamento cotidiano através de blog, reúne e vincula as informações e recursos mais valorizados, mais interessantes e mais relacionados do mundo, permitindo que mais intelectuais aproveitem sem distância nem obstáculos esses pensamentos frescos. É uma surpresa que Blog possa obter 1/3 dos internautas num período tão curto, e ele ainda está em rápida expansão.

### Percentagem de Utilização de Blog



Segundo o 17º relatório, os não-internautas não usam Internet pelas seguintes razões: não sabem nem conhecem o computador e a Internet, não contam com técnica nem capacidade de acessar a rede (38,7%); não contam com condições, por exemplo, não têm equipamentos e aparelhos para se conectar à rede (29,3%); não têm tempo para acessar a Internet (13,2%). Além disso, ainda existem outras razões: acham inútil ou desnecessário acessar a rede; não têm interesse em consultar sites. Estas razões ocupam 5,0% -10,0%.

#### Impressões Diferentes dos Usuários e Não-usuários sobre Internet

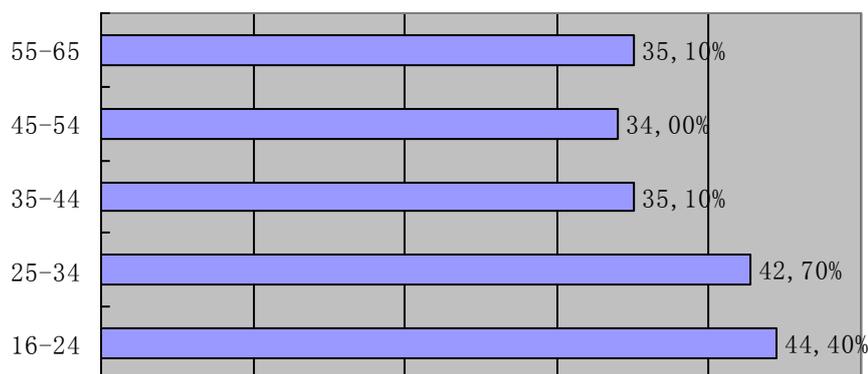
	Usuários	Não-usuários
Correios	14,5%	6,3%
Shopping	25,2%	14,5%
Biblioteca	39,9%	19,4%
Escola	23,5%	14,8%
Parque de diversão	41,5%	31,6%
Local de encontros	41,1%	31,6%
Banco	8,6%	4,6%
Mídia noticiosa	60,2%	50,1%
Centro de informação	84,5%	73,7%

Nos últimos anos, embora várias reportagens negativas tenham sido publicadas, as opiniões das pessoas sobre a Internet ainda são otimistas. Conforme o relatório,

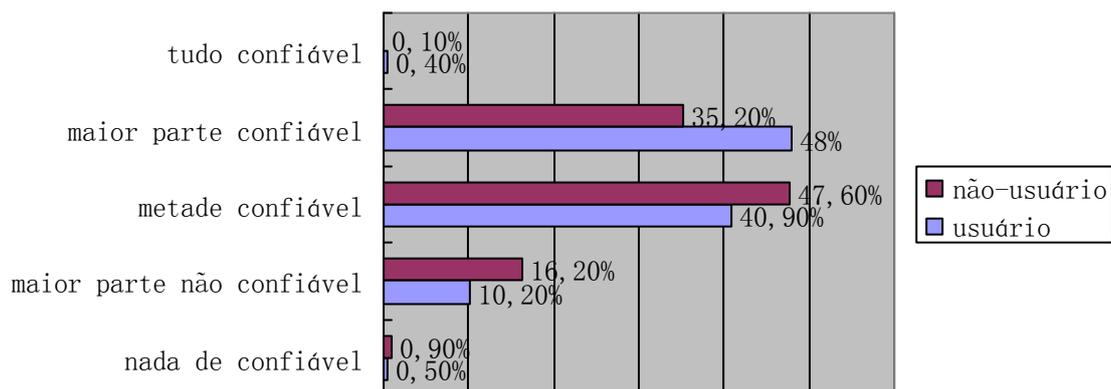
55,2% dos entrevistados acham que a Internet tem vantagens e desvantagens, 38,3% acham que tem mais vantagens do que desvantagens, e apenas 5,4% acham que tem mais desvantagens do que vantagens. Entretanto, existe grande diferença entre as opiniões dos usuários e não-usuários: há muito mais usuários (47,2%) do que não-usuários (30,5%) que acham que a Internet tem mais vantagens. Partindo do sexo, é mais fácil para homens verem o aspecto favorável da Internet. 43% dos entrevistados masculinos acham que a Internet tem mais vantagens, e somente 34,7% dos femininos concordam com isso. Falando da idade, quanto mais jovem seja o entrevistado, mais possível para ele enxergar o aspecto positivo. Existem respostas diferentes entre os entrevistados com idades distintas. Veja o desenho:

### Diferença da Idade entre os Entrevistados que Acham que Há Mais

#### Vantagens

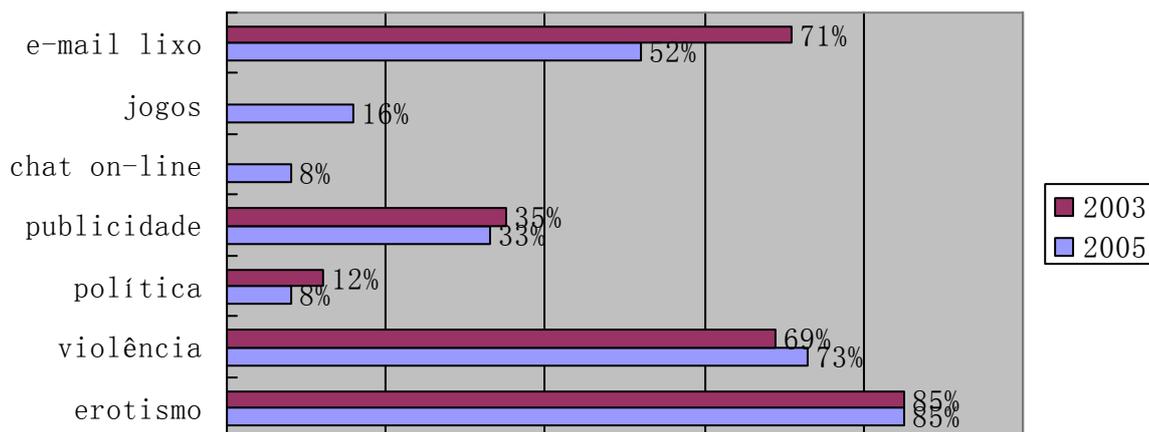


Internet é mundo virtual. Qualquer pessoa pode expressar opiniões na rede e ao mesmo tempo pode encontrar o que ele não consegue achar no mundo real. Então, quantos conteúdos são confiáveis na rede? Há mais usuários do que não-usuários que confiam na Internet. 48% dos usuários acham que a maior parte do conteúdo na Internet é confiável. Veja o desenho:



Seja usuário, seja não-usuário, a resposta à pergunta “Será que a Internet precisa de administração e controle” não tem diferença. Ou seja, todo mundo, incluindo velhos e jovens, homens e mulheres, usuários e não-usuários, concorda em exercer administração e controle à Internet. Geralmente, 36,8% dos entrevistados acham “muito necessário” e 45,6% acham “relativamente necessário”. Podemos ver que mais de 80% dos entrevistados apóiam executar gestão à Internet. Comparando os dados de 2001, 2003 e 2005, descobrimos que pessoas que apóiam controlar a Internet são a maioria esmagadora. O conteúdo que necessita de controle foca-se no erotismo. Conforme as estatísticas de 2003 e 2005, 85% dos entrevistados acham que páginas eróticas na rede devem ser restritas e é racional controlar páginas violentas. O questionário de 2003 não inclui a restrição do chat on-line nem joguinhos, os dois aspectos preocupam sempre os pais. Em 2005, o questionário adiciona estes dois, mas poucos entrevistados os escolheram. Talvez as influências negativas trazidas por chat on-line e joguinhos não sejam tão graves como as reportadas pela mídia. Veja o desenho:

### Quais conteúdos da Internet necessitam de controle?



Cem milhões de internautas e milhões de nomes regionais CN significam que a envergadura dos usuários chineses se eleva para uma nova escala. O crescimento rápido da banda larga e dos endereços IP reflete os progressos notáveis na vulgarização e utilização da Internet. Porém, as diferenças entre cidade e campo, leste e oeste, são desfavoráveis à vulgarização e ao desenvolvimento estável. No futuro, a China necessita promover a evolução da Internet nas zonas centrais, oeste e rural, diminuindo desigualdades. Eis um empreendimento de longo prazo.

### 1.3 As Imperfeições na Evolução

Apesar de que o desenvolvimento da Internet tenha boa base e perspectiva, devemos perceber as preocupações escondidas atrás da prosperidade:

A. Sobre a posição da China na época da Internet. Embora a nossa caminhada tenha começado cedo e andado rapidamente na construção da Internet, precisamos reconhecer que no campo das tecnologias informáticas, ficamos ainda atrás dos países avançados ocidentais, tendo os Estados Unidos como expoente principal, em especial nas tecnologias nucleares. A maioria esmagadora da indústria IT chinesa não se situa na vanguarda, seja hardware, seja software. “A China encontra-se apenas na época de utilização da Internet.” (Zhao Qizheng, 2000, p. 44)

Sobre a terceira geração da Internet, ou seja, a perspectiva da Internet na China, vários especialistas afirmam que a China perdeu as primeiras duas inovações das tecnologias nucleares da Internet e WWW: “a Internet surgiu há mais de 30 anos e

apareceram 3,180 documentos de padrão técnico, dentre os quais um foi feito pela área científica chinesa (o padrão de codificação do idioma chinês, elaborado pelo professor doutor Hu Daoyuan); o WWW surgiu há 12 anos e apareceram 46 padrões técnicos, mas a China não tem participado de nenhum deles. Atualmente, a área científica internacional está preparando novos padrões técnicos da Internet e os cientistas chineses desejam tomar parte nesta onda da inovação.” (<http://www.qzky.net/qxkx/kjxx8.htm>)

B. Sobre os usuários: a quantidade dos usuários chineses tem aumentado bastante nos últimos anos. Nicholas Negroponte, autor do livro “Being Digital”, visitou a China em janeiro de 1999 e fez uma previsão do desenvolvimento da Internet chinesa. De fato, o nosso êxito atingiu a estimativa mais otimista de Nicholas Negroponte. Segundo um relatório publicado pela instituição autorizada Nielsen/NetRatings, em 22 de abril de 2002, em Shanghai, existiam 56,6 milhões de internautas chineses no continente com acesso à Internet em casa. Comparando com as estatísticas do CNNIC, isso significa que a quantidade absoluta dos usuários chineses ocupa o primeiro lugar na área asiática e pacífica e o segundo lugar no globo. Conforme a pesquisa do organismo competente IDG, até 2005 a China seria o segundo maior mercado da Internet no mundo, atrás dos Estados Unidos (<http://www.ccidnet.com/news/industryexpress.htm>). Segundo o “Relatório da 17ª Estatística da Internet Chinesa”, essa previsão já foi confirmada.

Apesar do número absoluto alto, a percentagem dos internautas chineses na população total mantém-se baixa. O gerente geral do departamento norte-asiático do Nielsen/NetRatings indicou: a percentagem da popularização familiar da Internet no continente chinês é de 5%, muito mais baixa do que a dos Estados Unidos, Coréia, Cingapura e Hong Kong (<http://www.ccidnet.com/news/industryexpress.htm>). Em fim de 1999, havia 1,5 milhão de usuários da Internet em Hong Kong, ocupando 25% da população; o número dos usuários de Taiwan atingiu a 5,57 milhões em junho de 2000, sendo 1/4 da população; a percentagem dos usuários chineses residentes no estrangeiro também é mais alta do que a do continente chinês, por exemplo, 97% das famílias chinesas residentes nos Estados Unidos possuem computadores, enquanto essa percentagem na Canadá é de 38%, ultrapassando a percentagem das famílias gerais

desses dois países. Na utilização da Internet, mais de metade dos entrevistados norte-americanos tem experiência de navegar na Internet, dentre os quais 70% mostram que entraram na Internet todos os dias no mês anterior (<http://www.cjr.com.cn/node2.html>).

C. Partindo do desenvolvimento inteiro da Internet, existem certas distâncias entre a indústria da Internet chinesa e os países desenvolvidos nas áreas de serviços e funções da rede, funcionamento e administração dos sites, gestão macroscópica do país e construção das políticas e leis. Uma série de conceitos relativos e questões na infraestrutura impedem o desenvolvimento rápido e saudável da Internet (Du Junfei, 2004, p. 31).

## **2 A ADOLESCÊNCIA CHINESA**

### **2.1 A Adolescência Chinesa**

A palavra adolescência, derivada do latim *adolescencia*, significa o

“...período da vida humana que sucede à infância, começa com a puberdade, e se caracteriza por uma série de mudanças corporais e psicológicas (entende-se aproximadamente dos 12 aos 20 anos). Período que se entende da terceira infância até a idade adulta, marcado por intensos processos conflituosos e persistentes esforços de auto-afirmação. Corresponde à fase de absorção dos valores sociais e elaboração dos projetos que implique plena integração social (FERREIRA, 1986, p. 48).

Já em seu significado, a palavra que define esse período da vida aponta para uma época de conflitos. Segundo VITIELLO (1988), alguns autores consideram, em termos cronológicos, que a fase da adolescência inicia-se por volta dos 11 anos e termina aos 20 anos, enquanto outros autores propõem faixas etárias diferentes. VITIELLO considera muito difícil fixar limites para a adolescência, uma vez que essa fase sofre influências sociais, culturais, familiares e pessoais. O Programa de Saúde do

Adolescente – PROSAD - estabeleceu para a adolescência a faixa etária que vai dos 10 aos 19 anos (BRASIL, M.S., 1989).

Em OSÓRIO (1992) encontramos que a adolescência é um marco na vida das pessoas e o momento crucial do desenvolvimento, na qual o indivíduo, além das transformações físicas, está construindo, ao nível do emocional e psicológico, sua imagem corporal definitiva e estruturando sua personalidade.

São clássicas algumas definições populares que tentam dar conta das características tão inquietantes do sujeito adolescente: é uma metamorfose ambulante; está sempre em bando; não é adolescência, é “aborrescência”; somente seu mundo e dos *brothers* é que importa; é inconstante, incoerente, inseqüente; pensa que o mundo se restringe ao dia de hoje; pensa que com ele nada acontece, só com os outros, etc. Assim, sabe-se que a adolescência é, antes de mais nada, uma fase, uma transição, pela qual todos nós passamos. As peculiaridades psicológicas dos adolescentes chineses são:

A. O crescimento corporal e psicológico é rápido e desequilibrado.

Para CAVALCANTI (1988), a adolescência é uma fase de crescimento biopsicossocial que está entre a infância e a idade adulta.

“O crescer, para que seja uma experiência equilibrada de vida, deve implicar um crescimento solidário biológico, sociocultural e psicológico” (p. 6).

VITIELLO (1988) acrescenta que, muitas vezes, as manifestações físicas precedem as de natureza psicossocial e o que se tem é um indivíduo com o corpo apresentando características sexuais secundárias, mas com atitudes infantis ou, ao contrário, indivíduos rebeldes, contestadores, em crises existenciais, com um corpo infantil. Para esse autor, em ambas as situações, a adolescência já começou.

Através das citações, podemos dizer que, nesse período especial, o corpo revela crescimento e mudanças bruscas. Conforme a pesquisa do famoso psicólogo chinês

Wang Tianzhe, a altura média dos alunos chineses do ensino superior é de 1.70,3cm e o peso médio é de 58,5 quilos; enquanto a altura média das alunas é de 1.59cm e o peso é de 51,5 quilos (Wang Tianzhe, 2006, p. 10). Os músculos, os ossos e outros tecidos corporais crescem plenamente. O amadurecimento do sistema reprodutor deixa a segunda característica sexual cada dia mais evidente. Com o crescimento corporal, os adolescentes devem se adaptar à própria nova personalidade e, ao mesmo tempo, devem se acostumar às reações de outras pessoas relativas ao seu novo jeito. Porém, como o crescimento corporal e espiritual não se desenvolve certamente com equilíbrio, é possível acontecer instabilidade.

#### B. Realizar a igualdade

Igualar a si próprio: com as mudanças corporais e o processo de maturidade sexual, os adolescentes têm gradualmente novas experiências e sentem também as novas reações da multidão em redor. Os adolescentes se esforçam em entender a própria situação real e em projetar o futuro. Para ser acolhidos pelos outros, eles pensam sempre em “como é que eu sou? Como é que os outros me consideram?”. Os contatos com amigos e o surgimento das novas relações sociais ampliam o espaço deles de diversão e de autoconhecimento. Eles querem esclarecer como é o mundo e o que é a sociedade. Nesse processo incessante de conhecimento e busca, o “eu” no sonho se aproxima cada dia mais do “eu” na realidade (Wang Danli, 2006, p. 11).

O crescimento da moralidade e dos valores: o padrão inicial de valor e de moralidade dos adolescentes vem principalmente dos pais e o amor próprio deles também é influenciado pelas opiniões dos pais. Depois de eles entrarem na escola secundária, um mundo mais espaçoso, os valores dos colegas e as críticas dos professores e dos adultos se tornam mais importantes. Eles valorizam de novo o padrão inicial da moralidade, o próprio valor e capacidade, e tentam resumir estes valores e críticas formando um sistema estável.

#### C. A relação dependente se altera

A consciência de independência se fortalece: com o aumento da idade, os

adolescentes se comunicam cada vez mais amplamente com a sociedade. A ansiedade de ser independente se torna mais forte e o contato com a família mais raro. Eles começam a duvidar da autoridade dos pais, mostrando comportamentos resistentes. Eles querem se livrar da tutela dos pais e dos outros adultos, fugindo das regras determinadas pelos adultos. Visto que o padrão dos valores recebe mais influências vindas da sociedade e da mesma geração do que oriundo dos pais, quando acontecem conflitos com os pais, aparece sempre a tendência de “livrar-se da tutela da família”. Eles costumam tratar as relações interpessoais conforme as próprias vontades, idéias e modos de viver e resolver sozinho todos os problemas encontrados, esperando ganhar a aprovação e o respeito da sociedade. Mas como os universitários chineses têm poucos contatos com a sociedade durante o período do estudo e como a maior parte do apoio econômico deles vem dos pais, embora o desejo de independência cresça, de fato, eles não conseguem ser completamente independentes.

A relação com companheiros: pessoas da mesma idade e os companheiros constituem, para os adolescentes, uma relação social muito importante nos seus contatos sociais. Entrando na época adolescente, à medida que a esfera de atividade se expande, a dependência da família se transfere à comunidade dos companheiros, formando-se uma relação íntima de parceria. Eles se influenciam mutuamente no comportamento, linguagem, gosto e modo de vestir, etc. Eles confiam mais nos companheiros do que nos pais e professores. As discussões entre os colegas sobre os problemas de interesses comuns e as experiências negativas oferecem uma grande quantidade de técnicas para resolver problemas (Wang Danli, 2006, p. 11).

D. Os conhecimentos mudam: os adolescentes se livram dos cálculos simples e pensamentos concretos da época da infância, iniciando a fase dos pensamentos abstratos. Ou seja, sabem dos pensamentos em forma de experiência, hipótese e raciocínio, usando teorias para procurar razões e resultado, começando a saber tratar das informações e materiais complicados. Eles aplicam autocrítica, exigindo de si próprios com o padrão dos adultos. Tendo capacidade de ouvir opiniões alheias, eles levam em

consideração mais possibilidades quando resolvem os problemas e esforçam-se em buscar novos caminhos usando a imaginação e a criatividade. A quantidade e a qualidade dos pensamentos também se elevam.

## **2.2 Conhecer a Internet partindo do crescimento do adolescente**

O surgimento e o desenvolvimento da Internet levaram a humanidade para a época de digitalização e expandiu o segundo espaço da existência do homem - a sociedade da Internet. Nesta sociedade, se enfatiza a própria personalidade e igualdade, evitando atritos e ferimentos causados no contato face a face, satisfazendo a conveniência e o conforto exigidos pelo homem. Estas características chamam mais atenção do jovem do que outros grupos sociais.

A. Autonomia: O mundo da Internet é um mundo cheio de informações abundantes como uma enciclopédia. A quantidade das informações vinda de origens distintas está aumentando sem cessar.

O intenso e imediato prazer em tempo real, o desprezo pelo futuro, a aventura e a conquista de novos territórios simbólicos, a anarquia do ciberespaço, as agregações sociais, todas elas características da cibercultura, mostram o vitalismo social contemporâneo no coração da tecnologia digital. (LEMOS, in Menezes, 2004, p. 174)

Pode-se escolher à vontade na Internet as informações necessárias e expressar liberalmente as opiniões individuais. Esta autonomia oferece um campo espaçoso para o desenvolvimento da personalização do jovem.

B. Abertura: Na Internet, informações diferentes e culturas distintas do mundo se cruzam e coexistem. Eis um sistema aberto e mutável. Acessar a Internet parece ser como entrar num oceano de informações. Segundo Dominique Wolton, os internautas

encontram fluxos de informações e conhecimentos interligados.

Diz-se que a informação não existe em si; ela é ligada a um conjunto de conhecimentos, a uma construção. As ligações hipertextuais não estabelecem somente relações entre as idéias e os conhecimentos, elas estabelecem, com seus *a priori* e com a rigidez real que as acompanham, uma geografia do conhecimento (WOLTON, in Menezes, 2004, p. 150)

O mundo se torna uma aldeia global. Qualquer pessoa pode obter a informação buscada sempre que obedeça aos protocolos determinados. Como um caleidoscópio de informação, a Internet facilita as comunicações entre as culturas diferentes e favorece o pluralismo da cultura, ampliando as possibilidades de lazer do adolescente. Porém, isso leva os jovens a conhecer com antecedência a sociedade do adulto, levando-os a amadurecer cedo e influenciando o crescimento da qualidade moral.

C. Igualdade: A igualdade é uma grande característica da Internet. Como diz um provérbio chinês: “Na Internet ninguém sabe se você é um cachorro”. A categoria, o sexo, a profissão e outras informações pessoais se escondem na Internet. Seja quem for, todo mundo aparece em forma de sinal e fica na mesma linha de partida. “Diante do computador, todo mundo está em pé de igualdade.” A igualdade da posição traz a liberdade de comunicação.

A internet como meio de comunicação rompe com a distribuição hierárquica entre emissores e receptores ao possibilitar que cada um de nós possa produzir e distribuir mensagens. Eis o sonho: com a internet, enfim, a troca de mensagens assemelha-se a um diálogo ou ao que ocorre numa praça ou numa festa. (VAZ, in Menezes, 2004, p. 225)

Qualquer pessoa pode exprimir as próprias idéias na Internet, o que é muito fascinante para os jovens.

D. Imaginação: a imaginação na Internet é favorecida pela identidade “escondida” dos usuários, pelo espaço “imaginário” e pelo funcionamento “sem ordem”. Como diz Paulo Vaz:

A rede é a infinita encruzilhada. E se considerarmos sua multipolaridade, observamos que a rede é capaz de se estender ou de receber novos elementos estranhos em qualquer um de seus nós. A rede é a estrutura mínima de ordem, singularizada por sua tolerância à diversidade social e temporal. (VAZ, in Menezes, 2004, p. 223)

As redes constroem uma sociedade através das interconexões, criando um espaço imaginário. O mundo humano se altera na Internet. Nesse espaço colorido e estimulante, você pode inventar “existências imaginárias” bem parecidas com o ambiente real; você pode experimentar à vontade todos os papéis sociais; você também pode realizar os sonhos que sejam impossíveis de atingir na realidade. Essa interação imaginária fornece à vida adolescente uma maior base de prática social, trazendo para eles um palco de escolha livre, participação ativa e auto-realização. Ao mesmo tempo, provoca afastamento das relações interpessoais e até dependência de ficar na Internet.

E. Interação: a mudança mais destacada trazida pela Internet é a forma de pensar. A realidade imaginária criada pela Internet é uma existência especial, em que vários sujeitos pensantes comunicam sentimentos e trocam informações.

O ciberespaço - que é o espaço de comunicação aberto pela interconexão global de computadores – ocasiona uma nova configuração de larga escala de comunicação “muitos para muitos”. A imprensa e, depois, o rádio e a televisão organizam

a troca de informações de maneira “um para muitos”, criando largas audiências e um sentido de comunidade; mas eles impedem uma comunicação realmente interativa.

O sistema postal e o telefone construíram, por sua vez, um sistema de comunicação “um para um”, permitindo o diálogo e a interação; mas impediram as comunidades de se manifestarem e crescerem no espaço comunicacional que criaram.

O ciberespaço, ao contrário, permite não apenas uma comunicação “um para um” e “um para muitos”, mas também do tipo “muitos para muitos” e a articulação em tempo real entre os três modos, o que incentiva a inteligência coletiva. (LÉVY, in Menezes, 2004, p. 166)

No mundo da Internet, as concepções do tempo e espaço se alteram. A forma de pensar – mais de quatro dimensões - nega a regra geral da forma tradicional, revelando a combinação do pensamento concreto e abstrato. Esta nova forma destrói a lógica interna do pensamento e inverte a distância racional entre os indivíduos, estimulando ainda mais os indivíduos a pensar, a criar, a usar a inspiração, a elevar a capacidade de imaginação e criação. O adolescente se encontra na fase de estudar e se desenvolver, portanto a Internet desempenha um papel importante na sua formação e na sua capacidade de pensar.

### **2.3 Características e relações entre Internet e adolescência**

A. A autonomia e a igualdade da Internet correspondem à exigência do crescimento do adolescente. A liberdade da Internet combina com o desejo de afirmação da personalidade. Os jovens têm medo de ser diferentes e ainda mais medo de ser iguais. Eles procuram todas as coisas que possuem peculiaridades. A Internet amplia o espaço social do homem. Os “membros da sociedade virtual”, usando identidade anônima, podem usufruir sem restrições os conhecimentos desse “ambiente imaginário”, o que impulsiona os jovens a aceitar a socialização e proporciona-lhes as chances de ter direitos iguais e afirmar seus próprios valores.

B. A interação e a multidimensionalidade da Internet constroem uma plataforma para o adolescente se abrir. A transmissão das informações sintetiza as características das três maiores mídias: televisão e cinema, livro e revista, e rádio. As informações se referem a todas as áreas do globo, tais como: a política, a economia, a cultura e o esporte, etc. Esses novos frutos culturais ampliam a visão e o pensamento do adolescente, explorando uma terra nova para a vida cotidiana. Ao mesmo tempo, a Internet fornece um palco mais interessante para a comunicação interpessoal, através do qual os jovens podem publicar idéias, colar fotos e até fazer show em tempo real e receber respostas e interações.

Tanto um cibercafé como um estágio de Internet são meios de conhecer pessoas. Os homens que trabalham na Rede formam uma comunidade que deixa visível, pouco a pouco, a Internet, a familiarizam e a humanizam. O uso generalizado do teclado constitui uma forma de cultura que atravessa os países, as línguas e as classes sociais (WOLTON, in Menezes, 2004, p. 151).

A Internet oferece ao adolescente um local como ele nem sempre encontra na realidade para se abrir e se expressar.

C. A interação e a diversidade proporcionam para o adolescente um espaço enorme para estudar, ampliando o caminho para procurar informações, satisfazendo a ânsia de saber e estimulando a aprendizagem. O ciberespaço pode ser visto como um lugar de invenção e experimentação para adolescentes, algo importante para esses indivíduos, pois é através desses trabalhos que ele pode se fazer sujeito desejante. A Internet constitui um ambiente livre, leve, sem pressão, facilitando a capacidade de criação. “Sem limite” também provoca a curiosidade e a ânsia de saber dos jovens, estimulando o interesse e liberando o potencial criador.

D. A imaginação da Internet substitui a vida real do adolescente. A Internet reduz

as distâncias entre as pessoas, proporcionando uma zona tampão para os jovens se comunicarem socialmente. No processo do crescimento é inevitável enfrentar diversas contradições e conflitos e sentir pressões e preocupações, chegando até mesmo a situações de instabilidade psicológica. O adolescente, frente a este mundo em veloz transformação, agrega novas questões ao problema. Se a utilização da nova tecnologia pode levar esses sujeitos a certo isolamento - já descrito como característica desta fase da vida-, a Internet talvez venha a ser também um veículo de aproximação, de encontro entre as pessoas, proporcionando conhecimentos, trocas de experiências e sentimentos, que não teriam outro lugar, outro espaço.

Justamente como OUTEIRAL (1994) diz, é necessário entender que na adolescência normal há momentos progressivos e regressivos do emocional, em função de tensões internas e/ou externas que o adolescente enfrenta. As tensões internas são modificações próprias da adolescência. As tensões externas referem-se à relação do adolescente com o meio familiar e social. Os adolescentes, de uma maneira geral, têm dificuldade de expressar seus sentimentos em palavras e o fazem, preferencialmente, através de atitudes. Aos poucos vão se organizando mentalmente e conseguem expressar um discurso verbal coerente com seus sentimentos e idéias.

Os adolescentes encontram um mundo sem aborrecimento na Internet, em que eles não se sentem irritados nem deprimidos. Como o psicólogo Wang Danli indicou na sua obra (2006, p. 134), os adolescentes dispensam tanta atenção à Internet e mantêm contatos tão freqüentes com ela por causa das necessidades psicológicas: em busca de conhecimentos novos e psicologia curiosa; apego à liberdade e igualdade; encontrar abertura e pluralismo; satisfazer a expressão emocional; satisfazer a psicologia sexual; em procura de contatos interpessoais; obter sucesso instantâneo; desabafar queixas e cólera; fugir e livrar-se da realidade; realizar a si próprio na vida virtual.

### 3 PESQUISA QUALITATIVA, RESULTADOS, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO

#### 3.1 Conteúdo de Pesquisa

Os principais conteúdos de pesquisa incluem as características dos usuários, jovens chineses, as peculiaridades da utilização da Internet, as influências exercidas pela Internet sobre o estudo, a diversão, a comunicação interpessoal, o contato com mídia de massa, os pensamentos e os comportamentos do adolescente, etc.

##### 3.1.1 As características dos jovens usuários chineses

Através das comparações entre os usuários e não-usuários nos aspectos de sexo, idade, contexto familiar e satisfação pessoal, nós verificamos as características dos jovens internautas chineses.

##### 3.1.2 As peculiaridades da utilização da Internet

- (1) Local, horário, modo, custo e controle dos pais na utilização da Internet
- (2) Sites frequentemente usados e comparação entre sites em idioma chinês e em línguas estrangeiras
- (3) Utilização de todas as funções da Internet
- (4) As principais utilidades da Internet (informação, diversão, comunicação e necessidades práticas)
- (5) Uso do E-mail
- (6) Uso de QQ, BBS, MSN, BLOG
- (7) Dificuldades na utilização da Internet
- (8) Diferentes necessidades dos usuários e não-usuários da Internet
- (9) Diferentes atitudes dos usuários e não-usuários relativas à Internet

##### 3.1.3 Utilização da Internet e estudos do adolescente

Através das comparações dos internautas e não-internautas nos aspectos da duração temporal dos estudos, notas das provas, cobranças, verificamos os impactos possíveis da Internet sobre a formação dos jovens.

### **3.1.4 Utilização da Internet, atividades esportivas e descanso do adolescente**

Através da comparação dos usuários e não-usuários na duração temporal nas atividades esportivas, verificamos o papel desempenhado pela Internet na diversão e no descanso do adolescente.

### **3.1.5 Utilização da Internet e comunicação interpessoal do adolescente**

Não é suficiente que os homens troquem muitas informações para que se compreendam melhor. São os planos culturais e sociais de interpretação das informações que contam, não o volume ou a diversidade dessas informações. O uso não faz a economia do projeto. O tempo ganho no acesso à informação pode ser novamente perdido na dificuldade de interpretar essa informação. Por isso, em algum momento, é preciso também aconselhar o internauta a sair da comunicação *mediatizada* e se confrontar com a comunicação natural humana e social. Daí a importância dos contatos, da voz, dos olhares, além da troca de signos. Atenção às solidões interativas! (WOLTON, in Menezes, 2004, p. 150)

Geralmente, achamos que a utilização da Internet reduz a comunicação interpessoal. A presente pesquisa não vai discutir em especial o problema da comunicação interpessoal, porém, vai tentar conhecer as influências exercidas pela Internet sobre o tempo de duração da comunicação face a face no cotidiano e o tempo de utilização do telefone.

### **3.1.6 Utilização da Internet e o contato do adolescente com mídia de massa**

O contato com a mídia de massa, que tem grande impacto no crescimento do adolescente, constitui parte importante na vida dos jovens. Entretanto, contando com as vantagens na velocidade de transmissão das informações, na diversificação e

reciprocidade das informações, a Internet talvez influencie o contato do adolescente com a mídia.

As mídias em questão são: televisão, jornal, rádio, livro extra-escolar, vídeo/VCD, revistas, cassete/CD/MP3, etc.

Utilização da mídia de massa inclui: tempo de duração da utilização das mídias de referência, importância da mídia como uma origem da informação e diversão, satisfação das necessidades, e confiança nas mídias.

### **3.1.7 Influência da Internet sobre os pensamentos e os comportamentos do adolescente**

Através da investigação e da consulta de sites de divertimento, páginas eróticas, violentas e não-saudáveis, nós verificamos como é que a Internet modifica os pensamentos e comportamentos do adolescente.

## **3.2 Método de pesquisa**

A pesquisa vai usar questionário, partindo da fundamentação teórica presente nos capítulos precedentes. Foram distribuídos os formulários para dois grupos: 50 adolescentes com idade de dezoito anos que frequentam o primeiro ano da faculdade, enquanto os outros cinquenta, com quinze anos, estão no primeiro ano do segundo círculo da escola secundária. Os homens são 50%.

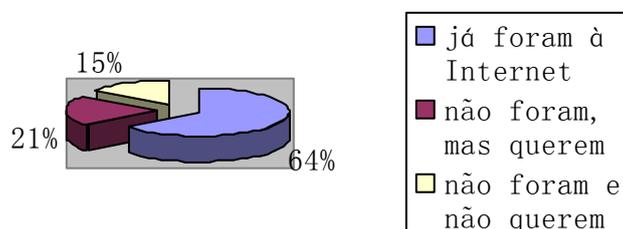
## **3.3 Resultados, análise e interpretação**

### **3.3.1 As características dos usuários**

#### **3.3.1.1 Definição de usuários adolescentes**

Neste estudo, os usuários adolescentes indicam aqueles estudantes que tenham experiência de utilização da Internet e possam responder as questões propostas. Segundo o questionário, os que já navegaram na Internet representam 64%, os que não acessaram, mas querem fazê-lo, são 21%; e os que nunca navegaram nem querem são

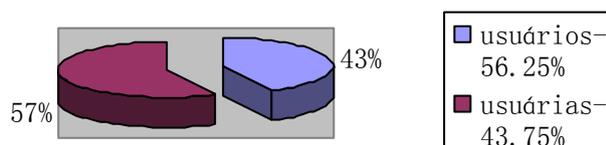
15%. Veja o desenho:



### 3.3.1.2 Características

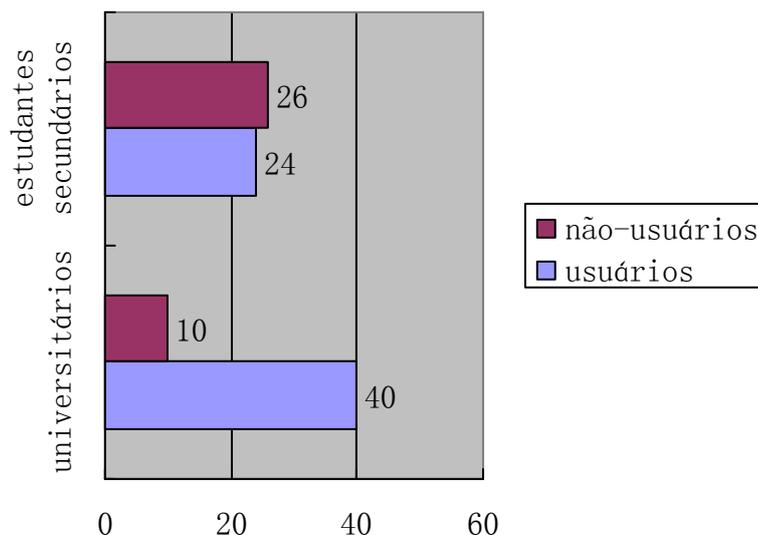
#### 3.3.1.2.1 Sexo

Nesses 64 usuários, 36 são homens, representando 56.25%, e 28 são mulheres, representando 43.75%. Entre os homens, 72% são usuários da Internet, enquanto entre as mulheres, 56% são usuárias. Podemos ver que existem grandes diferenças entre homens e mulheres no uso da Internet.



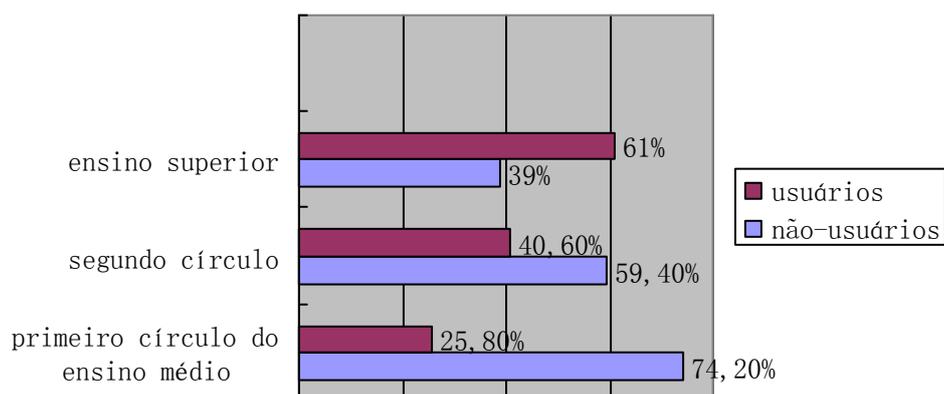
#### 3.3.1.2.2 Idade

Em 64 usuários, os universitários de 18 anos são 40, ocupando 62.5%, e os estudantes secundários de 15 anos ocupam 37.5%. Ou seja, entre os 50 calouros universitários, 40 são usuários, representando 80%, enquanto 24 estudantes secundários são usuários, ocupando 48%. Sabemos através do desenho que geralmente a percentagem dos usuários aumenta com a idade.



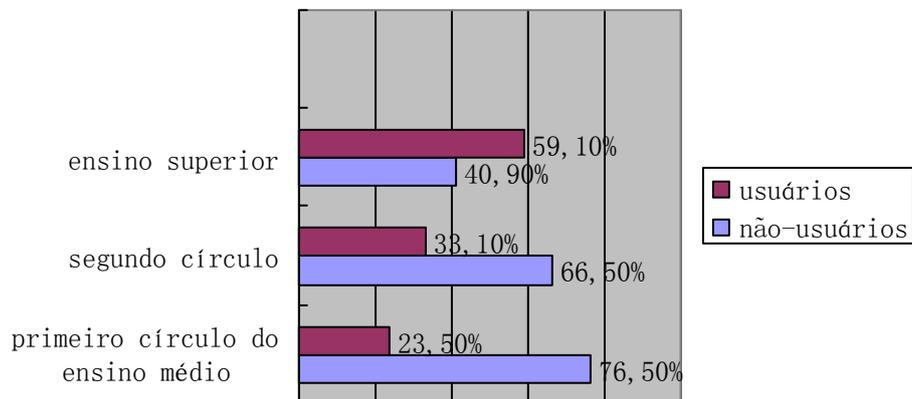
### 3.3.1.23 Contexto educacional dos pais

Dentre os 64 usuários, 35 pais dos usuários obtiveram diplomas do ensino superior, 20 pais tiveram acesso ao segundo círculo do ensino médio e 9 pais só freqüentaram até o primeiro círculo da escola secundária. E focando em cada nível educacional, há mais usuários entre os filhos cujos pais foram formados no ensino superior. Isso revela que a percentagem da utilização da Internet aumenta com o nível educacional do pai.



Dentre os 64 usuários, 18,75% das mães obtiveram acesso ao primeiro círculo do ensino médio, 46,88% das mães ao segundo círculo e 34,37% das mães freqüentaram os cursos universitários. E focando no nível educacional, há mais usuários entre os filhos cujas mães foram formadas no ensino superior. Isso revela que a percentagem da

utilização da Internet aumenta com o nível educacional da mãe.



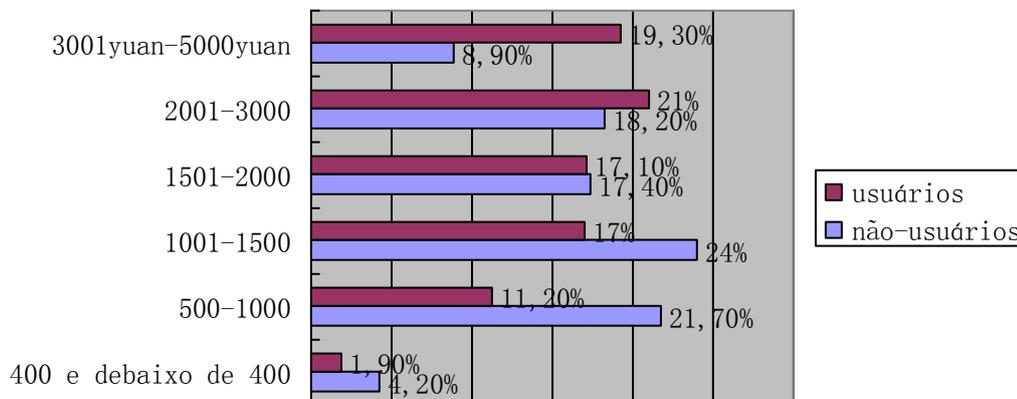
### 3.3.1.24 Profissão dos pais

Segundo a pesquisa, entre os pais dos 64 usuários, trabalhadores ocupam 15,6%, administradores empresariais ocupam 15,2%, técnicos especializados ocupam 10,5%, empregados do setor de serviços e comércios ocupam 10,2% e outras 9 profissões representam 48,5%. Falando de cada profissão, há mais usuários entre os filhos cujos pais trabalham com estudos, pesquisas científicas e educação. Dentre os 8 cientistas e professores, 75% dos filhos deles utilizam Internet, e depois são os filhos das pessoas que trabalham nas áreas culturais e esportivas, representando 70%, depois são filhos dos administradores empresariais, 66%, e técnicos especializados, 62%.

Entre as mães dos 64 usuários, 20,4% delas são empregadas no setor de serviços e comércios, 14,6% são trabalhadoras, 12,0% são administradoras empresariais, e 53% são de outras 10 profissões. Falando de cada profissão, há mais usuários entre os filhos cujas mães trabalham em jointventures, representando 80%, e depois são filhos das mulheres que trabalham nas áreas culturais e esportivas, 72%, depois são funcionárias das instituições governamentais, 67%, cientistas e professoras, 61%, médicas e enfermeiras, 58,6%, e administradoras empresariais, 55,6%.

### 3.3.1.25 Rendimento da família

Conforme a pesquisa, o rendimento mensal das famílias dos usuários é muito mais do que o dos não-usuários. (No desenho, a unidade do rendimento é yuan, 1 yuan corresponde a 0,78 US\$)



### 3.3.1.26 Posse dos computadores e Internet

Quanto à posse dos computadores, 76,6% dos usuários possuem computadores em casa, dentre os quais 76,4% são ligados à Internet. Apenas 34,9% dos não-usuários têm computadores em casa, dentre dos quais 21,4% mantêm acesso à Internet.

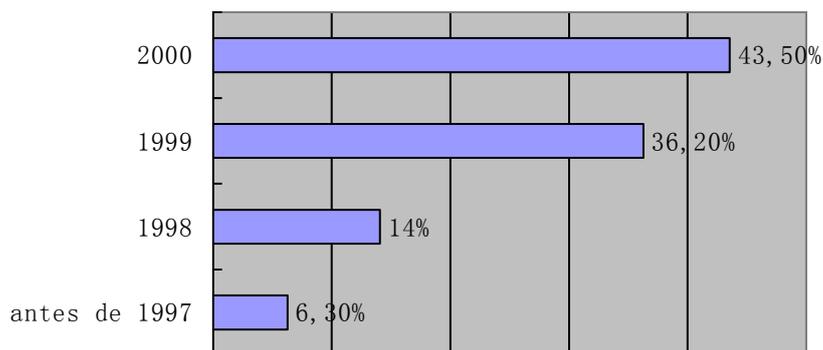
Em resumo, há mais masculinos nos usuários adolescentes (56,25%). Quanto mais alto o grau acadêmico, mais usuários. 80% dos universitários calouros são usuários e 48% estudantes secundários são usuários. E em todos os usuários, universitários ocupam 62,5%, enquanto secundários representam 37,5%. Quanto mais alto o nível educacional dos pais, mais filhos são usuários da Internet. Dentre os usuários adolescentes, as profissões principais dos pais são trabalhadores, administradores empresariais, técnicos especializados e empregados do setor de serviços e comércios. Em comparação, o rendimento da família dos usuários é obviamente mais alto do que o dos não-usuários e a maioria das famílias dos usuários possui computadores e Internet.

## 3.3.2 As peculiaridades da utilização da Internet

### 3.3.2.1 Data inicial da utilização

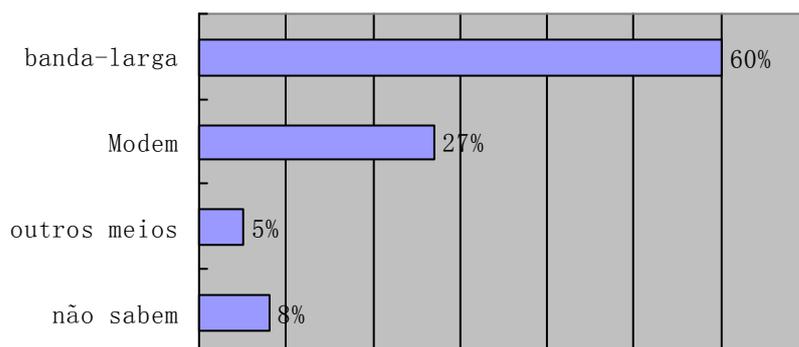
Dentre os usuários, 80% deles começaram a usar a Internet desde 1999 e 2000. O

período da utilização não é planejado. Veja o desenho:



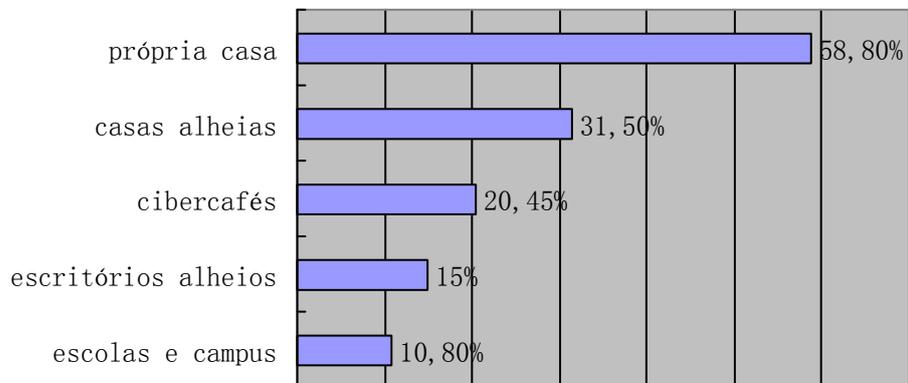
### 3.3.2.2 Meio de acesso

60% dos usuários acessam a Internet pela banda larga, 27% pelo modem. Menos de 5% pelo celular e transformador digital da televisão. 8% não sabem claramente ainda o meio de acesso.



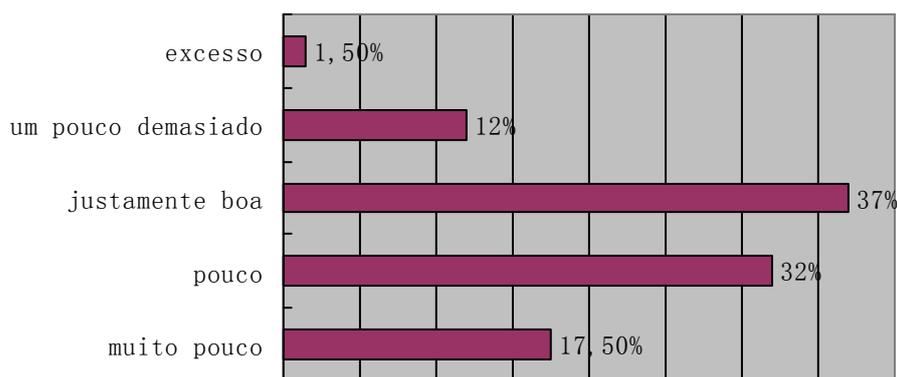
### 3.3.2.3 Locais

58,8% dos usuários adolescentes acessam a Internet na própria casa, 31,5% nas casas dos amigos e parentes, 20,45% nos cibercafés, salão de videogames ou cafeterias, 15% nos escritórios dos pais ou de alheios, 10,8% nas escolas ou campus.



### 3.3.2.4 Duração na Internet e satisfação pessoal

Os usuários adolescentes demoram em média na Internet 424 minutos por semana, ou seja, uma hora por dia mais ou menos. 37% deles acham a duração “justamente boa”, 12% acham “um pouco demasiada” e somente 1,5% acha excesso. 32% acham pouca e 17,5% muito pouca. Isso quer dizer, 50% dos usuários não estão satisfeitos com a duração na Internet.



### 3.3.2.5 Controle dos pais

Como os filhos menores de idade estão tutelados pelos pais, a maioria dos pais controla ou limita através de meios diferentes a utilização da Internet. Somente 8,4% dos pais não se importam. Os meios de controle incluem principalmente: os adolescentes devem obter primeiro a permissão dos pais antes de ir à Internet, ocupando 41,7% dos usuários; Os pais limitam a duração na Internet, apresentando 38,8%; os usuários só podem surfar na Internet com presença dos pais, sendo 10,3%; 3,0% dos pais usam software vigilante. E 9,4% dos usuários adolescentes disseram “Meus pais não sabem que estou na Internet.”

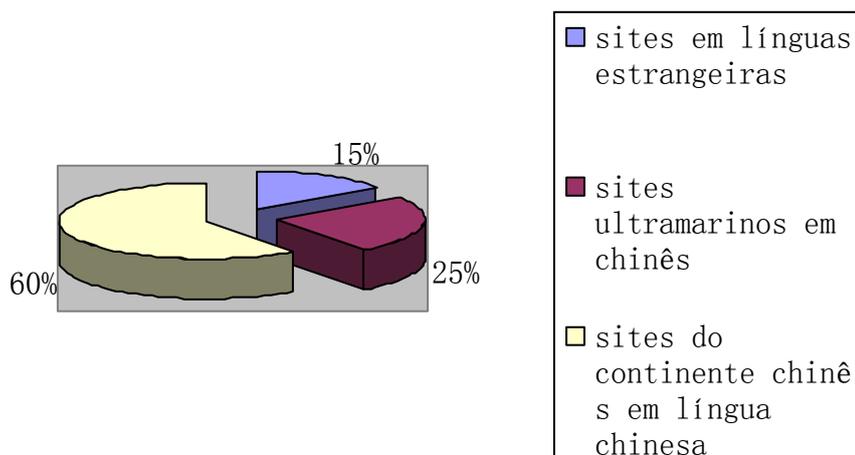
### 3.3.2.6 Sites mais freqüentados pelos usuários

Na pesquisa, os usuários adolescentes preenchem no papel à vontade os 6 sites usados freqüentemente. Mostramos aqui apenas os sites referenciados por mais de 5% dos usuários.

Usuários que referem	Nome de site
23%	sohu.com
10.8%	Chinaren.com
8.8%	sina.com.cn
8.8%	yahoo.com
8.4%	163.com
6.0%	21cn.com

Como podemos ver, os adolescentes vão geralmente aos sites para adultos. Não tivemos mais de 5% que indicassem sites especializados para adolescentes ou crianças. Além disso, os usuários gastam 40% da duração nos sites em línguas estrangeiras e sites ultramarinos em língua chinesa. Veja o quadro:

### Comparação de duração nos sites



### 3.3.2.7 As fontes de conhecimentos sobre Internet

A pesquisa mostra que 39,2% dos usuários obtêm conhecimentos sobre Internet

através dos colegas ou amigos; 34,7% pelos livros informáticos; 33,6% através dos pais ou parentes; 32,3% pela Internet; 31,2% pelos jornais ou revistas; 28,9% pela televisão; 16,4% pela disciplina de informática na escola; 8,8% pelos cursos extra-escolares; 4,9% pelos grupos de interessados. Comparando com os meios antigos de ganhar conhecimentos, os usuários obtêm as informações sobre Internet com os colegas e parentes ou estudando sozinhos, dependendo raramente dos cursos ou professores na escola.

### 3.3.2.8 Utilização das funções da Internet

Quais são as funções usadas pelos adolescentes? Veja o desenho:

<b>Utilização das funções da Internet</b>	<b>Percentagem dos usuários</b>
Jogos	62.0%
Room conversation (IRC)	54.5%
E-mail	48.6%
Download de páginas	39.7%
Buscar informações	25.0%
Ler notícias	21.9%
Telefonema on-line	14.7%
Chat on-line (ICQ, OICQ)	14.3%
Editar e inovar página pessoal	12.6%
Mandar documentos	9.4%
Quadro de publicação (BBS)	9.2%

### 3.3.2.9 Objetivos da utilização

Os adolescentes usam Internet para quê? O desenho apresenta a comparação da frequência de utilização entre 15 objetivos. Se “nunca usa” ganha 1 ponto, “usa às vezes” ganha 2 pontos, “usa freqüentemente” ganha 3 pontos e “usa diariamente” ganha

4 pontos, podemos fazer uma comparação da frequência de utilização entre os 15 objetivos. “Buscar informações sobre próprias afeições” tem mais frequência de utilização, enquanto “tratar casos pessoais” tem menor utilização.

	Nunca	Às vezes	Freqüentemente	diariamente	Ponto médio
Buscar informações sobre próprias afeições	14.5	34.0	38.9	12.6	2.50
Downloads, desenhos, jogos ou materiais audiovisuais	18.1	37.1	37.0	7.8	2.35
Buscar conhecimentos relativos	16.6	40.4	35.1	8.0	2.35
Ler notícias	12.9	47.2	33.8	6.1	2.33
Diversão (Ouvir MP3, assistir a filmes)	21.9	34.9	33.0	10.3	2.32
Chat	24.1	33.7	32.6	9.7	2.28
Jogos	24.0	39.1	28.6	8.3	2.21
Aprender conhecimentos informáticos	16.9	56.9	21.7	4.5	2.14
Fazer amizade	30.1	37.0	24.8	8.2	2.11
Download software ou instrumento	37.8	36.7	20.5	5.0	1.93
Estudar ou Andar na escola on-line	38.0	37.6	19.0	5.4	1.92
Editar e preservar página pessoal	51.0	32.9	12.8	3.4	1.69
Participar das atividades on-line organizadas por sites	51.3	32.0	13.2	3.4	1.69
Expressar opiniões pessoais no BBS	60.0	28.1	9.5	2.5	1.54
Tratar casos pessoais (fazer compras, reservar passagens)	64.2	26.2	7.6	1.9	1.48

Segundo a análise, os objetivos da utilização podem ser divididos em quatro gêneros: usos práticos, diversões, usos técnicos e busca de informação.

Usos práticos incluem: participar das atividades organizadas por sites, editar e preservar página pessoal, expressar opiniões pessoais no BBS, tratar casos pessoais, estudar ou andar na escola on-line.

Diversões incluem: chat, fazer amizade, ouvir MP3 e assistir a filmes, jogos, etc.

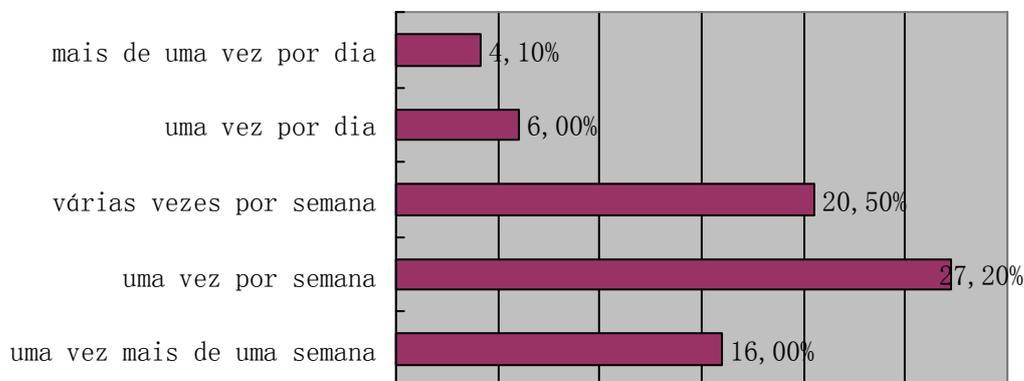
Usos técnicos incluem: download de desenhos, jogos ou materiais audiovisuais, download de software ou instrumentos, aprender conhecimentos informáticos.

Busca de informação inclui: buscar informações sobre próprias afeições, buscar conhecimentos relativos, ler notícias.

A frequência da utilização do uso técnico e da busca de informação é mais alta (buscar conhecimentos relativos, 2,35; download desenhos, jogos ou materiais audiovisuais, 2,35), depois é o objetivo de diversões (chat, 2,28). A frequência da utilização do uso prático é mais baixa (participar das atividades organizadas por sites, 1,69).

### 3.3.2.10 Utilização do E-mail

A frequência da utilização do E-mail



Conforme a pesquisa, por volta de 40% dos usuários adolescentes não usam E-mail freqüentemente. Veja o desenho:

Uso do E-mail	0	1~2 ou 5	3 ou mais de 6
Pessoa com quem mantém contato por e-mail	49.1%	1~5 pessoas: 40.7%	6 e mais de 6 pessoas: 10.2%
Endereço do e-mail mais usado	39.7%	1 ou 2: 40.6%	3 e mais de 3: 19.7%
Cartas recebidas por semana	45.0%	1~5: 44.8%	6 e mais de 6: 10.2%
Cartas enviadas por semana	44.7%	1~5: 46.7%	6 e mais de 6: 8.6%
Cartas transferidas por semana	69.4%	1~2: 19.4%	3 e mais de 3: 11.2%

### 3.3.2.11 Utilização do ICQ, BBS e Room Conversation

Segundo a pesquisa, 25,2% dos usuários adolescentes expressam opiniões com freqüência no Room Conversation ou BBS. 36,6% falam raras vezes ou apenas olham sem dizer nada. 38,1% nunca foram a Room Conversation ou foram poucas vezes. Os que mantêm contatos por ICQ principalmente com desconhecidos ocupam 7,6%; 15,1% comunicam-se por ICQ com conhecidos; 14,9% comunicam com metade de conhecidos e metade de desconhecidos; Os que usam pouco ICQ ocupam 27,5% e 34,9% nunca usaram.

### 3.3.2.12 As principais dificuldades de acessar a Internet

Quinze dificuldades foram listadas no questionário a serem escolhidas pelos entrevistados. As escolhas não são limitadas. O resultado mostra que:

Para os usuários, a maior dificuldade de acessar a Internet é “o estudo é muito intenso e não tem tempo livre”, 40,7%; “a velocidade da rede é muito baixa”, 28%; “não tem computador em casa”, 22,5%; “a linha cai freqüentemente e não é fácil reentrar na rede”, 17,7%; “é difícil de achar o que deseja na Internet”, 15,8%; “a variedade de vírus

é enorme”, 12,8%.

Para os não-usuários, a maior dificuldade de acessar a Internet é “não tem computador em casa”, 60,5%; “o estudo é muito intenso e não tem tempo livre”, 25,3%; “o computador em casa não se liga com a Internet”, 17,7%; “o custo de acessar a Internet é bastante alto”, 16,7%; “tecnicamente difícil”, 10,3%.

Nas quinze dificuldades, a comparação entre usuários e não-usuários indica: não há distinções óbvias nos aspectos seguintes “não tem telefone em casa”, “tecnicamente difícil”, “o computador não é bastante bom”.

Nas dificuldades tais como “a linha cai freqüentemente e não é fácil reentrar na rede”, “sites ou informações interessantes são poucos”, “a velocidade da rede é muito baixa”, “o estudo é muito intenso e não tem tempo livre”, “as informações em idioma chinês são poucas”, “o custo de acessar a Internet é bastante alto”, “a variedade de vírus é enorme”, “é difícil de achar o que deseja na Internet”, os usuários escolhem mais do que os não-usuários.

Nas dificuldades tais como “não tem computador em casa”, “o computador em casa não se liga com a Internet”, “o professor não me permita a usar Internet”, “não estou com interesse na Internet”, os não-usuários escolhem mais. Veja o desenho:

	<b>Percentagem dos usuários</b>	<b>Percentagem dos não-usuários</b>
não tem computador em casa	22.5%	60.5%
o computador em casa não se liga com a Internet	9.9%	17.7%
o professor não está a favor de usar Internet	1.7%	4.3%
não tem telefone em casa	1.5%	2.75
a linha cai freqüentemente e não é fácil reentrar na rede	17.7%	3.7%

sites ou informações interessantes são poucos	21.1%	8.5%
A velocidade da rede é muito baixa	28.0%	4.5%
o estudo é muito intenso e não tem tempo livre	40.7%	25.3%
tecnicamente difícil	9.1%	10.3%
as informações em idioma chinês são poucas	9.7%	5.2%
o custo de acessar a Internet é bastante alto	28.4%	16.7%
não está com interesse na Internet	3.4%	10.7%
a variedade de vírus é enorme	12.8%	8.0%
é difícil de achar o que deseja na Internet	15.8%	5.0%
o computador não é bastante bom	7.55	4.4%

### 3.3.2.13 As necessidades dos usuários e não-usuários

O desenho manifesta as necessidades dos usuários e não-usuários. Se “não sei” ganha 1 ponto, “não é importante” ganha 2 pontos, “um pouco importante” ganha 3 pontos, “importante” ganha 4 pontos, “muito importante” ganha 5 pontos, podemos fazer uma comparação das 22 necessidades. A comparação indica: para os adolescentes, a necessidade mais importante sobre a Internet é “obter mais novidades”, “satisfazer afeições pessoais”, “elevar eficiência do estudo escolar”, “aprendizagem extra-escolar e investigar assuntos interessantes”, “fazer amizade”. A necessidade menos importante é “aproveitar a liberdade dos adultos”. Veja o desenho:

#### Se a Internet puder satisfazer as seguintes necessidades, quais serão as mais importantes para vocês?

	Não sei	Não é importante	Um pouco importante	Importante	Muito importante	Ponto médio
Obter mais novidades	5.2	7.2	20.7	33.1	33.8	3.83
Satisfazer afeições pessoais	7.1	9.5	20.2	29.0	34.2	3.74
Elevar eficiência do estudo escolar	8.2	10.4	19.8	25.3	36.2	3.71
Aprendizagem extra-escolar e investigar assuntos	8.9	8.7	21.0	29.8	31.7	3.67

interessantes						
Fazer amizade	6.7	12.4	21.2	28.9	30.8	3.65
Descobrir informações necessárias	12.0	5.5	22.4	27.1	32.9	3.63
Compartilhar com outras pessoas minhas alegrias e aborrecimentos	7.4	12.6	22.6	29.1	28.2	3.58
Aumentar contatos com velhos amigos	9.7	11.9	25.3	26.3	26.7	3.48
Apresentar-me livremente	8.4	13.7	26.7	26.2	25.0	3.46
Buscar chance de desenvolver-se	9.6	13.8	24.8	27.3	24.5	3.43
Evitar a solidão	10.6	14.1	23.2	27.3	24.8	3.42
Expressar inteligência pessoal	7.7	14.9	28.4	28.0	21.0	3.40
Exprimir opiniões ou obras pessoais	10.5	13.7	24.7	28.5	22.5	3.39
Satisfazer curiosidade	7.7	18.4	26.3	25.4	22.2	3.36
Conhecer a moda	7.9	18.6	26.4	26.1	21.0	3.34
Debater ou trocar idéias sobre atualidades	10.8	13.2	28.1	27.0	20.9	3.34
Diversões	10.1	18.0	28.7	24.5	18.6	3.23
Participar das atividades sociais on-line	10.6	21.0	29.5	23.2	15.8	3.13
Conhecer meus ídolos ou comunicar-me com eles	11.1	26.7	23.1	21.2	17.8	3.08
Sentir estímulo fresco	8.9	8.7	21.0	29.8	31.7	3.03
Interpretar papel diferenciado da realidade	13.9	24.6	25.3	21.6	14.6	2.98
Aproveitar a liberdade dos adultos	15.6	28.2	27.3	17.7	11.3	2.81

Através da comparação do ponto médio, podemos ver:

(1) Não há diferenças óbvias entre usuários e não-usuários nos seguintes aspectos “elevar eficiência do estudo escolar”, “fazer amizade”, “aumentar contatos com velhos amigos”, “expressar opiniões ou obras pessoais”, “buscar chance de desenvolver-se”, “expressar inteligência pessoal”, “compartilhar com outras pessoas minhas alegrias e aborrecimentos”.

(2) Além disso, em outras necessidades, existem grandes distinções entre usuários e não-usuários. O ponto médio dos usuários é muito mais alto. Veja o desenho:

### Comparação do ponto médio entre usuários e não-usuários

	Ponto médio dos usuários	Ponto médio dos não-usuários
Descobrir informações necessárias	4.05	3.41
Aproveitar a liberdade dos adultos	2.97	2.72
Conhecer meus ídolos ou comunicar-me com eles	3.19	3.02
Interpretar papel diferenciado da realidade	3.20	2.87
Evitar a solidão	3.57	3.34
Aprendizagem extra-escolar e investigar assuntos interessantes	3.77	3.61
Sentir estímulo fresco	3.26	2.90
Conhecer a moda	3.62	3.19
Apresentar-me livremente	3.62	3.37
Obter mais novidades	3.97	3.76
Debater ou trocar idéias sobre atualidades	3.45	3.28
Diversões	3.52	3.08
Participar das atividades sociais on-line	3.33	3.02
Satisfazer curiosidade	3.47	3.30
Satisfazer afeições pessoais	3.94	3.63

#### 3.3.2.14 As atitudes dos usuários e não-usuários relativas à Internet

O desenho mostra as atitudes dos usuários e não-usuários relativas à Internet. Geralmente, mais não-usuários respondem “não tenho certeza”. Nas perguntas “revelar privacidade” e “influência violenta”, quase não há diferenças entre as respostas dos usuários e não-usuários. Sobre “os perigos de fazer amizade on-line”, “o excesso de lixos e publicidades on-line”, como os usuários têm mais experiências, eles dão mais respostas afirmativas. Referindo-se aos aspectos positivos, tais como “surfear na Internet não faz mal ao estudo”, “os adolescentes provavelmente não são influenciados pelo erotismo on-line”, “os internautas não vão se tornar demasiado dependentes da Internet”, “a Internet é favorável à humanidade”, os usuários dão mais respostas afirmativas do que não-usuários. Porém, quanto às perguntas negativas, por exemplo, “a Internet transforma os internautas cada dia mais isolados e não adaptados à sociedade”,

mais usuários respondem “não concordo”. Veja o desenho:

**Você concorda com as opiniões seguintes?**

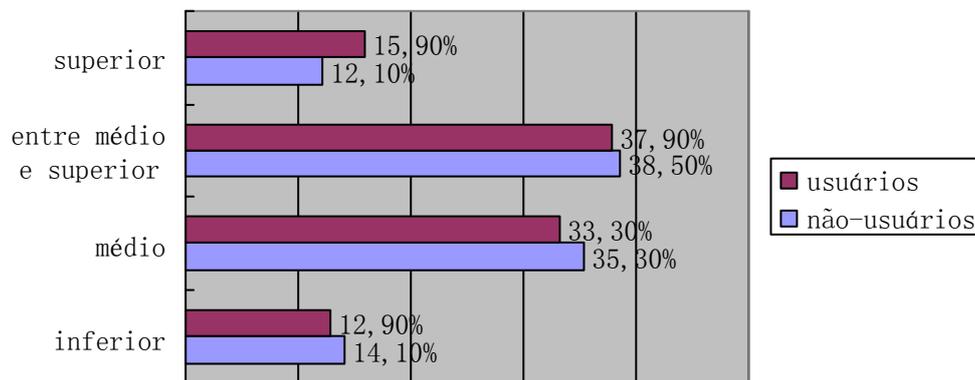
		Não tenho certeza	Não concordo	Não concordo muito	Concordo	Concordo muito
Surfar na Internet não faz mal ao estudo	usuários	9.3	12.8	22.4	30.9	24.6
	Não-usuários	21.8	10.5	27.4	27.4	12.8
Fazer amizade on-line é mais perigoso que under-line	usuários	11.9	18.2	32.0	23.8	14.0
	Não-usuários	23.4	14.1	30.7	20.8	11.0
Privacidade é fácil de revelar na Internet	usuários	12.4	28.7	37.9	14.0	7.0
	Não-usuários	24.9	18.4	34.7	13.6	8.3
Os adolescentes provavelmente não são influenciados pelo erotismo on-line	usuários	13.9	19.8	20.3	23.3	22.7
	Não-usuários	24.2	20.9	21.5	19.8	13.7
Acredito que os internautas não vão se tornar demasiado dependentes da Internet	usuários	8.1	9.1	21.9	33.4	27.5
	Não-usuários	19.7	9.0	21.0	31.1	19.2
Para os adolescentes, é fácil ser influenciados pela violência on-line	usuários	14.4	22.8	32.5	21.5	8.8
	Não-usuários	27.9	12.1	29.4	21.5	9.2
A Internet transforma os internautas cada dia mais isolados e não adaptados à sociedade	usuários	10.6	41.5	36.3	8.0	3.6
	Não-usuários	21.4	29.7	34.5	10.0	4.4
Há muitas informações-lixos na Internet	usuários	12.8	19.7	33.9	23.9	9.7
	Não-usuários	33.4	15.4	31.2	14.5	5.6
Há excesso de publicidades on-line	usuários	12.4	17.3	29.5	26.0	14.8
	Não-usuários	35.8	12.4	27.7	17.2	6.9
Numa palavra, a Internet é favorável à humanidade	usuários	2.7	1.5	3.9	35.2	56.6
	Não-usuários	14.6	3.7	8.2	39.5	34.0

**3.3.3 Utilização da Internet e o estudo dos adolescentes**

Será que a utilização da Internet influencia o estudo dos adolescentes? A pesquisa investigou as diferenças entre usuários e não-usuários nos aspectos de qualificação e

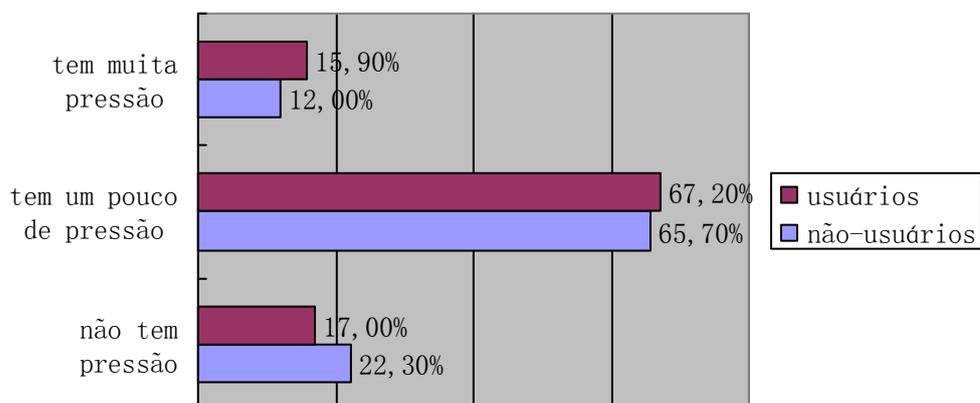
pressão do estudo, duração de fazer exercícios de casa, horário de curso extra-escolar e de aula particular, a fim de analisar as influências da Internet sobre o estudo. Os resultados principais são os seguintes:

### 3.3.3.1 Utilização da Internet e a qualificação do estudo



O desenho apresenta a relação entre a utilização da Internet e a qualificação do estudo. Não existe diferença enorme nas notas entre usuários e não-usuários, ou seja, usar ou não usar Internet não tem muito a ver com a qualificação do estudo.

### 3.3.3.2 Utilização da Internet e a pressão do estudo



O desenho manifesta a relação entre a utilização da Internet e a pressão do estudo. Existe grande diferença na pressão do estudo entre usuários e não-usuários, como o que está mostrado no desenho, usuários sentem mais pressões do que não-usuários.

### 3.3.3.3 Utilização da Internet e o desempenho do trabalho social

Nas escolas, para usuários e não-usuários, as percentagens de desempenhar o papel de chefe estudantil são semelhantes. Veja o desenho:

	Não é chefe	Chefe de grupo	Chefe de turma	Chefe de escola
usuários	45.9%	29.9%	19.7%	4.5%
Não-usuários	48.5%	29.45	18.1%	3.9%

### 3.3.3.4 Utilização da Internet e a duração de fazer exercícios de casa

Segundo a pesquisa, os usuários adolescentes gastam, em média, 87,18 minutos por dia para fazer trabalho de casa, enquanto os não-usuários levam 99,44 minutos. Não há muita diferença na duração de fazer trabalho entre eles.

### 3.3.3.5 Utilização da Internet e curso extra-escolar ou aula particular

Conforme a pesquisa, os usuários adolescentes levam, em média, 247,52 minutos por semana para curso extra-escolar ou aula particular, enquanto os não-usuários usam 178,70 minutos. Os usuários gastam um pouco mais que os não-usuários.

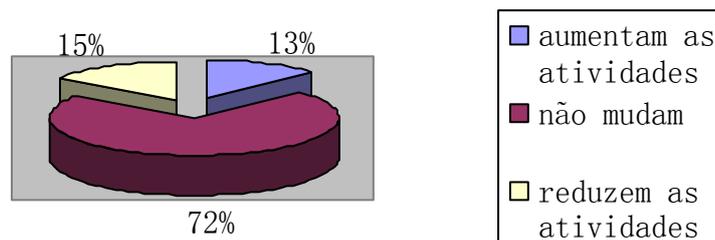
Podemos ver que a utilização da Internet não faz muito impacto negativo ao estudo, só que os usuários sentem mais pressões. Na verdade, devemos saber que,

normalmente, a Internet pode satisfazer a curiosidade dos adolescentes, levando eles a conhecer a tendência do tempo. Isso também vai dar impactos positivos para o estudo. Por exemplo, referindo-se às necessidades sobre a Internet, não há grande diferença entre usuários e não-usuários no aspecto de elevar eficiência de estudo, entretanto, os usuários gostam muito mais de aprender assuntos interessantes ou extra-escolares pela Internet. Não podemos dizer que isso não é influência positiva.

### 3.3.4 Utilização da Internet e as atividades esportivas

#### 3.3.4.1 Utilização da Internet e as atividades esportivas dos adolescentes

Segundo a pesquisa, os usuários adolescentes gastam, em média, 215,63 minutos por semana para fazer exercícios físicos, enquanto os não-usuários 170,46 minutos. Existe diferença óbvia entre eles na duração temporal de exercícios físicos, quer dizer, os usuários levam mais tempo para praticar esportes, bem diferenciado do que a gente imaginava. O desenho mostra a mudança de duração temporal dos usuários antes e depois de ir à Internet.



#### 3.3.4.2 Utilização da Internet e horas dormidas

A pesquisa indica que os usuários dormem, em média, 511,14 minutos por dia, sendo menos do que os não-usuários (529,50 minutos). Ou seja, os usuários dormem menos.

### **3.3.5 Utilização da Internet e comunicação interpessoal do adolescente**

A idéia geral da sociedade chinesa é que a utilização da Internet reduz contatos interpessoais. A pesquisa faz análise através de três comparações entre usuários e não-usuários: (1) quanto tempo ficam com amigos e parentes; (2) a frequência e duração temporal de usar telefone; (3) contato on-line dos usuários.

#### **3.3.5.1 Duração temporal de ficar com amigos e parentes**

Conforme a pesquisa, os usuários adolescentes ficam, em média, 139,15 minutos por dia com amigos ou colegas depois da aula, enquanto os não-usuários 132,13 minutos. Não há muita diferença nesse aspecto. Além disso, a pesquisa manifesta que os usuários divertem-se ou conversam, em média, 65,68 minutos por dia com parentes, enquanto os não-usuários 73,57 minutos. Também não existe diferença grande nesse aspecto.

#### **3.3.5.2 Duração temporal de usar telefone**

A comparação é a seguinte: os usuários usam, em média, 23,78 minutos por dia, enquanto os não-usuários 17,98 minutos. A pesquisa mostra que não há diferença enorme entre eles na duração temporal, mas a frequência dos usuários é mais alta.

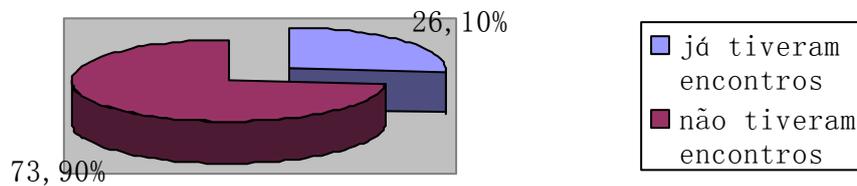
#### **3.3.5.3 Contato on-line**

A pesquisa indica que 53,6% dos usuários conhecem novos amigos pela Internet, somente 0,7% reconhece que não tem amigos on-line. 42,9% dos usuários dizem que têm um até cinco amigos on-line com quem sempre mantêm contatos, 7% têm 6 até 10 amigos, 3,8% têm mais de 11 amigos. O desenho mostra a frequência de contatos entre usuários e amigos conhecidos pela Internet de diferentes locais.

**Você sempre mantém contatos com amigos conhecidos pela Internet?**

	Não tem contato	Contatos raras vezes	Contatos às vezes	Contatos sempre
amigo local conhecido pela Internet	46.1	28.9	16.8	8.1
amigo de outros locais conhecido pela Internet	65.7	21.1	10.7	2.5
amigo chinês residente no estrangeiro conhecido pela Internet	76.6	14.1	6.8	2.5
amigo estrangeiro conhecido pela Internet	76.8	12.5	7.7	3.0

A pesquisa descobre que 26,1% dos usuários adolescentes já tiveram encontros com os amigos conhecidos pela Internet.



O desenho seguinte mostra a mudança da comunicação dia-a-dia dos usuários.

**Após ir à Internet, o seu contato com as seguintes pessoas mudou ou não?**

	Fica aumentando	Fica igual	Fica reduzindo
Pessoa com mesma afeição consigo	40.2%	53.4%	6.4%
Amigo e colega	29.0%	65.1%	5.9%
Pais	15.5%	75.3%	9.3%

Segundo o desenho:

- (1) 50%-75% dos usuários adolescentes acham que os contatos dia-a-dia deles não mudaram.
- (2) Entre os usuários que tenham mudanças nos seus contatos, sobre “pessoa com mesma afeição consigo”, a percentagem de “fica aumentando” (40,2%) é muito mais alta do que a de “fica reduzindo” (6,4%).
- (3) Entre os usuários que tenham mudanças nos seus contatos, sobre contatos com amigos e colegas, a percentagem de “fica aumentando” (29%) é mais alta do que a de “fica reduzindo” (5,9%).
- (4) Entre os usuários que tenham mudanças nos seus contatos, sobre contatos com

pais, a percentagem de “fica aumentando” (15,5%) também é mais alta do que a de “fica reduzindo” (9,3%).

Ou seja, entre os usuários que tenham mudanças nos seus contatos, mais usuários aumentaram contatos com pessoas com as mesmas afeições, e depois, com amigos e colegas e, enfim, com os pais.

### 3.3.6 Utilização da Internet e contato do adolescente com mídia

#### 3.3.6.1 Duração temporal de contato com mídia

A pesquisa estuda por dois aspectos a relação entre a utilização da Internet e a duração de contato com mídia: (1) comparação entre usuários e não-usuários na duração de contato com mídia; (2) narração própria dos usuários sobre a duração de contato com mídia.

(1) comparação entre usuários e não-usuários na duração de contato com mídia, veja o desenho:

#### Quanto tempo demora por dia para contatar com mídia?

Mídia	Usuários	Não-usuários
Televisão	1 hora e 24 minutos	1 hora e 34 minutos
Rádio	29 minutos	28 minutos
Jornal	38 minutos	41 minutos
Fita de vídeo / DVD / VCD	16 minutos	14 minutos
Livros extra-escolar	1 hora e 7 minutos	1 hora e 13 minutos
Cassete / CD / MP3	1 hora e 4 minutos	56 minutos
Revistas	36 minutos	37 minutos
Videogame	11 minutos	9 minutos
Computador (não incluindo ouvir CD, assistir a VCD, nem entrar na Internet )	31 minutos	15 minutos

Segundo o desenho, os usuários gastam mais tempo na televisão, e depois em livros extra-escolar e vídeos, quase mais de uma hora por dia. Enquanto os não-usuários também concentram-se nessas mídias, tendo pouca diferença.

Será que a utilização da Internet influencia o uso das mídias tradicionais? A pesquisa indica que 60%-65% dos usuários responderam “Não”. 20%-30% dos usuários disseram que após entrar na Internet, eles reduziram contatos com televisão, rádio, jornais e revistas, entre os quais a rádio foi diminuída mais, sendo 17,7%, e depois é a televisão (7,9%), revistas (7,2%), e jornais (5,3%). Apenas a percentagem do aumento dos livros ultrapassa a da redução. Veja o desenho:

**Após ir à Internet, você alterou a duração de contato com as seguintes mídias?**

	Aumentou	Igual	Diminuiu
Televisão	13.9%	64.3%	21.8%
Rádio	9.7%	63.0%	27.4%
Jornal	15.3%	64.2%	20.6%
Revista	16.8%	59.2%	24.0%
Livro	21.0%	61.6%	17.5%

**3.3.6.2 Fonte das informações**

Na presente pesquisa, investiguei respectivamente as fontes de informações dos usuários e não-usuários, incluindo televisão, rádio, jornal, instituição ou escola, família, amigo, clube ou organização social e Internet. Veja o desenho:

**Como é a importância dos seguintes meios de ganhar informação? (os números são de percentagem)**

	Usuário ou não-usuário	Não é importante	Pouco importante	Importante	Relativamente importante	Muito importante
Televisão	usuário	3.5	9.3	18.9	34.4	33.9
	Não-usuário	4.6	10.7	21.7	33.1	30.0

Rádio	usuário	20.7	28.0	27.3	15.7	8.3
	Não-usuário	18.9	27.5	27.0	18.2	8.4
Jornal	usuário	4.2	14.6	23.4	34.9	22.9
	Não-usuário	4.4	16.9	22.6	32.3	23.8
Livro	usuário	7.2	14.0	22.1	26.9	29.9
	Não-usuário	6.4	15.0	20.6	27.4	30.6
Revista	usuário	11.6	20.6	25.0	24.8	18.0
	Não-usuário	16.9	23.4	25.3	21.3	13.0
Escola	usuário	6.9	12.1	15.3	28.2	37.5
	Não-usuário	3.1	10.5	13.6	23.7	49.1
Família	usuário	3.6	10.8	18.6	29.0	38.0
	Não-usuário	2.7	8.1	14.6	24.0	50.6
Amigo	usuário	4.6	13.0	23.0	32.0	27.4
	Não-usuário	5.3	12.3	20.5	31.1	30.7
Internet	usuário	6.0	10.3	18.7	30.0	35.1
	Não-usuário	5.3	12.3	20.5	31.1	30.7
Comunidade estudantil ou grupo de interesses	usuário	16.1	23.6	25.0	22.7	12.5
	Não-usuário	13.4	20.7	25.4	26.1	14.4

Em relação aos não-usuários, os usuários consideram Internet e revista como fontes de informações mais importantes, enquanto os não-usuários valorizam família e escola.

A pesquisa mostra que os usuários adolescentes acreditam bastante nas informações oriundas da Internet. Nas mídias consideradas “completamente confiáveis”, a Internet ganha 20,9%, e depois são jornal (16,1%) e televisão (13,7%). Veja o desenho:

**Quantas informações oriundas das seguintes fontes são confiáveis ou exatas?**

(os números são de percentagem)

	Nada é confiável	Poucas são confiáveis	Metade é confiável	A maioria é confiável	Tudo é confiável	Não sei
Televisão	2.4	7.3	21.0	52.7	13.7	2.8
Rádio	4.5	12.7	24.5	41.6	10.1	6.6
Jornal	2.8	8.2	23.1	46.4	16.1	3.4
Internet	3.0	8.9	23.6	38.0	20.9	5.7

A mídia mais confiável para adolescentes é televisão, e depois Internet, jornal e rádio.

### 3.3.6.3 Fontes de diversão

Investiguei também as fontes de diversão dos usuários e não-usuários, incluindo televisão, rádio, jornal, instituição ou escola, família, amigo, clube ou organização social e Internet. Veja o desenho:

**Como é a importância dos seguintes meios de diversão?** (os números são de percentagem)

	Usuários ou não-usuários	Não é importante	Pouco importante	Importante	Relativamente importante	Muito importante
Televisão	usuário	5.1	10.1	16.8	32.1	35.9
	Não-usuário	4.8	8.9	19.7	29.5	37.2
Rádio	usuário	24.6	22.7	24.6	20.5	7.6
	Não-usuário	20.9	25.2	25.7	19.2	9.0
Jornal	usuário	10.2	18.2	28.3	27.6	15.7
	Não-usuário	7.6	18.9	27.2	27.8	18.4

Livro	usuário	6.9	14.2	22.8	28.8	27.3
	Não-usuário	6.2	14.1	22.7	29.2	27.8
Revista	usuário	11.8	16.2	21.6	27.0	23.4
	Não-usuário	13.7	17.9	22.7	24.9	20.8
Escola	usuário	7.8	14.7	22.5	29.3	25.7
	Não-usuário	4.9	12.1	21.3	25.8	36.0
Família	usuário	5.5	11.6	22.1	29.1	31.7
	Não-usuário	2.7	9.2	18.0	27.1	43.0
Amigo	usuário	3.0	8.3	14.8	31.9	42.0
	Não-usuário	3.8	8.2	14.5	31.4	42.1
Internet	usuário	4.8	8.3	16.4	28.4	42.0
	Não-usuário	26.5	13.2	18.4	20.6	21.3
Comunidade estudantil ou grupo de interesses	usuário	15.1	20.4	24.8	22.4	17.4
	Não-usuário	11.7	19.2	25.1	24.5	19.5

Os usuários acham a Internet mais importante e os não-usuários valorizam família e escola como fontes de diversão.

#### **3.3.6.4 Necessidades dos adolescentes sobre mídia**

Conforme os documentos acadêmicos, as necessidades sobre a mídia estão divididas em oito tipos: (1) conhecer notícias nacionais e internacionais; (2) obter informações relativas à vida pessoal (por exemplo, compras, viagem, saúde, etc.); (3) obter informações sobre estudo; (4) satisfazer as necessidades de diversão e afeição

pessoal (por exemplo, jogos, músicas, etc.); (5) expressar opinião ou publicar obra pessoal; (6) trocar opinião ou informação com outros; (7) participar das atividades sociais; (8) promover amizade (fazer amizade ou manter contatos amistosos com amigos e colegas, etc.). Seis mídias estão listadas, entre as quais cinco são tradicionais, incluindo televisão, jornal, revista, livro e rádio. Uma é mídia nova - a Internet. Referindo-se às primeiras quatro necessidades, essas seis mídias podem satisfazer em algum sentido os receptores. Mas quanto às últimas quatro necessidades, o meio ou o modo das mídias tradicionais de satisfazê-las são muito limitados. Os meios das mídias tradicionais são geralmente: escrever cartas para mídia, ser entrevistado pela mídia, participar das atividades lançadas ou organizadas pela mídia. A presente pesquisa busca conhecer as necessidades dos usuários adolescentes sobre mídia.

A investigação entre os usuários indica que televisão, jornal e Internet podem satisfazer a necessidade dos 40% dos usuários sobre “conhecer notícias nacionais e internacionais”. Internet, televisão e jornal podem satisfazer a exigência dos 30% dos usuários sobre “obter informações relativas à vida pessoal”. No aspecto de “obter informações sobre estudo”, mais de 56% dos usuários dependem dos livros e mais de 38% dependem da Internet. Falando sobre “satisfazer as necessidades de diversão e afeição pessoal”, “expressar opinião pessoal”, “participar das atividades sociais” e “promover amizade”, muitos usuários escolhem a Internet. Veja o desenho:

**Qual mídia pode satisfazer melhor a sua necessidade?** (os números são de percentagem)

1: Televisão 2: Jornal 3: Revista 4: Internet 5: Livro 6: Rádio

<b>Necessidades sobre mídia</b>	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>	<b>5.</b>	<b>6.</b>
Conhecer notícias nacionais e internacionais	65.5	43.5	11.9	42.7	10.5	14.3
Obter informações relativas à vida pessoal (por exemplo, compras, viagem, saúde, etc.)	36.9	32.4	29.3	44.8	14.7	10.7

Obter informações sobre estudo	19.1	26.5	14.4	38.1	56.6	9.1
Satisfazer as necessidades de diversão e afeição pessoal (por exemplo, jogos, músicas, etc.)	38.3	18.1	24.3	68.0	14.0	11.7
Expressar opinião ou publicar obra pessoal	10.6	19.6	15.3	61.4	10.3	5.8
Trocar opinião ou informação com outros	10.9	9.3	8.9	71.6	8.9	7.5
Participar das atividades sociais	25.2	24.7	13.7	42.3	10.4	11.5
Promover amizade (fazer amizade ou manter contatos amistosos com amigos e colegas, etc.)	12.0	10.0	9.5	71.4	9.7	7.9

Na pesquisa, pedi aos usuários para ordenar essas oito necessidades de acordo com as importâncias delas. O resultado é o seguinte:

Primeiro lugar: Satisfazer as necessidades de diversão e afeição pessoal (por exemplo, jogos, músicas, etc.)

Segundo lugar: Obter informações sobre estudo

Terceiro lugar: Conhecer notícias nacionais e internacionais

Quarto lugar: Promover amizade (fazer amizade ou manter contatos amistosos com amigos e colegas, etc.)

Quinto lugar: Obter informações relativas à vida pessoal (por exemplo, compras, viagem, saúde, etc.)

Sexto lugar: Trocar opinião ou informação com outros

Sétimo lugar: Expressar opinião ou publicar obra pessoal

Oitavo lugar: Participar das atividades sociais (por exemplo, desempenhar um papel social, ser dono da página, participar nas discussões noticiosas, etc.)

Para as três primeiras necessidades, a Internet é a mídia que pode satisfazer bem a primeira. Sobre a segunda necessidade de estudo, os livros e a Internet ganharam mais votos; a televisão, a Internet e os jornais foram mais escolhidos em satisfazer a terceira necessidade. Referindo-se a outras necessidades, a Internet sempre foi a mais escolhida. Podemos ver que na sociedade moderna a Internet consegue satisfazer bastantes necessidades dos adolescentes.

### **3.4 Conclusões principais sobre a pesquisa**

Conclusão 1: Sobre as características dos usuários adolescentes

Entre os usuários adolescentes, os meninos ocupam mais (56,3%). Quanto mais alto o grau acadêmico, maior o número de usuários. Na pesquisa, entre os 50 calouros universitários, 40 são usuários, representando 80%, enquanto 24 estudantes secundários são usuários, ocupando 48%. Quanto mais alto o grau acadêmico dos pais, mais os filhos serão internautas. Entre os internautas entrevistados, cerca de 40% dos pais deles freqüentaram o segundo círculo do ensino médio. As profissões dos pais são principalmente operários, administradores empresariais, técnicos especializados, empregados do setor de serviços e comércios. As famílias dos usuários ganham mais renda do que as dos não-usuários e a maioria delas possui computadores e recursos para conectar com a Internet.

Conclusão 2: Sobre as características da utilização

A. Situação geral: Por volta de 80% dos internautas adolescentes começaram a utilizar a Internet desde 1999, 60% dos usuários acessam a Internet pela banda larga, e 27% pelo Modem. Local mais usado para acessar a Internet é da própria casa (58,8%), depois o cibercafé (20,45%) e escritório alheio (15,0%). Os adolescentes gastam em média 424 minutos por semana na rede e os sites mais freqüentados são SINA.COM, SOHU.COM, 163.COM. Porém, pouca gente acessa os sites especializados para crianças e adolescentes. A distribuição do tempo na rede é a seguinte: 60,3% da

duração para sites do continente chinês em idioma chinês; 25,2% para sites estrangeiros em idioma chinês e 14,5% para sites em idioma estrangeiro. 8,4% dos pais não restringem os filhos da Internet e a maioria dos pais supervisa os filhos através de controlar a duração na rede, dar permissão anteriormente e usar software de restrição.

- B. A origem dos conhecimentos sobre a Internet diferencia dos meios antigos. Os usuários que obtiveram os conhecimentos da Internet através dos colegas, livros ou dos pais e parentes ocupam respectivamente 30% e 40%. Somente 17% dos usuários dependem do curso informático dos professores.
- C. As funções da Internet: as funções cujo percentual de utilização ultrapassa 50% são jogos on-line (62,0%), salas de bate-papo (54,5%) e e-mail (48,6%).
- D. Os objetivos de usar a Internet podem ser divididos em quatro tipos: uso prático, diversão, uso técnico e busca de informação. Os objetivos mais utilizados são busca de informação, uso técnico e diversão. Uso prático é utilizado com pouca frequência.
- E. Comunicação na rede: cerca de 60% dos usuários adolescentes usam e-mail e menos de 50% usa-no uma ou até algumas vezes por semana. 50% dos internautas têm amigos com quem mantêm contatos pelo e-mail. 25,2% dos internautas expressam idéias frequentemente na sala de bate-papo ou BBS. 37,6% contatam com amigos ou desconhecidos por ICQ.
- F. As dificuldades de acessar a Internet: para os usuários, as dificuldades são “o estudo é muito intenso e não tem tempo livre”, “a velocidade da rede é muito baixa”, “não tem computador em casa”, “a linha cai frequentemente e não é fácil reentrar na rede”, “é difícil de achar o que deseja na Internet”. Para os não-usuários, as dificuldade são “não tem computador em casa”, “o estudo é muito intenso e não tem tempo livre”, “o computador em casa não se liga com a Internet”, “o custo de acessar a Internet é bastante alto”, “tecnicamente difícil”.

- G. As necessidades dos adolescentes sobre a Internet são principalmente: “obter mais novidades”, “satisfazer afeições pessoais”, “elevar eficiência do estudo escolar”, “aprendizagem extra-escolar e investigar assuntos interessantes”, “fazer amizade”.
- H. Não existe grande diferença na atitude relativa à Internet entre usuários e não-usuários.

### Conclusão 3: Utilização da Internet e o estudo dos adolescentes

Conforme a pesquisa, a utilização da Internet quase não influencia as atividades do estudo. Não há diferença óbvia entre usuários e não-usuários na qualificação do estudo, desempenho do trabalho social, duração de fazer exercícios e curso extra-escolar. Entretanto, usuários sentem mais pressão de estudo do que não-usuários.

### Conclusão 4: Utilização da Internet, as atividades esportivas e tempo de sono dos adolescentes

Não há diferença enorme na duração de atividades esportivas entre usuários e não-usuários. 72,5% dos internautas dizem que mantêm iguais os exercícios físicos como antes. 14,8% dos internautas reduziram o tempo de atividades, enquanto 12,7% aumentaram atividades. Porém, existe diferença na duração de descanso. Os usuários dormem menos do que os não-usuários.

### Conclusão 5: Utilização da Internet e comunicação interpessoal do adolescente

Referindo-se à idéia geral da sociedade chinesa de que “a utilização da Internet reduz contatos interpessoais”, a presente pesquisa reserva outro ponto de vista. Segundo a investigação, não existe diferença entre usuários e não-usuários na duração de ficar com amigos e parentes e na frequência e duração temporal de usar telefone. 53%-57% dos internautas contam que depois de iniciar a utilização da Internet, não há mudança no contato interpessoal. 40% dos internautas aumentaram contatos com “amigos com

afeições iguais” após a utilização da Internet e 30% aumentaram contatos com colegas e amigos.

#### Conclusão 6: Utilização da Internet e contato do adolescente com mídia

- A. Duração de contatar com mídia. Usuários e não-usuários gastam mais tempo na televisão, livros extra-escolares e vídeos. Por volta de 60% dos internautas acham que a Internet não mudou os contatos deles com mídia de massa. Entretanto, 20%-30% dos internautas mostram que eles diminuíram o tempo de usar televisão, rádio, jornal e revista. 21% dos usuários aumentaram o tempo de ler livros depois que passaram a usar a Internet.
- B. Fonte de informação. De acordo com a comparação da fonte de informação, os não-usuários dependem mais da família e escola como a fonte de informação deles, enquanto os usuários apelam à Internet e revistas como a fonte.
- C. A comparação entre a Internet e as mídias tradicionais revela que os usuários adolescentes consideram a televisão digna de mais confiança, e depois são Internet, jornal e rádio. Mas, referindo-se à mídia “completamente confiável”, mais de 20% dos usuários escolheram Internet.
- D. Fonte de diversão. Segundo a pesquisa, os não-usuários dependem mais da família e escola para obter recursos de diversão, enquanto os usuários dependem mais da Internet.

Necessidade sobre mídias. Oito necessidades, ordenadas pela importância delas, são: satisfazer as necessidades de diversão e afeição pessoal; obter informações sobre estudo; conhecer notícias nacionais e internacionais; promover amizade; obter informações relativas à vida pessoal; trocar opinião ou informação com outro; expressar opinião ou publicar obra pessoal; participar das atividades sociais. Descobrimos que a Internet é mais escolhida em satisfazer a primeira necessidade, livros e Internet ganham mais votos em satisfazer a segunda necessidade e o percentual de televisão, jornal e Internet ocupa o primeiro lugar em satisfazer a terceira necessidade. A respeito de outras

necessidades, a Internet sempre é a mídia mais escolhida.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com o progresso da sociedade e a evolução rápida das ciências e tecnologias, computadores, Internet, ciberespaço, mundo virtual, estas palavras estão cada vez mais presentes nos discursos nos recentes anos. Graças às novas ferramentas, em especial o aparecimento da Internet, a vida humana conseguiu alterações sem precedentes: a Internet diminuiu a duração e o ciclo de divulgação dos conhecimentos e informações, tornando-se um meio importante para ganhar recursos informativos e comunicar-se com o exterior.

Sem dúvida, a existência e a evolução da Internet estão influenciando profundamente o nosso jeito de trabalhar, viver, o nosso comportamento e conceito do valor. À medida que as pessoas trabalham, estudam, comunicam e se divertem na Internet, a cultura virtual se forma, concluindo a cultura antiga e moderna, exterior e interior, cultura de massa e cultura popular, sendo o produto da época de economia intelectual.

Neste estudo, procurou-se conhecer a interação e a apropriação de sujeitos, em particular os adolescentes chineses, com a Internet. Focou-se a questão a respeito da forma como os adolescentes lidam com a Internet, ou seja, as características e influências da aplicação da Internet. A pesquisa realizada buscou saber como as tecnologias afetam a constituição do sujeito adolescente e as vicissitudes deste processo, dessa fase da vida.

Podemos observar que a Internet, cujo volume de informação é grande e velocidade de transmissão é rápida, conta com várias características, tais como abertura, igualdade e interatividade, etc. Com a expansão da imaginação, a Internet é bem

fascinante para os internautas.

Os adolescentes, promotores de novas criações, representam a direção do desenvolvimento. Na época da Internet, é natural que os adolescentes não aceitem ser ultrapassados pelos outros, desempenhando papel de seguidor fiel da Internet. Eles estão vivendo um momento peculiar da fase de desenvolvimento do ser humano, com várias modificações ocorrendo ao mesmo tempo, o que os torna um ser vulnerável e necessitado de apoio, proteção e orientação. Como outras tecnologias, a Internet é uma faca de dois gumes. Ela traz para a adolescência felicidade ou abuso, dependendo do jeito da utilização.

O problema-chave não reside na Internet própria, mas sim na sua gestão e na sua utilização. A solução atual não é separar os adolescentes da Internet, mas sim cuidar dos adolescentes, dirigindo-os e ensinando-os a conhecer plenamente a Internet, inclusive as funções e os defeitos da Internet, para que eles se ajustem às demandas do desenvolvimento das novas tecnologias e ciências.

## REFERÊNCIAS

ABERASTURY, A.; KNOBEL, M. Adolescência Normal: Um Enfoque Psicanalítico. 5. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1986.

ASSOCIAÇÃO PSICANALÍTICA DE PORTO ALEGRE. Adolescência. Ano V, Revista n.11. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

BAO SHENG, Wang; QIANG Li. A Adolescência Chinesa. Beijing: Indústria Leve, 2002.

BRASIL, Ministério da Saúde. Secretaria Nacional de Programas Especiais de Saúde. Programa de Saúde do Adolescente - PROSAD. Brasília, nov.1989.

CALLIGARIS, Contardo. A Adolescência. São Paulo: Publifolha, 2000.

CANELLA, P.R.B. Tóxicos na Adolescência. In: VITIELLO, N. et al. Adolescência Hoje. São Paulo: Roca, 1988.

CAVALCANTI, R.C. Adolescência. In: VITIELLO, N. et al. Adolescência Hoje. São Paulo: Roca, 1988.

CNNIC. Cronologia da Internet Chinesa. Beijing: CNNIC, 2002.

CNNIC. Relatório da Pesquisa do Desenvolvimento da Internet Chinesa. Beijing: CNNIC, 2004.

ECO, Umberto. Os Limites da Interpretação. São Paulo: Perspectiva, 1995.

ECO, Umberto. Interpretação e Superinterpretação. São Paulo: Martins Fontes, 1997B.

- ERICKSON, E.H. Identidade, Juventude e Crise. Rio de Janeiro: Zahar, 1972.
- FERREIRA, A. B. Holanda. Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.
- FLICK, Uwe. Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- FOUCAULT, Michel. As Palavras e As Coisas: uma arqueologia das ciências humanas. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- FREUD, Sigmund. [1914]. Algumas Reflexões sobre a Psicologia Escolar. Rio de Janeiro: Imago, 1987.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- LAN, Peng. Os Primeiros Dez Anos da Internet Chinesa. Beijing: Universidade de Qinghua, 2005.
- JUN FEI, Du. Teoria da Comunicação da Internet. Fuzhou: Feijian Povo, 2004.
- JUN FEI, Du. Jornalismo Online. Beijing: China Broadcasting, 2001.
- JUN JIE, Ding. Internet e Educação Moderna. Beijing: Universidade de Comunicação da China, 2001.
- KAUFMANN, Pierre. Dicionário Enciclopédia de Psicanálise: o Legado de Freud e Lacan. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

LAPLANCHE, Jean; PONTALIS, Jean-Bertrand. Vocabulário da Psicanálise. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

LEMOS, André. Apropriação, Desvio e Despesa na Cibercultura. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. A Genealogia do Virtual: Comunicação, Cultura e Tecnologias do Imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. O Ciberespaço Como Um Passo Metaevolutivo. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. A Genealogia do Virtual: Comunicação, Cultura e Tecnologias do Imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.

Lu Shizhen. A Relação Entre a Internet e a Adolescência. Jornal da Educação da China. 19 de setembro de 2005, Beijing.

MARIANA, Maria. Confissões de Adolescente. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1992.

MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. A Genealogia do Virtual: Comunicação, Cultura e Tecnologias do Imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.

NEGROPONTE, Nicholas. Vida Digital. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

OSÓRIO, L.C. Adolescência Hoje. 2. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1992.

OSÓRIO, Luiz Carlos. Evolução Psíquica da Criança e do Adolescente. Porto Alegre: Movimento, 1975.

OUTEIRAL, J.O. Adolescer: Estudos sobre Adolescência. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994.

QI ZHENG, Zhao. Atualidade e Tendência do Desenvolvimento da Internet Chinesa. Beijing: Linha Frente, 2000.

RASSIAL, Jean-Jacques. A Passagem Adolescente: da Família ao Laço Social. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1997.

RASSIAL, Jean-Jacques. O Adolescente e o Psicanalista. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 1999.

RONG SHENG, Xu. Mídia da Internet. Beijing: WuZhou, 1999.

TIAN, Lin; LIN, Xing. Base e Aplicação da Internet. Beijing: Universidade de Beijing, 2002.

TIAN ZHE, Wang; DAN LI, Wang. Saúde Psicológica dos Universitários. Beijing: Indústria Leve, 2006.

VAZ, Paulo. Mediação e Tecnologia. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. A Genealogia do Virtual: Comunicação, Cultura e Tecnologias do Imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.

VITIELLO, N. Adolescência Hoje. São Paulo: Roca, 1988.

WEI XING, Chen. Internet e Desenvolvimento da Sociedade. Beijing: Universidade de Comunicação da China, 2001.

WEN BO, Kuang. Análise do Internauta. Beijing: Universidade de Beijing, 2003.

WOLTON, Dominique. Internet, e Depois? Uma Teoria Crítica das Novas Mídias. Porto

Alegre: Sulina, 2003.

WOLTON, Dominique. Pensar a Internet. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. A Genealogia do Virtual: Comunicação, Cultura e Tecnologias do Imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2004.

Sites:

<http://pgjw.bjedu.gov.cn/deyu/xinli/xinlitezheng.htm> - Acesso no dia 2 de abril de 2006

[http://news.xinhuanet.com/it/2003-03/14/content\\_779076.htm](http://news.xinhuanet.com/it/2003-03/14/content_779076.htm) - Acesso no dia 5 de abril de 2006

<http://www.wipchina.org/?p1=content&p2=05041813001> - Acesso no dia 10 de abril de 2006

[http://www.cysol.org/cnarticle\\_detail.asp?id=540](http://www.cysol.org/cnarticle_detail.asp?id=540) - Acesso no dia 10 de abril de 2006

[http://news.xinhuanet.com/it/2006-01/18/content\\_4067043.htm](http://news.xinhuanet.com/it/2006-01/18/content_4067043.htm) - Acesso no dia 10 de abril de 2006

<http://news.sina.com.cn/c/2006-05-11/02229824422.shtml> - Acesso no dia 13 de maio de 2006

<http://paper.studa.com/2005/11-26/20051126646.html> - Acesso no dia 13 de maio de 2006

[http://72.14.207.104/search?q=cache:HNQ5XAIsa8QJ:www.educaremrevista.ufpr.br/arquivos\\_15/camara\\_cruz.pdf+Adolesc%C3%AAncia+prolongada:&hl=zh-CN&ct=clnk&cd=1](http://72.14.207.104/search?q=cache:HNQ5XAIsa8QJ:www.educaremrevista.ufpr.br/arquivos_15/camara_cruz.pdf+Adolesc%C3%AAncia+prolongada:&hl=zh-CN&ct=clnk&cd=1) - Acesso no dia 13 de maio de 2006

<http://72.14.207.104/search?q=cache:4onFDm0yT2YJ:www.scielo.br/pdf/rlae/v6n1/13925.pdf+A+PRODU%C3%87%C3%83O+DO+CONHECIMENTO+SOBRE+ADOLESC%C3%8ANCIA+NA+ENFERMAGEM:&hl=zh-CN&ct=clnk&cd=1> - Acesso no dia 14 de maio de 2006

<http://www.ecommercecentre.online.wa.gov.au/explained/8.htm#8-1> - Acesso no dia 8 de julho de 2006

[http://www.uoregon.edu/moursund/dave/what\\_is\\_the\\_informationa\\_ag.htm](http://www.uoregon.edu/moursund/dave/what_is_the_informationa_ag.htm). - Acesso no dia 15 de julho de 2006

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. - Acesso no dia 2 de agosto de 2006

[http://tech.163.com/tm/010118/010118\\_13607.html](http://tech.163.com/tm/010118/010118_13607.html) - Acesso no dia 27 de agosto de 2006

<http://www.cnnic.net.cn/internet.shtml>. - Acesso no dia 5 de setembro de 2006

<http://www.qzkj.net/qxkx/kjxx8.htm> - Acesso no dia 23 de outubro de 2006

<http://www.cjr.com.cn/node2/node38/node58/node59/node72/userobject7ai1547.html>. -

Acesso no dia 5 de novembro de 2006

<http://www.infowindow.com.cu/guangguo2.htm> – Acesso no dia 14 de Janeiro

## **APÊNDICE**

---

## Apêndice

---

### INQUÉRITO

#### I . Dados Pessoais

Nome:

Idade:

Data de Nascimento:

Escola (Universidade):

Turma:

Bairro de Residência:

Telefone:

Constituição Familiar:

#### II . Itens sobre o Tema

1. A relação entre você e a Internet ( )

A. Já naveguei na Internet.

B. Ainda não tive acesso à Internet, mas quero ser internauta.

C. Nunca usei a Internet, e não quero.

2. Você é ( )

A. Homem

B. Mulher

3. Qual é o grau acadêmico do seu pai? ( )

A. Ensino superior

B. Segundo círculo da escola secundária

- C. Primeiro círculo da escola secundária
4. Qual é o grau acadêmico da sua mãe? ( )
    - A. Ensino superior
    - B. Segundo círculo da escola secundária
    - C. Primeiro círculo da escola secundária
  5. Qual é a profissão do seu pai? ( )
  6. Qual é a profissão da sua mãe? ( )
  7. Quanto é o rendimento da sua família? ( )
  8. Você tem computador em casa? ( )
    - A. Sim
    - B. Não
  9. O computador da sua casa é ligado com a Internet? ( )
    - A. Sim
    - B. Não
  10. Em que ano é que você começou a acessar à Internet? ( )
  11. Por que meio é que você acessa a Internet? ( )
    - A. Banda larga
    - B. Modem
    - C. Outros meios
    - D. Não sei
  12. Quais são os locais em que você acessa a Internet? ( )
    - A. Própria casa
    - B. Casas alheias
    - C. Cibercafés
    - D. Escritórios alheios
    - E. Escolas e campus
  13. Quantos minutos é que navega na Internet por semana? ( )
  14. Como é que acha a sua duração na Internet? ( )
    - A. Excesso
    - B. Um pouco demasiado
    - C. Justamente boa
    - D. Pouco
    - E. Muito pouco
  15. Como é que os pais controlem a sua utilização da Internet? ( )
    - A. Os pais não se importam.
    - B. Devo obter primeiro a permissão dos pais antes de ir à Internet.
    - C. Os pais limitam a minha duração na Internet.

- D. Só posso surfar na Internet com presença dos pais.  
 E. Os pais usam software vigilante  
 F. Os pais não sabem que estou na Internet
16. Quais são os seus sites mais frequentados? ( )
17. Por quanto tempo fica nos sites em línguas estrangeiras? ( )
18. Por quanto tempo fica nos sites ultramarinos em chinês? ( )
19. Por quanto tempo fica nos sites do continente chinês em língua chinesa? ( )
20. Como é que você obtém conhecimentos sobre Internet? ( )
- A. Através dos colegas ou amigos.  
 B. Pelos livros informáticos.  
 C. Através dos pais ou parentes.  
 D. Pelos jornais ou revistas.  
 E. Pela Internet.  
 F. Pela televisão.  
 G. Pela disciplina informática na escola.  
 H. Pelos cursos extra-escolares.  
 I. Pelos grupos de interessados.
21. Quais funções da Internet são utilizadas por você? ( )

<b>Utilização das funções da Internet</b>	Sim ( ✓ )
	Não ( X )
Jogos	
Room conversition (IRC)	
E-mail	
Download páginas	
Buscar informações	
Ler notícias	
Telefonema-online	
Chat-online (ICQ, OICQ)	
Editar e inovar página pessoal	
Mandar documentos	

Quadro de publicação (BBS)	
-------------------------------	--

22. Qual é o seu objetivo de utilizar a Internet? Escolhe, por favor, a sua frequência de utilização.

	Nunca	Às vezes	Freqüentemente	diariamente
Buscar informações sobre próprias afeições				
Download desenhos, jogos ou materiais audio-visuais				
Buscar conhecimentos relativos				
Ler notícias				
Diversão (Ouvir MP3, assistir a filmes)				
Chat				
Jogos				
Aprender conhecimentos informáticos				
Fazer amizade				
Download software ou instrumento				
Estudar ou Andar na escola on-line				
Editar e preservar página pessoal				
Participar das atividades on-line organizadas por sites				
Expressar opiniões pessoais no BBS				
Tratar casos pessoais (fazer compras, reservar passagens)				

23. Como é a frequência da sua utilização do E-mail? ( )

- A. Mais de uma vez por dia.
- B. Uma vez por dia
- C. Várias vezes por semana
- D. Uma vez por semana
- E. Uma vez por mais de uma semana

24. Preenche, por favor, o formulário a respeito do uso do E-mail.

Uso do E-mail	0	1~2 ou 5	3 ou mais de 6
Pessoa com quem mantém contato por e-mail			
Endereço do e-mail mais usado			
Cartas recebidas por semana			
Cartas enviadas por semana			
Cartas transferidas por semana			

25. Referindo-se a Room Conversation (Sala de Bate-papo), como é que você utiliza-o?

( )

- A. Expresso opiniões com freqüência no Room Conversation
- B. Falo raras vezes ou apenas olho sem dizer nada.
- C. Nunca fui a Room Conversation ou fui poucas vezes.

26. Referindo-se a ICQ, como é que você utiliza-o? ( )

- A. Mantenho contatos por ICQ principalmente com desconhecidos
- B. Comunico por ICQ com conhecidos
- C. Comunico com metade de conhecidos e metade de desconhecidos
- D. Uso pouco ICQ
- E. Nunca usei-o.

27. Quais são as suas dificuldades de acessar à Internet? ( )

	<b>usuários</b>	<b>não-usuários</b>
não tem computador em casa		
o computador em casa não se liga com a Internet		
o professor não está a favor de usar Internet		
não tem telefone em casa		
a linha cai freqüentemente e não é fácil		

reentrar na rede		
sites ou informações interessantes são poucos		
a velocidade da rede é muito baixa		
o estudo é muito intenso e não tem tempo livre		
tecnicamente difícil		
as informações em idioma chinês são poucas		
o custo de acessar à Internet é bastante alto		
não está com interesse na Internet		
a variedade de vírus é enorme		
é difícil de achar o que deseja na Internet		
o computador não é bastante bom		

28. Se a Internet puder satisfazer as seguintes necessidades, quais serão as mais importantes para vocês?

	Não sei	Não é importante	Um pouco importante	Importante	Muito importante
Obter mais novidades					
Satisfazer afeições pessoais					
Elevar eficiência do estudo escolar					
Aprendizagem extra-escolar e investigar assuntos interessantes					
Fazer amizade					
Descobrir informações necessárias					
Compartilhar com outras pessoas minhas alegrias e aborrecimentos					
Aumentar contatos com velhos amigos					
Apresentar-me livremente					
Buscar chance de desenvolver-se					
Evitar da solidão					
Expressar inteligência pessoal					

Expressar opiniões ou obras pessoais					
Satisfazer curiosidade					
Conhecer a moda					
Debater ou trocar idéias sobre actualidades					
Diversões					
Participar das atividades sociais on-line					
Conhecer meus ídolos ou comunicar com eles					
Sentir estímulo fresco					
Interpretar papel diferenciado da realidade					
aproveitar a liberdade dos adultos					

29. Você concorda com as opiniões seguintes?

		Não tenho certeza	Não concordo	Não muito concordo	Concordo	Muito concordo
Surfar na Internet não faz mal ao estudo	usuários					
	Não-usuários					
Fazer amizade on-line é mais perigoso que under-line	usuários					
	Não-usuários					
Privacidade é fácil de revelar na Internet	usuários					
	Não-usuários					
Os adolescentes provavelmente não são influenciados pelo erotismo on-line	usuários					
	Não-usuários					
Acredito que os internautas não vão se tornar demasiado dependentes da Internet	usuários					
	Não-usuários					
Para os adolescentes, é fácil ser influenciados pela violência on-line	usuários					
	Não-usuários					
A Internet transforma os internautas cada dia mais isolados e não adaptados à sociedade	usuários					
	Não-usuários					
Há muitas informações-lixos na Internet	usuários					
	Não-usuários					
Há excesso de publicidades on-line	usuários					

	Não-usuários					
Numa palavra, a Internet é favorável à humanidade	usuários					
	Não-usuários					

30. Como é a sua qualificação do estudo? ( )
- A. Superior
  - B. Entre médio e superior
  - C. Médio
  - D. Inferior
31. Você sente pressão do estudo? ( )
- A. Tenho muita pressão do estudo.
  - B. Tenho um pouco de pressão.
  - C. Não tenho pressão.
32. Você é chefe estudantil? ( )
- A. Não sou.
  - B. Sim, sou chefe do grupo.
  - C. Sim, sou chefe da turma.
  - D. Sim, sou chefe da escola.
33. Por quanto tempo é que você demora para fazer exercícios de casa? ( )
34. Você leva quanto tempo por semana para o curso extra-escolar ou aula particular? ( )
35. Você leva quanto tempo por semana para fazer exercícios físicos? ( )
36. Para os usuários, você mudou a duração de exercícios físicos depois de ir à Internet? ( )
- A. Aumentei as atividades.
  - B. Não mudei.
  - C. Reduzi as atividades.
37. Por quanto tempo é que você dorme por dia? ( )
38. Por quanto tempo é que você fica por dia com colegas e amigos? ( )
39. Por quanto tempo é que você diverte-se e conversa por dia com os seus parentes? ( )
40. Por quanto tempo é que você usa telefone por dia? ( )
41. Você sempre mantém contatos com amigos conhecidos pela Internet?

	Não tem contato	Contatos raras vezes	Contatos às vezes	Contatos sempre
amigo local conhecido pela Internet				
amigo de outros locais conhecido pela Internet				
amigo chinês residente no estrangeiro conhecido pela Internet				
amigo estrangeiro conhecido pela Internet				

42. Para os usuários, você já teve encontro com os amigos conhecidos pela Internet? ( )

43. Para os usuários, após ir à Internet, o seu contato com as seguintes pessoas mudou ou não?

	Fica aumentando	Fica igual	Fica reduzindo
Pessoa com mesma afeição consigo			
Amigo e colega			
Pais			

44. Por quanto tempo é que você demora por dia para contatar com mídia?

Mídia	Usuários	Não-usuários
Televisão		
Rádio		
Jornal		
Fita de vídeo / DVD / VCD		
Livros extra-escolar		
Cassete / CD / MP3		
Revistas		
Vídeo-game		
Computador(não incluindo ouvir CD, assistir a VCD, nem ir a Internet )		

45. Para os usuários, após ir a Internet, você alterou a duração de contato com seguintes mídias?

	Aumentei	Igual	Diminuí
Televisão			
Rádio			
Jornal			
Revista			
Livro			

46. Como é a importância dos seguintes meios de ganhar informação?

	Usuário ou não-usuário	Não é importante	pouco importante	importante	Relativamente importante	Muito importante
Televisão	usuário					
	Não-usuário					
Rádio	usuário					
	Não-usuário					
Jornal	usuário					
	Não-usuário					
Livro	usuário					
	Não-usuário					
Revista	usuário					
	Não-usuário					

Escola	usuário					
	Não-usuário					
Família	usuário					
	Não-usuário					
Amigo	usuário					
	Não-usuário					
Internet	usuário					
	Não-usuário					
Comunidade estudantil ou grupo de interesses	usuário					
	Não-usuário					

47. Quantas informações oriundas das seguintes fontes são confiáveis ou exatas para você?

	Nada é confiável	Poucas são confiáveis	Metade é confiável	A maioria é confiável	Tudo é confiável	Não sei
Televisão						
Rádio						
Jornal						
Internet						

48. Como é a importância dos seguintes meios de diversão?

	Usuários ou não-usuários	Não é importante	pouco importante	importante	Relativamente importante	Muito importante
Televisão	usuário					
	Não-usuário					
Rádio	usuário					

	Não- usuário					
Jornal	usuário					
	Não- usuário					
Livro	usuário					
	Não- usuário					
Revista	usuário					
	Não- usuário					
Escola	usuário					
	Não- usuário					
Família	usuário					
	Não- usuário					
amigo	usuário					
	Não- usuário					
Internet	usuário					
	Não- usuário					
Comunidade estudantil ou grupo de interesses	usuário					
	Não- usuário					

49. Qual mídia pode satisfazer melhor a sua necessidade?

1: Televisão 2: Jornal 3: Revista 4: Internet 5: Livro 6: Rádio

<b>Necessidades sobre mídia</b>	<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>	<b>5.</b>	<b>6.</b>
Conhecer notícias nacionais e internacionais						
Obter informações relativas à vida pessoal (por exemplo, compras, viagem, saúde, etc.)						
Obter informações sobre estudo						
Satisfazer às necessidades de diversão e afeição pessoal (por exemplo, jogos, músicas, etc.)						
Expressar opinião ou publicar obra pessoal						
Trocar opinião ou informação com outros						
Participar das atividades sociais						
Promover amizade (fazer amizade ou manter contatos amistosos com amigos e colegas, etc.)						