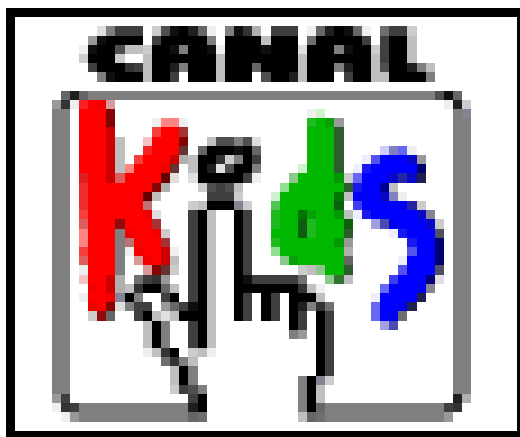


PUC –RIO - PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

Mídia, Tecnologia da Informação e Novas Práticas Educacionais

Disciplina: Mídia, Tecnologia da Informação e Educação



Canal Kids

– Se você é kid, esse é o canal –

Maria Silva Ramos de Oliveira

Introdução

O *Portal Canal Kids* (<http://www.canalkids.com.br/portal/index.php>)¹ é um site voltado para o público infantil, mais especificamente, crianças de 7 a 14 anos, das classes A, B e C, e é produzido pela Canal Kids Show Entretenimentos. Dividido em nove áreas temáticas, o site conta com informações sobre cultura, cidadania, ciência, saúde, meio ambiente e esportes, apresentadas de forma lúdica e interativa, por meio de ilustrações, desenhos animados e peças multimídias.

Segundo o site *Mapa da Mídia*², o *Canal Kids* é o maior portal de conteúdo infantil da América Latina na Internet, com mais de 8 mil páginas ilustradas e mais de 2,8 milhões de *pageviews* mensais e 500 mil *unique visitors* por mês.

O canal se configura como um site educativo, podendo ser utilizado como ferramenta didática por professores em sala de aula e, de acordo com o portal, seu material já foi utilizado por diversas editoras em livros pedagógicos do Ensino Fundamental. Atualmente, o site é parte integrante do *Ensina Brasil*, “uma experiência pioneira que utiliza novas tecnologias de comunicação para o ensino da população brasileira”.

O *Canal Kids* tem apoio institucional da Unesco, do Unicef e do Ministério da Cultura e faz parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica. Também são parceiros do canal o Grupo Severiano Ribeiro Cinemas e o Estadão no *Cine Kids Show*, um projeto de exibição gratuita de filmes infantis de sucesso em salas de cinema de São Paulo.

Além de receber patrocínios comerciais, o *Portal Canal Kids* oferece serviços de pesquisa de perfil de consumidor a empresas. A seção comercial do site afirma ter um banco de dados com mais de 180 mil crianças de 7 a 14 anos cadastradas. Como estratégia para realização de pesquisas de consumo foi criada em junho de 2002 a série de enquetes *PesKids Marcas Marcantes*, que atrela a participação de usuários cadastrados a prêmios e aquisição de *Patakos* (moeda virtual que pode ser trocada por brinquedos)³. A experiência ganhou o prêmio *Marketing Best 2002*, realizado pela Editora Referência, Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas e Madia Mundo Marketing. Detalhes sobre o concurso estão disponíveis em anexo.

Ainda segundo o site *Mapa da Mídia*⁴, a rede de representação comercial on-line, Hi-Mídia, vai passar a comandar com exclusividade a venda de espaços publicitários no canal. Atualmente, o site possui, nas páginas principais, logomarcas apenas das empresas e

¹ Todas as informações sobre o site foram obtidas no site do Canal Kids ou em outros sites da Internet, visto que a empresa se negou a dar qualquer informação. Os dados foram levantados entre 01/10/2006 e 15/10/2006.

² <http://www.mapadamidia.com.br/>

³

⁴ http://portalimprensa.uol.com.br/mapadamidia/new_mapa_data_view.asp?code=2178 (informações divulgadas em 12/09/2006).

projetos acima citados e do MídiaTiva (Centro Brasileiro de Mídia para Crianças e Adolescentes).

1. Estrutura do Site

O *Portal Canal Kids* divide-se em nove seções, acessíveis na página principal:

- Bolota
- Cine Kids
- Repórter Fuinha
- TV Divershow
- Multimídia
- Turma do Pipe
- Ensina Brasil
- Guris Gurus
- Canal Kids (ou apenas Kids)

Na página principal, também há um link separado para uma seção em construção *Edd Som Roqui*, que é um personagem que vai falar sobre música (formato audiovisual) e para *Thell* (aparentemente em construção), uma espécie de coruja-robô, que fala sobre assuntos diversos em um formato que reproduz o aspecto de um livro. Dentro do livro há um vídeo e um texto, visualizado quando se passa o mouse em cima de uma seta. O produto *Thell* é difícil de ser “manuseado” e totalmente inadequado para o público-alvo do site.

Na coluna à direita da página, o visitante pode se cadastrar no Clube Canal Kids. A partir do cadastro, o visitante passa a ter acesso a materiais exclusivos e ganha uma “conta corrente” no *BanKids*, em que passa a acumular *Patakos*, moeda virtual trocada por brinquedos. Na mesma coluna há também um *link* para o Shopping Virtual e outro para um concurso de desenhos (o melhor desenho de cada mês ilustra o calendário do *Canal Kids*). Ainda na página principal, há *links* para a página do Unicef e da Unesco.

1.1. Seção Canal Kids (ou Kids)

A seção Kids simula um parque de diversões. É ponto de convergência do site por direcionar o visitante às demais seções do portal ao mesmo tempo em que apresenta o conteúdo dividido por áreas de conhecimento. Funciona como uma espécie de “segunda” página principal. É aí que estão as logomarcas de parceiros e patrocinadores e também informações importantes, como termos de uso e contatos comerciais. A comunicação visual desta seção é bastante confusa, o que torna a navegação difícil e cansativa.

A seção divide-se basicamente em:

ARTE - Cinema Dança Galeria Literatura Música Pintura Teatro

Conhecimento CULTURA -Astronomia Biologia Geografia Gramática
História Inglês Matemática Economia Bolão de Letrinhas
GERAL - Alimentação Cidadania Esporte Higiene Meio Ambiente
Saúde Tecnologia Viagem

Diversão [Jogos Online](#) [Passatempo](#) [TV Divershow](#) [CineKids](#) [MixKids](#)

Desafio KIDesafio BanKids

FEIRA LIVRE - Boca no Trombone Mercado de Pulgas Peça Rara

KIDSamigos - Cadê Você? Cartões Virtuais KIDSparate

GERAL - KidsBarCode

| | | | | |
|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|------------------------------|
| Carta aos Pais | Fale com a gente | Contato Comercial | Créditos | Mapa do Site |
|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|------------------------------|

1.2. Bolota

Bolota é um personagem que “sabe tudo sobre futebol”. A seção é constituída atualmente por quatro vídeos em que o comentarista conta uma curiosidade sobre o esporte, sempre terminando com o jargão “Você não sabia, né? Agora tá sabendo”. A seção também possui tabelas de resultado de campeonatos brasileiros de futebol (Brasileirão 2004, 2005 e 2006) e campeonato paulista (Paulistão 2006), além de informações básicas sobre os principais times brasileiros: data de fundação, endereço, uniforme, mascote, estádio, títulos, pratas da casa (jogadores importantes) e ídolos.

Em alguns trechos dos vídeos, Bolota fala muito rapidamente, o que dificulta e até impossibilita a compreensão. Talvez os vídeos fossem mais apropriados para TV porque na Internet, em geral, a qualidade audiovisual é inferior, visto que para se ter maior qualidade são necessários arquivos muito “pesados”, que demandam muito tempo para serem “carregados”.

1.3. Cine Kids

No Cine Kids, o visitante aprende sobre cinema e animação e pode “criar” pequenos desenhos animados pela seleção de quadros, que devem ser então transportados com o mouse para a película do filme. Enquanto o quadro é carregado, é possível brincar com um joguinho.

1.4. Repórter Fuinha

O Repórter Fuinha é outro personagem que aparece em formato audiovisual falando de temas variados (curiosidades). Os vídeos apresentam problemas similares aos do Bolota, e algumas vezes ocorrem pequenas falhas na primeira transmissão. A seção é composta por 18 vídeos de acesso livre e 4 de acesso exclusivo mais um *quiz* de geografia.

1.5. TV Divershow

A TV Divershow disponibiliza 11 “canais”, acessíveis por um controle remoto. Cada canal apresenta um ou mais mini *cartoons* (com o objetivo apenas de entretenimento) sobre um tema: alimentação, arte, cidadania, cultura, diversão, esportes, higiene, meio ambiente, saúde, tecnologia e viagem.

1.6. Guris Gurus

É uma seção com textos de adultos sobre crianças. Não fica claro, no entanto, quem são as pessoas escreveram o texto, sequer é colocado o nome completo, profissão ou cidade onde mora. Alguns nomes, porém, sugerem que podem ser profissionais ligados a áreas de comunicação ou escritores selecionados pelo canal. Não há qualquer *link* para envio de textos. Há também uma animação, cuja mensagem cantada é “Gurus gurus estão em todo lugar. É preciso ver dentro de você uma criança pra sonhar”. A seção tem um *link* para a Hope, uma entidade de apoio a crianças com câncer.

1.7. Ensina Brasil

O Ensina Brasil é autodescrito como “uma experiência pioneira que utiliza novas tecnologias de comunicação para abrir os caminhos do aprendizado ao povo brasileiro”. No canto superior da página uma logomarca indica o apoio do Unicef, apesar de não estar definido exatamente o que é o programa e que instituição o mantém. O site informa que esta seção é uma área do Ensina Brasil, mantida pelo Canal Kids. Há ainda um link para a seção Turma do Pipe.

Divide-se em 3 subseções:

- Conhecimento – direciona para páginas da seção Canal Kids.
- Estados e Municípios – Dividido em Canal Minais (Gerais), Canal São Paulo e Canal Acre. Apresentam informações sobre esses estados brasileiros com padrão estético e interativo similar ao do Canal Kids. As ilustrações são semelhantes às utilizadas pelo site.
- Dirija Brasil - Educação para o trânsito. O projeto, ainda em construção, tem apoio da Unesco, do Unicef, do Ministério de Transportes e do Ministério da Cultura.

1.8. Turma do Pipe

A Turma do Pipe é formada pelo menino Pipe (parece um palhaço), a arara Kaká, o cachorro Fubá e o mico Mikolau. Esse é programa já foi veiculado por emissoras de TV, mas a equipe do Canal Kids não informou por qual e em que período o programa “foi ao ar”.

São 8 episódios em que Pipe e outros personagens da Turma apresentam uma história divertida dentro dos seguintes temas: alimentação, astronomia, cidadania, música, pintura, saúde, teatro, trânsito. Esses vídeos são maiores do que outros vídeos do portal e demoram mais tempo para serem “carregados”.

1.9. Multimídias

Os multimídias são mais complexos e aprofundados nos temas do que as outras seções do site. Por outro lado, são também mais difíceis e algumas vezes deixam de explicar conceitos e palavras que não fazem parte do universo infantil. Em termos de tecnologia e recursos interativos, eles mantêm uma estrutura parecida com o restante do site, ficando muito aquém quando comparados com vários outros multimídias disponíveis no mercado.

Os multimídias são:

- Dinossauros – a era dos gigantes
- Eleições – escolha seu candidato
- O Célebre cérebro
- O Ciclo da água
- Como fazer desenho animado
- Regras do Futebol
- Copa do Mundo 2002

2. Avaliação

2.1 Conteúdo

O *Portal Canal Kids* é um site educativo que trata de diferentes áreas das ciências (Humanas, Biológicas e Exatas) de forma interativa e numa linguagem próxima ao universo infantil. A utilização de elementos estéticos, midiáticos e interativos voltados para esse público, como jogos, ilustrações e animações, despertam na criança sentimentos de identificação e de apropriação.

A estruturação do site em variados produtos (seções, multimídias, desenhos animados, personagens e quadros diversos) facilita a apresentação do conteúdo em diferentes abordagens, com alguns conteúdos mais voltados para o entretenimento e outros conceitualmente e historicamente mais aprofundados. A estratégia, que alia arte, ciência e entretenimento, utilizada pelo portal, tem seu uso crescente e vem se mostrando bem sucedida em muitos outros trabalhos.

Por outro lado, os conteúdos apresentados pelo site não problematizam questões da ciência, dos processos de pesquisa, reforçando a idéia da ciência “pronta e acabada” ainda muito difundida nas salas de aula. Nesse caso, justamente a criação do ambiente de identificação

com o público reforça a apreensão do conteúdo como simples expressão da “verdade”, especialmente quando se trata de uma faixa etária que está em processo intenso de construção de seus próprios conhecimentos e valores. Tendo isso em vista, faz-se necessária uma observação crítica do material por parte de mediadores, como pais e educadores, que devem ainda estar atentos aos possíveis interesses envolvidos.

Nesse contexto, chama a atenção o multimídia *Eleições – escolha o seu candidato*, em que o participante, entre outras coisas, ouve as propostas de um candidato virtual e, depois de “votar”, tem o desempenho do governo do candidato escolhido. Apesar de propor análises muito interessantes sobre populismo, compra de votos e até mesmo confiabilidade das urnas eletrônicas, e estimular o senso crítico acerca de determinadas propostas, ao simplificar o “problema”, o multimídia não leva em consideração demais fatores, como histórico político do candidato, conjunturas sociais e assim por diante. Além disso, claramente emite julgamentos de valor, quando apresenta o cumprimento ou não da promessa do candidato, sem base concreta que o justifique. No anexo 2, as campanhas e os resultados do “governo” dos quatro candidatos virtuais.

2.2. Comunicação visual e estrutura informacional

Se em termos de apresentação de conteúdo o *Portal Canal Kids* obtém considerável êxito, em termos de comunicação visual e estrutura informacional há graves problemas a serem resolvidos. Apesar de o site explorar de forma articulada recursos de áudio, vídeo e texto e de haver uma elevada integração entre as páginas e seções do site por meio de *hiperlinks*, a organização se dá de forma confusa e desorganizada, o que é extremamente prejudicial, principalmente, considerando-se o público-alvo.

Falta unidade entre as páginas secundárias e repetições desnecessárias, que dificultam a navegação. A subseção *Conhecimento* da seção *Ensina Brasil*, por exemplo, direciona às mesmas páginas da seção *Kids*. Os multimídias estão organizados pela abertura de novas janelas, pequenas para uma leitura confortável e, além disso, *links* diferentes também direcionam para as mesmas páginas.

Há também falhas no *layout*. Em alguns multimídias a composição de cores prejudica a leitura. Na seção *Kids*, há uma certa poluição visual e há um áudio em que o que se diz é completamente ininteligível, problema que também ocorre com alguns trechos de vídeos do *site*. Muitas seções possuem músicas-tema, disponíveis em novas janelas, mas que, justamente por isso, podem se confundir com outros sons e músicas na troca de seção.

Já as ilustrações, apesar de possuírem um traço infantil e serem bastante coloridas, destoam da linguagem fácil dos textos, tanto pelo excesso de elementos visuais como pelo grau de dificuldade de interpretação. Algumas peças multimídias, como a coruja *Thell*, são também de difícil interação e ineficientes do ponto de vista da comunicação. Faltam ainda em todo o *site* explicações sobre o portal, projetos parceiros e produtos.

Um aspecto positivo da organização *hipertextual* é a disposição de matérias curtas e com muitas ilustrações, o que permite o aprofundamento gradual dos temas. A fonte utilizada é Arial, tamanho 12 ou 13, apropriada para a leitura no computador e para o público-alvo. A

Rádio Kids disponibiliza em áudio o texto escrito das matérias por meio de um *link* ou ainda na seção *Kids*.

A estrutura de interface nessa seção é dada por elementos e cenas de um parque de diversão que indicam o *link* para a subseção. Essa estrutura é utilizada em outras seções do *site* e é um formato eficaz na esfera da comunicação visual voltada para crianças.

Outro recurso interessante, utilizado no portal, é a disponibilização de jogos simples enquanto produtos mais “pesados” são “carregados”, como os multimídias e alguns vídeos. Apesar disso, devido ao tempo necessário para se “carregar” muitos arquivos, uma Internet rápida e a qualidade do computador são imprescindíveis para o bom funcionamento do *site*.

3. Conclusão

O *Portal Canal Kids*, apesar dos problemas relatados, é uma experiência que se mostra bem sucedida na produção de materiais educativos, tanto por sua extensão e multiplicidade de ciências abordadas, quanto por seu aspecto lúdico, multimídia e pela variedade de produtos apresentados. Deve ser considerado uma ferramenta importante na esfera da educação infantil a distância e também presencial, na medida em que pode ser utilizado de diversas formas por professores nas escolas.

Um exemplo de aplicação possível é a transmissão, em sala de aula, de vídeos produzidos pelo *Canal*, atividade que não depende da disponibilidade de muitos computadores, como ilustração de assuntos já abordados ou como introdução aos mesmos.

Dependendo da acessibilidade dos alunos à Internet, é possível que eles seja incentivados a realizar pesquisas no portal para discussões posteriores. No caso ainda de haver laboratório de informática na escola, professores de diferentes áreas do conhecimento podem realizar atividades a partir dos inúmeros jogos, interativos, textos e imagens disponíveis no *site*.

Outro aspecto importante é o incentivo à leitura e à pesquisa na Internet de conteúdos sobre ciência, mostrando aos alunos as associações das descobertas e pesquisas científicas com o cotidiano e a sua relevância prática na vida em sociedade e para o exercício da cidadania. O *Portal Canal Kids* faz correlações semelhantes de forma eficaz e ainda estimula a curiosidade que muitas vezes é perdida nas aulas tradicionais.

ANEXO 1

CASE CANAL KIDS PESKIDS MARCAS MARCANTES

Fonte:

http://www.marketingbest.com.br/?secao=vencedores_2002



O PROBLEMA

A importância do poder de decisão e escolha do consumidor infantil é há tempos reconhecida pelas empresas focadas neste target. Porém, há um descompasso entre a constatação de que a criança é consumidora ativa e o conteúdo da comunicação, direcionada, em última análise, a essa mesma criança. Resquício de uma atitude conservadora, sedimentada no tempo em que os adultos tomavam todas as decisões, a mensagem tem como objetivo primordial fixar a marca junto aos pais. À criança, fica restrito o possível prazer imediato do brinquedo ou do sabor do alimento. Não há preocupação em "formar" o consumidor, fidelizando-o desde a infância. Mas como a criança enxerga as marcas? Falta a ela capacidade suficiente para avaliar conteúdo e qualidade de produtos associados às marcas, condição essencial para o trabalho de fidelização? Por outro lado, se o imaginário infantil também é construído com a inserção de objetos reais, não seriam eles de alguma forma identificados através de marcas?

O DIAGNÓSTICO

O Canal Kids é um site de comunicação para a criança, viabilizado por patrocínios comerciais. O modelo se baseia na constatação de que as novas gerações crescem sob o impacto de uma revolução tecnológica sem precedentes: a interatividade eletrônica propiciada pela Internet. Por ser uma mídia nova, a comunicação na web ainda procura um estilo próprio. Na publicidade, a experiência e as estatísticas comprovam que o mero bombardeamento de banners não funciona. Mas a interação inteligente com o internauta pode fazer toda a diferença. As marcas que se relacionarem com o internauta desde a sua infância, interagindo-o a conceitos positivos, momentos de diversão e conquista de objetos do desejo, sem dúvida serão uma referência sólida para esses consumidores no futuro.

O PLANO

Para conhecer a visão das crianças em relação às marcas, foi desenvolvida uma enquete a ser aplicada entre internautas de 7 a 14 anos, identificando marcas e empresas preferidas, associadas a ações positivas. O objetivo era abranger as mais diversas áreas como cultura, economia, cidadania, tecnologia, alimentação, higiene, saúde e diversão. Batizada de PesKids Marcas Marcantes, o prefixo da palavra pesquisa serviu para criar uma denominação que soasse familiar aos

internautas que participam das atrações do Canal Kids: KIDesafio, KIDSamigos, etc.

A EXECUÇÃO

Como incentivo à participação dos internautas mirins, a PesKids foi formatada como um concurso, onde os participantes ganhariam PK\$ 1,00 (um Patako) por participar da enquete. Economizando os Patakos, poderiam posteriormente comprar brinquedos da Estrela. As questões foram estruturadas em múltipla escolha, com quatro alternativas e um campo livre onde os participantes poderiam citar marcas e empresas não relacionadas. A primeira etapa da enquete PesKids Marcas Marcantes foi realizada entre 3 e 28 de junho de 2002. Numa segunda etapa, realizada entre 13 de agosto e 13 de setembro, o Canal Kids lançou a promoção "Tudo a Ver com Canal Kids", onde as crianças deveriam enviar desenhos com o tema "Qual a empresa que tem tudo a ver com o Canal Kids?". O objetivo era aprofundar o conhecimento da relação das crianças com as marcas e também com o Canal Kids. Os autores dos melhores desenhos da semana foram contemplados com brinquedos da Estrela e tiveram os seus desenhos expostos em uma área do site criada especialmente para a promoção: o Mural Tudo a Ver.

OS RESULTADOS

Na primeira etapa da pesquisa, o Canal Kids obteve a participação de 2.500 internautas. Na etapa da promoção, houve a participação de 350 internautas. Em ambas as etapas, demonstrou-se uma grande identificação das crianças com as marcas e empresas mais fortes do mercado, e com as entidades e fundações mais famosas. A maioria dos desenhos recebidos mostrava as próprias crianças interagindo com as marcas, o que não estava explícito no tema pedido. Ao relacionar uma marca ao Canal Kids, os desenhos traziam um palhaço (uma das img que marcam a identidade visual do site) ou uma criança acessando um computador. Em todos os desenhos as crianças alçavam, vestiam, comiam, brincavam e usavam produtos do seu cotidiano, onde as marcas estavam especificadas. A PesKids Marcas Marcantes provou ainda: ser viável a criação de um banco de dados sobre os pequenos consumidores; demonstrou a força da Internet no cotidiano das novas gerações; e rompe a visão empresarial ultrapassada de que a criança não é capaz de discernir conteúdo e qualidade entre as diferentes marcas.

ANEXO 2

CAMPANHA - CANDIDATO 1 ***

EMPREGO

No meu governo, pai de família não vai ver ninguém passando fome em casa. Vou criar muitas vagas para tirar adultos e jovens do desemprego. Para isso, vou ajudar as empresas a crescer e contratar mais gente com incentivos fiscais. Isso quer dizer que os empresários vão pagar menos impostos, e vai ter mais emprego para todo mundo!
E não é só isso! Meu governo também vai ter obras, muitas obras!

TRANSPORTE

O povo não pode viver caindo em buracos, espremido em ônibus e metrô. Para acabar com isso, vou investir no transporte e na melhoria das vias públicas. Vou diminuir o preço das passagens e construir novas estações de trem, e ainda fazer novos túneis e anéis viários para aliviar o trânsito.

SALÁRIOS DO FUNCIONALISMO

Como alguém pode exigir qualidade do serviço público se o funcionário público ganha tão mal, sem reajuste salarial há anos?
Vou fazer de tudo para acabar com esse absurdo. No primeiro dia de governo, vou aprovar um reajuste imediato de 18% para todas as categorias. Esperar na fila do posto de saúde, nunca mais, minha senhora!

CUMPRIR PRAZOS E HONRAR CONTRATOS

No meu governo, não vai ter esse negócio de obra parada. Todas as minhas obras serão entregues no prazo prometido, nem um dia a mais, pode escrever.

E tem mais: toda empresa que prestar serviço ao meu governo vai receber direitinho, porque eu odeio calote!

***** Qualquer semelhança com um político brasileiro em atividade terá sido mera coincidência**

CAMPANHA - CANDIDATO 2 ***

EDUCAÇÃO E CULTURA

Não é possível ser um país de verdade sem educação. No meu governo, a formação da criança será a prioridade número 1.

Para isso, vou investir na construção de escolas e creches, em melhores salários para os professores, na melhoria do ensino nas escolas públicas, e nos programas de amparo ao menor de rua. Lugar de criança é na escola!

SEGURANÇA E SOCIAL

Também vou combater a violência que amedronta a população. Com uma polícia equipada e novas viaturas, vou devolver a tranquilidade ao nosso povo.

As cadeias de hoje são um convite ao crime. Por isso, também criarei um sistema de trabalho remunerado nos presídios, que garantirá uma renda à família do preso. Também investirei em programas para tirar os jovens da criminalidade com oportunidades de emprego.

CIÊNCIA E TECNOLOGIA

No mundo globalizado, o conhecimento não tem fronteiras. Hoje, muitos cientistas e pesquisadores brasileiros excelentes levam seu talento para outros países, por falta de incentivo.

No meu governo, vou ampliar os programas de pesquisa científica e tecnológica e a distribuição de bolsas de estudo. em agropecuária, biotecnologia e computação. Nosso país só tem a ganhar!

SAÚDE

É lastimável que milhões de pessoas fiquem nos corredores de hospitais, sofrendo enquanto esperam atendimento.

Precisamos de um sistema de saúde eficiente, que valorize o trabalho do médico e possa atender melhor os pacientes.

Vamos construir mais postos de saúde em áreas carentes, garantir remédios a preços mais baratos, e aumentar o número de agentes de saúde para atender a população em casa.

***** Qualquer semelhança com um político brasileiro em atividade terá sido mera coincidência**

CAMPANHA - CANDIDATO 3 ***

APOIO À PEQUENA EMPRESA

Você sabia que grande parte dos empregos são gerados pelas pequenas empresas? Com a crise, está cada vez mais difícil para padarias, papelarias, mercadinhos, salões de beleza e muitas outras empresas conseguirem dinheiro para crescer.

No meu governo, pretendo facilitar o empréstimo de dinheiro para a criação de novas empresas. Assim, muitos empregos serão criados, e mais gente poderá ter seu próprio negócio.

EXPORTAÇÕES

A melhor forma de trazer mais dinheiro para nosso país é aumentar as exportações. Por isso, vamos garantir financiamentos especiais para as empresas brasileiras venderem mais produtos para outros países. Essas empresas também vão ter incentivos, como pagar menos imposto de renda.

MENOS IMPOSTOS

E por falar em imposto, você sabia que pagamos muito mais impostos que o resto do mundo? É o que chamamos de carga tributária, que anda pesada demais para o seu bolso.

No meu governo, vamos fazer uma reforma tributária justa, em que cada um pagará de acordo com suas posses.

JUSTIÇA SOCIAL

Eu também não vou esquecer dos graves problemas sociais do País. É um absurdo que milhões de pessoas vivam na pobreza e na miséria. É como se a riqueza do país fosse uma pizza, mas só algumas pessoas ficassem com a maior parte.

A melhor distribuição da renda será uma das prioridades do meu governo, com a criação de um imposto sobre as grandes fortunas e o aumento imediato do salário mínimo.

***** Qualquer semelhança com um político brasileiro em atividade terá sido mera coincidência**

CAMPANHA - CANDIDATO 4 ***

SEGURANÇA

Lugar de bandido é na cadeia! No meu governo, não vai ter choro nem vela. Vou colocar mais polícia na rua, construir novos presídios, combater o tráfico de drogas e insistir na prevenção dos crimes. Todo mundo vai poder andar tranquilo na rua, porque bandido vai ter medo de polícia.

PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE

Nossos recursos naturais são um tesouro precioso, que precisa ser protegido. Vou defender nossas fontes de água, ampliar o tratamento de esgotos e do lixo. As crianças também aprenderão a proteger a natureza com aulas de educação ambiental nas escolas. Quero ver nosso país cada vez mais verde.

TURISMO

Se o nosso país explorasse apenas uma pequena parte de seu enorme potencial turístico, muita gente não estaria sem emprego e passando fome.

Nossos lugares mais lindos não merecem o esquecimento. Vou incentivar a construção de hotéis e formação de guias, e promover o crescimento sustentável nas comunidades, para que a exploração do turismo não destrua a natureza.

INCENTIVO À INDÚSTRIA NACIONAL

Os governos anteriores acabaram com a nossa indústria, que não conseguiu competir com os produtos estrangeiros e anda sufocada com tantos impostos.

Farei de tudo para reerguer nosso parque industrial, estimulando a criação de novos pólos, investindo na modernização das empresas do governo e diminuindo os impostos sobre a indústria nacional!

***** Qualquer semelhança com um político brasileiro em atividade terá sido mera coincidência**

VOCÊ ELEGEU O CANDIDATO 1! Veja como foi seu "governo":

PONTOS PARA ELE!

- O Número 1 realmente construiu pontes, viadutos, túneis, asfaltou estradas. O trânsito melhorou muito, e a distribuição de produtos ficou mais ágil.
- Com uma equipe pequena, competente e bem-paga, o Número 1 conseguiu fazer uma administração eficiente: tocou obras e cumprindo prazos direitinho.
- Com incentivos fiscais para as empresas, que pagaram menos [impostos](#) e puderam investir mais, o candidato conseguiu aumentar o número de empregos.

QUE COISA FEIA!

- O aumento para o funcionalismo não passou de promessa de campanha, porque não havia dinheiro. Com funcionários insatisfeitos e pouco investimento, os serviços à população pioraram muito.
- Ele gastou o que não tinha para estar sempre na televisão mostrando suas obras.
- O Candidato 1 também "esqueceu" de dizer a verdade No papel, todas as obras feitas custaram o dobro da realidade. É o que chamamos de "superfaturamento".

E o que ele fez com o dinheiro a mais, que é do povo? Subornou um monte de gente, ou seja, pagou para que os envolvidos ficassem quietos. E colocou o resto do dinheiro em bancos estrangeiros, tirando recursos do nosso país. Com isso, também deixou uma dívida imensa para seu sucessor. Que papelão, hein, Número 1?

VOCÊ ELEGEU O CANDIDATO 2! Veja como foi seu "governo":

PONTOS PARA ELE!

- O Número 2 conseguiu melhorar a educação, o que é importantíssimo! Realmente investiu na formação de professores e na construção de escolas.

- Com a criação de financiamentos para pesquisas e bolsas de estudo, ele conseguiu apoiar o trabalho de cientistas e pesquisadores brasileiros, evitando a "fuga" para outros países.
- O Número 2 conseguiu abrir farmácias do governo, a preços populares, através de um acordo com os grandes laboratórios farmacêuticos.

QUE COISA FEIA!

- Apesar das boas intenções do Número 2, ele não conseguiu fazer alianças para governar. Por isso, não conseguiu apoio para aprovar suas propostas. Ninguém governa sozinho, e assim, ficou muito difícil cumprir suas promessas de campanha.
- O Número 2 também não se preocupou em investir na segurança, como prometeu. Os presídios ficaram superlotados, houve rebeliões, e a polícia, mal equipada e mal paga, teve dificuldade para fazer seu trabalho direitinho.
- Como não equilibrou as contas públicas, e gastou mais do que arrecadou com os [impostos](#), o Número 2 também não conseguiu aumentar os salários dos professores, nem construir e equipar os hospitais.

VOCÊ ELEGEU O CANDIDATO 3 - Veja como foi seu "governo":

PONTOS PARA ELE!

- O Número 3 tem carisma, capacidade de liderança e conseguiu fazer alianças em seu governo de forma eficiente. Assim, conquistou grande apoio para governar e tocar seus projetos adiante.
- Ele realmente beneficiou a indústria e as empresas com menos [impostos](#), e também criou linhas de crédito só para elas (dinheiro mais fácil). Assim, elas puderam crescer e criar mais empregos.
- O Número 3 também "abriu o cofrinho" e conseguiu financiamento para as empresas exportarem mais, trazendo bastante dinheiro para o país.

QUE COISA FEIA!

- O Número 3 zelou apenas por uma parte da sociedade, protegendo a indústria e o empresariado. Mas, para amenizar os [impostos](#) sobre eles, ele não diminuiu os [tributos](#) que todas as outras pessoas têm obrigação de pagar.
- Ninguém pode prometer aumento imediato do salário mínimo, sem explicar como vai fazer isso. Aumentar o salário significa aumentar o gasto com aposentadorias, pagamento de funcionários públicos, e muitas outras coisas. O Candidato 3 não aumentou a [arrecadação de impostos](#), não teve de onde tirar esse dinheiro e, é claro, não aumentou o salário mínimo.
- Com isso, a melhor distribuição de renda também ficou comprometida. Muita riqueza foi produzida no país, mas muito poucos foram beneficiados. A injustiça social não se resolve em um único mandato. Por isso, a questão social nunca pode ser deixada de lado.

VOCÊ ELEGEU O CANDIDATO 4 - Veja como foi seu "governo":

PONTOS PRA ELE!

- O Número 4 conseguiu aprovar leis para organizar a exploração e o impacto do homem na natureza. Por exemplo: mais tratamento para os esgotos, fiscalização de verdade para proteger os mananciais de [água](#), implantação de novas tecnologias para o problema do [lixo](#).
- Ele também conseguiu atrair muitos investimentos ([dinheiro](#)) para o turismo nacional. Hotéis e agências de viagens passaram a empregar mais gente.
- A indústria nacional também ficou feliz! Controlando os gastos públicos, o Número 4 teve mais dinheiro para modernizar as indústrias do governo e diminuir os [impostos](#) de algumas fábricas

QUE COISA FEIA!

- O Número 4 realmente colocou muitos policiais nas ruas , inibindo a ação de bandidos. Mas, em nome do combate ao crime, também fez com que muitas pessoas inocentes fossem incomodadas em revistas policiais violentas.
- Ele reagiu com violência a protestos legítimos contra seu governo, recusando-se a ouvir os apelos do povo que o elegeu. Atacou um direito muito importante: o da liberdade de expressão.
- O Número 4 também não viu o "outro lado" da criminalidade: a desigualdade social, e a violência diária que as pessoas honestas que moram nas favelas são obrigadas a enfrentar. Não adianta nada só encher a rua de polícia, sem oferecer uma vida melhor para as comunidades mais pobres.

ANEXO 3

Página principal

The screenshot shows the main page of the Canal Kids website, viewed in Microsoft Internet Explorer. The browser's address bar displays the URL <http://www.canalkids.com.br/portal/index.php>. The page features a central graphic with the text "Canal Kids" and the tagline "se você é kid, esse é o canal.". Surrounding this central text are several colorful boxes representing different content areas: "Cine Kids", "BOLETA", "M", "Reporte PUNHA", "CANAL Kids", "TUPA DO PIPE", "ENSINA BRASIL", "TV JORNAL", and "GURUS". There are also logos for "Edu Som Raqui", "HELL", "unicef", and "UNESCO". On the right side, there is a "Canal Kids CLUB" section with fields for "E-MAIL:" and "SENHA:", a "CADASTRE-SE" button, and a "Shopping Kids" logo. Below the "CADASTRE-SE" button, there is a "Calendário Kids 2006" section with the text "Participe e ganhe mochilas do CanalKids". At the bottom of the page, there is a copyright notice: "Todos os direitos reservados. All rights reserved. O conteúdo deste site não poderá ser copiado, reproduzido, distribuído ou exibido sem a prévia autorização da Canal Kids Show Entretenimentos."

Seção Canal Kids

The image shows a screenshot of the Canal Kids website as viewed in Microsoft Internet Explorer. The browser window title is "Portal Canal Kids ::: Se você é kids, esse é o canal - Microsoft Internet Explorer". The address bar shows the URL "http://www.canalkids.com.br/portal/canal/index.htm".

The website's navigation menu includes: Bolota, Cine Kids, Repórter Fuinha, TV Diversão, Multimídia, Turma do Pipe, Ensina Brasil, Guris Gurus, Kids, and Jogos. The main content area features a colorful, cartoonish illustration of a fairground or carnival. Key elements include:

- A banner for "Professor Olímpio" with a "NET" logo.
- A "NOVIDADES" section with a video link for "VÍDEO DE COMEMORAÇÃO DO GURIS GURUS".
- A "REPORTER FUINHA" section with a "Calendário Kidszone" and a prompt to "Participe e ganhe prêmios".
- A "Feira Livre" section.
- A central illustration with various characters and structures, including a hot air balloon, a Ferris wheel, a "LANCHES" stand, a "TURMA DO PIPE" sign, and a "KIDZONIA" sign.

The Windows taskbar at the bottom shows the "Iniciar" button, several open applications (Internet Explorer, Meus documentos, Microsoft Word), and the system tray with the time "18:52".