

internet
sem
vacilo 

Internet Sem Vacilo |
Cidadania digital entre
adolescentes
Resumo Executivo

*Surf safe |
Digital citizenship among
adolescents
Executive Summary*



*Internet Sem Vacilo - Cidadania Digital entre
adolescentes
Resumo Executivo*

*Surf Safe - Adolescent digital citizenship
Executive Summary*

Internet Sem Vacilo

Cidadania digital entre adolescentes

Surf Safe

Digital citizenship among adolescents

Case da ação online*



2013 – Pesquisa nacional – Para adolescentes, a internet é uma grande biblioteca de informações e um lugar de amizade. Os riscos são evidentes: encontros com desconhecidos, abordagem indesejada, desrespeito e preconceito.



2014 – Criado o conceito da campanha #InternetSemVacilo – Para abordar cinco temas junto ao público: cyberbullying e sexting; privacidade; amizades e relacionamentos online; busca de informações com segurança; preconceito e intolerância na rede.



2015 – Saem do forno as peças da campanha - Guia, quiz, vídeos e memes, além de um concurso voltado para os adolescentes. Tudo disponível em www.internetsemvacilo.org.br.

Os vídeos fazem uma analogia da internet como uma grande praça pública. Participação dos youtubers Pyong Lee, abordando pessoas na praça, e Jout Jout, comentando e chamando o público à reflexão.

Online case*

2013 – National survey – Adolescents see the Internet as a great library of information and a place for friendship. The risks are evidents: encounters with strangers, unwanted approaches, disrespect and prejudice.

2014 – Creation of the campaign #SurfSafe – Five topics were adressed: cyberbullying and sexting; privacy; friendship and online relationships; safe search for information; prejudice and intolerance on the net.

2015 – The materials for the campaign were released - Guide, quiz, videos and memes, together with a contest aimed at adolescents. Everything became available at www.internetsemvacilo.org.br.

The videos drew an analogy between the Internet and a big public square. Participation of the YouTubers Pyong Lee, approaching people at a square, and Jout Jout, commenting upon it and stimulating the viewers to think about their reactions.

A campanha é lançada em um evento no Youtube Space, logo após a apresentação dos dados mais recentes da pesquisa TIC Kids Online, com informações preciosas para compreender como crianças e adolescentes estão usando a internet.

The campaign was launched at an event on Youtube Space, shortly after presenting the latest results on the survey TIC Kids Online, with precious information to understand how children and adolescents are using the Internet.

Os vídeos também são utilizados em capacitações presenciais sobre segurança na internet, realizadas pela SaferNet, com mais de 1.000 adolescentes de todo o Brasil.

The videos were also used at live workshops on Internet safety, carried out by SaferNet, with over 1,000 adolescents from all around Brazil.

Valeu a pena: a campanha alcança mais de 14 milhões de pessoas, atinge mais de 1 milhão de visualizações e promove o engajamento de mais de 1,5 milhão de pessoas.

It was worth it: the campaign reached more than 14 million people, totalling more than 1 million views and promoted the commitment of over 1,5 million people.



2016 – A adolescente Winny Moreira, uma das vencedoras do concurso, participa de um vídeo contra a violência sexual online, divulgado pelo UNICEF em todo o mundo. Também assume a conta de Twitter do UNICEF global para falar sobre sua experiência contra o cyberbullying.

2016 - The adolescent Winny Moreira, one of the winners of the contest, took part in a video against online sexual violence, released by UNICEF worldwide. She also took over UNICEF's global Twitter account to talk about her experience against cyberbullying.

E agora? Hora de investir na regionalização da campanha, comunicando com adolescentes de diferentes regiões – Amazônia, Semiárido e comunidades populares dos grandes centros urbanos – e ampliando as possibilidades de participação em ações que fomentam o uso seguro da internet.

What now? Time to invest in the regionalisation of the campaign, communicating with adolescents from different regionalisation Amazon, Semiarid and popular communities in the large urban centres - and expanding the possibilities to participate in actions that encourage a safe use of the Internet.

** Internet Sem Vacilo é uma ação do UNICEF, criada em parceria com a Agência Fermento e produtora digital Wavez e realizada com o apoio da empresa Google, das ONGs SaferNet e IIDAC e em diálogo com o Humaniza Redes, iniciativa da Secretaria de Direitos Humanos.*

** Surf Safe is an action developed by UNICEF together with the Fermento Agency and the digital producer Wavez; and also supported by Google, the NGOs SaferNet and IIDAC in communication with Humaniza Redes, which is an initiative from the Secretariat of Human Rights.*

internet
sem
vacilo



unicef



UMA CAMPANHA



EM PARCERIA



APOIO

