



**GABRIEL SANTOS DE CASTRO
GIULIA PAULINO SANTANA**

**O Aplicativo Goo Goo como meio de auxílio ao controle e
segurança do público infantil na internet**

SANTOS

2022

O Aplicativo Goo Goo como meio de auxílio ao controle e segurança do público infantil na internet

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário São Judas Tadeu - CSJT, como exigência parcial para aprovação no curso de Bacharelado em Design.

Orientadores: Prof. Me. Renato Frosch e Prof. Me. Carlos Eduardo Dias Ribeiro.

SANTOS

2022

AGRADECIMENTOS

Com imensa gratidão iniciamos os agradecimentos com os nossos orientadores que sempre estiveram nos auxiliando com muita consistência e impassibilidade, sanando todas as nossas dúvidas durante essa jornada.

Agradecemos, também, às nossas entrevistadas, sendo Beatriz Rocha e Fernanda Negreiros por terem disponibilizado um tempo de seus dias para responder às nossas perguntas, fazendo com que nossa pesquisa fosse ainda mais engrandecida.

Agradecemos a todos que compartilharam e responderam nossos formulários, auxiliando ainda mais com dados e informações.

Agradecemos aos nossos amigos, familiares e companheiros por todo apoio físico e emocional nesse período, nos tranquilizando e dando forças para que pudéssemos continuar.

RESUMO

Com o período de pandemia, as crianças começaram a ser introduzidas de forma mais prematura. Suas atividades do cotidiano giravam quase totalmente em torno da internet e das redes sociais, seja como forma de lazer, conhecimento e interação social. Com esse aumento de acessos, determinados aplicativos começaram a ter ainda mais destaque, esse é o exemplo aplicativo de compartilhamento de vídeos, o YouTube. Porém, junto com o aumento de utilização, muitos vídeos problemáticos de livre acesso começaram a surgir na plataforma, como violência explícita, palavrado impróprio, pedofilia e até mesmo, mídias ocultas relacionadas a suicídio e automutilação. Neste trabalho é documentado todo processo de execução e evolução de um aplicativo de compartilhamento de vídeos que possa ser um ambiente seguro, criativo e de liberdade para as crianças, sem que elas necessitem abrir mão de seu acesso aos meios digitais.

Palavras-chave: YouTube. Crianças. Redes Sociais. Aplicativo.

ABSTRACT

With the pandemic period, children began to be introduced more prematurely. Their daily activities revolved almost entirely around the internet and social networks, whether as a form of leisure, knowledge and social interaction. With this increase in access, certain applications began to have even more prominence, this is the example of video sharing application, YouTube. However, along with the increase in usage, many problematic free-access videos began to appear on the platform, such as explicit violence, inappropriate language, pedophilia and even hidden media related to suicide and self-harm. This work documents the entire process of execution and evolution of a video sharing application that can be a safe, creative and free environment for children, without them having to give up their access to digital media.

Keywords: YouTube. Kids. Social Networks. App Development.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	
1.1. Tema, delimitação e definição do problema	10
1.1.1. Tema	10
1.1.2. Delimitação	12
1.1.3. Definição do problema	12
1.2. Justificativa	13
1.3. Objetivos específicos	14
1.4. Público-alvo	14
1.5. Contexto	15
1.5.1. A Comunicação na era digital	15
1.5.2. O aumento no uso da internet pelo público infantil durante a pandemia	16
1.5.3. Impactos causados por conteúdos nocivos em plataformas como “Youtube”	17
1.6. Método Projetual	19
2. FUNDAMENTAÇÃO PROJETUAL	
2.1. Fundamentação teórica do design referente ao projeto	22
2.2. O papel do design frente a problemática apresentada	255
2.3. Especificidades da Problemática	255
3.1. Análise quantitativa	266
3. LEVANTAMENTO DE ANÁLISE DE SADOS	
3.2. Análise qualitativa	277
3.2.1. Entrevista com Beatriz Rocha	277
3.2.2. Entrevista com Fernanda Negreiros (Psicóloga e mãe)	2828
3.3. Personas	300
3.3.1. Persona pais e responsáveis	311
3.3.2. Persona tia	311
3.3.3. Persona criança	322
4 . PROPOSTA	
4.1. Canvas de Projeto	32
5. DESENVOLVIMENTO	
5.1. <i>Naming</i>	35
5.2. Identidade Visual	38
5.2.1. Paleta de Cores	39
5.2.2. Logo	41
5.2.3. Grafismos	45

5.2.4. Tipografia	46
5.3. Desenvolvimento do Aplicativo	47
5.3.1. Usuários	48
5.3.1.1. Storytelling	48
5.3.1.1.1. Ana Carolina e Paulo	48
5.3.1.1.2. Jennifer	49
5.3.1.1.3. Guilherme	49
5.3.1.2. Mapa de Jornada de Usuário	50
5.3.2. <i>Benchmarking</i>	52
5.3.3. SWOT	53
5.4. Userflow	56
5.5. Arquitetura da Informação	57
5.6. Avatar personalizado	58
5.7. <i>Wireframes</i>	64
5.7.1. <i>Wireframes</i> de Baixa Fidelidade	64
5.7.2 <i>Wireframes</i> de média fidelidade	65
5.7.3. <i>Wireframes</i> de alta fidelidade	68
5.7.4. Design System	71
5.8. Validação	72
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	73
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
APÊNDICE	76

LISTA DE FIGURAS E TABELAS

Figura 1 – Gráfico.....	16
Figura 2 - Double Diamond.....	20
Figura 3 - Processo Design Sprint.....	21
Figura 4 - Golden Circle.....	23
Figura 5 - Canvas de Proposta de Valor.....	23
Figura 6 - Matriz de Decisão.....	24
Figura 7 - Persona Pais e Responsáveis.....	31
Figura 8 - Persona Tia.....	31
Figura 9 - Persona Criança.....	32
Figura 10 – Nuvem de palavras.....	36
Figura 11 – Ideias de Nome.....	38
Figura 12 - Painel Semântico logotipo.....	39
Figura 13 – Paleta “algodão-doce”.....	40
Figura 14 – Paletas Complementares.....	41
Figura 15 – Tipografia sem alteração.....	43
Figura 16 – Logotipo em escala de preto e branco.....	44
Figura 17 – Área de respiro.....	44
Figura 18 – Variação de logo.....	45
Figura 19 – Logo primária.....	45
Figura 20 – Grafismos.....	46
Figura 21 – Tipografias.....	47
Figura 22 – Jornada de Usuário.....	51
Figura 23 – Benchmarking.....	52
Figura 24 – SWOT Youtube Kids.....	54
Figura 25 – SWOT Playkids.....	55
Figura 26 – Userflow.....	57
Figura 27 – Funcionalidades.....	58
Figura 28 – Painel Semântico Avatares.....	59
Figura 29 – Painel Semântico Crianças.....	60
Figura 30 – Esboços Avatares.....	60
Figura 31 – Esboço Avatares Roupas.....	61

Figura 32 – Esboço digital do avatar.....	62
Figura 33 – Torço avatar.....	62
Figura 34 – Cabelos.....	63
Figura 35 – Olhos, boca e nariz.....	63
Figura 36 – Modelo de avatar pronto.....	64
Figura 37 – Wireframe baixa fidelidade.....	65
Figura 38 – Wireframe média fidelidade.....	65
Figura 39 – Wireframe média fidelidade.....	66
Figura 40 – Wireframe média fidelidade.....	67
Figura 41 – Wireframe média fidelidade.....	68
Figura 42 – Wireframe alta fidelidade (1).....	69
Figura 43 – Wireframe alta fidelidade (2).....	69
Figura 44 – Wireframe alta fidelidade (3).....	70
Figura 45 – Wireframe alta fidelidade (4).....	70
Figura 46 – Wireframe alta fidelidade (5).....	71
Figura 47 – Cores.....	71

1. INTRODUÇÃO

1.1. Tema, delimitação e definição do problema

1.1.1. Tema

É certo afirmar que a existência do ser humano está interligada a um complexo contexto psicossocial, ambiental e cultural, que caracteriza a sua identidade em diversas camadas. Com isso, o rápido avanço da ciência e da tecnologia ao redor do mundo afeta a compreensão e a formação da personalidade de forma geral, o que gradualmente leva a dilemas e conflitos, especialmente em relação ao desenvolvimento infantil (SBP, 2016).

Em “O fim da Idade Média e o Início da Idade Mídia” (Walter Longo, 2019, editora Alta Books, 1ª edição), quando se trata de inovações no campo da tecnologia eletrônica, o autor decide destacar as principais mudanças associadas ao assunto, afirmando que “o conceito de Internet começa a impor ações e coloca você no banco do motorista e não mais no banco do passageiro”.

De fato, no que diz respeito à constituição dos valores sociais e morais da sociedade moderna, a influência da informação digital pode ser percebida em vários setores, o que leva a mudanças contínuas e adaptações decisivas, sobre o assunto, Manuel Castells (2008, p. 573) afirma que a internet não é apenas uma tecnologia, mas também um meio para formar uma nova organização.

A construção social das novas formas dominantes de espaço e tempo desenvolve uma meta-rede que ignora as funções não essenciais, os grupos sociais subordinados e os territórios desvalorizados. Com isso, gera-se uma distância social infinita entre essa meta-rede e a maioria das pessoas, atividades e locais no mundo. Não que as pessoas, locais e atividades desapareçam. Mas seu sentido estrutural deixa de existir, incluído na lógica invisível da meta-rede em que se produz valor, criam-se códigos culturais e decide-se o poder. Cada vez mais, a nova ordem social, a sociedade em rede, parece uma meta-desordem social para a maior parte das pessoas (CASTELLS, 2008, p. 573)”.

Esse período é marcado pelo desenvolvimento da tecnologia utilizada em aparelhos eletrônicos conectados de forma direta com a internet e seus serviços, e principalmente o site de compartilhamento de vídeos conhecido como *YouTube*, com o slogan “Transmita você mesmo”, lançou em 15 de fevereiro de 2015 a plataforma infantil chamada *YouTube Kids*, porém sua chegada ao Brasil foi somente em 2016, o que possibilitou dar a todos acesso e espaço para integrar nesse gênero.

Atualmente, o *YouTube Kids* conta com mais de um bilhão de usuários ativos. Nesse contexto, a internet e a criação do *YouTube* e de outras redes sociais fortalecem as relações, pois substituem a centralidade da mídia pela centralidade dos temas, que são abordados por quem desenvolve conteúdo e conquista um grande público que assiste seus conteúdos publicados, essas pessoas são conhecidas como "*digital influencers*", em sua tradução "influenciadores digitais", são capazes de criar uma transmutação comportamental na mentalidade do receptor, denominado como espectador, principalmente se esse for uma criança.

Uma pesquisa realizada em setembro de 2018 pelo TIC Kids Online Brasil aponta que o número de crianças e adolescentes que acessam a internet vem aumentando gradativamente, e analisando dados recentes após o período pandêmico de COVID-19, os números chegam a dobrar. Em relação às atividades efetivadas através da *internet*, destaca-se, em primeiro lugar, assistir a vídeos, programas, filmes ou séries, o que corrobora com a preocupação acerca dos conteúdos disponíveis de livre acesso ao público infantil (CETIC.BR, 2018). Deve-se considerar que o YouTube se destaca sendo a principal escolha de sites pelas crianças em busca de ludicidade e interação social, sendo acessado, frequentemente, sem a devida vigilância parental, o que não é aconselhado pela própria plataforma, justamente em razão da influência a que estão expostas ao interagirem no contexto virtual, formado por uma "massa" de usuários que muitas vezes transmitem linguagens e conteúdos impróprios, segundo Marôpo (2018). Assim, há uma preocupação constante quanto à inserção da tecnologia no cotidiano das crianças, haja vista que apesar de existirem plataformas que oferecem política de segurança, configurações de controle e funcionários responsáveis por "fiscalizar" o compartilhamento de conteúdos "específicos", não possuem garantia absoluta, sendo alarmantes os conteúdos que vem circulando pelas programações infantis, fazendo muitos pais e responsáveis terem reações de espanto e adversidade.

Após essa análise e pesquisa, o tema principal escolhido foi "Como o Design pode auxiliar na conscientização sobre utilização de plataformas de vídeo infantil de modo mais seguro".

1.1.2. Delimitação

Com o surgimento da pandemia e o distanciamento social, a utilização de aparelhos móveis teve um grande aumento de compra e de tempo de utilização entre as famílias brasileiras, mas principalmente entre crianças e adolescentes. Atualmente, cerca de 49% das crianças com faixa etária de zero a 12 anos possuem aparelhos móveis próprios, número que anteriormente era de 44%.

O maior crescimento de posse de aparelhos próprios aconteceu na faixa etária de sete a nove anos: a proporção subiu de 52% para 59% no intervalo de um ano. Já no grupo de dez a 12 anos, o percentual passou de 76% para 79%. Com isso, segundo uma pesquisa realizada pelo aplicativo de monitoramento chamado “*AppGuardian*”, é revelado que as crianças atualmente passam cerca de 25 horas mensais em frente ao YouTube - Plataforma de compartilhamento de vídeos. Somando com suas variantes, o *YouTube Kids* e o *YouTube Go*, o tempo em frente às telas é duplicado para 47 horas mensais.

Durante o período de pandemia de Coronavírus (COVID-19) aqui no Brasil, os pais ficaram mais lenientes em relação ao controle de tempo de utilização que seus filhos passam com o smartphone. Em um ano, caiu de 72% para 65% a proporção de pais que estipulam um limite máximo de tempo de uso por dia para as crianças.

Segundo uma pesquisa realizada pelo *Kaspersky Lab*, foi revelado que apenas 37% dos pais se preocupam com os conteúdos e sites acessados por seus filhos na internet. O aumento de dispositivos conectados na rede e disponíveis na família não mudou muito a percepção em relação ao conteúdo que as crianças possam ser expostas, seja ele inadequado ou explícito.

No quesito segurança, o estudo apontou que somente 26% dos pais utilizam algum tipo de software de controle das atividades online. E entre aqueles que não usam programas que limitam o acesso a determinados conteúdos na rede, 21% acreditam que as crianças devem aprender a utilizar a internet sozinha.

1.1.3 Definição do problema

A grande questão que surgiu durante a realização das pesquisas foi como poderíamos garantir a segurança das crianças com a faixa etária de um a 09 anos, porém, que não houvesse uma limitação em sua criatividade. Mesmo a internet e suas

ramificações serem um ambiente hostil até mesmo para adultos, sabemos que adotar métodos radicais como proibição definitiva de visualização de telas não seria o correto moralmente e afastaria a criança de etapas importantes nesse mundo globalizado, como explorar a criatividade, descoberta de conteúdos e ocorreria até mesmo um afastamento social de seus amigos e entes próximos.

Outra grande questão levantada pelo grupo foi qual método poderíamos utilizar para garantir que os conteúdos impróprios não chegassem ao nosso projeto, mas que também não ocorresse o mesmo problema que ocorreria com as crianças: Limitar o conteúdo dos nossos criadores e nem tirar liberdade de expressão, contando que essa não interferisse diretamente o próximo.

1.2. Justificativa

Mesmo apresentando muitos riscos, nosso principal foco não é restringir ou limitar totalmente o acesso e utilização das crianças nos meios digitais, e sim torná-la uma aliada nos diversos processos de desenvolvimento e etapas de crescimento infantil, fazer uma ressignificação da relação “criança x redes sociais” que tem uma imagem vista como algo desnecessário. Não queremos que esse relacionamento seja limitado a crianças usarem somente como uma forma de distração da sua rotina.

A internet pode oferecer diversos benefícios às crianças se sua utilização for moderada e os conteúdos acessados forem corretos e supervisionados, entre esses benefícios, podemos citar:

- **Estímulo de pesquisas e afloramento da curiosidade.** As crianças podem criar uma autonomia com a internet podendo sanar suas dúvidas, evitando até mesmo que haja o constrangimento paterno com determinadas questões que não tem respostas no momento
- **Ajuda na integração social.** A internet se tornou o principal e mais importante meio de comunicação mundial. Ferramentas como o WhatsApp e Facebook podem fazer crianças melhorarem sua comunicação e expandirem seu ciclo social - Obviamente, com supervisão dos responsáveis
- **Entretenimento.** Jogos e vídeos são os conteúdos mais acessados pelas crianças atualmente. Mas, esse conteúdo focado em “distração” não precisa ser somente um passatempo. Unir vídeos com aprendizado e jogos com

conhecimento pode resultar em uma diversão saudável e repleta de informação para os pequenos.

Pensando nisso, o grupo decidiu trabalhar com uma plataforma digital que pudesse auxiliar e acompanhar as crianças em suas atividades cotidianas de forma favorável, sem que ela pudesse ser exposta a conteúdos ofensivos durante sua navegação.

1.3. Objetivos específicos

- Oferecer o máximo de segurança possível para o público infantil durante o acesso a meios de entretenimentos online;
- Proporcionar meios de monitoramento para pais e responsáveis com foco em acompanhar o dia a dia dos seus filhos no celular/computador;
- Apresentar conteúdos que possam auxiliar de forma benéfica (porém sem tirar a função principal dos pais) na criação e formação da criança;
- Criar um ambiente seguro e criativo para que haja liberdade de expressão tanto do nosso público-alvo quanto para os pais e responsáveis e criadores de conteúdo.

1.4. Público-alvo

De acordo com estudos prévios realizados pelo grupo, conforme Salomão (2018), vimos que os três primeiros anos de vida são muito importantes na vida das crianças, visto que terão impactos emocionais, físicos e intelectuais que irão carregar para o resto da vida, com base nesse estudo, decidimos direcionar o público alvo, para crianças de um a nove anos, pois também queremos impactar na formação de caráter dessas crianças, acompanhando dos primeiros anos de vida até a chegada a pré-adolescência, temos o intuito também de atingir pais e responsáveis de qualquer idade.

1.5. Contexto

Em nossa contextualização, decidimos dividir em três principais etapas para um melhor entendimento histórico:

- A comunicação durante o período digital;

- O aumento de telas em relação ao período de pandemia;
- Os conteúdos ocultos que o aplicativo YouTube Kids tem em sua plataforma.

1.5.1. A Comunicação na era digital

Com a criação da internet, foi desenvolvida uma nova forma de comunicação que permite enviar mensagens para diversas pessoas, em tempo real e em qualquer lugar do mundo. Atualmente, de acordo com o estudo *Digital 2022: Global Overview Report* o número de usuários ativos chegou perto dos 5 bilhões em janeiro, isto acaba representando 63% da população mundial, o estudo levanta, que nos últimos dez anos, o número de usuários dobrou, o relatório expõe também que um usuário normal da internet, passa quase sete horas por dia online, estando basicamente 40% do seu dia conectado.

Segundo Castells (2009) essa nova forma de comunicação pode ser chamada de “autocomunicação em massa”, ele considera este termo pois qualquer conteúdo gerado dentro da internet, pode ser transmitido para uma audiência global, como um vídeo no *Youtube*, uma postagem em alguma rede social, ou alguma mensagem enviada através do *Whatsapp*, Ao mesmo tempo é autocomunicação porque um mesmo usuário gera a mensagem, define os possíveis receptores e seleciona as mensagens específicas ou os conteúdos da web e das redes de comunicação eletrônica que deseja receber.

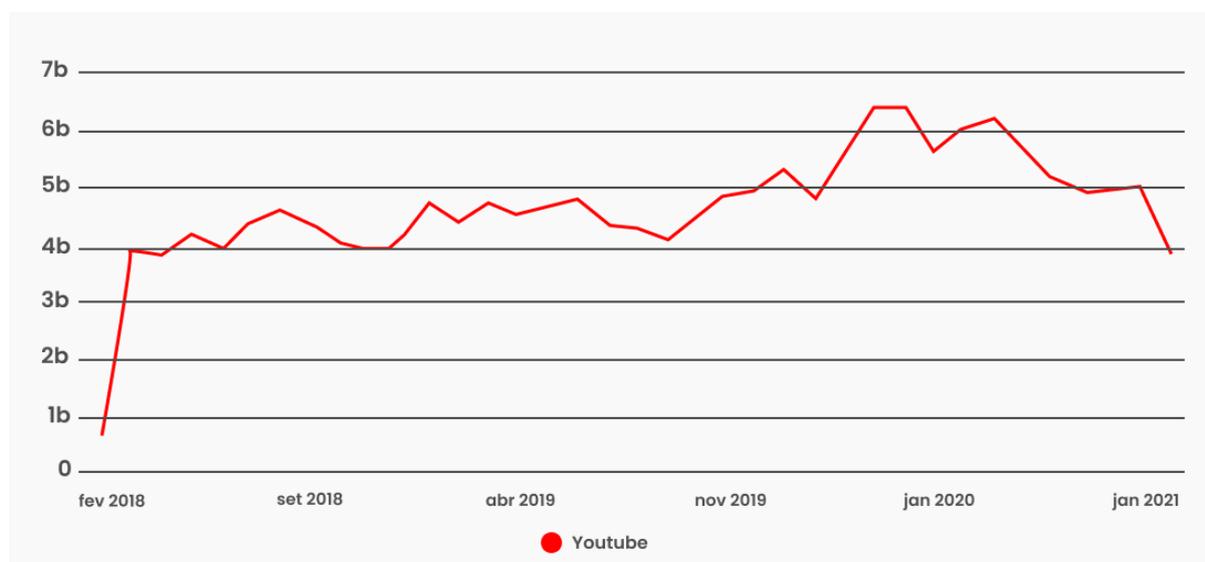
Com a evolução na forma de se comunicar, vemos muitas mudanças no contexto da organização social e cultural do mundo inteiro, qualquer pessoa pode atingir diversos públicos diferentes, de qualquer idade ou classe social, o impacto gerado por isso, em sua grande maioria é positivo, mas, temos a ciência que dentro da sociedade existem diversas pessoas com má índole, que podem usar dessa forma de comunicação para transmitir conteúdo nocivo ou abusivo, de diversas formas, um vídeo, uma foto, ou até uma produção textual, fazendo com que plataformas digitais e redes sociais tenham que se adaptar diariamente com novos métodos de controle e segurança sobre os conteúdos publicados de forma imprópria.

1.5.2. O aumento no uso da internet pelo público infantil durante a pandemia

No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou que o novo coronavírus (Sars-cov-2), causante da doença Covid-19, passou do nível de uma epidemia para o de uma pandemia. (G1, 2020). Esta decisão foi tomada tendo em aspecto o aumento exponencial do número de casos no mundo todo. Com isso, a OMS sugeriu que todos os países adotassem o protocolo do isolamento social para impedir o rápido avanço da doença. A partir desse cenário imposto na sociedade, muitas famílias tiveram que adaptar sua rotina para serem feitas dentro de suas residências, o impacto sobre o público infantil foi um dos que obteve maior destaque, seja pela falta de entretenimento exterior ou maior conectividade para acessar as aulas on-line.

De acordo com a pesquisa realizada pela VIU HUB para coluna “Gerações sem idade” da Globo, o consumo sobre a categoria *Kids Entertainment & Animation* no Brasil, teve um acréscimo considerável baseado nos anos anteriores, com foco na plataforma *Youtube*, os números passam dos 65 bilhões de *views*, tendo um aumento de 25% do ano anterior. Outras plataformas também tiveram aumento como, *Facebook* e *Instagram*, foram registrados mais de um bilhão de *views* no Facebook e 339 milhões no Instagram.

Figura 1 – Gráfico de acessos



Fonte:

A categoria *KIDS* na internet hoje, segue em grande evolução, e a pandemia elevou o patamar desse crescimento, em todas as redes sociais citadas, existem projeções para um aumento exponencial nos próximos anos podendo dobrar o número de views em conteúdo infantil.

1.5.3. Impactos causados por conteúdos nocivos em plataformas como “Youtube”

Antes mesmo do começo da pandemia, canais de procedência duvidosos começaram a surgir no YouTube, no qual já não era considerado um ambiente seguro para crianças. Em 2016, um canal chamado “*Webs and Tiaras*” viralizou com um vídeo aparentemente inofensivo e de temática infantil, se analisarmos pela sua thumbnail - a capa do vídeo.

Nos eram apresentados personagens infantis, como heróis e princesas da Disney, com poses sem sentido e fundos de cores vibrantes e coloridas. Diferente da primeira impressão, o vídeo apresenta conteúdo repulsivo e inadequado para crianças. Os adultos fantasiados encenaram situações de violência extrema, como mutilação e dissecação de membros e órgãos. Mesmo sendo um conteúdo não apropriado para a faixa etária, os vídeos faziam muito sucesso entre as crianças. Em poucos meses, o canal “*Webs and Tiaras*” alcançou a marca de mais de um bilhão de visualizações e milhões de inscritos, impulsionando outros canais com o mesmo conteúdo a serem criados. Essa proliferação de canais usando ícones infantis para promover conteúdo adulto acabou ficando conhecida pelo nome *Elsagate* (uma alusão à princesa Elsa, da animação *Frozen* de 2013 da Disney em junção com a palavra em inglês “gate”, que significa “portão”).

Embora os vídeos estejam no YouTube mais ou menos desde 2014, somente em 2017 que a empresa de vídeos decidiu mudar suas regras para evitar que esses tipos de conteúdo sejam monetizados, isto é, recebessem algum tipo de dinheiro. Isso significa que, há pelo menos três anos, o conteúdo não só conseguiu abusar da imagem dos ídolos infantis, mas também tem sido muito lucrativo, já que são vistos como um conteúdo livre e familiar pela plataforma, e seus criadores recebiam quantidades absurdas de dinheiro pelas visualizações e anunciadores.

Em fevereiro de 2015, o YouTube anunciou a criação do YouTube Kids, um novo aplicativo construído usando algoritmos avançados que iriam garantir que tudo

exibido fosse seguro para as crianças. No anúncio, a empresa revelou que o aplicativo foi desenvolvido para os pais que, por motivos de trabalho ou pessoais, nem sempre conseguem monitorar o que seus filhos estão acessando na internet, então o YouTube Kids seria uma forma despreocupada para eles.

No entanto, ao contrário das alegações de marketing do produto, o aplicativo não é tão seguro para crianças. Em menos de dois meses após o lançamento do aplicativo, uma coalizão de grupos de proteção à criança e defesa do consumidor entrou com uma ação na Federal Trade Commission (FTC) sobre o conteúdo que o YouTube Kids permite que as crianças acessem.

Isso porque o algoritmo não considera perigoso o conteúdo dos canais como “*Webs And Tiaras*”. Além disso, a aliança afirma ter encontrado outros conteúdos mais complexos que os conteúdos citados anteriormente, como vídeos animados de personagens da Disney e outros desenhos animados envolvidos em atos sexualmente explícitos, insinuações à pedofilia, uso de drogas e “desafios” que pediam para as crianças se envolvam em atos sexuais ou atos perigosos, como brincar com fogo.

Embora o YouTube tenha dito na época que desenvolveu o aplicativo com a ajuda de advogados de proteção à criança e estava sempre aberto a sugestões de melhorias, pouco fez para conter esse conteúdo prejudicial baseado em ícones infantis. Mesmo três anos depois, o aplicativo ainda apresenta problemas. Uma pesquisa da BBC em fevereiro de 2018 descobriu que esses tipos de conteúdo ainda são muito populares no YouTube Kids.

Entre os vídeos mais acessados pelo aplicativo, você encontrará um vídeo do personagem infantil criado pela *Walt Disney*, Mickey Mouse, matando uma criança com uma arma, um personagem da Patrulha Canina gritando diversos palavrões ao cair de um avião em chamas e até um vídeo instrutivo ensinando a amolar facas e o que fazer com armas. Alguns dos conteúdos disponíveis também ensinam e incitam atos de automutilação, tendo como o exemplo o caso do *Youtuber* conhecido como *Filthy Frank*, cujo canal tem mais de seis milhões de inscritos, simulando cortar seu próprio antebraço enquanto alertava aos usuários do programa da seguinte forma: “Lembrem-se, crianças! De lado para chamar atenção, profundo para obter melhores resultados” (O GLOBO; R7, 2019).

1.6. Método Projetual

A metodologia principal utilizada durante o projeto foi o *Design Thinking*, termo que foi utilizado pela primeira vez no livro “*Design Thinking*” de Tim Brown, em meados dos anos 90, juntamente com o designer e engenheiro David Kelley. Essa abordagem foi escolhida por sua principal característica: Centralidade nas pessoas. Isso é, ela busca envolver personagens de diferentes perspectivas para obter informações importantes sobre o público-alvo, como suas dores, necessidades e comportamentos. Portanto, a oportunidade de criar uma solução criativa, inovadora e eficaz é aumentada. O Design Thinking possui três pilares essenciais para que o desenvolvimento metodológico possa ocorrer sem falhas:

- **Empatia:** Compreender e entender as dores dos nossos usuários pelo ponto de vista geral, se aprofundando em suas necessidades para que possamos buscar soluções apropriadas para os problemas apresentados.
- **Colaboração:** A visão de outros profissionais da área, estando aberto a críticas e sugestões.
- **Experimentação:** Análise das ideias que foram propostas e testá-las para observar erros ou possíveis erros e problemas encontrados.

O *Design Thinking* consiste principalmente em um conjunto de práticas e processos, que são separados em quatro etapas:

- **Imersão:** Entendimento de forma mais aprofundada o contexto principal do nosso projeto.
- **Ideação:** Soluções e ideias;
- **Prototipagem:** Testagem das ideias propostas;
- **Desenvolvimento:** Como o nome já diz, desenvolvimento da solução que foi melhor avaliada e obteve uma melhor aceitação no processo de prototipagem entre o público-alvo.

Durante as etapas podem ser utilizados diversos processos de design, e ferramentas metodológicas auxiliares para gerar mais conhecimento sobre a problemática trabalhada.

Para estruturar nossa metodologia formativa, o grupo irá utilizar o processo de design *Double Diamond*, criado em 2005, pela *British Design Council*, cujo propósito

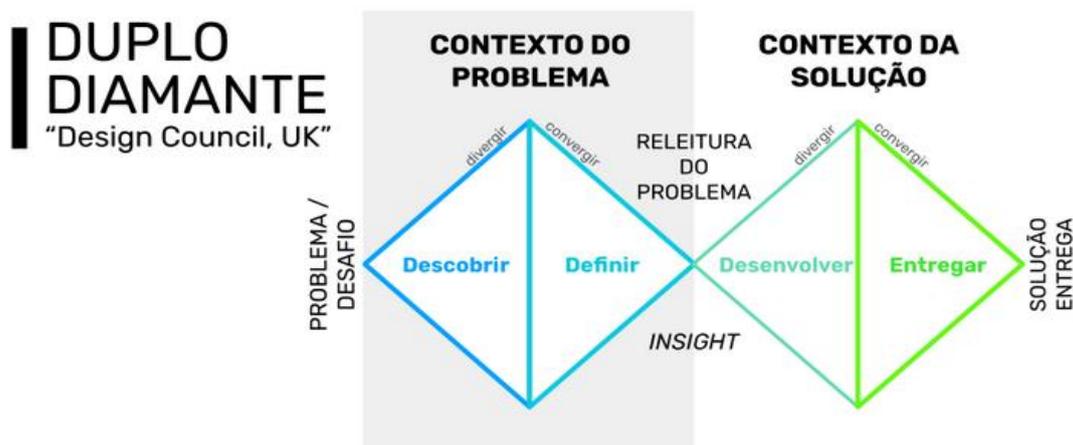
é explorar a problemática de modo mais amplo, e gerar mais conhecimento para cada etapa do *Design Thinking*, buscando entregar solução para todos os problemas do usuário abordado durante o processo.

Este método consiste em dividir o processo em quatro etapas, que são:

- Descobrir;
- Definir;
- Desenvolver;
- Entregar.

Sendo trabalhando na primeira etapa do diamante, o contexto do problema, e na segunda etapa, o contexto da solução.

Figura 2 - Double Diamond



Fonte - Tera (2021)

Para a criação do aplicativo, foi utilizada a metodologia *Design Sprint Kit*, criada pelo autor do livro “*Sprint*” (2016), Jake Knapp. Essa metodologia tem como foco principal prototipar, testar e validar uma solução de maneira agilizada. Mesmo sendo uma metodologia atual, ela tem como base outras metodologias muito conhecidas no mundo do design, como a *Hackathon*, o *Brainstroming* e até mesmo o *Design Thinking*.

Geralmente, o processo do Sprint Kit é separado em três estágios, e cada um desses estágios são divididos em mais duas etapas, totalizando 6 etapas.

- **Entendimento:** O foco é entender o problema, fazer pesquisas com

especialistas e com o público-alvo, a fim de descobrir as necessidades principais;

- **Definir:** Nesta etapa, são definidas as principais problemáticas e necessidades que o nosso público-alvo apresentou para o grupo saber em quais irá trabalhar;
- **Divergir:** O objetivo é fazer um *brainstorming* para encontrar possíveis soluções, explorando o maior número possível de possibilidades;
- **Decidir:** O objetivo é decidir sobre uma ideia-chave que será apresentada para prototipagem e teste. Para isso, também são feitos alguns exercícios para priorizar ideias com o grupo, nesse caso, foi escolhida a Matriz de Decisão;
- **Protótipo:** Como o nome já diz, é a etapa focada em realizar a concepção de protótipo da solução escolhida;
- **Validação:** Nessa fase, são realizados testes com os usuários finais, observando suas interações e identificando oportunidades de melhoria.

Figura 3 - Processo Design Sprint



Fonte: Aela School

2. FUNDAMENTAÇÃO PROJETUAL

2.1. Fundamentação teórica do design referente ao projeto

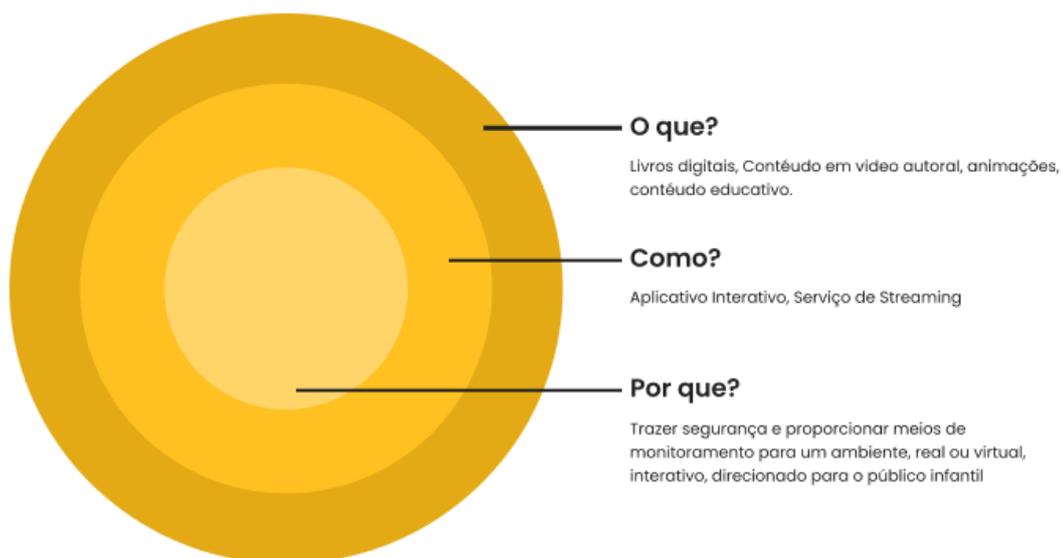
Para definição do tema, o grupo levantou algumas questões que poderiam ser abordadas no trabalho, e levantou pontos que poderiam ser agregados a cada uma dessas questões, com base nisso, foi discutido entre o grupo, qual problema traria mais benefícios para o seu público, e se a dificuldade para solucionar esse problema era elevada, após uma longa discussão, o tema foi definido.

A partir do problema definido, nós utilizamos o *Golden Circle*, uma metodologia criada por Simon Sinek, para ajudar empresas e pessoas a gerarem impacto dentro de um propósito, esse método consiste em responder três questões que são:

- **Por quê?** Ele reflete com precisão o propósito do negócio, a razão de sua existência.
- **Como?** Trata das estratégias necessárias para atingir os objetivos da empresa. Afinal, transformar grandes ideias em realidade requer um plano de ação.
- **O quê?** Representa uma meta final de distribuição. Em relação ao círculo externo próximo ao “mundo externo”, entendido como o próprio produto ou serviço é o resultado de todo o trabalho realizado nas demais etapas (ALURA, 2019).

Após executar esse processo, o grupo conseguiu discutir e entender o verdadeiro valor da problemática definida.

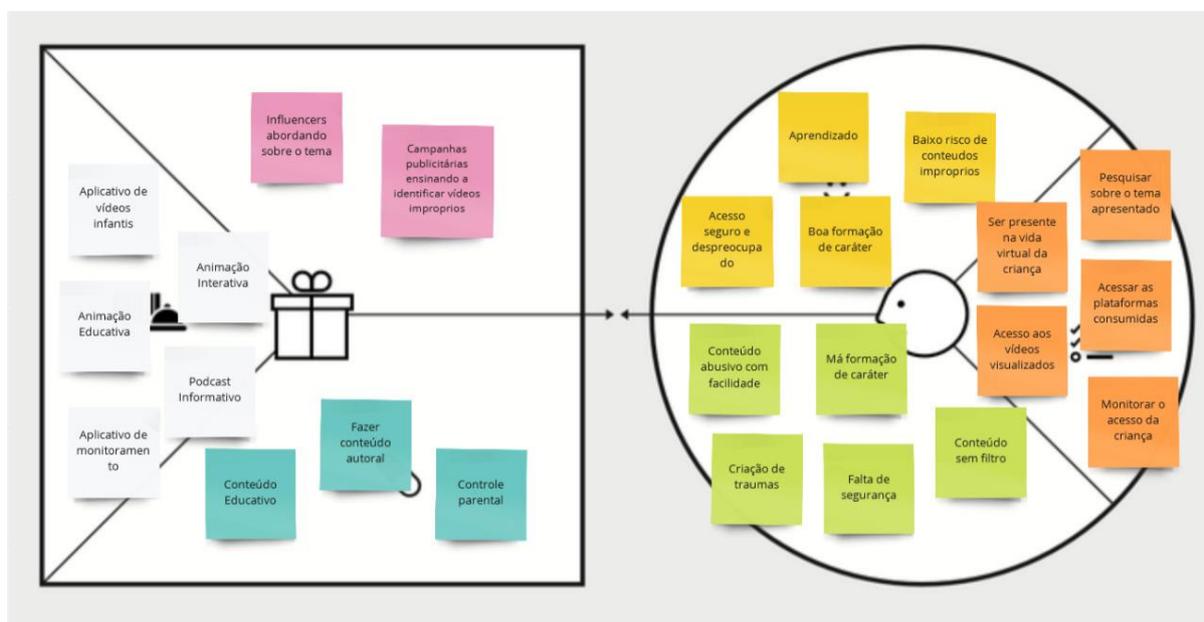
Figura 4 - Golden Circle



Fonte - Autores (2022)

Após isso, o grupo executou um Canvas de Proposta de Valor, com o propósito de explorar com mais clareza o público-alvo da problemática levantada, e entender quais soluções poderiam ser trazidas para este problema, gerando mais embasamento no momento de desenvolver a solução.

Figura 5 - Canvas de Proposta de Valor



Fonte - Autores (2022)

Ao entendermos melhor nosso público principal através do Canvas de Proposta de Valor (Figura 3), o grupo realizou uma Matriz de Decisão, que é uma ferramenta de gestão para auxiliar na tomada de decisões, ela permite decidir entre várias alternativas, olhando para diferentes critérios de avaliação. Colocamos 4 dos nossos 5 produtos, eliminamos inicialmente o aplicativo de monitoramento pois conseguimos englobar essa alternativa junto com uma das demais soluções propostas, como escala, usamos do número 1 ao 3, sendo 1 a nota mais baixa, e 3 a mais alta. Utilizamos como critério quatro aspectos principais, que foram divididos como:

- **Impacto:** O quão nosso produto iria impactar de forma benéfica na vida das crianças e dos pais;
- **Esforço:** Esse aspecto engloba ferramentas e tempo que seriam necessários para realizar o projeto;
- **Lucratividade:** O retorno financeiro que o projeto poderia nos proporcionar;
- **Visão:** Visibilidade e alcance do nosso projeto.

Figura 6 – Matriz de Decisão

Ideia	Impacto	Esforço	Lucratividade	Visão	Total
Aplicativo para público infantil	3	3	2	3	11
Animação autoral	3	3	1	3	10
Livro digital para crianças	2	2	1	2	7
Jogo para celular interativo	2	3	3	2	10

Fonte: Autores (2022)

Com a Matriz de Decisão concluída, percebemos que as opções mais atraentes para a nossa proposta principal seriam uma animação autoral e o aplicativo feito exclusivamente para o público infantil.

Analisando nossa Matriz de Decisão, notamos que algumas soluções sugeridas poderiam se encaixar como um diferencial do nosso aplicativo, como a

parte de leitura, por exemplo, que aliada a conteúdos digitais acaba se tornando uma ferramenta de fácil acesso e de maior interesse para o público infantil. Segundo uma pesquisa realizada em 2016 pelo “Retratos da Leitura no Brasil”, o público adolescente entre 11 e 13 anos permanecem em primeiro lugar nas pesquisas com 42% afirmando praticar leitura com frequência e por gosto, logo em seguida, temos o público infantil, composto por crianças de cinco a dez anos, com 40%.

2.2. O papel do design frente a problemática apresentada

Com base na problemática apresentada, o grupo utilizou de processos dentro das metodologias citadas e buscou entender e aperfeiçoar seu conhecimento sobre o assunto, através de pesquisas, artigos, entrevistas, conhecer seu público-alvo e trabalhar em foco para solucionar problemas no dia a dia dessas pessoas, utilizando sempre os princípios do design para chegar ao produto final com êxito.

O objetivo final deste trabalho é melhorar a experiência do usuário dentro de plataformas audiovisuais voltadas ao público infantil, e trazer segurança e comodidade para o público-alvo, com a certeza que esses pontos foram solucionados com eficácia, o trabalho de design terá sido um sucesso.

2.3. Especificidades da Problemática

O tema da insegurança virtual de crianças e adolescentes, ao utilizarem a rede, cresceu bastante com o advento da pandemia COVID-19, uma vez que o público até 12 anos passou a ficar mais tempo conectado, devido o confinamento, incluindo o período escolar, que também passou a ser virtual. Dessa forma, crianças e adolescentes que já tinham acesso às redes sociais virtuais passaram a ficar mais tempo nelas para poderem interagir com o mundo, os que não as possuíam passaram a utilizá-las e o acesso à internet passou a ser quase que uma obrigação, inclusive para garantir os estudos.

Segundo o ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente, Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, em seu Artigo 3º:

A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade. (ECA, 1990).

Dessa forma, entende-se que garantir à criança e ao adolescente o acesso às ferramentas midiáticas é uma necessidade para o seu pleno desenvolvimento no atual período em que vivemos.

Contudo, ainda de acordo com o ECA, em seu Artigo 5º:

Nenhuma criança ou adolescente será objeto de qualquer forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, punido na forma da lei qualquer atentado, por ação ou omissão, aos seus direitos fundamentais. (ECA, 1990).

Logo se faz necessário criar e oportunizar um aplicativo que garanta a segurança e o controle de utilização da internet, sem limitar criatividade, para que crianças até 09 anos estejam seguros nos ambientes virtuais.

3. LEVANTAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

3.1. Análise quantitativa

A pesquisa quantitativa é uma técnica que trabalha com indicadores numéricos e segue critérios estáticos. Essa pesquisa é apropriada para suscitar indicadores numéricos no mercado, quanto tomar atitudes, opiniões e preferências, considerar o virtual ou o volume de vendas de um negócio e para tomar o tamanho e a importância de segmentos de mercado. Para executar o alistamento de indicadores numéricos é necessário tomar rigorosos critérios estáticos.

O método escolhido para a realização da nossa pesquisa foi a de investigação através de pesquisa, que consiste nos pesquisadores utilizarem recursos como enquetes e pesquisas online para analisar o comportamento do público-alvo. Foi realizada uma pesquisa pela ferramenta online “Google Forms” com perguntas focadas para pais e responsáveis sobre o comportamento e investigação das atitudes e ações das crianças. Obtivemos ao total 105 respostas no questionário.

A principal faixa etária dos nossos entrevistados são adultos de 31 a 35 anos e logo em seguida, com um empate na porcentagem, pudemos notar um público mais jovem, com a faixa etária de 22 a 25 anos, esse público está dividido entre diversas

categorias de grau de parentesco, mas tivemos a grande presença majoritária de pais, tios e primos. Em suma maioria, nossos entrevistados responderam ter um contato diário com crianças em seu cotidiano, e essas crianças costumam estar no período pré-operacional, isso é, tem de dois a sete anos de idade.

Partindo para questões de vida virtual, mais da metade dos entrevistados alegam que as crianças têm permissão para acessar as telas, e que os aplicativos mais consumidos pelo público infantil são voltados para entretenimento, como plataformas de compartilhamento de vídeo e jogos, e com conteúdos relacionados a desenhos animados e *YouTubers* entram em destaque pros pequenos. Segundo os entrevistados, eles alegam supervisionar os conteúdos acessados pelas crianças, mas, mesmo assim, confiam que as plataformas denominadas como “*kids*” são totalmente seguras.

As informações complementares sobre o formulário estarão disponíveis no Apêndice A.

3.2. Análise qualitativa

3.2.1. Entrevista com Beatriz Rocha

Beatriz Regina Rocha Santos é mãe, tia e pedagoga. Com 24 anos, Beatriz nasceu em Santos e mora atualmente na Areia Branca. Conhecida como Bia, se formou em 2019 na UNIP (Universidade Paulista) em Pedagogia. Mãe do Apolo, que atualmente tem seis meses, tia da Ana Laura (8) e Thiago (8), além de trabalhar como Auxiliar de Desenvolvimento Infantil no Instituto AME, Bia foi a escolha perfeita para ser uma das entrevistadas.

A convivência de Beatriz com Thiago e Ana Laura é diária e contínua, o que possibilitou que ela observasse o crescimento das crianças de perto. Apesar de residirem no mesmo ambiente e com terem idades similares, Ana Laura e Thiago têm comportamentos e personalidades diferentes.

Thiago costuma passar mais tempo na frente das telas, segundo Beatriz, á pouca supervisão no conteúdo acessado pela criança, fazendo com que Thiago não obtenha filtro em suas buscas. Ana Laura costuma gostar de atividades mais interativas, por passar mais tempo com Beatriz e ter um maior contato diário com ela, atividades como exercícios físicos, pintura, quebra-cabeças, atividades escolares e

até ajudar com o Apolo são ocupações diversificadas aplicadas no seu cotidiano.

Já analisando o conteúdo acessado virtualmente, Beatriz alega que Ana Laura mudou muito os acessos após o nascimento de Apolo, vídeos com músicas educativas, danças e *DIY (Do It Yourself)*, conhecimento como “Faça Você Mesmo” em português) se tornaram mais presentes nas visualizações de Ana. Thiago já costuma visualizar vídeos de *YouTubers*, jogos e animações duvidosas. Gritaria, desperdício de comida e um linguajar adulto e sem filtro são alguns conteúdos encontrados e presentes na vida dele e escutados de forma acidental por Thiago, que muitas vezes acaba reproduzindo o mesmo comportamento na vida real.

Segundo Beatriz, o relacionamento de Thiago com as telas é algo que três horas semanais não vão conseguir mudar, que a diminuição de tempo em frente às telas deve ocorrer de forma gradativa e frequente, o que não acaba acontecendo.

Os pais do Thiago são bem ocupados, isso em relação aos seus empregos e a tarefas domésticas, então, para manter ele ocupado, permitem ele utilizar o celular como uma forma de manter ele ocupado e distraído. (ROCHA, 2022).

3.2.2. Entrevista com Fernanda Negreiros

Fernanda Negreiros é psicóloga desde 2003, e começou a adentrar recentemente em psicologia clínica. Fernanda tem um projeto a mais de dez anos em união com uma advogada chamada Ana Paula Borgomoni, chamado PREVIMCA (Prevenção a Violência Contra Mulher e Adolescente). Além de sua área profissional ser relacionada à psicologia infantil, Fernanda é mãe de três crianças, o que a tornou a melhor escolha para essa entrevista.

Durante o período pandêmico, a exposição aos conteúdos digitais acabou se tornando como uma babá eletrônica. Isso fez com que diversas crianças fossem privadas de seus direitos básicos, como socializar. Fernanda nos conta que existe um termo específico para crianças nascidas durante esse período: crianças pandemia. A característica principal das crianças que cresceram e passaram a primeira infância no período de isolamento são crianças ansiosas, com baixa tolerância a frustrações, com uma grande dificuldade na interação social, além das questões cognitivas.

Ao iniciarmos a entrevista, nosso foco inicial foi sobre como a exposição dos meios digitais na vida da criança poderia ser uma influência - positiva ou negativa. Fernanda acredita que as questões digitais podem sim influenciar na formação de

caráter infantil, mas não se tornam um fator determinante, já que os principais valores acabam sendo ditados em referência ao ambiente e influência paterna. “Quando você dá informação, mas não auxilia no uso, você está expondo a criança a não saber lidar com muitas questões, com frustrações, perdas e comportamento, por exemplo” (NEGREIROS, 2022).

Com isso, conseguimos notar como o apoio e a fiscalização familiar se tornam de extrema importância para que ocorra o uso benéfico dos meios digitais em relação às crianças, independente do contexto familiar apresentado.

Pensando que a tecnologia veio para agregar de diversas formas, entramos no âmbito de como as influências positivas podem surgir para as crianças nessa era digitalizada. Fernanda cita que existem diversos aplicativos que auxiliam crianças com suas dificuldades escolares, por exemplo, na parte de alfabetização, leitura, ou dificuldades relacionadas às áreas de exatas. É ressaltado também que essa utilização e essas plataformas devem ser sempre aproveitadas com bom-senso, com um tempo útil para cada idade, para que não se torne algo maçante ou confuso no decorrer da exposição em frente às telas, fazendo com que o pequeno consiga absorver e compreender de uma maneira agradável todas as informações que estão sendo descritas.

Os melhores conteúdos que podem ser acessados, em recomendação geral, seriam conteúdos educativos. A TV Cultura acaba entrando em destaque por ter um acúmulo de programações que auxiliavam no processo criativo infantil, explorando a imaginação com recursos básicos encontrados dentro de casa. Um prato de plástico acabava se tornando um quadro, uma caixa de papelão se tornaria um castelo, tudo isso sendo produzido manualmente pelas crianças. Fernanda explica que esse tipo de conteúdo é um poderoso aliado na formação de caráter infantil por conseguir fazer um desapego material.

“As crianças atualmente, quanto mais elas têm, mais elas querem. Elas acabam se prendendo mais na questão do ter e ganhar do que nas questões de criar, desenvolver.” (NEGREIROS, 2022).

O grupo percebe que conteúdos educativos se tornam uma forte parceira com os meios digitais, principalmente quando essa exposição de telas está diretamente ligada à criação e construção. Mas, sabendo que a internet não é somente benefícios, adentramos no assunto de conteúdos que poderiam ocasionar uma má influência na criação e desenvolvimento infantil. Conteúdos que interferem na socialização, na

tolerância e dificultam a convivência familiar foram os principais tópicos levantados durante a entrevista.

Fernanda explica que no *YouTube*, além dos conteúdos nitidamente impróprios, alguns vídeos aparentemente inofensivos podem interferir no comportamento infantil. Crianças muito competitivas, desperdiçando comida, vídeos de pegadinhas ou que tornam situações perigosas como um motivo de riso se tornam questões maléficas para o desenvolvimento infantil.

Apontamos a questão dos vídeos de adultos fantasiados e porque esse tipo de vídeo pode ser tão nocivo. Foi explicado que não ocorre a naturalidade e nem a linguagem adequada para que o público se sinta cativado. Levantando ainda mais nosso olhar crítico, Fernanda explica:

Se eu tenho um adulto que hoje imita o comportamento e os trejeitos de uma criança, eu estou ensinando a criança que aquele adulto aliciador, que faz uma voz infantilizada é uma pessoa legal. Isso acaba abrindo um precedente para a questão da violência. (NEGREIROS, 2022).

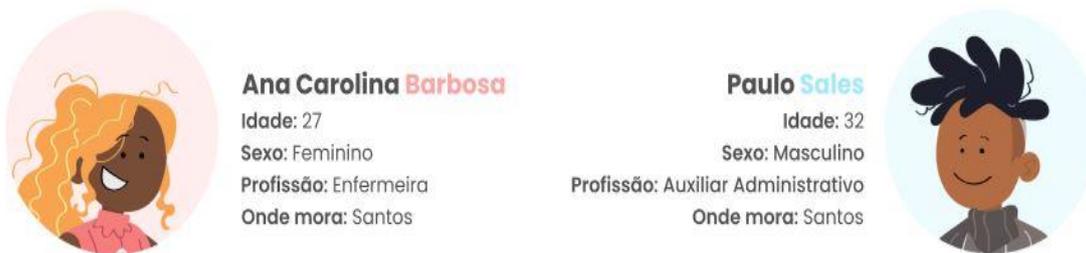
3.3. Personas

Personas são representações fictícias do cliente ideal de um projeto. Ela se baseia principalmente em dados reais coletados sobre o comportamento e demografia do cliente, bem como histórias pessoais, motivos, objetivos, desafios e preocupações.

Com base nas análises qualitativas e quantitativas, foram criadas três personas para: Pais, Tios e Crianças.

3.3.1. Persona pais e responsáveis

Figura 7 – Persona Pais e Responsáveis



Sobre Ana e Paulo

Ana e Paulo não são oficialmente casados, mas moram juntos e desse amor surgiu Amanda, que atualmente tem 4 anos. Ana Carolina trabalha no período diurno em um hospital com carga horária de 12 por 36, já Paulo trabalha com horário administrativo, o que o torna mais ausente em casa. Com horários extensos e pouco tempo em casa, Ana e Paulo costumam deixar Amanda com sua avó nos períodos de trabalho. Por conseguir se manter mais tempo com Amanda, Ana Carolina começou a perceber comportamentos diferentes e agressivos em Amanda, como arremessar objetos e falar palavrões. Márcia, avó de Amanda e mãe de Paulo, por ser uma senhora de idade, costuma deixar a criança horas na frente das telas vendo vídeos no aplicativo “YouTube Kids”, mas não supervisiona o conteúdo por acreditar ser uma plataforma segura.

Fonte: Autores (2022)

3.3.2. Persona tia

Figura 8 – Persona tia



Sobre Jenifer:

Jeniffer é uma estudante de Farmácia que atualmente está no último semestre da faculdade, com 22 anos, é tia de dois sobrinhos, Felipe, de 7 anos, e Caue, de 4 anos, de pais diferentes. Por residirem no mesmo ambiente, Jeniffer acaba tendo mais contato com Caue, enquanto Felipe só é visto nos fins de semana em que sua família se reúne. Recentemente, Felipe começou a reproduzir atos e comportamentos relacionados à suicídio, como fingir cortar os pulsos com facas de brinquedo. Preocupada com a saúde mental e o comportamento de seu sobrinho, Jeniffer começou a pesquisar mais a fundo o que havia motivado tais atitudes e se deparou com Felipe acessando vídeos que incitavam atos de automutilação.

Fonte: Autores (2022)

3.3.3. Persona criança

Figura 9 – Persona criança

Guilherme Brito

Idade: 03

Sexo: Masculino

Profissão: Não tem

Onde mora: São Vicente



Sobre Guilherme:

Guilherme Brito é conhecido como uma "criança de pandemia", tem atualmente 3 anos e pais extremamente amorosos, porém, ocupados. Sua mãe, Renata, lhe deu um celular quando ele tinha 1 ano e 5 meses para entretenimento enquanto ela realizava suas tarefas domésticas. Navegando pelos aplicativos de compartilhamento de vídeos, Guilherme se deparou em um dos vídeos que assistia um figura pálida, de rosto fino, olhos grandes e cabelo preto que ficou conhecida como Momo. Após o ocorrido, Guilherme começou a ter pesadelos frequentemente e acordava no meio da noite para dormir na cama de seus pais.

Fonte: Autores (2022)

4. PROPOSTA

4.1. Canvas de Projeto

<p>Projeto GooGoo</p>	<p>Grupo Giulia Paulino Santana - 52116233 Gabriel Santos de Castro -</p>	
----------------------------------	--	--

<p>Tema</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como o Design pode auxiliar na conscientização sobre utilização de plataformas de vídeo infantil de modo mais seguro 	<p>Delimitação</p> <p>Conteúdos impróprios que podem aparecer durante atividades de lazer virtual das crianças em aplicativos de compartilhamento de vídeo por conta da baixa supervisão parental e falhas no algoritmo das plataformas utilizadas.</p>	<p>Definição do Problema</p> <p>Atualmente 79% dos jovens brasileiros estão nas redes sociais, 11% relataram ter acessado páginas que ensinavam maneiras de machucar a si mesmo e já as realizaram, enquanto 6% acessaram conteúdos que orientavam acerca de como cometer suicídio e as experimentaram na prática.</p>	
<p>Propósito/Objetivo</p> <p>Oferecer o máximo de segurança possível e proporcionar meios de monitoramento para um ambiente real ou virtual, interativo, direcionado para o público infantil, fazendo com que os pais e responsáveis se sintam confortáveis em deixar seus filhos em frente às telas</p>	<p>Alcance</p> <p>Nosso projeto contém uma pesquisa ampla, uma interface facilitada tanto para os pais e responsáveis, quanto para as crianças, com avatares personalizados e uma aba de leitura digital.</p>	<p>Crítérios de Sucesso</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alcance dos dois públicos-alvo definidos. • Ser um aplicativo de compartilhamento de vídeos e conteúdos infantis referência nesse meio virtual. • Parceria com canais e animadores famosos. • Crescimento dos animadores e autores que fizeram parceria conosco no mercado atual. 	

<p>1) Contexto.</p>	<p>2) Impacto: Melhoria das plataformas de compartilhamento de vídeo. Meios mais rigorosos de monitoramento do ambiente virtual. Crescimento de autores independentes através da plataforma. A internet como uma aliada para o desenvolvimento infantil.</p>	<p>3) Forma: Como as características formais deste projeto interagem com as relações humanas e espaciais? Devem levar em consideração as características físicas e/ou conceituais do projeto, bem como as maneiras pelas quais o resultado irá interagir com o público-alvo, contexto e impacto.</p>		
<p>Restrições</p> <ul style="list-style-type: none"> Pouco tempo para um melhor desempenho projetual e exploração de ideias e ferramentas, como a animação autoral criada pelo próprio grupo. Falta de programadores e <i>developers</i> para realizar a execução completa do projeto. 	<p>Stakeholders</p> <ul style="list-style-type: none"> Plataformas de vídeo e streaming; Animadores e estúdios de animação; 		<p>Usuários</p> <ul style="list-style-type: none"> Crianças de 0 a 9 anos utilizam a internet. Pais e responsáveis preocupados com a vida virtual de seus filhos. 	
<p>Recursos Celulares ou tablets que possuem conexão com a internet.</p>	<p>Tecnológica</p> <ul style="list-style-type: none"> Ferramentas de criação de protótipo de aplicativo 	<p>Riscos e Cuidados <i>Quais riscos podem ocorrer durante o projeto?</i> <i>Como lidaremos com esses riscos?</i></p>		

	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas de edição de imagem Ferramentas de vetorização Ferramentas de edição de vídeo 			
Marcos (checkpoints) <i>Quais são as milestones e quando vão ocorrer? Como podemos mensurar essas milestones?</i>				Resultados Esperados Um aplicativo esteticamente agradável e seguro para os nossos usuários, com diferenciais que possam aflorar a criatividade e imaginação dos pequenos.
Checkpoint 1	Checkpoint 2	Checkpoint 3	Checkpoint 4	
Ações <i>Quais atividades precisam ser executadas para que se alcance cada milestone?</i>				
Checkpoint 5	Checkpoint 6	Outras observações		
Validações <i>Que recursos precisamos para o projeto?</i> Físicos: Financeiros: Humanos:		Modelos e Protótipos Celulares, computadores e tablets compatíveis. Plataformas de criação de protótipos de aplicativos.		

5. DESENVOLVIMENTO

5.1. Naming

"O nome não serve para descrever, mas para distinguir."

Essa é a primeira premissa que Fontvila aponta para evitar problemas com posicionamento e identidade de marca.

A tradução literal do termo "*Naming*" significa nomear. A comunicação é um conjunto de técnicas utilizadas para desenvolver e nomear um produto, serviço,

empresa, evento ou mesmo um projeto em geral, com o objetivo de distingui-lo de outras ações ou campanhas.

Ao iniciarmos o processo de Naming, o grupo decidiu trabalhar em cima de três perguntas principais para a composição:

- Que impressão queremos que a marca cause?
- Que emoções devem ser associadas ao nosso nome?
- Quais nomes nos agradaram mais?

A partir dessas questões, foi construído um moodboard com diversas palavras que remetesse às ideias principais do nosso projeto.

Figura 10 – Nuvem de Palavras



Fonte: Autores (2022)

Decidimos, além das perguntas, trabalhar o nome em cima de três tópicos:

- **Facilidade de escrita e pronúncia:** Por estarmos trabalhando com um público infantil, um nome complexo não seria o ideal e não encaixa com nossa

proposta principal. Um nome com pronúncia e escrita fácil foi o principal tópico para a escolha.

- **Pronúncia agradável:** Outro principal elemento para a nossa escolha era a agradabilidade na fonética. Por estarmos lidando com crianças em suas mais diversas fases de desenvolvimento, entre essas, a da fala, o som deveria ter uma fala de fácil entendimento e que o som pudesse sair sem que ocorresse algum tipo de confusão na sua compreensão.
- **Facilidade de memorização:** Considerando os passos anteriores e o nosso público-alvo, o efeito direto será que as pessoas se lembrem da nossa marca e nos associem ao assunto principal de forma primária.

Duas palavras que se destacaram muito entre os integrantes do grupo foram:

- **Avanço:** Que remete progresso, crescimento, ultrapassar um limite ou uma demarcação. Foi a palavra preferida pois gostaríamos de ter um impacto positivo no crescimento e no desenvolvimento dos nossos clientes.
- **Imaginação:** Acreditamos fielmente que determinados conteúdos, se vistos e expostos de forma certa, podem acarretar um pico de imaginação e criatividade nos pequenos. Uma animação, por exemplo, pode fazer com que seu filho se imagine no universo apresentado e que ele consiga se sentir acolhido e incluído em um mundo onde ele é o protagonista de sua história.

Com as palavras escolhidas, foi realizada outra nuvem de palavras, mas com o formato da metodologia *Eight Steps*, também conhecida como *Crazy 8*.

Crazy 8's é uma técnica fundamental do Design Sprint. É um exercício rápido que desafia as pessoas a esboçar oito ideias distintas em oito minutos. O objetivo é superar a sua primeira ideia, frequentemente a menos inovadora, e gerar uma ampla variedade de soluções para o seu desafio. (DESIGN SPRINT KIT, GOOGLE, 2019).

Figura 11 - Ideias de nome



Fonte: Autores (2022)

O nome que obteve mais destaque entre os integrantes foi o “Go Go” - em sua tradução “Vai Vai”, onde traz uma referência a palavra “avanço” escolhida anteriormente, além de sua pronúncia e escrita serem fáceis e marcantes. É algo utilizado com frequência em desenhos infantis, como “Go, Diego, Go!” e em grandes empresas, como o domínio de pesquisas conhecido como Google. Por preferência pessoal dos integrantes, foram acrescentadas mais duas letras “O” no final e cada “Go”, virando assim “GooGoo”.

5.2. Identidade Visual

A identidade da marca é uma parte importante do caminho para o sucesso de qualquer empresa. Inclui seus objetivos, visão e valores de marca, bem como seu público-alvo e sua percepção de sua identidade única. Na forma como as pessoas expressam sua identidade através das roupas que vestem, da música que ouvem e dos amigos com quem convivem, as marcas expressam sua identidade, através das formas de olhares, vozes e comportamentos.

Com isso, foi realizado um painel semântico principal para que toda nossa identidade visual fosse realizada. Recolhemos como referências logos e tipografias de diversos produtos voltados para o público infanto-juvenil, como marcas de brinquedos, aplicativos, vestimenta e até mesmo a área de produtos alimentícios.

Figura 12 – Painel Semântico Logotipo



Fonte: Autores (2022)

5.2.1. Paleta de Cores

“A cor é uma energia que influencia diretamente a alma.” (WASSILY KANDINSKY)

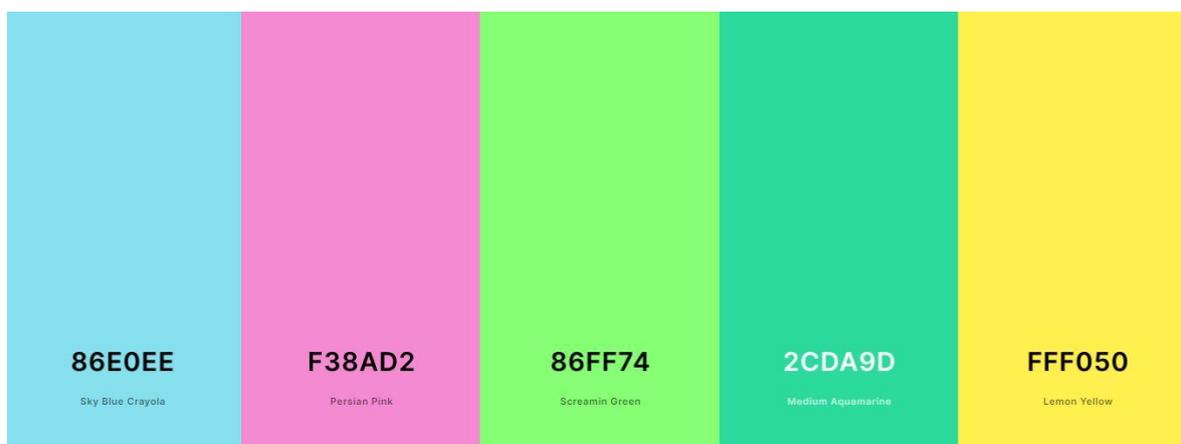
Indo além da preferência estética, o uso de determinadas cores pode conferir diferentes significados que abrangem outros campos como a psicologia ou a semiótica. Portanto, sabemos que a cor depende não apenas da luz e do ambiente, mas também da nossa percepção dela. O alemão Johann Wolfgang Von Goethe, que mergulhou na pesquisa da teoria das cores, aponta que a determinação dos tons é subjetiva, mas as influências são universais. Por exemplo, cores quentes, como o

vermelho, amarelo e laranja, são mais ativas e induzem sentimentos de conforto e estimulação nos seres humanos, enquanto cores frias, como o verde, roxo e azul, têm um efeito mais calmante, fazendo as pessoas se sentirem mais acolhidas. Portanto, a criação de uma paleta de cores é uma capacidade de criar diferentes sensações na percepção do espaço.

Com base nos estudos de Johann e no painel semântico apresentado, o grupo realizou duas paletas de cores que giraram em torno do nosso projeto:

- **Paleta “algodão-doce”**: Essa paleta foi inspirada em cores com tonalidades mais pastéis. Os pastéis fazem parte de um grupo de cores claras que possuem alta quantidade de luz e uma baixa saturação. As cores pastel podem ser criadas adicionando luminância a qualquer cor pura na roda de cores. As cores pastel são delicadas para os olhos e transmitem uma ampla gama de emoções como amor, carinho, alegria, calma e muito mais.

Figura 13 – Paleta “algodão-doce”



Fonte: Autores (2022)

- **Paleta complementares**: Essa paleta foi criada com duas cores principais (roxo e azul) e duas cores complementares (verde e laranja). Nosso foco nessa paleta de cores foi a liberdade criativa da criança. Com as cores escolhidas, obtivemos uma paleta de cores que pode dar mais possibilidades de criação, com todas as cores transmitindo significados diferentes e todas elas despertando a criatividade da criança.

Figura 14 – Paletas Complementares



Fonte: Autores (2022)

Permanecendo na linha apresentada e no painel semântico, o grupo selecionou a paleta de cores complementares por encaixar melhor com a proposta.

5.2.2. Logo

Com o nome escolhido, começamos a planejar uma logo marcante para o nosso projeto. Por meio do painel semântico (Figura), iniciamos com a pesquisa nos baseando em outras logos de produtos infantis sem uma demarcação, utilizamos de produtos digitais, físicos e até mesmo do ramo alimentício.

É possível notar que letras arredondadas e sem serifa acabam sendo a escolha principal das marcas de conteúdo infantil. Uma logo que nos agradou muito, foi o “Gloob”, seu nome é um anagrama da palavra “Globo”, invertendo a letra “O” antes do “B”.

Pesquisamos então algumas fontes de livre utilização e sem direitos autorais, onde as escolhidas foram:

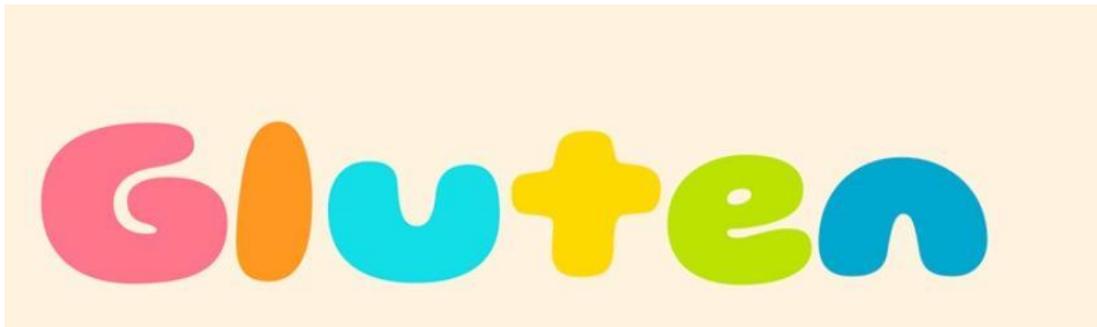
1.



2.



3.



4.



Analisando as alternativas selecionadas, o grupo fez um breve comparativo sobre elas:

- **Boldchild:** A proposta é interessante, segundo o autor, a fonte foi inspirada em um design mais vintage em união com a temática infantil. Encaixava na proposta escolhida pelo grupo, tendo cantos arredondados e sem serifa, porém, teríamos uma certa dificuldade em modificação da logo, como alteração de letras.
- **Hellominy:** Bonita e elegante, mas talvez, elegante demais. Diferente da Boldchild, as modificações poderiam ser feitas com mais facilidade, assim como a adaptação para a paleta de cores futura.
- **Gluten:** Bonita, divertida e encaixava perfeitamente na proposta. Essa fonte nos remeteu as palavras “infância” e “criatividade”, principalmente por sua apresentação já conter cores, foi a que mais chamou a atenção do grupo. As modificações poderiam ocorrer com facilidade também, além do encaixe de cores.
- **Magiel:** A que menos encaixava na proposta. Seus cantos são mais quadrados, mas foi selecionada por conter um aspecto mais infantil e se assemelhar com a tipografia da Fisher-price.

A tipografia selecionada foi a Gluten, que escrita com nosso *namings*, ficaria:

Figura 15 – Tipografia sem alteração

The image shows the word "GOOGO" in a very bold, rounded, black sans-serif font. The letters are thick and have soft, rounded corners. The 'G's are particularly prominent, with a thick, rounded shape. The 'O's are also very thick and rounded. The overall appearance is clean, modern, and child-friendly.

Fonte: Autores (2022)

Com a paleta de cores, o nome e a tipografia principal selecionadas, decidimos fazer alterações na logo para manter ela mais caracterizada com nosso projeto. Antes de acrescentarmos as cores, decidimos alterar e modificar o posicionamento de algumas letras, como reduzir e aumentar as letras, aplicar curvatura e acrescentar profundidade (chanfro). Foi realizado esse processo de alteração para que a tipografia da logo pudesse se assemelhar ainda mais com uma escrita infantil em seu desenvolvimento motor, as letras desordenadas e com tamanhos diferentes e desproporcionais acaba causando uma reação de acolhimento entre o público infantil.

Figura 16 – Logotipo em escala preto e branco



Fonte: Autores (2022)

Em seguida, incluímos as cores da nossa paleta nas letras de forma aleatória, finalizando nossa logo principal.

Figura 17 - Área de respiro



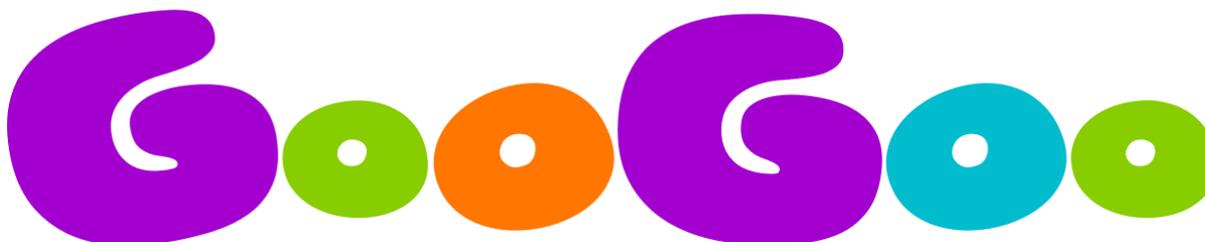
Fonte: Autores (2022)

Figura 18 - Variações de logo



Fonte: Autores (2022)

Figura 19 - Logo primária



Fonte: Autores (2022)

5.2.3. Grafismos

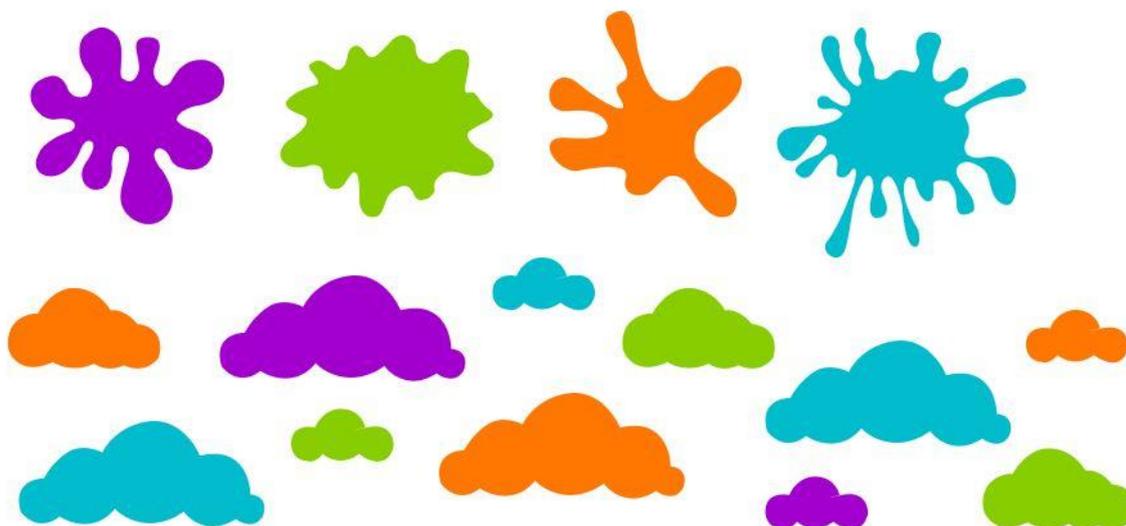
No decorrer do nosso TCC, as palavras que mais obtiveram destaque foram “criatividade” e “imaginação”, afinal, como dito anteriormente, acreditamos que o conteúdo acessado pela criança pode fazer com que ela desperte e descubra áreas de interesse em assuntos como música, artes, culinária e afins.

Para o pediatra e psicanalista Donald Woods Winnicott (1896-1971), a criatividade é o que dá sentido à vida. Winnicott acreditava que a presença da criatividade no nosso dia a dia como fato indispensável para uma vida saudável.

Como grafismos, escolhemos duas formas predominantes:

- **Respingos de tinta:** Remete a criatividade e liberdade de expressão, como uma pintura desordenada. O uso das cores contribui para a aquisição de habilidades básicas na fase infantil, além do exercício das competências socioemocionais.
- **Nuvem:** Utilizamos a nuvem que relembra imaginação, como um balão de pensamento, ou até mesmo a expressão “viver nas nuvens”, utilizada para se referir a alguém que vive fora da realidade.

Figura 20 - Grafismos



Fonte: Autores (2022)

5.2.4. Tipografia

Para a escolha de tipografias, decidimos nos basear na escolha feita pelo logo principal: Letras arredondadas e sem serifa.

Mantivemos a Gluten como a fonte principal, porém, diferente da nossa logo, não realizamos nenhum tipo de modificação. Já para os títulos no aplicativo,

colocamos a Gluten Extra Light, para que não atrapalhasse a legibilidade e nem deixasse a interface poluída. Para textos, comentários e outras partes escritas do projeto, o grupo selecionou a tipografia Poppins. Mesmo que não tivesse cantos arredondados, essa tipografia encaixou com a proposta do projeto e permaneceu com o aspecto infantil e amigável.

Figura 21 - Tipografias



Fonte: Autores (2022)

5.3. Desenvolvimento do Aplicativo

Com os elementos cruciais da identidade visual escolhidos e elaborados, o grupo iniciou com a criação e montagem do aplicativo.

Como dito no decorrer do TCC, o principal objetivo era criar um aplicativo que pudesse ser um ambiente seguro e que explorasse de forma positiva o desenvolvimento criativo das crianças. Com a pesquisa quantitativa e as entrevistas realizadas, pudemos observar que o principal problema não era necessariamente a falta de monitoramento, e sim o excesso de confiança dos pais em questões às plataformas infantis, onde eles acreditavam que o conteúdo que seria exposto não

seria nocivo ou, por se tratar de alguns minutos, não iriam interferir diretamente no comportamento infantil.

5.3.1. Usuários

Após a criação das personas em união com as pesquisas realizadas, conseguimos visualizar melhor as necessidades dos nossos dois principais públicos-alvo.

5.3.1.1. Storytelling

Storytelling - traduzido para “narrativa, é a processo de criar, desenvolver e contar histórias utilizando componentes específicos — personagem, ambiente, conflito e um ensinamento — em eventos com começo, meio e fim, para que ocorra a transmissão de uma ideia com fins emocionais entre o leitor e os personagens.

Aqui, contaremos a história das nossas quatro personas para poder incluir melhor nosso público e realizar uma melhor conexão entre seus problemas e nossa solução: **Ana Carolina, Paulo, Jennifer e Guilherme.**

5.3.1.1.1. Ana Carolina e Paulo

Era uma vez Ana e Paulo, pais de uma linda menina chamada Amanda de quatro anos.

Todos os dias eles saiam para trabalhar e deixavam Amanda com a sua vovó Márcia.

Um certo dia Ana começou a perceber comportamentos diferentes e agressivos em Amanda, como arremessar objetos e falar palavrões.

Por causa disso Ana foi questionar com sua sogra, e ela revelou que por ter que cuidar da casa e fazer outros afazeres, deixa Amanda vendo vídeos no “Youtube Kids” o dia todo. Ana e Paulo decidiram buscar outros aplicativos para distrair sua filha durante o momento do dia que ela passa com a vovó.

Até que finalmente eles acharam outras opções, pensando que Amanda estava segura em um aplicativo distinto, acabou durando por um tempo, mas poucas semanas depois, Amanda voltou a agir de formas agressivas com seus pais.

5.3.1.1.2. Jennifer

Era uma vez Jennifer, uma jovem tia carinhosa e protetora com seus dois sobrinhos, Felipe e Cauê.

Todos os dias ela tinha contato com um de seus sobrinhos, Cauê, onde ela conseguia monitorar e acompanhar ele em suas atividades escolares e em seus lazeres que costumam ser feitos em plataformas digitais.

Um certo dia seu outro sobrinho, Felipe, começou a apresentar um comportamento estranho e falas que poderiam remeter ao início de uma depressão. Felipe comentava que sabia como se automutilar e os pontos que ele deveria cortar para só chamar a atenção.

Por causa disso Jennifer começou a se preocupar. Ela conversou com os pais do menino, que também repararam no comportamento diferente, mas nenhum deles sabia responder o que havia impulsionado Felipe a agir dessa forma

Um certo dia, em uma das visitas semanais de Felipe, Jennifer decidiu verificar o histórico virtual dele, onde encontrou vídeos e conteúdos que ensinavam e estimulavam crianças a praticar atos contra a própria vida. Jennifer conversou com os pais de Felipe e explicou sobre o conteúdo que estava sendo visualizado.

Até que finalmente após alguns meses do ocorrido, Felipe voltou a ser uma criança ativa e feliz e Jennifer questionou o que havia acontecido. Os pais de Felipe comentam que tiveram uma maior cautela e começaram a monitorar os acessos de Felipe, mudando até mesmo a plataforma que ele acessava para uma segura e confiável.

5.3.1.1.3. Guilherme

Era uma vez Guilherme, uma criança travessa e alegre que sempre gostou de se demonstrar crescido e independente.

Todos os dias ele acessava a internet, ele realizava suas atividades da escola e suas atividades de lazer sempre em frente às telas. Guilherme adorava jogar e ver vídeos em plataformas de compartilhamento de vídeo, era sua maior diversão diária.

Um certo dia, em seu momento sagrado de lazer, Guilherme acessou um vídeo aparentemente normal. No meio do vídeo, o conteúdo que estava sendo visto foi trocado pela imagem de uma figura pálida, de olhos grandes, rosto fino e cabelo preto escorrido. Junto com a imagem assustadora, uma mensagem, onde estava escrito: “Eu vou te pegar” aparecia em vermelho.

Por causa disso, Guilherme, que antes dormia sozinho, começou a ter pesadelos todas as noites, onde levantava e corria chorando para a cama de seus pais. Por conta das noites mal dormidas, Guilherme começou a ficar cansado com mais frequência e isso reduziu sua interação social com seus pais e amigos, além de reduzir seu desempenho escolar.

Até que finalmente Guilherme conseguiu explicar o que estava lhe causando tanto medo para seus pais, que começaram a acolhê-lo todas as noites até que ele perdesse o medo. Após o ocorrido, os pais de Guilherme baixaram um aplicativo novo no celular dele que tinha função de monitoramento, além de conteúdos exclusivos e próprios para sua idade. Em pouco tempo, Guilherme voltou a dormir em sua cama.

5.3.1.2. Mapa de Jornada de Usuário

O Mapa de Jornada do Usuário consiste em um instrumento que tem por finalidade a estabilização e esquadramento de todos os pontos de continuidade que uma criatura tem ao usar um determinado ofício, considerando tudo que foi realizado antes, durante e após a experiência.

São analisadas diversas situações do usuário, como seu backstory, os cenários, ferramentas e personagens. Isso permite que o desenvolvedor do ofício adquira uma participação e interação agora maior do seu público.

O grupo decidiu realizar essa etapa focando mais nos pais, por terem mais contato com as crianças no cotidiano, além de autoridade. Os tios, muitas vezes, não costumam ter um contato contínuo com seus sobrinhos e não tem o mesmo nível de autoridade para poder restringir ou analisar quais conteúdos estão sendo acessados pela criança, no máximo, observar e alertar os responsáveis sobre. Já a criança não

costuma ter um raciocínio direto sobre o conteúdo que está sendo acessado, elas costumam acessar o que for mais esteticamente atrativo e chamativo para seus gostos.

Figura 22 - Jornada de Usuário



Fonte: Autores (2022)

Com as etapas e processos identificados, demos prosseguimento com os comportamentos, falas, sentimentos e opiniões baseados nas rotinas das personas escolhidas. Com isso, conseguimos expandir nosso ponto de vista e analisar a situação como se fossemos responsáveis pela criança.

5.3.2. Benchmarking

Benchmarking é um segmento de abordagem de concorrência, podendo haver uma decomposição profunda das melhores práticas usadas por empresas de uma mesma seção que o seu e que podem haver replicadas no seu empreendimento.

Buscando aplicativos similares, tivemos uma vasta descoberta de aplicativos que poderiam nos fornecer mais informações e ideias de como poderíamos planejar nosso projeto. No nosso *Benchmarking*, não nos limitamos somente a aplicativos de vídeos infantis, decidimos abrir nossos horizontes com plataformas de streaming - Que também houve muitas citações na nossa pesquisa quantitativa, e canais de televisão, como o *Discovery Kids*.

Figura 23 - *Benchmarking*

Benchmarking						
Conteúdo Autoral	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Avatar Personalizado	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Mascote Interativo	✗	✓	✗	✗	✗	✗
Monitoramento de pais ou responsáveis	✓	✗	✗	✗	✓	✗
Ambiente controlado para crianças	✓	✓	✗	✗	✓	✓
Leitura digital	✗	✓	✗	✗	✗	✓
Interface direcionada para o público infantil	✓	✓	✗	✓	✓	✓
Conteúdo gratuito	✓	Apenas 3 primeiras dias gratuitos	✗	✗	Apenas 1 dia de testes	✓

Fonte: Autores (2022)

Conseguimos perceber com nossa tabela que aplicativos específicos para o nicho infantil acabam sendo os mais completos para nossa proposta, entre eles, temos o destaque do aplicativo *PlayKids* e o *Discovery Kids*, que fornecem conteúdo autoral e até mesmo leitura digital.

No caso da parte de controle parental, as plataformas de *streaming* se tornam as mais fracas nesse aspecto, que permitem a mudança de perfil sem que ocorra uma fiscalização de conteúdo. No *YouTube Kids*, para que a criança consiga criar uma conta e ter acesso aos conteúdos, o perfil de uma pessoa maior de idade deve ser vinculado, mas isso não consegue safar a plataforma de conteúdos impróprios, pois a fiscalização em questão à postagem de conteúdo é baixa, e qualquer um com uma conta consegue postar um vídeo.

Na parte de mascote interativo, vemos que até mesmo plataformas como o *Discovery Kids* - que tem o cachorro Doki e sua turma, e o aplicativo *PlayKids*, não conseguem fazer a criança se sentir totalmente incluída nesse universo, as figuras representadas sempre são animais, e mesmo com a mudança de avatar de perfil que as outras plataformas fornecem, não são exploradas diretamente a liberdade criativa da criança e limita elas a fotos ou personagens existentes.

5.3.3. SWOT

SWOT é um acrônimo para *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças). A decomposição *SWOT* é uma manobra utilizada pelas grandes empresas para avaliar e calcular seu progresso geral — e o dos concorrentes — de forma objetiva.

Em nossa Análise *SWOT*, escolhemos os aplicativos que mais tinham similaridades com nosso planejamento:

- *Youtube Kids*: Por ser a plataforma mais conhecida e nossa principal problemática.
- *PlayKids*: Por fornecer uma experiência completa aos seus usuários, com uma interface interativa e completa.

Figura 24 - SWOT YouTube Kids



Fonte: Autores (2022)

Figura 25 - SWOT PlayKids



Fonte: Autores (2022)

Com a realização dos SWOT, alguns pontos importantes puderam se destacar:

- *YouTube Kids*: Mesmo que seu acesso para as crianças só possa ser realizado vinculando a conta de um responsável maior de idade, podemos observar que essa única etapa de segurança fornecida pela plataforma não é o suficiente. Além disso, o controle de conteúdo postado é extremamente baixo, onde qualquer pessoa com uma conta pode postar um vídeo, não havendo filtros ou uma fiscalização adequada.

- *PlayKids*: O *PlayKids* é uma plataforma extremamente completa e recheada de conteúdos educativos e interativos para os pequenos, porém, seu difícil acesso acaba sendo seu maior ponto fraco. Para que as crianças possam ter acesso aos vídeos, uma taxa mensal de R\$29,99 deve ser paga. O que, de certa forma, acaba não compensando comparada a outras plataformas de Streaming com conteúdo infantil, como Amazon e HBO, que também oferecem conteúdos autorais para os outros usuários e de diferentes faixas etárias. Ainda no caso da Amazon, podemos citar os benefícios que sua assinatura pode dar, como entregas grátis, descontos e mais conteúdo digital.

Os pontos fortes são igualmente importantes de serem analisados, em comparação aos nossos objetivos, pudemos notar que nossa maior dificuldade seria a introdução e competição ao mercado atual. Mesmo oferecendo uma baixa segurança, o YouTube Kids é uma marca consolidada no mercado de plataformas de compartilhamento de vídeo, além de que, todo seu conteúdo principal é acessado de forma gratuita.

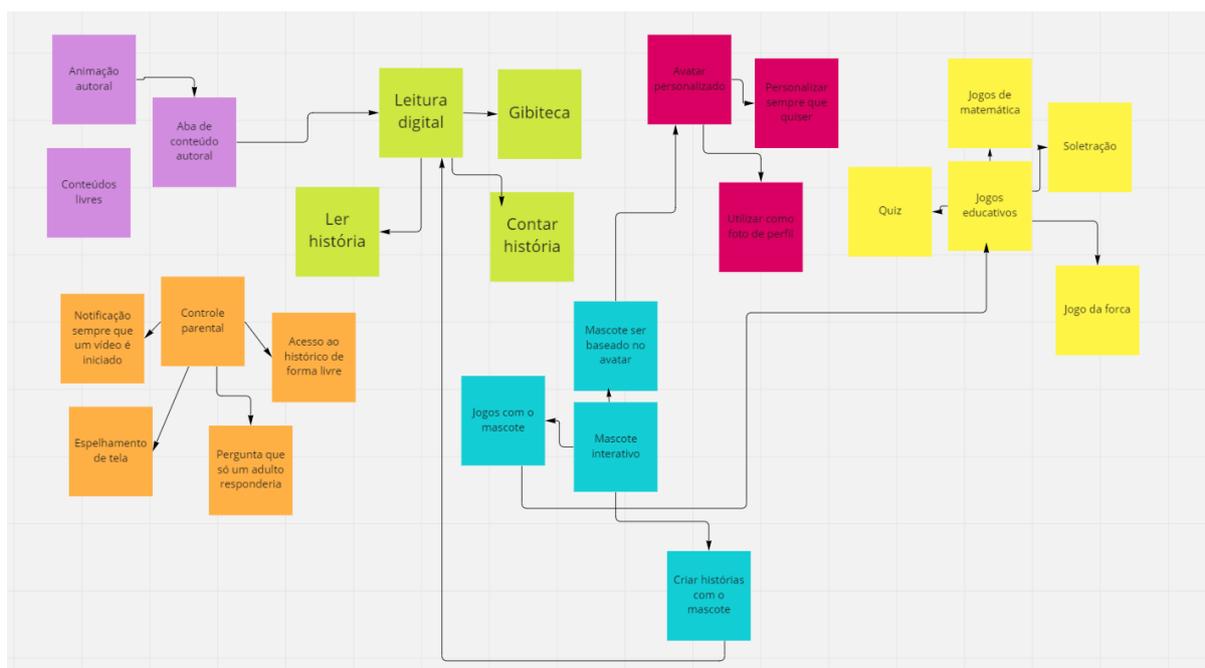
Com as pesquisas e análises realizadas, o grupo iniciou a criação do aplicativo.

5.4. Userflow

Userflow é uma técnica que permite mapear rapidamente um fluxo de tela inteiro em nosso aplicativo. Essa técnica funciona perfeitamente para ajustar os caminhos e ações que os usuários podem realizar com os membros da equipe.

Com a criação do *Userflow*, foi possível realizar um mapeamento melhor das funções e telas do nosso aplicativo, onde muitas telas desnecessárias foram excluídas ou reduzidas.

Figura 27 - Funcionalidades



Fonte: Autores (2022)

Como muitas das ideias apresentadas se conectam, filtramos as principais para que houvesse um melhor aproveitamento do aplicativo e do tempo.

Essenciais	Complementares	Descartado
Leitura digital	Gibiteca	Jogos interativos
Avatar personalizado		Mascote interativo
Aba de monitoramento		
Conteúdo autoral		

Fonte: Autores (2022)

5.6. Avatar personalizado

Os avatares personalizados foram vistos como nosso maior ponto forte, segundo a análise *benchmarking*, por nenhuma plataforma obter tal diferencial. Pensando em como introduzir as crianças da melhor forma nesse universo digital, decidimos elaborar um Painel Semântico com base em sites e aplicativos de criação de avatar.

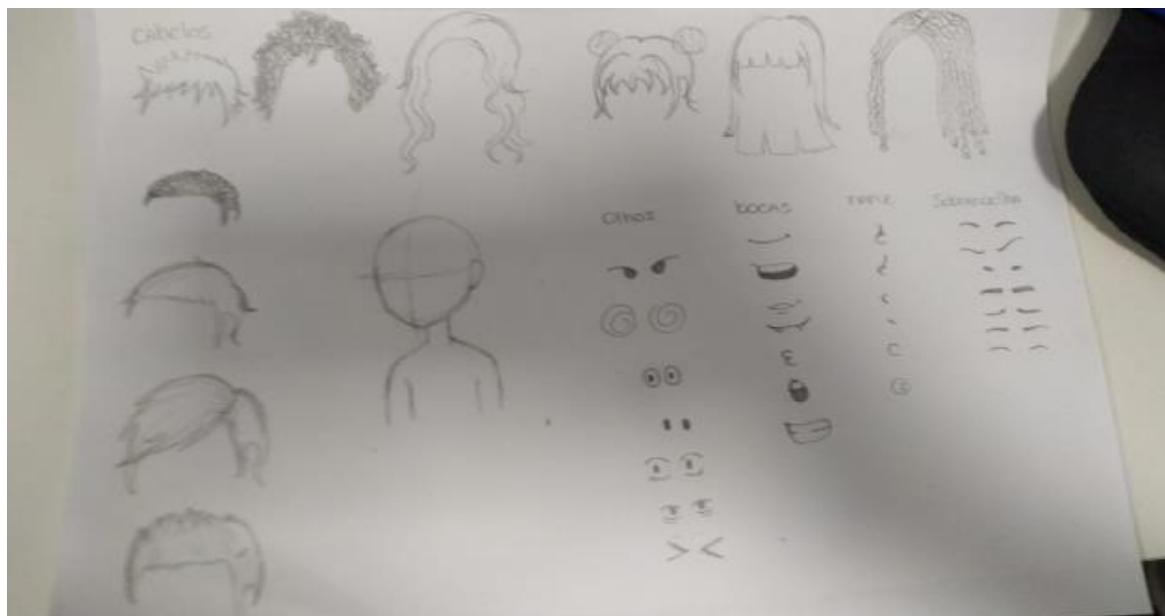
Figura 29 - Painel Semântico Crianças



Fonte: Autores (2022)

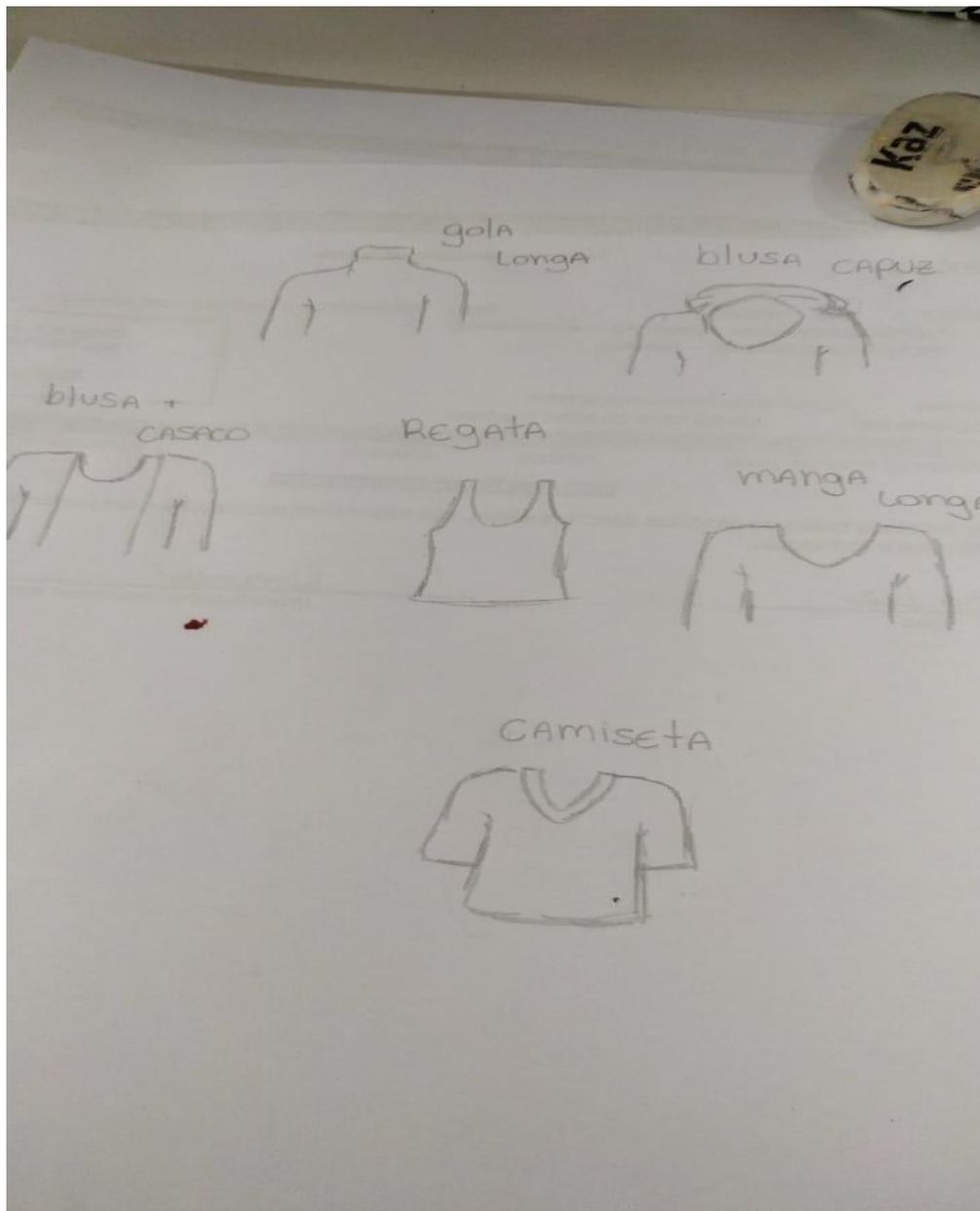
Iniciamos nossos esboços em um papel, tentando pegar características mais cartoonizadas.

Figura 30 - Esboços avatares



Fonte: Autores (2022)

Figura 31 - Esboço avatares roupas



Fonte: Autores (2022)

Após termos uma ideia dos desenhos que iríamos reproduzir e trabalhar, fizemos alguns esboços virtuais.

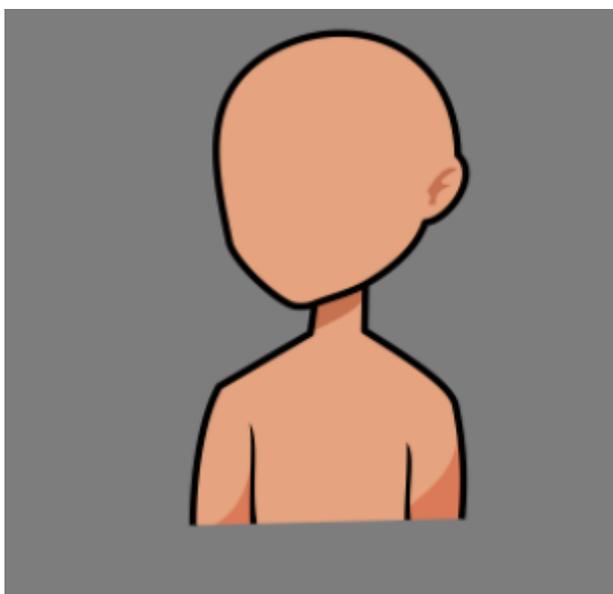
Figura 32 - Esboço digital do avatar



Fonte: Autores (2022)

Por questões de inclusão, decidimos não reproduzir o avatar de corpo todo, deixamos apenas a parte inferior exposta.

Figura 33 - Torço avatar



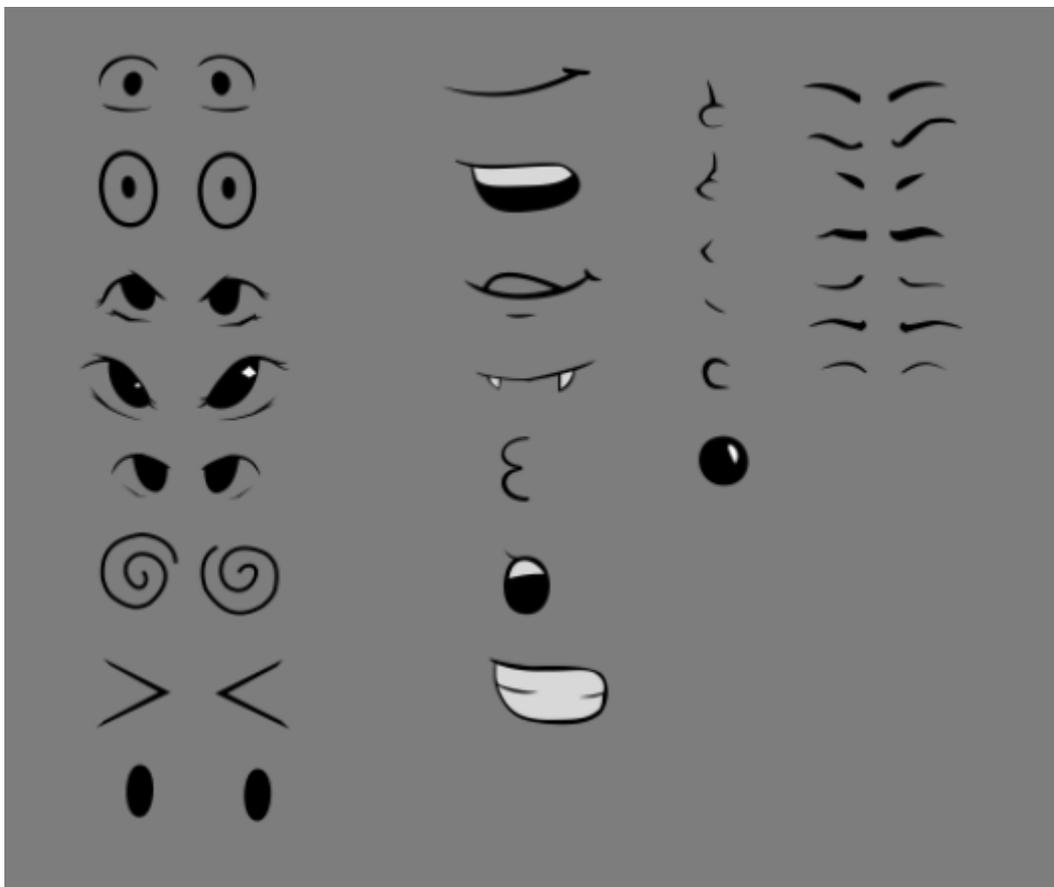
Fonte: Autores (2022)

Figura 34 - Cabelos



Fonte: Autores (2022)

Figura 35 - Olhos, bocas e nariz



Fonte: Autores (2022)

Figura 36 - Modelo de avatar pronto



Fonte: Autores (2022)

5.7. Wireframes

Os wireframes são protótipos de um site ou aplicativo. Um protótipo é um produto que ainda está em fase de testes e planejamento, por isso, os protótipos devem ser testados, e caso haja algum erro ou falha em seu funcionamento, aprimorado até que consiga ser lançado de uma forma que o público-alvo já tenha aprovado.

5.7.1. Wireframes de Baixa Fidelidade

Os wireframes de baixa fidelidade costumam ser feitos de forma simples. Sem cores, em um papel, com traços desajeitados e figuras colocadas desordenadamente, apenas para que o grupo consiga ter uma base das telas que serão criadas durante o processo de prototipagem.

Figura 37 - Wireframe baixa fidelidade



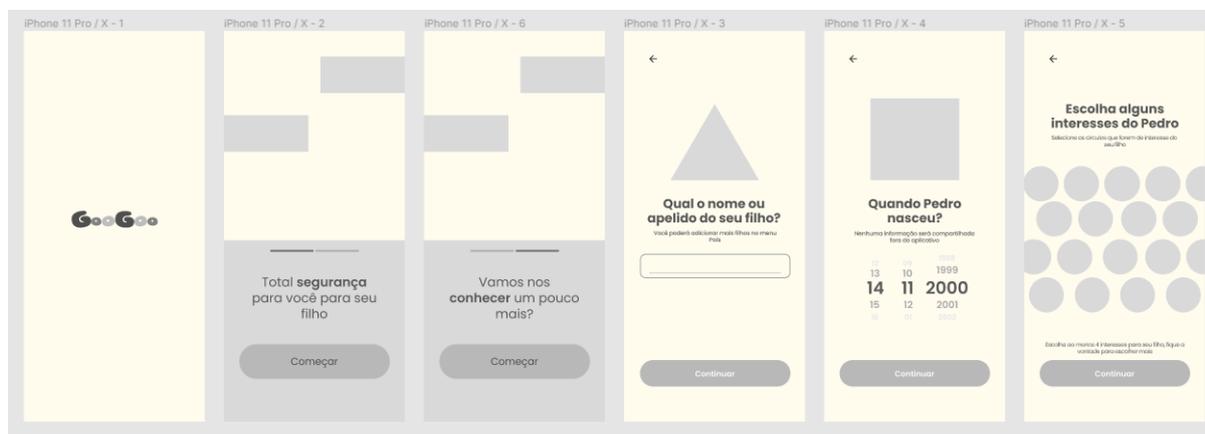
Fonte: Autores (2022)

5.7.2. Wireframe de média fidelidade

Com uma noção das telas, funcionalidades e com o userflow feitos, começamos a passar nossa prototipagem para meios digitais.

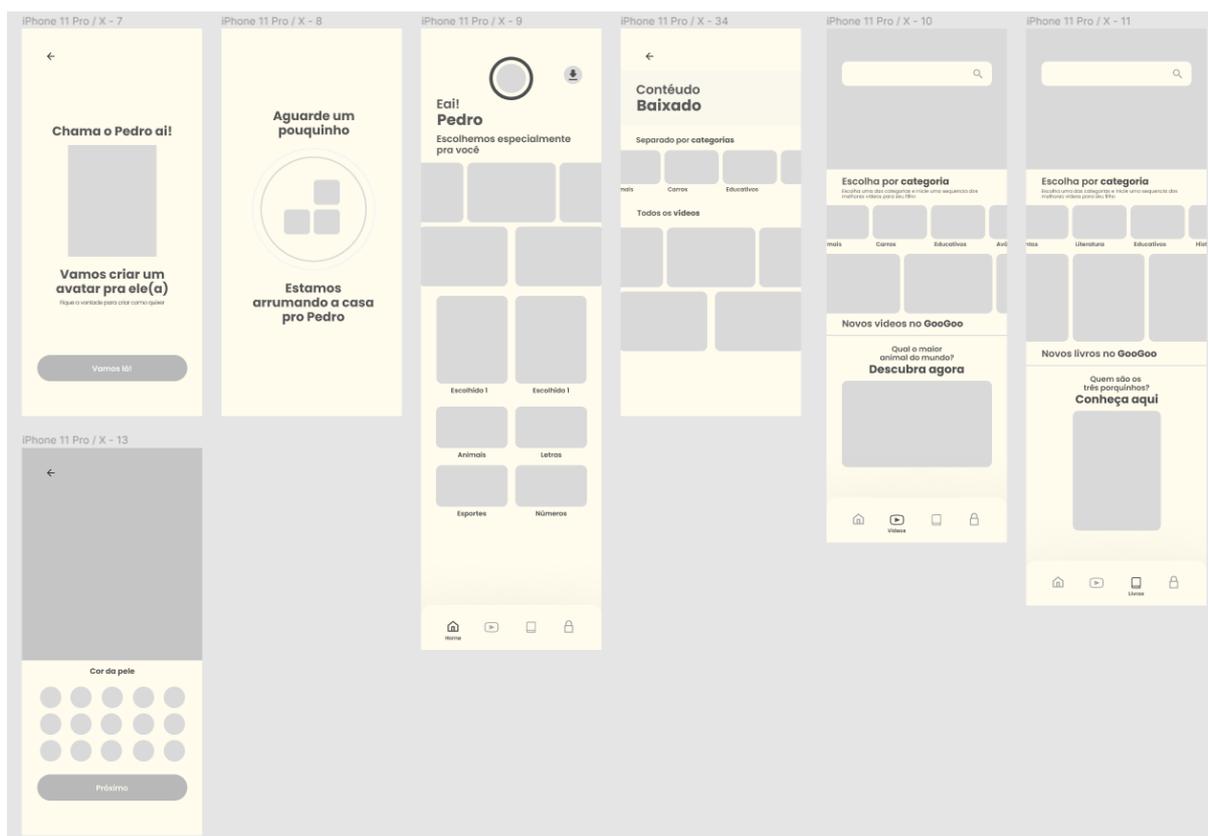
A ferramenta utilizada para o desenvolvimento do nosso wireframe de média e alta fidelidade foi o Figma.

Figura 38 - Wireframe média fidelidade



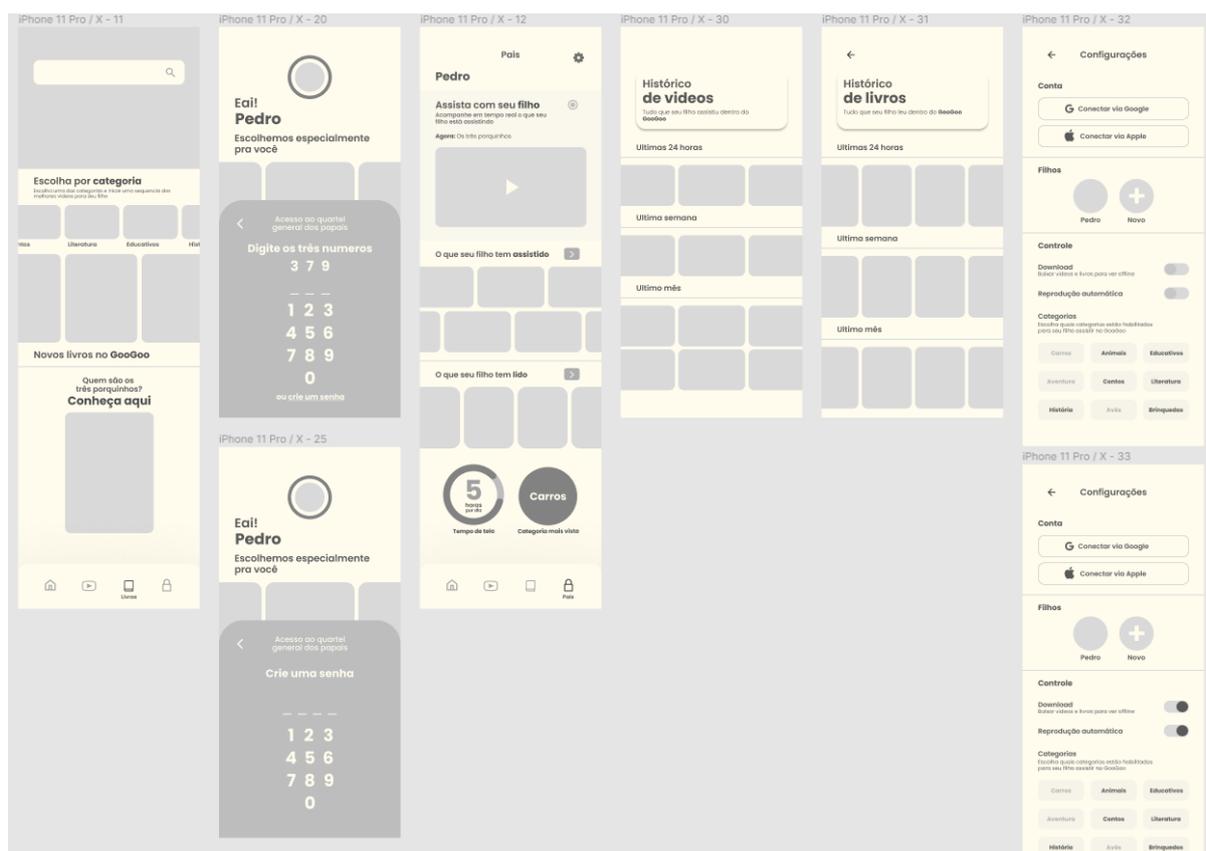
Fonte: Autores (2022)

Figura 39 - Wireframe média fidelidade (2)



Fonte: Autores (2022)

Figura 40 - Wireframe média fidelidade (3)



Fonte: Autores (2022)

Figura 41 - Mapa wireframe média fidelidade

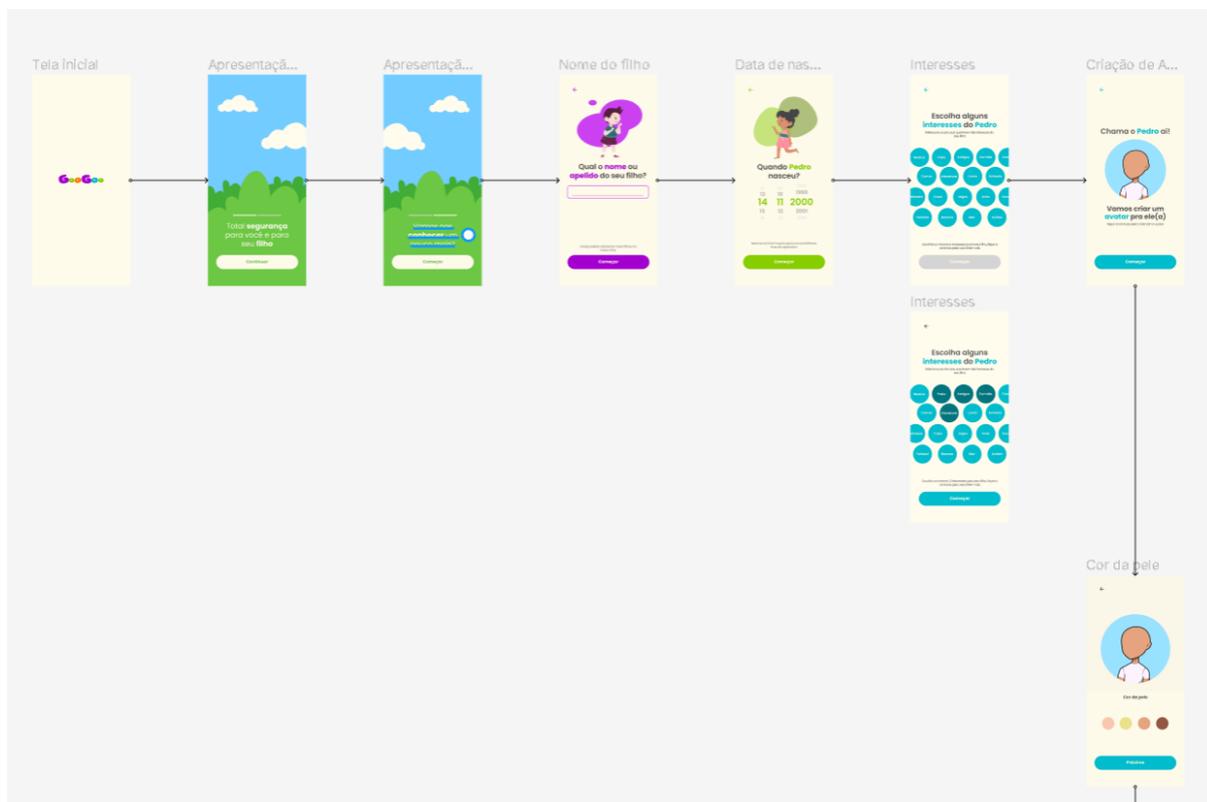


Fonte: Autores (2022)

5.7.3. Wireframe de alta fidelidade

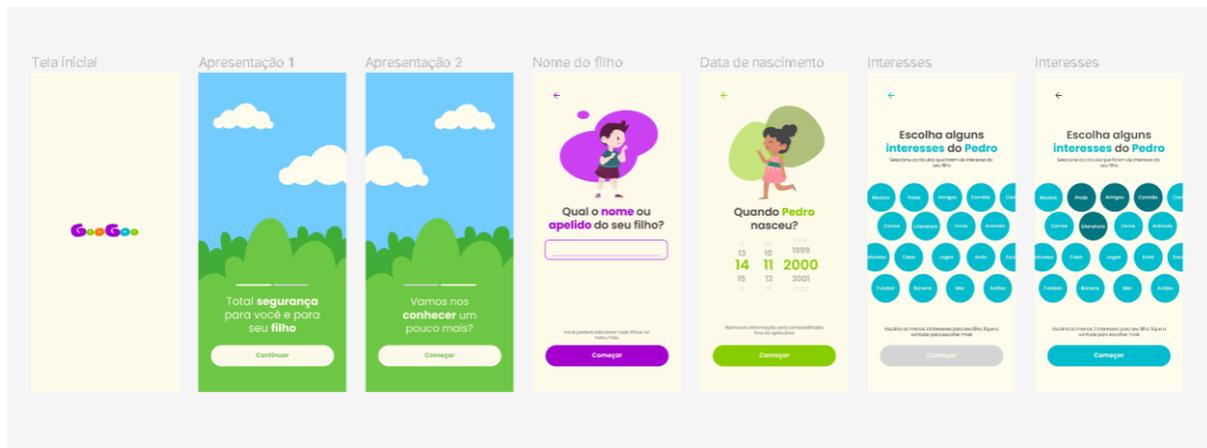
Com a base feita na média fidelidade, o grupo realizou o processo de construção da alta fidelidade:

Figura 42 - Wireframes de alta fidelidade (1)



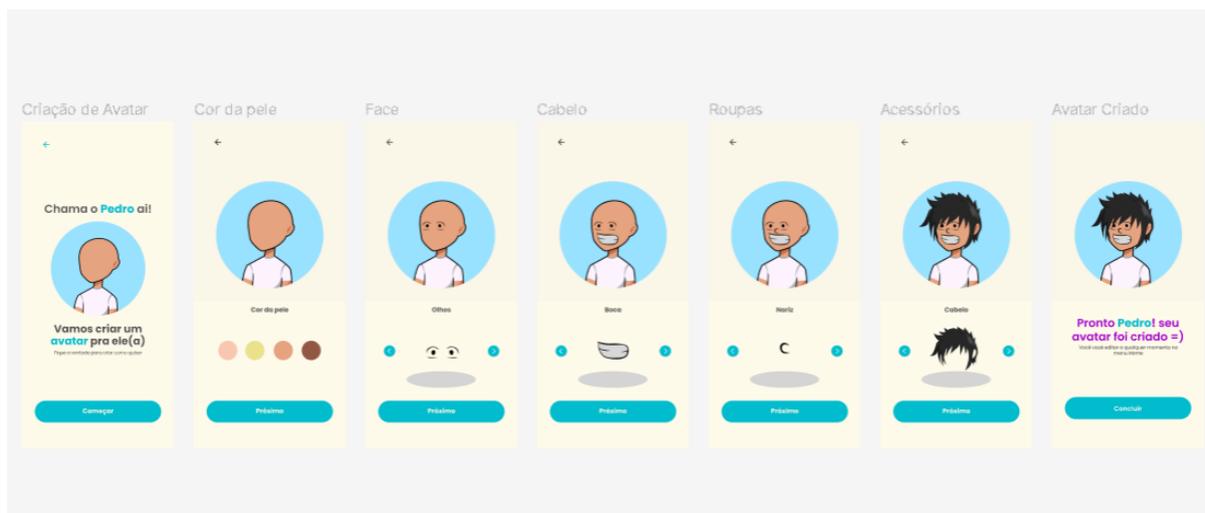
Fonte: Autores (2022)

Figura 43 - Wireframes de alta fidelidade (2)



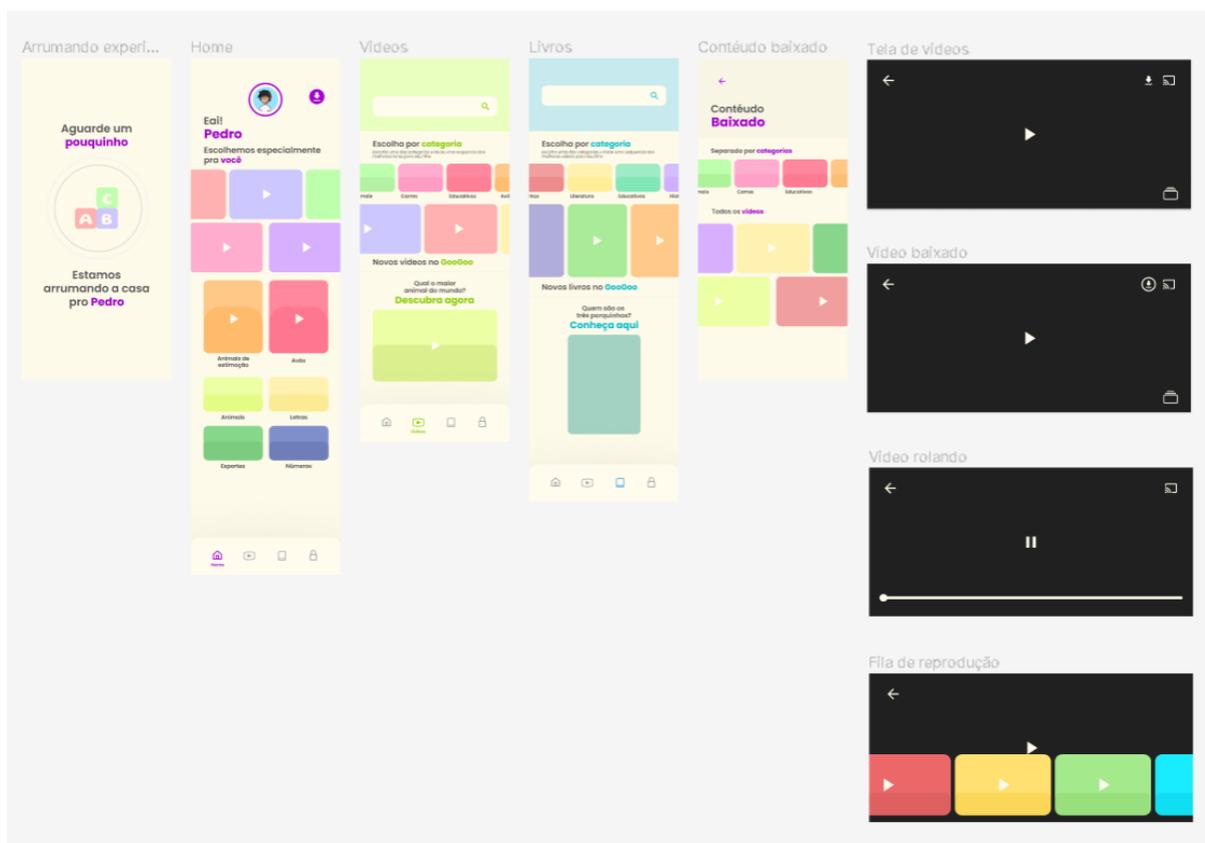
Fonte: Autores (2022)

Figura 44 - Wireframes de alta fidelidade (3)



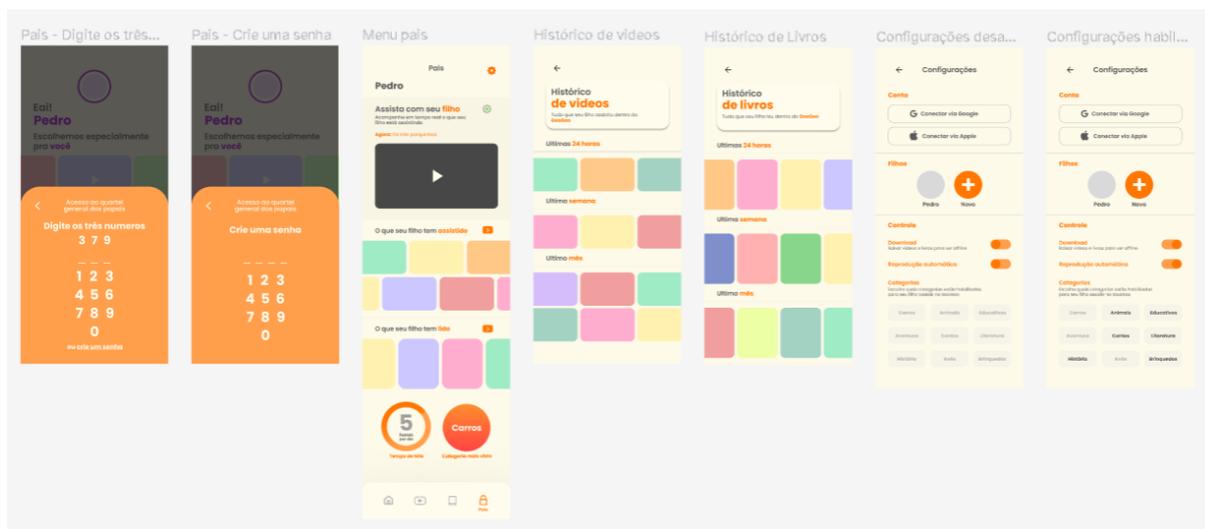
Fonte: Autores (2022)

Figura 45 - Wireframes de alta fidelidade (4)



Fonte: Autores (2022)

Figura 46 - Wireframes de alta fidelidade (5)

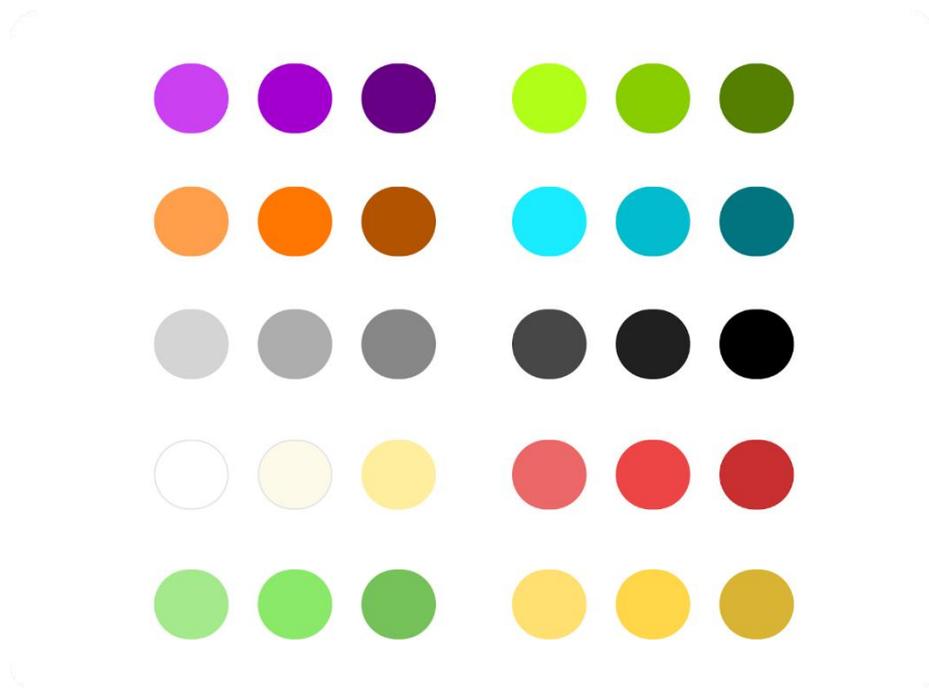


Fonte: Autores (2022)

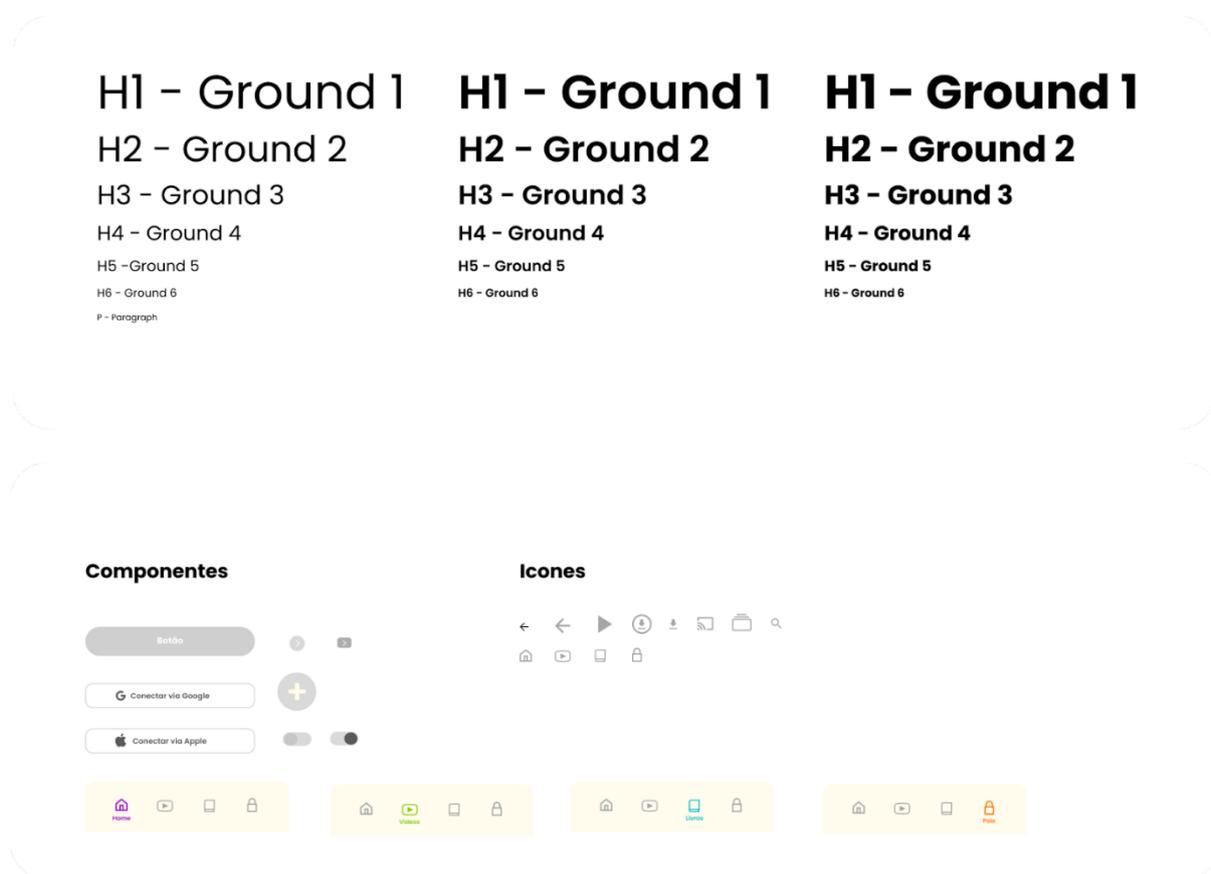
5.7.4. Design System

Para o desenvolvimento da alta fidelidade, construímos um Design System para facilitar na criação, escolhendo as cores que iriam ser utilizadas, os botões, ícones e tipografia.

Figura 46 - Cores



Fonte: Autores (2022)



5.8 Validação

Após a finalização da identidade visual e com o wireframe de alta fidelidade em mãos, iniciamos o processo de validação com o nosso público. No dia 10 de maio de 2022, enviamos o link do nosso protótipo para alguns pais e tios que temos em nossa lista de contatos - Um total de 7 pessoas, e pedimos para que eles nos dessem um *feedback* sobre a *interface*, usabilidade e ferramentas disponíveis.

O grupo de teste não tinha nenhum tipo de experiência com UX e criação de aplicativo, mas levamos em consideração toda crítica e elogio que nos deram.

- **Interface:** Todos do grupo de teste elogiaram a interface e as cores utilizadas. Quando apresentamos nossa paleta, cinco dos sete testadores ficaram com receio das cores ficarem exageradas e que isso fosse poluir nosso projeto. Por conta disso, decidimos utilizar as cores de forma complementar na interface e não como algo principal. As cores aparecem em fontes principais e como um auxílio visual para cada aba.

A cor roxa representa a Home, a verde é aba de vídeos, o azul é a aba de leitura e o laranja é a aba de controle parental.

- **Leitura digital:** Sete dos sete testadores aprovaram a aba de leitura e suas funcionalidades. Todos ressaltaram que atualmente, a criança trocar um celular por um livro físico é bem difícil, então, incluir isso no aplicativo pode despertar um interesse em leitura.
- **Aba de vídeos:** Explicamos para o grupo de testes que nosso principal objetivo na aba de vídeos era dar espaço para animadores e autores novos e independentes. Quatro dos sete testadores aprovaram a ideia, os outros três perguntaram se teríamos planos de acrescentar produções grandes, como Galinha Pintadinha e Mundo Bitá no nosso aplicativo futuramente. O grupo explicou que sim, caso o aplicativo tenha uma continuidade, pretendemos ter parceria com produtores grandes.
- **Monitoramento:** Sete dos sete testadores aprovaram a aba de monitoramento a consideraram explicativa e simples. Todas as funções funcionam perfeitamente e não havia nada de difícil entendimento.
- **Avatares personalizados:** Por fim, em nosso último tópico apresentado, sete dos sete testadores aprovaram a ideia do avatar personalizado. Um dos testadores apontou que incluir isso em um aplicativo infantil faz com a criança se sintá ainda mais entretida e que isso desperte a criatividade da criança.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O TCC é sempre um passo assustador e esperado de forma ansiosa pelos alunos. O sentimento de insuficiência e inseguranças de tudo ter sido em vão acabam dominando. Porém, com o apoio dos nossos familiares, amigos e companheiros, além do auxílio espetacular dos nossos orientadores e professores, conseguimos desenvolver um projeto satisfatório para os integrantes do grupo.

Para nós, este projeto é mais do que um TCC, é uma evolução e um chamado de atenção voltado para os riscos que a internet pode proporcionar para as crianças se for utilizada sem supervisão. Desde o início, queríamos algo realmente significativo

que pudesse mudar a maneira como utilizamos a internet, além dos conteúdos que acessamos e compartilhamos.

Não foi fácil. As primeiras etapas do TCC podem ser resumidas em uma palavra: Mudanças. Quando iniciamos o projeto, estávamos focados em uma animação autoral, onde o aplicativo seria apenas um mero completo para que pudéssemos divulgar nosso desenho. Pesquisando mais a fundo, observamos que os riscos e conteúdos expostos na internet eram como uma ponte de um *iceberg*, e a cada pesquisa realizada, era uma expressão de indignação. Com isso, surgiram mudanças e alterações, e nossa animação perdeu o destaque, que foi transferido para um aplicativo. Vendo o impacto que a ideia surtiu, soubemos que estávamos no caminho certo para poder realizar diferença nesse meio digital.

Para o grupo, este projeto é mais do que um “simples” TCC. Foram muitos aprendizados, noites mal dormidas e ideias que queríamos poder aproveitar mais, quem sabe num futuro próximo. Hoje, só temos alívio e a sensação de vitória, porque sabemos que entregamos o melhor que podíamos neste curto período de tempo, sempre com muito esforço, determinação, ansiedade e suspiros de alívio.

Somos muito gratos por toda experiência que nos foi proposta e todos os sentimentos que nos foram expostos, sejam eles bons ou ruins.

7. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ALEXANDRE MONÇORES SALVADOR. **A FORMAÇÃO DO CARÁTER ?**. Disponível em: <https://www.alexandremsalvador.com/formacao-do-carater>. Acesso em: 10 mai. 2022.

BBC. Crianças no celular? Como a pandemia mudou o modo como especialistas veem o uso de telas na infância. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-53774440>. Acesso em: 16 abr. 2022.

CANALTECH. **Google pede desculpas, mas YouTube Kids continua exibindo vídeos impróprios.** Disponível em: <https://canaltech.com.br/comportamento/google-pede-desculpas-mas-youtube-kids-continua-exibindo-videos-improprios-107828/>. Acesso em: 16 abr. 2022.

CANALTECH. **O YouTube não é um lugar seguro para crianças, e não está preocupado com isso.** Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/o-youtube-nao-e-um-lugar-seguro-para-criancas-e-nao-esta-preocupado-com-isso-133499/>. Acesso em: 15 abr. 2022.

CANALTECH. **Pesquisa mostra que apenas 37% dos pais se preocupam com vida digital dos filhos.** Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/pesquisa-mostra-que-apenas-37-dos-pais-se-preocupam-com-vida-digital-dos-filhos-98774/>. Acesso em: 16 abr. 2022.

CANALTECH. **YouTube Kids ainda tem vídeos de violência, assassinato e suicídio.** Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/youtube-kids-ainda-tem-videos-de-violencia-assassinato-e-suicidio-135441/>. Acesso em: 6 abr. 2022.

CETIC.BR. **TIC Kids Online Brasil.** Disponível em: <https://cetic.br/pt/pesquisa/kids-online/>. Acesso em: 14 abr. 2022.

COLEGIO ANDRADE DORIGON. **COMO OS DESENHOS ANIMADOS PODEM AJUDAR NO DESENVOLVIMENTO DAS CRIANÇAS.** Disponível em: <http://colegiodorigon.com.br/como-os-desenhos-animados-podem-ajudar-no-desenvolvimento-das-criancas/>. Acesso em: 16 abr. 2022.

EXAME. **Crianças passam 25 horas por mês no YouTube, revela levantamento.** Disponível em: <https://exame.com/ciencia/criancas-passam-25-horas-por-mes-no-youtube-revela-levantamento/>. Acesso em: 6 abr. 2022.

GLOBO. **'Excesso de exposição ao Youtube pode afetar desenvolvimento das crianças', afirma psicanalista.** Disponível em: <https://oglobo.globo.com/saber-viver/excesso-de-exposicao-ao-youtube-pode-afetar-desenvolvimento-das-criancas-afirma-psicanalista-23126336>. Acesso em: 18 abr. 2022.

HAPPY CODE SCHOOL. **Tecnologia na Educação.** Disponível em: <https://happycodeschool.com/blog/tecnologia-na-educacao/>. Acesso em: 12 mai. 2022.

MOBILETIME. **Aumenta o uso de smartphone por crianças brasileiras de 7 a 9 anos.** Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/29/10/2021/aumenta-o-uso-de-smartphone-por-criancas-brasileiras-de-7-a-9-anos/>. Acesso em: 6 abr. 2022.

NOVOS ALUNOS. **Conheça 7 desenhos e programas que estimulam a mente e a criatividade infantil.** Disponível em: <https://novosalunos.com.br/conheca-7-desenhos-e-programas-que-estimulam-a-mente-e-a-criatividade-infantil/>. Acesso em: 19 abr. 2022.

PENSAR COMTEMPORÂNEO. **12 desenhos animados educacionais para seus filhos aprenderem.** Disponível em: <https://www.pensarcontemporaneo.com/12-desenhos-animados-educacionais-para-seus-filhos-aprenderem/>. Acesso em: 13 abr. 2022.

PSICOLOGIA MSN. **A influência dos desenhos animados no desenvolvimento da personalidade.** Disponível em: <https://www.psicologiamsn.com/2014/12/influencia-dos-desenhos-animados-no-desenvolvimento-da-personalidade.html>. Acesso em: 9 abr. 2022.

PSICÓLOGO E TERAPIA. **Crianças e internet: como encontrar o equilíbrio.** Disponível em: <https://www.psicologoeterapia.com.br/blog/criancas-e-internet-equilibrio/>. Acesso em: 24 mar. 2022.

TELEVITA. **Veja como trabalhar a formação de caráter infantil.** Disponível em: <https://www.telavita.com.br/blog/formacao-de-carater-infantil/>. Acesso em: 20 abr. 2022.

TUDOCELULAR. **Uso de smartphones por crianças aumentou durante a pandemia, revela pesquisa.** Disponível em: <https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n181609/uso-de-smartphones-por-criancas.html>. Acesso em: 6 abr. 2022.

UNIVIÇOSA. **Caráter de uma pessoa se forma especialmente até os 5 anos de idade.** Disponível em: <https://www.univiosa.com.br/uninoticias/acervo/9aecb33-36bc-4368-bc19-772d311a73f1>. Acesso em: 23 abr. 2022.

VIDA CAMPESTRE. **A formação do caráter na primeira infância.** Disponível em: <https://vidacampestre.com.br/vida-em-familia/a-formacao-do-carater-na-primeira/>. Acesso em: 10 mai. 2022.

BOL. **Entenda por que a boneca Momo voltou a aterrorizar crianças e pais.** 2019.

Disponível em: <https://www.bol.uol.com.br/listas/entenda-por-que-a-boneca-momo-voltou-aatorrizar-criancas-e-pais.htm>. Acesso em: 16 Abril 2022.

BRASIL. Lei 12.965 de 23 de abril de 2014. **Marco Civil da Internet.** Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12737.htm. Acesso em: 22 de Abril 2022.

_____. Ministério da Educação. **Estatuto da Criança e do Adolescente nº 8.069/90.** Brasília. MEC. 2004. Disponível em: http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/785/estatuto_crianca_adolescente_8ed.pdf?sequence=14. Acesso em 22 de Abril de 2022.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** 11ª ed. São Paulo-SP: Editora Paz e Terra, 2008.

CETIC.BR. Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação: **Disponibilidade das tecnologias de informação e comunicação**

(TIC) no Brasil. 2018. Disponível em: <https://cetic.br/pesquisa/kids-online/analises>. Acesso em: 25 de Abril 2022.

CRESCER, Revista. **Momo aparece em vídeos de slime do YouTube Kids e ensina as crianças a se suicidarem, diz mãe.** 2019. Disponível em: <https://revistacrescer.globo.com/Crianças/Seguranca/noticia/2019/03/momo-aparece-emvideos-de-slime-do-youtube-kids-e-ensina-criancas-se-suicidarem.html>. Acesso em: 16 Abril 2022.

GLOBO, Sociedade O. **Mãe encontra vídeo no Youtube Kids que ensina crianças como cometer suicídio: Conteúdo apareceu em meio a fila de reprodução de desenhos animados;** mulher, dos EUA, denunciou imagens e rede social as retirou do ar. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/mae-encontra-video-no-youtube-kids-que-ensinacrianças-como-cometer-suicidio-23482770>. Acesso em: 22 Abril 2022.

IDOETA, Paulo Adamo. **Crianças no celular? Como a pandemia mudou o modo como especialistas veem o uso de telas na infância.** São Paulo, 23 ago. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-53774440>. Acesso em: 13 maio 2022.

LONGO, Walter. **O Início da Idade Mídia.** 2008. Disponível em: <http://walterlongo.com.br/images/72.pdf>. Acesso em: 20 de Abril 2022.

MARÔPO, Lidia et al. **Meninas no YouTube: participação, celebração e cultura do consumo.** Estudos em Comunicação, [s.l.], v. 1, n. 26, p.175-195, 31 maio 2018. Universidade da Beira Interior.

PAIVA, Fernando. **Aumenta o uso de smartphone por crianças brasileiras de 7 a 9 anos.** [S. l.], 29 out. 2021. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/29/10/2021/aumenta-o-uso-de-smartphone-por-criancas-brasileiras-de-7-a-9-anos/>. Acesso em: 13 maio 2022.

SBP, SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA. **Saúde de crianças e adolescentes na era digital.** 2016. Disponível em: https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/2016/11/19166d-MOrient-Saude-Crian-eAdolesc.pdf. Acesso em: 22 de Abril 2022.

SILVA, Rafael Rodrigues da. **O YouTube não é um lugar seguro para crianças, e não está preocupado com isso.** [S. l.], 25 nov. 2019. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/o-youtube-nao-e-um-lugar-seguro-para-criancas-e-nao-esta-preocupado-com-isso-133499/>. Acesso em: 13 maio 2022.

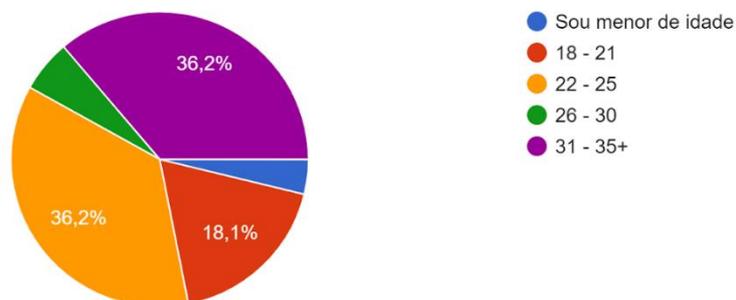
APÊNDICES

Apêndice A - Formulário (Pesquisa qualitativa)

Esta pesquisa foi realizada com intuitos acadêmicos para recolher dados qualitativos baseados no nosso projeto. Foram um total de dez perguntas, entre elas, sete de múltipla escolha, duas com caixa de seleção e uma com textos longos, todas com respostas obrigatórias. O formulário ficou aberto ao público entre os períodos de 26 de Abril de 2022 e foi encerrado no dia 18 de Maio de 2022, com um total de 105 respostas.

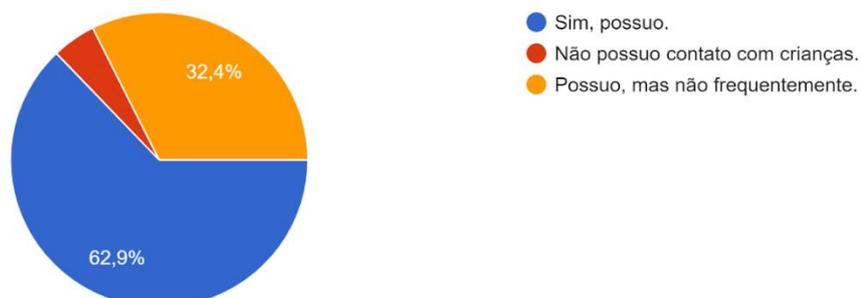
Quantos anos você tem?

105 respostas



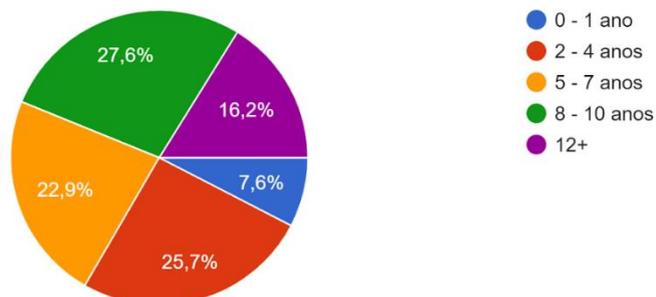
Você possui contato com crianças no seu dia-a-dia?

105 respostas



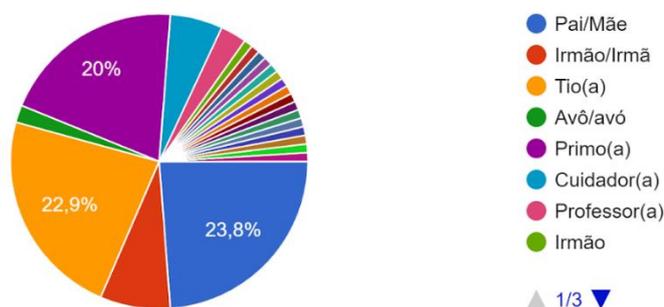
Qual a idade da criança?

105 respostas



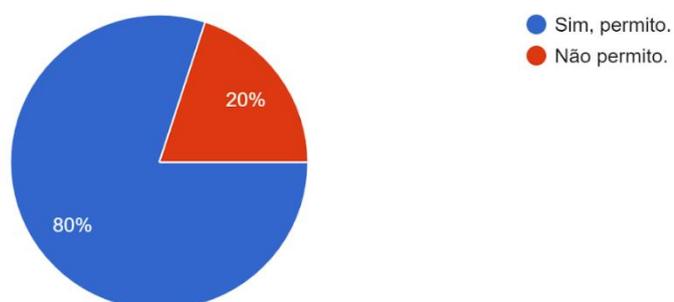
Qual seu grau de parentesco com a criança?

105 respostas



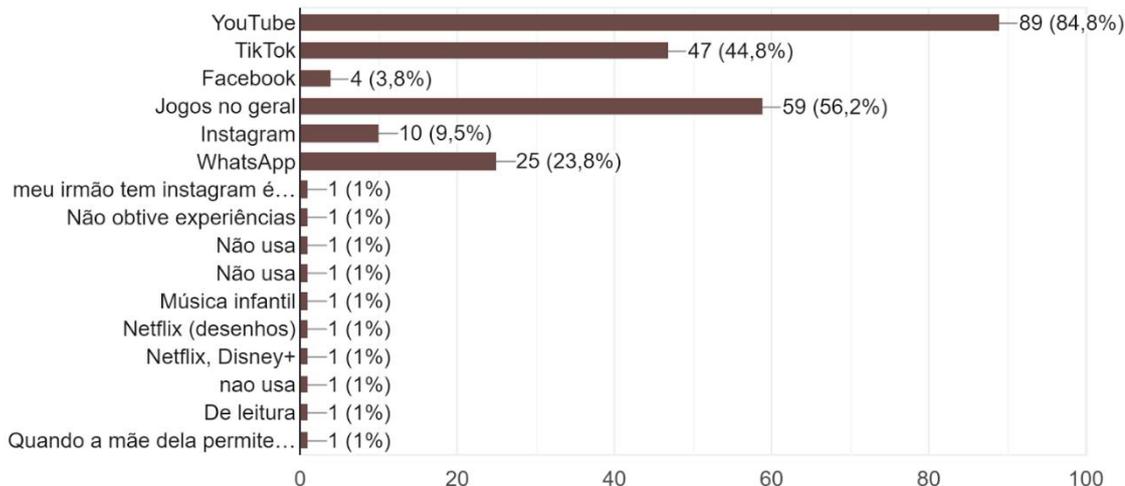
Você permite que a criança utilize o celular?

105 respostas



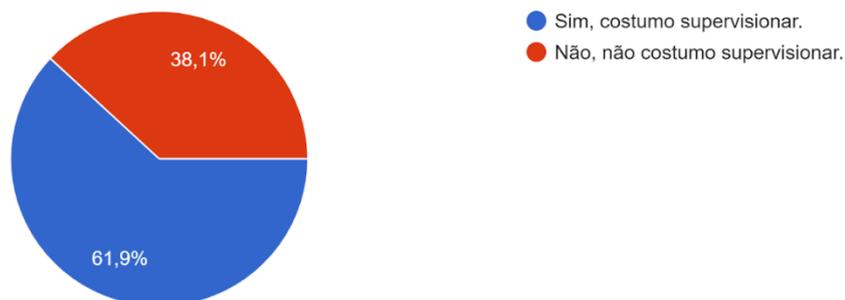
Quais aplicativos a criança mais costuma usar?

105 respostas



Você costuma supervisionar o celular da criança, observando principalmente os sites e conteúdos acessados?

105 respostas



Você já pegou algum conteúdo ou site impróprio no celular da criança ou conhece alguém que já pegou? Por favor, nos conte sua experiência. (Caso não tenha presenciado, escreva "Não obtive nenhuma experiência"). 105 respostas

Não obtive nenhuma experiência

Não obtive nenhuma experiência

Não

Não

Não

não obtive nenhuma experiência

não obtive nenhuma experiência

Não obtive nenhuma experiência.

Nao obtive nenhuma experiência

Já peguei minha sobrinha vendo vídeos de pessoas brincando e desperdiçando comida.

Não olho o conteúdo, acho que isso é responsabilidade dos pais

A criança abriu um vídeo impróprio no tiktok e o sistema começou a mostrar vários vídeos impróprios.

Nao obtive nenhuma experiência

Conheço alguém que já pegou o filho pequeno vendo danças sexuais

Eu não sou responsável pelas crianças, mas o responsável já encontrou conteúdos impróprios como: vídeos nazistas e homofóbicos compartilhados por homens adultos que jogavam com ele.

Sempre acompanho o que minha irmã assiste, e as vezes apareciam vídeos de terror e alguns conteúdos de tiktok que eu julgava impróprio, então sempre busquei orientar ela a pular esses vídeos pq eles não fazem bem, havia conteúdos como danças vulgares, vídeos de monstros e demônios, entre outras coisas.

Sim, obtive e conversei com ele sobre o assunto sem dar bronca

Nao obtive nenhuma experiência

Sim, algum palavreado impróprio

Vídeo YouTube com classificação livre e possuía conteúdo impróprio

Não obtive nenhuma experiência

Até o momento não

Nunca encontrei nada

Já presenciei a criança ouvindo músicas com letras impróprias dentro do TikTok.

Minha prima já pegou da filha dela!

Sim vídeos no YouTube

Não tive nenhuma experiência.

Não obtive experiência, ela não usa celular.

sim já flagraram meu histórico do google c 13 anos

Sim. Já peguei ele acessando um site de relacionamento e conversando com pessoas desconhecidas

Não o tive nenhuma experiência.

Não obtive nenhuma experiência

Sim

Sim, há 2 anos atrás com o Youtuber Felipe Neto, dizendo palavras referente a sexo.

A partir daquele dia, proibi meu filho de assistir o canal deste rapaz que nada diz de bom para adultos, quanto mais para crianças ou adolescentes.

Siim, excluí e orientei

Não obtive essa experiência

Não obtive nenhuma

Não obtive experiência.

Músicas de tiktok impróprias para crianças.

A criança fez uma pesquisa por comando de voz, por ser pequena e não ter uma dicção clara, foi pesquisado " galinha peladinha" ao invés de "galinha pintadinha".

Nunca peguei, pois fico de olho nos conteúdos vistos pelos meus filhos.

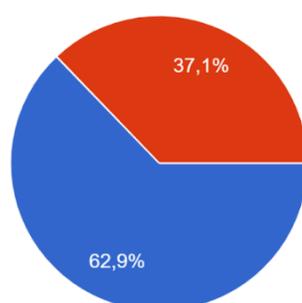
Não obtive nenhuma experiencia.

Sim, teve uma vez q de um desenho bobo foi para algo pesado e de uma classificação de idade mais alta (acho a uns 14 ou 16)

Já sim, foi ruim

Você acredita que plataformas denominadas como "Kids", como o YouTube Kids, sejam plataformas realmente seguras para o público infantil?

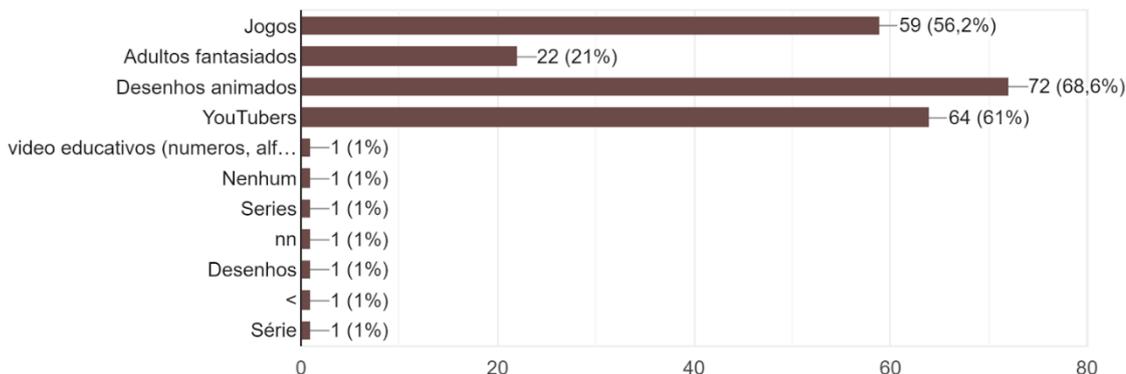
105 respostas



- Sim, acredito que seja uma plataforma segura.
- Não, não acredito que seja uma plataforma segura.

Quais são os conteúdos dos vídeos acessados pela criança na plataforma YouTube?

105 respostas



Apêndice B - Entrevistas qualitativas:

Entrevista Beatriz Rocha

Giulia - Bom dia, Beatriz. Esta conversa está sendo gravada, podemos iniciar?

Beatriz Rocha - Bom dia! Podemos sim. O que vocês querem saber?

Giulia - Antes de tudo, gostaríamos que você fizesse uma breve introdução sobre você.

Beatriz Rocha - Tudo bem, tranquilo. Bem, meu nome é Beatriz Rocha, mas todos me chamam de Bia, os pequenos, de tia Bia [risos], atualmente tenho 24 anos, sou mãe desse bebê esperto aqui, o Apolo, que tem 6 meses. Mas, como o Apolo não usa celular, vamos falar da Ana Laura e do Thiago, meus sobrinhos. Atualmente eu trabalho no AME, cuidando de crianças especiais, e sou formada em pedagogia pela UNIP.

Giulia - Ou seja, criança é o que não falta na sua vida, né? [risos]

Beatriz Rocha - Exatamente, menina! Nada melhor.

Giulia - Bem, vamos lá...Querida saber mais sobre o Thiago e a Ana Laura, como costuma ser a convivência de vocês... É diária? É semanal? É mensal? Com que frequência vocês costumam se ver?

Beatriz Rocha - Olha, eu tenho beeeem mais contato com a Ana, ela mora aqui perto, então acaba ficando mais fácil dela vir me visitar. Sem contar que depois que o Apolo nasceu, ela se tornou um grude, mas eu amo isso, juro. Ela costuma me ajudar muito

nas tarefas aqui de casa e o Apolo tem um carinho enorme por ela, faz festa. O Thiago não costuma ser diário, mas é uma frequência bem alta até.

Giulia - Umas duas vezes por semana?

Beatriz Rocha - Por aí, duas, três vezes, depende...

Giulia - E você costuma fiscalizar o que eles acessam na internet ou você deixa essa tarefa pros pais?

Beatriz - Nossa, costumo monitorar. Obviamente, não é uma obrigação minha, mas é por questão de segurança deles. A Ana Laura dificilmente acessa o celular quando tá comigo, e os acessos dela sempre são coisas relacionadas a dança ou artesanato. O Thiago já é meio... diferente.

Giulia - Diferente como?

Beatriz - É conteúdo que, bem, toda criança acessa, né? Não é o certo, mas eles veem, é o que chama atenção deles. Os pais do Thiago são bem ocupados nas questões de trabalho e rotina dentro de casa, então, eles deixam ele no celular sem uma supervisão e sem um limite de horário.

Giulia - E isso acaba influenciando na vida pessoal dele, ou o que tá na internet, fica na internet?

Beatriz Rocha - Influencia, claro. O Thiago é extremamente agitado, ele reproduz o que ele consome, infelizmente. Então muitas vezes ele solta um, sei lá, pode falar palavrão?

Giulia - [risos] Pode, as crianças não são aqui.

Beatriz Rocha - [risos] Então, ele solta um "Caralho" ou um "Putaquepariu", e ele sequer sabe o que significa essas coisas, mas, alguém do YouTube disse, ele achou legal e fala.

Giulia - E com a Ana Laura já é diferente?

Beatriz Rocha - Cara, TOTALMENTE! Os dois tem oito anos de idade, a diferença deles é de meses, e se tu for ver o comportamento deles, você não consegue me falar que o Thiago tem só oito anos. A Ana Laura, pelo menos comigo, né? Não sei na casa dela, ela nunca soltou nenhum tipo de palavrão, até pra falar um "boboca" ou "droga" ela tampa a boca como se tivesse cometido um crime ou xingado alguém muito forte.

Giulia - Você já tentou reduzir o uso do Thiago?

Beatriz Rocha - Já, diversas vezes, mas, é o que eu te falei, a gente não se vê sempre, é de duas a três vezes na semana, isso quando ele vem pra cá. Não tem

como eu fazer esse “desmame”, porque vai ser eu contra os pais dele. Se na casa dele ele fica 8 horas na frente do celular, como eu, em um dia, vou evitar que ele fique?

Giulia - Seria algo que deveria ser mudado desde casa.

Beatriz Rocha - Sim, exatamente. Com a Ana eu consigo ter esse cuidado, ela fica comigo e com o Apolo o dia todo, todos os dias. Eu consigo falar “Ei, já tá a muito tempo nesse celular” ou “Esse vídeo não é um conteúdo bom”, ela vai respeitar minha autoridade. O Thiago já não, se nem os pais dele reclamam dos vídeos bizarros que ele vê, porque eu, tia dele, que vejo uma vez ou outra, vou poder falar?

Giulia - Bem, muito obrigado, Bia. Foi ótimo essa conversa, conseguimos esclarecer bons pontos sobre o uso de celulares e sobre a falta de monitoramento podem ocasionar.

Beatriz Rocha - Eu que agradeço o convite, muito obrigado!

Entrevista Fernanda Negreiros:

Giulia - Olá, bom dia Fernanda, tudo bem? Antes de iniciarmos nossa entrevista, gostaria de agradecer por ter aceito nosso convite.

Fernanda Negreiros - Olá, bom dia. Eu que agradeço o convite, fico lisonjeada por ter sido chamada.

Giulia - [risos] Bem, vamos lá, eu separei algumas perguntas objetivas, mas antes disso, gostaria de pedir para você uma breve introdução sobre você.

Fernanda Negreiros - Claro, perfeito! Olá, meu nome é Fernanda Negreiros, eu sou psicóloga desde 2003, né...Entrando aí nessa área da psicologia clínica, aí, há 12 anos, tenho um projeto idealizado por mim e por uma outra advogada, a doutora Ana Paula Borgomoni, sobre violência, que é o PREVIMCA, com M, que é Prevenção a Violência Contra a Mulher, Criança e Adolescente. Mãe, tenho três filhos lindos, né? E acho que essa experiência toda de vida trago também pra minha vida, da minha vida profissional, trago para minha vida pessoal. Aprendo todos os dias, tenho essa inquietação de buscar, de aprender, de ouvir, de escutar, que nem acredito que faz toda diferença. E eu amo, sou apaixonada pelo que faço, então, to sempre fazendo alguma coisa, ou na área social, ou no consultório atendendo minhas crianças... trabalho também como perita técnica com alguns amigos advogados que já conhecem meu trabalho e tem essa confiança. Estou sempre envolvida nas causas

família, indivíduo, né? Envolvida nas causas que eu acredito que geram as mudanças, justamente porque eu acredito que a psicologia, que a terapia, precisa ser viabilizada, parar de ser uma coisa elitizada, ter espaço pra todo mundo.

Giulia - Caramba, é uma baita carga curricular, invejável. [risos] Então, vamos começar com as questões... Primeira pergunta, você acredita que conteúdos digitais, como vídeos, podem influenciar algumas atitudes e até mesmo na formação de caráter da criança?

Fernanda Negreiros - Eu acredito sim, né, que essa questão digital pode influenciar na formação, mas, não é determinante. Então assim... Quando a gente entende que a maior parte da formação de caráter é ditada pela família, e pelo ambiente, porque a gente precisa entender também que não somos seres únicos no mundo, né? Tem toda uma questão ambiental... Quando você traz a influência digital de uma forma muito massante, ou com muita informação, e você não dá ferramentas para essa criança entender tudo aquilo que ela tá vendo, você pode sim influenciar, e não de uma maneira positiva. Porque, quando você dá informação e não auxilia no uso, você tá expondo aquela criança a não saber lidar com uma frustração futuramente, a não saber lidar com uma questão de comportamento, a não saber lidar com as perdas... Porque essas recompensas digitalizadas, da era digital, são muito grandes, eles já fazem de uma forma para que você se sinta envolvido com aquilo. Então, tem, tem uma questão de informação, mas, o poder familiar, seja essa família qual for, não estamos entrando no contexto de famílias desestruturadas, até porque toda família é importante, sendo nas suas mais diferentes formas. Então, temos uma questão familiar sim de engajamento, e precisamos estar sempre atentos às questões digitais.

Giulia - Certo... Segunda questão, você acredita que exista algum ponto positivo na exposição a telas na primeira infância que a exposição precoce tem?

Fernanda Negreiros - Pensando que a tecnologia veio para agregar, pode. Ela pode ser usada de uma maneira leve, de uma maneira lúdica. Atualmente temos diversos aplicativos que são utilizados na alfabetização, que são utilizados para dissuadir a dificuldade com a matemática, que auxiliam na fala. Mas, sempre com bom senso, com o tempo útil e de acordo com cada idade, pra que isso não fique maçante, não tenha um acúmulo de informações, pra criança poder entender que aquilo é um aprendizado, e não uma meta de vida.

Giulia - Terceira pergunta, você acredita que existam desenhos específicos que podem auxiliar de forma positiva no desenvolvimento infantil?

Fernanda Negreiros - Na verdade, um desenho específico eu não ousou falar... Existem desenhos que podem auxiliar. Quais? Os educativos. Tínhamos a TV Cultura, que ensinava a contar histórias a partir de um prato de papelão, que auxiliava no uso da imaginação, que auxiliava no uso dos poucos recursos pros brinquedos, porque hoje em dia as crianças, quanto mais tem, mais querem. Ficam presas na questão do ganhar e não do criar. Então, eu acredito sim que essa exposição às telas pode vir agregado ao fazer, agregado à construção. Então, quando for agregado a isso, eu acredito que tenha esse ponto positivo. Agora, quando essa exposição na primeira infância tem a função de babá, aí temos muitos problemas... Emocionais, fisiológicos, são coisas que devemos pensar com muito carinho.

Giulia - Sabemos que a internet expõe crianças ao risco diariamente, principalmente quando utilizada sem supervisão, mas até mesmo conteúdos considerados seguros podem ter um efeito "errado". Existe alguma animação que pode influenciar negativamente no comportamento da criança? Pode citar alguns exemplos que você já tenha atendido?

Fernanda Negreiros - Toda e qualquer exposição que possa: Aumentar a ansiedade, diminuir a tolerância à frustração, afastar a criança do convívio de outras crianças, dificultar a socialização e até mesmo a questão familiar, ela é negativa. Então, tem muita coisa no YouTube, por exemplo, de crianças competitivas, banho de nutella, fazer pegadinha com côco, com xixi, maltratar, rir da velhinha que caiu... Tem inúmeras coisas desnecessárias, Lucas Neto, por exemplo, que tem todo uma fama, eu não acho conveniente... Eu acho que ele tem essa questão da competitividade, de rir do *bullying*, de tornar o *bullying* uma coisa engraçada. Então sim, a gente precisa tomar cuidado, e tem outras ainda, acho que a lista é extensa, de coisas que se disfarçam... Adultos fantasiados, imitando crianças... Gente... É tão caricato, e é tão fora da caixinha, que quando você vê uma questão dessa, ou algo na internet que tenha um adulto imitando a criança, você já para um pouquinho pra pensar, porque ele não tem essa naturalidade, ele não tem essa linguagem, e aí nesses casos, a gente tem que crescer um pouco mais o nosso olhar pra questões assim, se hoje eu tenho um adulto que imita criança, eu to ensinando essa criança que aquele adulto aliciador, que ele faz uma voz infantilizada, que ele pode vir a imitar criança, é algo legal. Então, a gente abre um precedente pra questão da violência. Então, todo e qualquer programa que transmite esse tipo de linguagem, a gente precisa estar atenta a isso. É uma dica! Não estou falando que todo programa que tenha um adulto

imitando uma criança tem uma correlação com a pedofilia. É pra usar isso pra mostrar pra criança que tem um adulto que pode trazer essa linguagem deturpada do que é certo e do que é errado.

Giulia - Muito obrigada por compartilhar seu conhecimento conosco, Fernanda. Será de grande ajuda pro nosso trabalho de conclusão de curso.

Fernanda Negreiros - Disponha, qualquer dúvida, podem me chamar, estou aberta a responder todas.