

---

## As crianças e o “Plenarinho”: o que diz o público infantil sobre os conteúdos educativos do portal<sup>1</sup>

Ariane Frassato GENEROZO<sup>2</sup>

Mayra Fernanda FERREIRA<sup>3</sup>

Universidade do Sagrado Coração, Bauru, SP

### RESUMO

Considerando o grande contato que as crianças possuem com as tecnologias, este trabalho tem como objetivo principal analisar como se dá a recepção dos conteúdos do site “Plenarinho” em crianças com a faixa etária de 7 a 10 anos, estudantes da escola municipal Claudete da Silva Vecchi, em Bauru, no interior do estado de São Paulo, a partir de um grupo focal. Para este estudo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica para dar embasamento teórico acerca da infância e mídia digital e, assim, prosseguir com o grupo focal, durante o qual foi apresentado um tipo de cada conteúdo oferecido pelo site às crianças e debateu-se a eficácia dos conteúdos para a compreensão infantil. Por fim, conclui-se que o site “Plenarinho” é adequado para o público infantil e que o agrada com conteúdos de forma lúdica e de fácil compreensão.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Crianças; Mídias digitais; Plenarinho; Tecnologias.

### INTRODUÇÃO

Ao longo da história dos meios de comunicação, pode-se perceber que, conforme a tecnologia foi se desenvolvendo, várias formas de produção de conteúdos midiáticos foram surgindo. Esses produtos, como os jornais impressos, rádio e TV, foram ganhando credibilidade e espaço no cotidiano dos receptores e consumidores midiáticos. O mesmo aconteceu com a chegada da internet. No Brasil, segundo Martino (2014), a internet começa a entrar na vida dos brasileiros entre os anos de 1994 e 1995, pois é quando os computadores passam a ser mais acessíveis. Sendo assim, o número de pessoas com acesso à internet aumenta e, conseqüentemente, às mídias digitais também. Com o desenvolvimento dessas mídias, segundo Belloni (2005), o seu impacto começou a atingir várias instituições sociais e surgiram as tecnologias da informação e comunicação TIC:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação, do XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Bacharel em Jornalismo pela Universidade do Sagrado Coração. Redatora na Editora Alto Astral, e-mail: ariane\_frassato@hotmail.com.

<sup>3</sup> Doutoranda em Comunicação pela Unesp. Mestre em Comunicação e bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela mesma instituição. Coordenadora e professora da Universidade do Sagrado Coração. Membro do Grupo de Pesquisa Mídia, Comunicação e Sociedade (GPECOM). Vice-coordenadora do Intercom Junior – Comunicação Multimídia. Jornalista da TV Universitária Unesp, e-mail: mayraunesp@yahoo.com.br.

Do cinema mudo às redes telemáticas, as principais instituições sociais foram sendo transformadas por estas tecnologias que, nos dias de hoje (mas as mudanças são tão rápidas!), estão compreendidas na expressão tecnologia de informação e comunicação (TIC): as famílias, cujo cotidiano foi sendo invadido pela programação televisual; as igrejas que tiveram render-se aos apelos da TV e do espetáculo; as escolas particulares, que por pressão do mercado utilizam a informática como um fim em si. (BELLONI, 2005, p. 7-8).

Porém, mesmo depois de um pouco mais de 20 anos da internet começar a surgir no cotidiano dos brasileiros, hoje, apenas 50% dos domicílios brasileiros possuem computadores e 51% têm acesso à internet, de acordo com as pesquisas feitas pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI, 2016b), entre novembro de 2015 e junho de 2016. Apesar do número de acessos serem baixos nos domicílios, em relação à quantidade da população, o que chama atenção é a quantidade de crianças que utilizam a internet. Segundo a pesquisa TIC KIDS Online de 2016, 55% de crianças na faixa etária de 9 a 10 anos utilizam a internet mais de duas vezes ao dia. Para Tapscott (2010), o uso maior e mais fácil da internet pelas crianças se dá pelo fato delas já nascerem no meio dessa tecnologia e entenderem o seu funcionamento mais rápido:

Com a assimilação, as crianças passaram a ver a tecnologia simplesmente como uma parte do seu ambiente e a absorverem como todas as outras coisas. Para muitas crianças, usar a nova tecnologia é tão natural como respirar. [...] É muito mais difícil ensinar novos truques a cachorros velhos. (TAPSCOTT, 2010, p. 29-30).

Ainda de acordo com a pesquisa “TIC KIDS 2015”, 68% das crianças responderam que pesquisaram na internet assuntos para desenvolver trabalhos de escola, 32% disseram que não buscaram informações on-line e 1% não sabia responder. Quando questionadas sobre o consumo de notícias on-line, apenas 26% afirmaram que leem ou assistem, 73% disseram que não e 1% não soube responder. A quantidade de crianças que procuram jogos online (60%) é maior que o número das que procuram notícias on-line para se informar (26%). (CGI, 2016b).

Nessa perspectiva, é preocupante o fato de crianças consumirem alguns conteúdos on-line em um tempo relativamente expressivo e, ao mesmo tempo, não absorverem informações que contribuem para adquirir conhecimento. Isso porque, para Kenski (2007, p. 43) “[...] a tecnologia também é essencial para a educação. Ou melhor,

educação e tecnologias são indissociáveis”. Tendo esse contexto como base, a proposta desta pesquisa é analisar como se dá a recepção dos conteúdos do site Plenarinho em crianças de 7 a 10 anos. O site é direcionado às crianças e, de acordo com a sua própria descrição, foi desenvolvido para promover a integração entre o público infanto-juvenil (de 7 a 14 anos) e a Câmara dos Deputados. Com essa interação, seria possível desenvolver a prática da cidadania desde jovens a partir do contato com conteúdos educativos.

Essa faixa etária foi escolhida, pois, para Piaget (1999, p. 40) “A idade média de sete anos, que coincide com o começo da escolaridade da criança, propriamente dita, marca uma modificação decisiva no desenvolvimento mental”. Sendo assim, metodologicamente, adotou-se, para o estudo de recepção, a realização de um grupo focal de modo a valorizar a expressividade das crianças acerca do portal educativo. A partir dos resultados, foi possível entender como os conteúdos são absorvidos, identificar qual conteúdo chama mais atenção e favorece a formação cidadã e crítica das crianças.

## **AS CRIANÇAS NA MÍDIA DIGITAL**

Tapscott (2010) afirma que a relação entre o público infantil e a internet pode ser explicada pelo fato delas já nascerem em um ambiente digital. “Os jovens têm uma afinidade natural com a tecnologia que parece inacreditável. Eles instintivamente procuram a internet para se comunicar, aprender, achar e fazer muitas coisas”. (TAPSCOTT, 2010, p. 19). O autor descreve a geração aqui estudada como Geração Next ou Geração Z, que são pessoas nascidas de 1998 até o presente. Os dados da pesquisa “TIC KIDS 2015” ratificam a ideia e possibilitam entender a dimensão do uso da internet por crianças de 9 a 10 anos. É importante ressaltar que, durante a pesquisa, não foram encontrados dados para a faixa etária de 7 a 8 anos.

De acordo com os resultados, 55% dos entrevistados responderam que utilizam a internet mais de uma vez por dia e 22% acessam as redes pelo menos uma vez por dia. Porém, se olharmos os dados do ano anterior, perceberemos que essas referências mudaram com uma certa expressão. Em 2014, 38% das crianças afirmaram que faziam o uso da internet somente uma vez ao dia e 26% escolheram a opção “utilizo a internet mais de uma vez ao dia”. Observando essa alteração significativa entre um ano e outro, um dos fatores que incentivam o aumento dos números são as constantes e repentinas

---

mudanças no ambiente digital, na visão de Strasburger (2011). “As tecnologias estão se proliferando, se fundindo e tornando-se cada vez mais interativas – e o conteúdo apresentado nessas tecnologias é cada vez mais vívido, realista e comercial na sua essência”. (STRASBURGER, 2011, p. 28-29).

Ainda observando e buscando entender melhor esse cenário, é indispensável a análise das atividades desenvolvidas na internet pelas crianças. Pois, só assim é possível traçar um perfil e entender a forma como essa tecnologia está sendo usada pelo público infantil. Sendo assim, a pesquisa “TIC KIDS 2015” demonstra que 54% das crianças entre 9 e 10 anos utilizam a internet para assistir a vídeos, programas, filmes ou séries on-line; 62% baixaram um aplicativo; 59% ou enviaram mensagens instantâneas; 26% leram ou assistiram notícias on-line; 68% pesquisaram coisas para fazer trabalho de escola; 51% pesquisaram coisas por curiosidade ou por vontade própria; 47% usaram redes sociais. Dessa forma, podemos perceber que a Internet, na maioria das vezes, é utilizada como fonte de entretenimento. Em 2012, essa realidade era um pouco diferente para as crianças de 6 a 9 anos. De acordo com a pesquisa Gerações Interativas Brasil (PASSARELLI; JUNQUEIRA, 2012), 38% afirmaram que utilizavam a internet para estudar e realiza tarefas escolares; 33,2% para ver páginas da web; 31,4% para utilizar redes sociais; 35,1% para compartilhar músicas, vídeos, fotos, apresentações; 21% para bater papo no Messenger e 11,2% para utilizar o e-mail. Com o passar dos anos e a evolução da internet, as crianças foram ficando cada vez mais próximas dessa tecnologia e conforme foram aumentando a frequência de acessos, o tipo de atividades também mudou.

Essa geração está transformando a internet de um lugar no qual você encontra informações em um lugar no qual você compartilha informações, colabora em projetos de interesse mútuos e cria novas maneiras para resolver alguns dos nossos problemas mais urgentes. (TAPSCOTT, 2010, p. 54).

Dentro dessa realidade, é essencial compreender como os responsáveis pelas crianças dessa geração participam desses momentos em que estão conectados e se é possível acompanhá-los sempre, pois “eles [as crianças] querem estar conectados com amigos e parentes o tempo todo, e usam a tecnologia - de telefones celulares e redes sociais - para fazer isso”. (TAPSCOTT, 2010, p. 53). A importância desse acompanhamento se dá, pois, de acordo com Strasburger (2011), o pouco contato e

---

conhecimento das crianças com o mundo real pode deixá-las mais vulneráveis aos conteúdos. Segundo a pesquisa "TIC KIDS" (CGI, 2016a), 66% dos pais ou responsável sabem quais são as atividades realizadas pelas crianças e 25% dizem que mais ou menos. O intuito dos responsáveis acompanharem as atividades realizadas pelas crianças não é apenas de permitir que elas naveguem em sites seguros, mas também incentivar o uso das mídias de uma forma consciente.

Para Feilitzen (2002), essa educação para a mídia faria com que as crianças também mudassem a sociedade por conta da maneira como participariam das produções de conteúdo. No pensamento defendido pela autora, a partir do momento em que o público infantil tem uma atuação ativa e expressa a opinião sobre questões que o afetam, ele acaba se inserindo em assuntos de relevância e, assim, mostra a importância do seu papel para a sociedade e torna-se mais visível para a mídia. "Em consequência, a educação para a mídia deveria se tornar uma parte essencial da democracia, de tal forma que criança — e adultos — possam crítica e criativamente participar tanto da comunicação quanto de outros processos sociais relevantes". (FEILITZEN, 2002, p. 28)

Strasburger (2011) afirma que as crianças estão mais envolvidas com as mídias do que com qualquer outro tipo de atividade. Portanto, para ele, é importante que a sociedade pare de ver o público infantil como um receptor passivo e passe a entendê-lo como um produtor de conteúdo. "[...] As crianças devem ser autorizadas a assumir o controle das suas próprias experiências na mídia, negociando e aprendendo ao longo do caminho". (STRASBURGER, 2011, p. 30). Essa participação ativa dessa geração se dá por conta da familiaridade que as crianças possuem com as tecnologias. Isso porque, assim como a Geração Internet (pessoas nascidas em janeiro de 1977 até dezembro de 1997), a Geração Next, além de consumir conteúdos on-line, também consegue modificá-los ou criar.

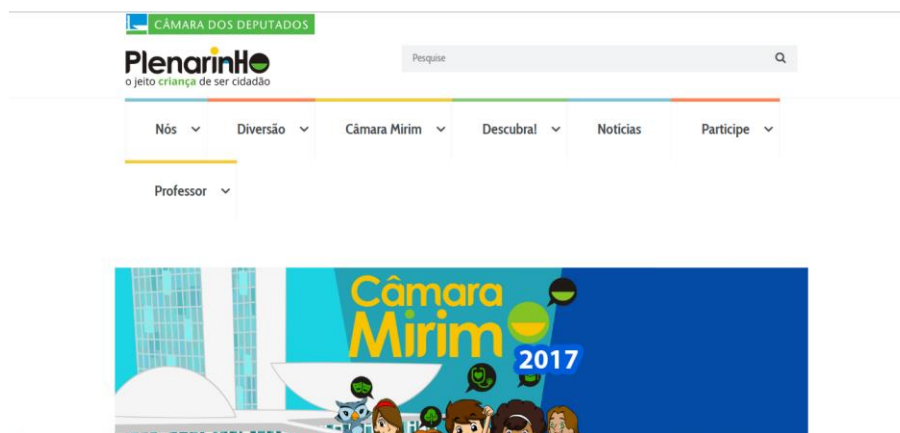
Dentro dessa perspectiva, é necessário o desenvolvimento de pesquisas que entendam como os conteúdos das mídias são recebidos pelo público infantil e assim produzir mídias com produtos que sejam interessantes e eficiente. Bautista corrobora dessa ideia: "Consultar as crianças sobre suas ideias relativas às várias formas da mídia faz parte do processo de ensinar-lhes mídia, de modo que sejam usuários e consumidores inteligentes. Isso permite que as crianças reflitam sobre o papel da mídia em suas vidas". (BAUTISTA, 2002, p. 311).

Considerando essa defesa, este estudo visa reconhecer como um portal desenvolvido para crianças é recebido por elas, pois, de acordo com Belloni (2001), aceitar a importância da tecnologia no mundo infantil também faz com que a educação tenha uma ressignificação “[...] uma vez que o uso de novas mídias interfere na maneira como as pessoas percebem o mundo, se expressam sobre ele e o transformam”. (BELLONI, 2005, p. 26).

## PLENARINHO E O PÚBLICO INFANTIL

A fim de estudar e analisar alguns pontos em relação ao entendimento de conteúdos on-line pelo público infantil, o objeto escolhido para a pesquisa foi o “Plenarinho”, que pode ser acessado em [www.plenarinho.leg.br](http://www.plenarinho.leg.br). O portal é uma iniciativa da Câmara dos Deputados e produz conteúdos relacionados à política, lazer, educação, saúde e ecologia para o público-alvo da faixa etária de 7 a 14 anos. Por essa razão, o site é dinâmico, interativo e colorido. Este produto surgiu de uma votação de ideias de funcionários da Câmara em 2002. Ele primeiro foi lançado para algumas escolas públicas do País em 2004 e depois foi criado o portal e liberado para todo o Brasil.

Figura 1 - Imagem da página principal do Plenarinho



Fonte: Site Plenarinho.

Logo na home, existem algumas categorias que o usuário pode escolher para navegar, são elas: Nós; Diversão; Câmara Mirim; Descubra!; Notícias; Participe e Professor. Dentro de cada uma delas, existem mais algumas subcategorias, portanto, é a partir dela que o usuário pode ter acesso a todas as páginas do site. Porém, se a criança

descer o cursor, aparecerá a matéria em destaque do site, mais algumas categorias (jogos; áudios, vídeos e animações, imagens, revistinhas, e descubra!) e outras matérias relevantes. Ou seja, há várias possibilidades de caminhos para acessar o site.

Os conteúdos são produzidos em diversos formatos e de uma maneira bem lúdica, ou seja, com ilustrações e muitas cores. Existem matérias com vídeo e texto ou apenas texto. Todos os vídeos do site são produzidos com ilustrações e alguns possuem as vozes de crianças para explicar o conteúdo. Outra forma que eles utilizam para disseminar as suas temáticas são as revistinhas em quadros on-line, como mostra a figura 2. Nesse formato, o usuário pode virar as páginas, como se fosse uma revista de verdade. Inclusive, é emitido um som de página virando, dando a impressão de que a revista está sendo lida no papel. Um dos temas das revistinhas são os direitos previstos pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), de um total de 17 essa foi a revista em quadrinhos que mais possui views, foram 1.800.

Figura 2 - Imagem da revistinha em quadrinho



Fonte: Site Plenarinho

O Plenarinho também utiliza áudios para transmitir informação. As crianças podem ouvir notícias e histórias em formatos de áudios, radionovelas e músicas, todos relacionados às temáticas do site. Alguns áudios fazem parte do programa “A Vez do Plenarinho” que faz parte da programação da Rádio Câmara. Para manter a proximidade com o público-alvo, em alguns áudios, crianças participam junto com adultos. As temáticas mais acessadas nas radionovelas foram: exploração sexual com 368 views; nas músicas: Hino Nacional Brasileiro para crianças, foram 1339 visualizações; e nos áudios com notícias: Seja um Deputado Mirim obteve 1670 views.

---

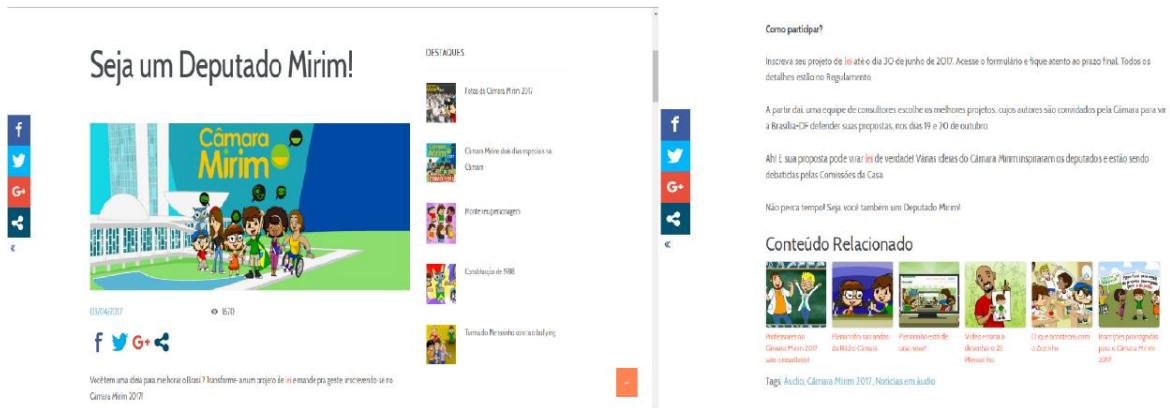
Para a diversão, são oferecidos outros tipos de atividades no site. São os jogos e os passatempos. Todos eles são desenvolvidos para despertar um senso crítico e de cidadania nas crianças. Visando apresentar todos esses conteúdos para as crianças, criou-se uma turma que acompanha o usuário em toda a navegação pelo site, nas notícias, jogos, revistas, etc. O grupo é chamado de Turma do Plenarinho e possui sete personagens. Cada um com sua peculiaridade e personalidades diferentes.

Dentro do site, existem programas que visam interagir com os usuários e incentivar a participação das crianças na sociedade, já que, segundo Tapscott (1999, p. 54), “a interação ajuda as crianças a crescerem, exigindo que desenvolvam valores, exercitem o discernimento, analisem, avaliem, critiquem ou saiam em auxílio à outra pessoa”. Um deles se chama Câmara Mirim. Este projeto é realizado uma vez no ano, sempre no mês de outubro. Quem deseja participar, precisa enviar uma proposta de lei e os três melhores são escolhidos para virarem projetos de lei. Outro programa é o Eleitor Mirim, realizado a cada dois anos. As crianças precisam enviar seus textos falando porque a escola deseja participar do projeto. Cinco textos são escolhidos e as crianças precisam produzir um candidato fictício para representá-las e toda a sua campanha.

Apesar de ser um site repleto de matérias com muitas informações, ele não funciona como um site de notícias tradicional. Ou seja, não é atualizado com matérias várias vezes no dia, nem todos os dias. Durante o período de 19 de outubro de 2017 a 26 de outubro de 2017, a matéria de destaque do site foi alterada três vezes. A primeira foi para a divulgação do concurso de desenho Imperatriz Leopoldina, logo após informou-se a mudança na data para a decisão do Câmara Mirim e a terceira foi a matéria para relatar como ocorreu o Câmara Mirim 2017. Mas, mesmo não sendo atualizado sempre, o “Plenarinho” segue alguns padrões dos portais digitais. Por exemplo, sempre que abre-se uma matéria, ao lado do texto, fica uma coluna com várias matérias em destaque e, embaixo de todo o texto, aparecem as de assuntos relacionados (Figura 3). Outras duas características das matérias do Plenarinho são a possibilidade de compartilhá-las nas redes sociais e os hiperlinks dentro das matérias.



Figura 3 - Imagem de uma das matérias do site



Fonte: Site Plenarinho

Apresentadas essas características do portal, parte-se, então à recepção dos conteúdos pelas crianças com a realização de um grupo focal e autorização da pesquisa pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade do Sagrado Coração e da Secretaria Municipal de Educação em Bauru.

Foram selecionados nove estudantes da escola municipal Claudete da Silva Vecchi, com faixa etária de 7 a 10 anos, a partir da indicação da coordenação da escola e posterior autorização dos responsáveis. O grupo focal foi realizado na própria escola e em horário de aula, pois o ambiente familiar auxiliava para que as crianças se sentissem confortável para a conversa e não precisassem se descolar para um local ou horário diferente do habitual. Um ponto importante a ser ressaltado é que os termos de consentimento e assentimento do menor e o áudio com o estudo completo estão em mãos das pesquisadoras.

Para que o grupo focal fosse desenvolvido, produziu-se um guia de questões para orientar o estudo. As crianças que participaram do grupo focal serão identificadas como C1 (7 anos), C2 (8 anos), C3 (8 anos), C4 (8 anos), C5 (9 anos), C6 (10 anos), C7 (10 anos), C8 (10 anos) e C9 (10 anos). As respostas às questões são apresentadas em quadros. Vale ressaltar que algumas frases foram corrigidas para estarem no padrão da normal culta gramatical e não interferirem no entendimento.

Antes das questões, no entanto, o “Plenarinho” foi apresentado aos participantes da seguinte forma: a página inicial do site, um tipo de cada formato de matéria oferecido pelo portal, os jogos em geral e um pouco do jogo chamado “Jogo do Orçamento” e o áudio falando sobre o projeto Câmara Mirim.

Quadro 1 - Você já conhecia o site Plenarinho?

C1, C3, C4, C5, C6, C7 e C9 não conheciam o site.

C2 e C8 conheceram o site porque viram o nome na autorização e entraram no portal para verem como o site funcionava.

Fonte: Elaborado pela autora

Sendo assim, quando foram apresentadas para essas duas crianças o site, mesmo que indiretamente, surgiu um interesse em procurar saber como era e o que ele oferecia.

Quadro 2 - Você conseguiu entender o site com facilidade?

Todos os alunos disseram que não tiveram dificuldade para entender o funcionamento do site.

Fonte: Elaborado pela autora

Nessa questão, o intuito era saber se eles acharam fácil navegar pelo site e acessar todos os recursos que ele oferece sem dificuldades. Como pode-se perceber, as respostas foram positivas unanimemente.

Quadro 3 - O site chamou a sua atenção na primeira vez que viu? Por quê? O que chamou a sua atenção?

C2 – “O que mais me chamou atenção foi o site em geral, porque dá para tirar dúvidas de várias coisas”,

C1 – “Para mim, o que mais chamou atenção é que quando faltamos à aula, ou não conseguimos prestar atenção e nem entender, podemos olhar no site para estudar e não ir mal na prova”.

C6 – “A coisa que mais me interessou foi o jogo que nos ensina como deixar a cidade melhor”.

Fonte: Elaborado pela autora

A intenção dessa pergunta era discutir qual formato de matéria chamava mais atenção das crianças. Porém, elas responderam qual foi o benefício que as matérias poderiam trazer para eles no dia a dia. Sendo assim, a pergunta foi reformulada, como demonstra o Quadro 4.

Quadro 4 – De tudo que foi mostrado do site, do que você mais gostou?

C2 – “Eu gostei mais dos áudios”.

C3 – “Eu gostei mais dos vídeos”.

C5 – “O que eu mais gostei foi o jeito que o site explica que qualquer pessoa consegue entender e também sobre as notícias no vídeo.”

C1 – “Eu gostei dos joguinhos, porque quando saio da escola não tenho nada para fazer e aí dá pra jogar algo legal e interessante ao mesmo tempo.”

C7- “Eu gostei do jogo, porque ensina como ter uma cidade melhor.”

C8 – “Eu gostei mais do jogo também.”

C4 – “O jogo é o mais legal.”

C9 – “Eu gostei da parte que apareceu aba Descubra! que você pode escolher várias coisas.”

Fonte: Elaborado pela autora

As respostas foram muito variadas, porém, é possível perceber que entre os mais novos os formatos audiovisuais e os jogos são os que mais chamam a atenção, pois são mais dinâmicos. Agora, os mais velhos, nesse caso representado por C5 e C9, o conteúdo em sim foi o que mais chamou atenção, ou seja, a forma fácil como as matérias são escritas e a abrangência de assuntos que o portal oferece.

Quadro 5 - Você entendeu a informação que o áudio falou?

Todos disseram que entenderam o que o áudio explicou sem dificuldades.

Fonte: Elaborado pela autora

O áudio escolhido para passar foi o que explicava o que deveria ser feito para participar do projeto Câmara Mirim. O roteiro utilizava uma linguagem fácil e com uma jovem explicando todo o processo. Assim, a aproximação com as crianças foi maior e fez com que elas ficassem atentas o tempo todo.

Quadro 6 - Se você fosse escolher uma matéria para ler, escolheria a com vídeo ou sem vídeo?

C2 – Com vídeo.

C3 – Sem vídeo.

C5 – Com vídeo.

C1 – Com vídeo.

C7- Sem vídeo.

C8 – Com vídeo

C4 – Com vídeo.

C9 – Sem vídeo.

C6- Com vídeo.

Fonte: Elaborado pela autora

A maioria das crianças disse preferir as matérias com vídeos, pois, além do texto, a informação tem apoio audiovisual para facilitar ainda mais a compreensão.

Quadro 7 - Você gostou do site? Se não, o que mudaria nele?

A maioria dos alunos responderam que gostaram do site e não mudariam nada.

C5 – “Colocaria uma página para dar sugestões de melhorias do próprio site.”

Fonte: Elaborado pela autora

Essa é uma colocação importante e demonstra que a criança pode ter senso crítico sobre os conteúdos infantis, visto que, apesar dos alunos não acharem que o site precisa ser mudado, um deles reconhece que em algum momento essa necessidade pode

surgir e é importante que tenha um espaço para que a sugestão seja dada, seguindo, assim, o pensamento de Strasburger (2011) que diz que as crianças precisam assumir o controle dos conteúdos que estão consumindo.

Quadro 8 - Você acessaria o site Plenarinho sempre?

A maioria dos alunos responderam que acessariam o site sempre.
--

C1 – “De vez em quando só, porque não gosto de ficar acessando o mesmo site sempre.”
--

Fonte: Elaborado pela autora

A partir das repostas acima é possível perceber que o site agrada e desperta o interesse das crianças. Mesmo o aluno C1 que afirmou que não entraria sempre, esse fato ocorre por uma escolha pessoal e não por conta de algo do site que não o tenha agradado.

Quadro 9 - Você achou interessante o jeito que os conteúdos foram aplicados?

Todos os alunos gostaram do modo como foram passadas as informações.
--

Fonte: Elaborado pela autora

Portanto, a forma como o site Plenarinho vem apresentando os conteúdos, são maneiras que agradam as crianças. Sendo assim, pode-se concluir que são adequadas e modernas o suficiente para prenderem a atenção do público-alvo.

Quadro 10 - Que outro assunto você colocaria no site?

C6 – “Eu colocaria mais textos sobre assuntos que gosto de ler.”
--

C5 – “Eu colocaria um espaço para outras páginas que dão notícias na internet, faria isso com filtros para direcionar para vários assuntos como vídeo game, notícias da cidade.”
--

C1 – “Eu colocaria algumas notícias, mas não deixaria muito tempo. Porque, se a pessoa olhar por muito tempo, ela pode ficar cega.”
---

Fonte: Elaborado pela autora

Por ser um site para obter informação, as crianças fizeram a relação com sites de notícias que são alimentados várias vezes ao dia. Mas isso não desqualificou o portal para eles, seria apenas uma mudança para trazer benefícios.

Quadro 11 - Como ele seria apresentado? Como foto, vídeo, áudio, texto?

C5 – “Notícias mais recentes e com vídeos.”
---

C6- “Histórias dos africanos, pois estudei recentemente na escola e gostei muito de saber.”
---

C2 - “Eu colocaria alguns vídeos falando sobre o que está acontecendo no nosso país, tipo um jornal para criança.”
--

C8 – “Eu também colocaria um jornal para criança.”

C9 – “Um espaço para as pessoas colocarem o que está acontecendo na cidade, por exemplo, se a rua está esburacada, sobre melhoria da cidade e tudo mais.”

Fonte: Elaborado pela autora

Além da atualização diária, as notícias sobre assuntos mais ligados ao local onde elas residem também é uma mudança desejada pelas crianças. Outra ideia relevante foi a criação de um jornal, com notícias sobre as temáticas do cotidiano da sociedade, mas desenvolvido para crianças.

Durante toda a apresentação do site, as crianças ficaram atentas e presas aos conteúdos do portal. Porém, em alguns momentos, foi perceptível que, apesar dos produtos possuírem uma linguagem mais fácil, em alguns momentos, os assuntos ainda eram tratados de uma forma que ainda poderia comprometer a compreensão, mas, como possuía vídeos coloridos, ilustrações e elementos ligados ao público infantil, ainda mantinham a atenção das crianças.

## CONSIDERAÇÕES

Considerando o referencial teórico aqui pesquisado e o estudo com as crianças, comprova-se que elas realmente são um público com um número relevante de participação na internet. Por isso, elas devem ser observadas e merecem um espaço significativo para serem ouvidas em relação às mídias digitais, pois, apesar da pouca idade, elas possuem um pensamento crítico e com embasamentos.

Durante os estudos, desde o primeiro momento em que se olha para o portal é possível perceber o cuidado para que ele tenha um formato voltado para as crianças. A cor do site é um dos fatos que comprovam essa afirmação, pois ele é todo colorido e as cores são vibrantes, ou seja, prendem mais a atenção das crianças. E isso pode ser comprovado durante a pesquisa, pois em todos os momentos que o “Plenarinho” estava sendo apresentado, os estudantes demonstravam interesse com o conteúdo exposto.

Outro ponto importante é a presença de ilustrações no portal, porque elas também prendem a atenção das crianças. Durante o grupo focal, era perceptível o interesse dos alunos em descobrir o que as ilustrações significavam. Além disso, o site todo permite que as crianças tenham uma interatividade com os conteúdos. Sendo assim, o visual do site pode ser considerado adequado para o público infantil, pois consegue atrair a atenção e despertar interesse, como foi visto no estudo realizado.

---

Por outro lado, em alguns momentos, foi possível perceber que o lado lúdico do site (as cores usadas, a interatividade e as ilustrações) era mais importante para as crianças que o próprio conteúdo. Desta forma, o intuito de apresentar o site como um portal informativo, não se deu por completo. Mas, para algumas crianças, ele se tornou um aliado para as horas de estudo e de conhecimento. De acordo com a pesquisa, percebeu-se que as crianças não utilizam o site por conta da falta de divulgação e, assim que o portal é apresentado, ele desperta interesse e agrada às crianças.

E a partir desta pesquisa, é possível perceber que o site é uma iniciativa que faz, sim, a diferença no cotidiano das crianças, mas ainda será preciso investir em muitos produtos desse estilo. Um exemplo seria um jornal, no formato de um programa de TV para as crianças, assim como foi sugerido por um dos alunos que participaram do grupo focal. Portanto, quando é pensado um produto voltado para o público infantil é necessário pensar em qualidade de conteúdo mas de uma forma que as atraiam. Pois elas já possuem contato com vários formatos de notícias, portanto é preciso sempre mostrar um diferencial do que já existe. Então, tomando como base os dados de procura em relação às notícias on-line, o Plenarinho oferece um conteúdo diferenciado e com atrativos adequados para o público infantil. Porém, como não é muito divulgado, nem sempre as crianças conhecem a existência do site. Sendo, a nosso ver, necessária uma divulgação e até parcerias educacionais mais efetivas para utilização como conteúdo escolar.

Por fim, cabe ressaltar que, no início da pesquisa, o intuito era apenas analisar se os conteúdos do portal realmente eram adequados e compreendidos pelo seu público-alvo, o que, enquanto objetivo, foi cumprido neste estudo. Mas, no fim, ele possibilitou outras experiências e reflexões. É extremamente relevante entender o público infantil como indivíduos que, apesar da pouca idade, também possuem um senso crítico e conseguem entender como seria a melhor forma de uma informação ser apresentada no ambiente digital. Ou seja, as crianças têm potencial para serem colaboradoras de mídia e contribuir para que os conteúdos estejam conectados com seus gostos e informações que as satisfaçam enquanto cidadãos nesta sociedade em rede.

---

## REFERÊNCIAS

- BAUTISTA, F. A mídia e nossas crianças. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Orgs.). *A criança e a mídia: imagem, educação, participação*. 2. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002, p. 307- 317.
- BELLONI, M. L. **O que é mídia-educação**. 2. ed. São Paulo: Autores Associados, 2005.
- CGI. COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Tic Kids online 2016**. CETIC.BR., 2016a. Disponível em: [http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC\\_KIDS](http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_KIDS) . Acesso em: 27 out. 2017.
- \_\_\_\_\_. **Tic Domicílios online 2016**. CETIC.BR., 2016b. Disponível em: [http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC\\_DOM](http://data.cetic.br/cetic/explore?idPesquisa=TIC_DOM). Acesso em: 27 out. 2017.
- FEILITZEN, Cecília von. Educação para a mídia, participação infantil e democracia. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Org.). **A criança e a mídia: imagem, educação, participação**. 2.ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002, p. 19- 35.
- KENSKI, V. M. **Educação e Tecnologias: o novo ritmo de informação**. Campinas: Papirus, 2007.
- MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis: Vozes, 2014.
- PLENARINHO. *O jeito criança de ser cidadão*. Câmara dos Deputados, c2017.
- PIAGET, J. **Seis estudos de psicologia**. Tradução: Maria Alice Magalhães D'amorim e Paulo Sergio Lima Silva. 24. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.
- PASSARELLI, Brasilina; JUNQUEIRA, Antônio Hélio. **Gerações interativas Brasil: crianças e adolescentes diante das telas**. São Paulo: Escola do Futuro/USP, 2012.
- STRASBURGER, Victor C. **Crianças, adolescentes e a mídia**. 2. ed. Porto Alegre, RS : Penso, 2011.
- TAPSCOTT, D. **A hora da geração digital: Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.