



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E
CULTURA CONTEMPORÂNEAS**

ALESSANDRA SILVA DE OLIVEIRA

**PARTICIPAÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA
PRODUÇÃO DE CONTEÚDO DO JORNAL *JOCA***

SALVADOR
2022

ALESSANDRA SILVA DE OLIVEIRA

**PARTICIPAÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA
PRODUÇÃO DE CONTEÚDO DO JORNAL *JOCA***

Trabalho apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (Pós-Com) da Universidade Federal da Bahia como requisito para obtenção do grau de mestra em Comunicação e Cultura Contemporâneas.

Orientadora: Prof. Dra. Suzana Barbosa

Salvador
2022

Dados internacionais de catalogação-na-publicação
(SIBI/UFBA/Biblioteca Universitária Reitor Macedo Costa)

Oliveira, Alessandra Silva de.

Participação de crianças e adolescentes na produção de conteúdo do jornal Joca / Alessandra Silva de Oliveira. - 2022.

239 f.: il.

Orientadora: Profa. Dra. Suzana Oliveira Barbosa.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2022.

1. Jornalismo. 2. Jornalismo - Linguagem. 3. Jornalismo cidadão. 4. Jovens na comunicação de massa. 5. Comunicação de massa e jovens. 6. Joca (Jornal eletrônico). I. Barbosa, Suzana Oliveira. II. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. III. Título.

CDD - 070.4

CDU - 070.489



Ata da sessão pública do Colegiado do PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEA (POSCOM), realizada em 25/03/2022 para procedimento de defesa da Dissertação de MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS, área de concentração Comunicação e Cultura Contemporâneas, da candidata ALESSANDRA SILVA DE OLIVEIRA, de matrícula 2019102386, intitulada Participação de crianças e adolescentes na produção de conteúdo do Jornal Joca. Às 14:00 do citado dia, por Videoconferência, foi aberta a sessão pela presidente da banca examinadora, Prof^ª. Dra. SUZANA OLIVEIRA BARBOSA, que apresentou os outros membros da banca: Prof^ª. Dra. LIVIA DE SOUZA VIEIRA e Prof^ª. Dra. JULIANA DORETTO. Em seguida foram esclarecidos os procedimentos pela presidente, que passou a palavra à examinada para apresentação do trabalho de Mestrado. Ao final da apresentação, passou-se à arguição por parte da banca, a qual, em seguida, reuniu-se para a elaboração do parecer. No seu retorno, foi lido o parecer final a respeito do trabalho apresentado pela candidata, tendo a banca examinadora aprovado o trabalho apresentado, sendo esta aprovação um requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre. Em seguida, nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão pela presidente da banca, tendo sido, logo a seguir, lavrada a presente ata, abaixo assinada por todos os membros da banca.

Dra. JULIANA DORETTO, PUC-CAMPINAS

Examinadora Externa à Instituição

Dra. LIVIA DE SOUZA VIEIRA, UFBA

Examinadora Interna

Dra. SUZANA OLIVEIRA BARBOSA, UFBA

Presidente

ALESSANDRA SILVA DE OLIVEIRA

Mestrando(a)

AGRADECIMENTOS

A feitura desta dissertação foi, sem dúvidas, o maior desafio profissional que já enfrentei. Devo a finalização deste trabalho à força e ao carinho que uma série de pessoas depositaram em mim nessa trajetória.

Em primeiro lugar, agradeço à minha família — Mainha, Painho, Nina, Dêdê, Gude, Thales e Betty — que é meu norte e meu chão em todas as minhas escolhas.

Aos meus amigos Matheus, Tiago, Mallu, Milena, Maianna, Hilza e Gess pela escuta e por acreditarem em mim quando eu mais duvidei, com honras especiais a João, que dividiu comigo os percalços deste caminho desde o início, e a Vitinho por reiterar inúmeras vezes que eu poderia fazer tudo que eu quisesse, “até ser presidente”.

Ao meu namorado Bruno por ter amparado meus choros, discutido comigo os rumos deste trabalho e por ter me dado todo o incentivo e suporte necessários nos últimos momentos de pesquisa, quando tudo parecia mais confuso e difícil.

À minha orientadora Suzana Barbosa por ter acolhido minhas dificuldades em tempos incomuns e pela paciência e zelo de sempre.

Aos meus colegas do grupo de pesquisa GJOL pelas discussões, conselhos e olhares sensíveis e atentos que dedicaram ao meu trabalho.

A toda a equipe do *Joca* pela disponibilidade e dedicação com que atenderam aos meus pedidos de dados e entrevistas e por fazerem o trabalho que fazem para as crianças e adolescentes brasileiros.

Aos demais participantes dos questionários e das entrevistas, em especial aos leitores do *Joca*, que me cederam cordialmente suas agendas e suas histórias.

Por fim, agrago à universidade pública, aos professores e todos os demais servidores do PósCom e à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (Fapesb) por me possibilitarem fazer uma pesquisa acadêmica no contexto sociopolítico que vivemos.

RESUMO

Esta dissertação tem o objetivo de fazer uma análise exploratória da participação de crianças e adolescentes em contextos jornalísticos profissionais por meio do estudo de caso do *Joca* — marca ligada à editora *Magia de Ler* que produz produtos multiplataforma para essa faixa etária — de modo a compreender as dinâmicas de interação no jornalismo contemporâneo. Entendemos como participação de leitores qualquer ação dos últimos que ajude na produção de conteúdo de uma mídia institucionalizada. Para mapear o funcionamento desse processo, realizamos a análise documental de cinco produtos periódicos do *Joca* publicados entre fevereiro de 2020 e janeiro de 2021; fizemos entrevistas com a fundadora e a equipe de jornalismo do veículo; realizamos entrevistas e aplicamos questionários com os demais atores envolvidos no processo de participação, a saber: crianças e adolescentes, seus pais/responsáveis e educadores que usam o material na sala de aula. Nossos achados lançam luz sobre a participação do leitor sob uma perspectiva multiplataforma, mostrando que a participação de leitores é estrutural no *Joca*, sendo incentivada institucionalmente e praticada em todas as etapas de produção de conteúdo, incorporando formas antigas e novas de participação. Através da descrição detalhada de como esse processo ocorre no *Joca*, apontamos continuidades em relação a outras iniciativas do gênero, particularidades da participação infantojuvenil e abrimos caminhos de investigação para estudos futuros.

Palavras-chave: jornalismo infantojuvenil, jornalismo participativo, jornalismo convergente, jornalismo multiplataforma, *Joca*

ABSTRACT

This dissertation aims to make an exploratory analysis about the participation of children and teenagers in professional journalistic contexts through the case study of *Joca* — a brand linked to the *Magia de Ler* publishing house that produces multiplatform products for this age group. We understand reader participation as any action by the audience that helps in the production of content for an institutionalized media. To map the functioning of this process, we carried out a documentary analysis of five periodical *Joca* products published between February 2020 and January 2021; we conducted interviews with the vehicle's founder and journalism team; we conducted interviews and applied questionnaires with the other actors involved in the participation process, namely: children and adolescents, their parents/guardians and educators who use the material in the classroom. Our findings shed light on reader participation from a cross-platform perspective, showing that reader participation is structural in *Joca*, being institutionally encouraged and practiced at all stages of content production, incorporating old and new forms of participation. Through the detailed description of how this process occurs at *Joca*, we point out continuities in relation to other initiatives of the genre, particularities of children's participation and open avenues of investigation for future studies.

Keywords: children's journalism, participatory journalism, convergent journalism, multiplatform journalism *Joca*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Variantes da "dark participation"	28
Figura 2 - Print de Termo de Aceite dos questionários online	71
Figura 3 - Autorização para jovens no questionário para pais/responsáveis	71
Figura 4 - Print de pergunta para entrevista individual dos questionários online para jovens ..	72
Figura 5 - Espaço de comentários no portal web do Joca	90
Figura 6 - Resposta de Felipe Sali para sugestão de pauta nos comentários	93
Figura 7 - Motivos de contato na página "Fale com a redação"	93
Figura 8 - Postagem do Joca no Instagram sobre formas de participação dos leitores.....	94
Figura 9 - Dois de quatro comentários destacados na home do portal web do Joca no dia 26 de outubro de 2021.....	95
Figura 10 - Diálogo entre crianças em comentários no portal do Joca	96
Figura 11 - Comentário de usuário no portal web do Joca com e-mail escolar.....	96
Figura 12 - Capa da edição 145 do jornal Joca	98
Figura 13 - Nome de leitor como propositor de pauta na edição 157.....	100
Figura 14 - Seção Repórter Mirim da edição 153 do jornal Joca	102
Figura 15 - Resenha cultural assinada por leitora na edição 156 do jornal Joca	102
Figura 16 - Matéria da seção Ciência e Tecnologia com aspas infantojuvenis na edição 157 do jornal Joca	105
Figura 17 - Seção Em Pauta sobre coronavírus na edição 147 do jornal Joca	106
Figura 18 - Matéria da seção Mundo da edição 148 do jornal Joca	107
Figura 19 - Matéria em seção Ciência e Tecnologia da edição 143 do Joca	109
Figura 20 - Correspondente internacional na página 5 da edição 155 do jornal Joca	109
Figura 21 - Seção Carta dos Leitores com diferentes assinaturas na edição 158 do jornal Joca	110
Figura 22 - Seções Canal Aberto e "O que você faria se..." na edição 159 do jornal Joca	112
Figura 23 - Editores Mirins da edição 142 do Joca	114
Figura 24 - Página "Espaço dos Leitores" no portal do Joca	117
Figura 25 - Mais Lidas do portal web do Joca no dia 26 de outubro de 2021	120

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Formas de participação mapeadas por Hermida (2011)	33
Quadro 2 - Iniciativas de jornalismo infantojuvenil no Brasil em 2021	62
Quadro 3 - Protocolo de dados da dissertação.....	66
Quadro 4 - Amostras dos produtos do Joca analisadas na dissertação	68
Quadro 5 - Informações sobre entrevistas com a equipe do Joca.....	73
Quadro 6 - Escolas cujos professores responderam ao questionário.....	75
Quadro 7 - Informações dos educadores entrevistados.....	76
Quadro 8 - Informações sobre entrevistas com jovens e pais/responsáveis	79
Quadro 9 - Cargos e profissionais da equipe do Joca	83
Quadro 10 - Produtos periódicos do Joca	84
Quadro 11 - Resposta de participantes infantojuvenis à pergunta sobre participação do questionário	88

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Ano em que os professores que responderam ao questionário conheceram o Joca	75
Gráfico 2 - Séries em que os professores que responderam ao questionário lecionam	76
Gráfico 3 - Disciplinas que os professores que responderam ao questionário lecionam	76
Gráfico 4 - Localidade dos participantes infantojuvenis que responderam ao questionário online.....	78
Gráfico 5 - Gestão da escola onde estudam os participantes infantojuvenis que responderam ao questionário online	78
Gráfico 6 - Idade dos participantes infantojuvenis que responderam ao questionário online ..	79
Gráfico 7 - Quantidade de crianças/adolescentes entrevistados por seção do jornal	105
Gráfico 8 - Quantidade de crianças/adolescentes entrevistados por edição da seção Em Pauta	106
Gráfico 9 - Quantidade de participantes distribuídos por forma de participação em cada episódio do Revisteen	121
Gráfico 10 - Quantidade de jovens participantes do Papo Joca por episódio	124
Gráfico 11 - Quantidade de episódios em que duas formas de participação ocorrem no Papo Joca.....	125

SUMÁRIO

<u>INTRODUÇÃO</u>	12
<u>OBJETIVOS</u>	13
<u>JUSTIFICATIVA</u>	13
<u>ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO</u>	15
<u>1. PARTICIPAÇÃO DE LEITORES NO JORNALISMO PARA ADULTOS</u>	17
1.1 DEFINIÇÃO DE “JORNALISMO PARTICIPATIVO”	17
1.2 A AMPLIAÇÃO DO CAMPO JORNALÍSTICO	21
1.3 DO OTIMISMO À PARTICIPAÇÃO MAIS REALISTA	26
1.4 UM NOVO OBJETO EMPÍRICO	33
<u>2. PARTICIPAÇÃO NO JORNALISMO INFANTOJUVENIL</u>	35
2.1 DE QUAL JORNALISMO E DE QUAL PÚBLICO ESTAMOS FALANDO?	35
2.2 OS DIREITOS À INFORMAÇÃO E À PARTICIPAÇÃO MIDIÁTICA	36
2.3 AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUEREM PARTICIPAR DA MÍDIA?	40
<u>2.4.1 DO EMBRIÃO AOS SUPLEMENTOS EM JORNAIS</u>	<u>44</u>
<u>2.4.2 SUPLEMENTOS E JORNAIS</u>	<u>47</u>
<u>2.4.3 REVISTAS</u>	<u>52</u>
<u>2.4.4 JORNAIS IMPRESSO E PORTAIS ONLINE: O COMBO ATUAL</u>	<u>57</u>
<u>2.4.5 OUTRAS MÍDIAS</u>	<u>60</u>
2.5 PANORAMA ATUAL DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO INFANTOJUVENIS NO BRASIL	61
<u>3. METODOLOGIA</u>	64
3.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	64
3.2 DELINEAMENTO DA PESQUISA	64
3.3 COLETA DE DADOS	66
<u>3.3.1 PRODUTOS COMO FONTE DE DADOS</u>	<u>68</u>
<u>3.3.2 PREPARAÇÃO DE QUESTIONÁRIOS E ENTREVISTAS</u>	<u>69</u>
<u>3.3.3 APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIOS E REALIZAÇÃO DE ENTREVISTAS</u>	<u>73</u>
3.4 ANÁLISE DE DADOS	80
3.5 COMPOSIÇÃO E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	80
<u>4. A PARTICIPAÇÃO COMO ELEMENTO ESTRUTURAL NO JOCA</u>	80
4.1 A PARTICIPAÇÃO PELO VIÉS INSTITUCIONAL	80
<u>4.1.1 BREVE HISTÓRIA DO JOCA</u>	<u>80</u>

4.1.2 A “PARTICIPAÇÃO INTELIGENTE”	85
4.2 ACESSO/OBSERVAÇÃO	92
4.3 INTERPRETAÇÃO	94
4.4 JORNAL IMPRESSO	98
4.4.1 SELEÇÃO/FILTRAGEM	99
4.4.2 PROCESSAMENTO/EDIÇÃO	100
4.4.2.1 Processamento	101
4.4.2.2 Edição	113
4.4.3 DIVULGAÇÃO	115
4.5 PORTAL WEB	115
4.5.1 SELEÇÃO/FILTRAGEM	116
4.5.2 PROCESSAMENTO/EDIÇÃO	117
4.5.3 DIVULGAÇÃO	119
4.6 REVISTEEN CBN JOCA	120
4.6.1 SELEÇÃO/FILTRAGEM	120
4.6.2 PROCESSAMENTO/EDIÇÃO	121
4.6.3 DIVULGAÇÃO	123
4.7 PAPO JOCA	123
4.7.1 SELEÇÃO/FILTRAGEM	123
4.7.2 PROCESSAMENTO/EDIÇÃO	123
4.7.3 DIVULGAÇÃO	125
4.8 JOQUICES	125
4.8.1 SELEÇÃO/FILTRAGEM	126
4.8.2 PROCESSAMENTO/EDIÇÃO	126
4.8.3 DIVULGAÇÃO	127
5. DISCUSSÃO DO CASO JOCA	128
5.1 VIÉS INSTITUCIONAL	128
5.2 A PARTICIPAÇÃO NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	130
5.2.1 ACESSO/OBSERVAÇÃO	131
5.2.2 SELEÇÃO/FILTRAGEM	131
5.2.3 PROCESSAMENTO/EDIÇÃO	132
5.2.4 DIVULGAÇÃO	135
5.2.5 INTERPRETAÇÃO	135
5.3 PAPEL DE ATORES CIRCUNDANTES	136
5.3.1 ESCOLAS E EDUCADORES	136
5.3.2 PAIS/RESPONSÁVEIS	138
CONCLUSÕES	139
REFERÊNCIAS	146
APÊNDICES	154

APÊNDICE A. PRINT DA PÁGINA INICIAL DO QUESTIONÁRIO ONLINE PARA CRIANÇAS E JOVENS	155
APÊNDICE B. QUESTIONÁRIO COMPLETO PARA CRIANÇAS E JOVENS EM VERSÃO PARA IMPRESSÃO	155
APÊNDICE C. ROTEIRO DO VÍDEO DE APRESENTAÇÃO DO QUESTIONÁRIO PARA LEITORES	160
APÊNDICE D. APRESENTAÇÃO EM SLIDES DO QUESTIONÁRIO PARA LEITORES	161
APÊNDICE E. PRINT DA PÁGINA INICIAL DO QUESTIONÁRIO ONLINE PARA EDUCADORES	164
APÊNDICE F. QUESTIONÁRIO COMPLETO PARA EDUCADORES EM VERSÃO PARA IMPRESSÃO	165
APÊNDICE G. PRINT DA PÁGINA INICIAL DO QUESTIONÁRIO ONLINE PARA PAIS/RESPONSÁVEIS	169
APÊNDICE H. QUESTIONÁRIO COMPLETO PARA PAIS/RESPONSÁVEIS EM VERSÃO PARA IMPRESSÃO	170
APÊNDICE I. VERSÃO PARA IMPRESSÃO DO TERMO DE CONSENTIMENTO PARA EDUCADORES E PAIS/RESPONSÁVEIS	173
APÊNDICE J. TRANSCRIÇÃO NA ÍNTEGRA DA ENTREVISTA COM A FUNDADORA DO JORNAL JOCA, STÉPHANIE HABRICH E A EDITORA-CHEFE DO JOCA, MARIA CAROLINA CRISTIANINI	175
APÊNDICE K. TRANSCRIÇÃO NA ÍNTEGRA DA ENTREVISTA COM O EDITOR DE CONTEÚDO DO <i>JOCA</i>, FELIPE SALI	185
APÊNDICE L. TRANSCRIÇÃO NA ÍNTEGRA DA ENTREVISTA COM A JORNALISTA DO <i>JOCA</i>, HELENA RINALDI	190
APÊNDICE M. TRANSCRIÇÃO NA ÍNTEGRA DA ENTREVISTA COM A EDITORA-CHEFE DO JORNAL <i>JOCA</i>, MARIA CAROLINA CRISTIANINI	198
APÊNDICE N. TRANSCRIÇÃO EDITADA DA ENTREVISTA COM A PROFESSORA MARCELA SARAMELA	212
APÊNDICE O. TRANSCRIÇÃO EDITADA DA ENTREVISTA COM A JORNALISTA E PROFESSORA PAULA TAKADA	214
APÊNDICE P. TRANSCRIÇÃO EDITADA DA ENTREVISTA COM A PROFESSORA PATRÍCIA ALVES	216
APÊNDICE Q. TRANSCRIÇÃO EDITADA DA ENTREVISTA COM O PROFESSOR OTAVIO FILHO	218
APÊNDICE R. TRANSCRIÇÃO EDITADA DA ENTREVISTA COM A PROFESSORA TELMA LIBERTI	220
APÊNDICE S. TRANSCRIÇÃO EDITADA DA ENTREVISTA COM A LEITORA ROSÂNGELA, 11 ANOS, E SUA MÃE, ROSA	224
APÊNDICE T. TRANSCRIÇÃO EDITADA DA ENTREVISTA COM OS IRMÃOS LEITORES ISABEL, DE 7 ANOS, E DANIEL, DE 7 ANOS, ACOMPANHADOS DA MÃE, RENATA, E DO PAI, RICARDO	228
APÊNDICE U. TRANSCRIÇÃO EDITADA DA ENTREVISTA COM A LEITORA CIBELE, DE 13 ANOS E COM SUA MADRASTA, CARLA.	235

INTRODUÇÃO

A participação de leitores em veículos jornalísticos acontece, em variados graus e formas, desde que há imprensa (HERMIDA, 2011). Com a popularização da internet a partir da década de 1990 (e uma sequência de fenômenos decorrentes), as possibilidades de contribuição de não-jornalistas nessas mídias foram potencializadas e diversificadas.

A ruptura causada por esses fenômenos ampliou o campo jornalístico definitivamente. Atores que antes cumpriam o papel de leitores de produtos midiáticos passam a ser, eles mesmos, produtores. Hoje, por mais que um veículo de comunicação tente se fechar à participação externa, ele está em um contexto de produções coletivas e novas formas de tratamento e difusão de informações que lhes atravessam.

Nesses mais de vinte anos de mudança da prática jornalística, pesquisas acadêmicas sobre “jornalismo participativo” e conceitos semelhantes nasceram e se consolidaram. Nessa tradição, porém, veículos de comunicação infantojuvenis não têm sido considerados como objetos empíricos, ainda que haja indícios de que jornalismo participativo tem grande potencial em publicações de nicho (ARAGÃO, 2012, HERMIDA, 2011; MORETZSOHN, 2006).

As tradições de pesquisa sobre jornalismo infantojuvenil, por sua vez, não têm tomado a participação de leitores como seu principal objeto teórico de investigação, à exceção de alguns autores que fazem esforço nesse sentido (BUCKHINGHAM, 2007; CORREIA, 2013; FERREIRA, 2007a; GOLIN, 2018; DORETTO, 2015).

A fim de trazer uma nova abordagem, pelo público, às pesquisas de jornalismo participativo e um objeto teórico pouco aprofundado (a participação de leitores) às pesquisas de jornalismo infantojuvenil, faremos um Estudo de Caso (YIN, 2001) exploratório sobre a participação de crianças e adolescentes em veículos de comunicação infantojuvenis.

Entendemos aqui participação de leitores como: **ação do público que impacte na produção de conteúdo em contextos jornalísticos profissionais multiplataforma.**

Como objeto empírico, adotamos o *Joca* — à época da sua criação, em novembro de 2011, único no Brasil em seu formato de jornal impresso inteiramente dedicado às crianças e adolescentes — por acreditar que, dentre as iniciativas brasileiras, ela é a mais promissora para identificação e descrição de processos diversos de colaboração da audiência, distribuídos em seus produtos multiplataforma.

OBJETIVOS

Geral

Analisar, de forma exploratória, como acontece a participação de crianças e adolescentes na produção de conteúdo em contextos jornalísticos profissionais através do caso único *Joca* de modo a compreender as dinâmicas de interação no jornalismo contemporâneo.

Específicos

- Investigar o posicionamento institucional do *Joca* em relação à participação de leitores através da leitura de decisões estratégicas do negócio (missão, valores e linha editorial) e da realização de entrevistas com a equipe profissional;
- Mapear as diferentes formas de participação das crianças e adolescentes nas cinco etapas de produção de conteúdo (HERMIDA, 2011) dos produtos *Joca* em que eles são o público-alvo através da análise documental e realização de entrevistas;
- Identificar o papel das pessoas que convivem com as crianças e os adolescentes (pais/responsáveis, educadores e amigos/colegas) no processo das suas participações através da realização de entrevistas, aplicação de questionários e análise documental.

JUSTIFICATIVA

O interesse pelo tema do jornalismo infantojuvenil começou em 2016 durante estágio realizado pela pesquisadora em *A Tardinha* — página semanal direcionada a crianças do jornal soteropolitano *A Tarde*, que foi descontinuada em novembro de 2019. Da prática, o interesse se converteu em pesquisa aplicada realizada durante Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da pesquisadora, intitulado “Sabiá: protótipo de aplicativo de notícias para crianças”¹ e defendido em 2018.

Apesar de não ser o foco inicial do TCC, durante a análise de produtos similares², “constatamos a repetição de antigos problemas relativos à produção de jornalismo

¹ Disponível em <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/26870>>. Acesso em 11 de novembro de 2020.

² Os seis aplicativos similares identificados na pesquisa, que continham conteúdos atuais para crianças, foram: o brasileiro *GutenNews*, os franceses *Le Progrès des Enfants* e *Dimoitou News*, o estadunidense *News-O-Matic*, o indiano *Kids Age* e o neozelandês *Kiwi Kids News*.

infantil, como baixa participação e pouca representação das crianças nas matérias” (OLIVEIRA, 2018, p. 62).

Para amenizar esse déficit, em nosso protótipo, foram elaboradas três funcionalidades específicas para as crianças influenciarem diretamente na tomada de decisões editoriais, a exemplo do *Tema da Semana*, uma enquete semanal fixa na plataforma, onde todos os usuários votariam na pauta da matéria especial da semana seguinte, de modo que não houvesse intervenção adulta na escolha. Além disso, foram propostas funções interativas, como a criação de uma rede social dentro do aplicativo para troca de sugestões de leitura entre usuários cadastrados.

A exemplo dessas funcionalidades, a preocupação constante com o ponto de vista da criança acabou sendo uma das maiores contribuições do trabalho. As proposições apresentadas, porém, foram feitas com base em análise não sistemática dos similares e uma revisão bibliográfica simples, visto que o objetivo principal à época era a produção do protótipo, contendo memorial teórico e de descrição do produto.

A presente dissertação é, assim, uma tentativa de aprofundarmos a observação e análise da participação de crianças e adolescentes em veículos de comunicação infantojuvenis, entendendo como se dá esse processo de forma mais detalhada.

Com esse enfoque, faremos avançar esse tema de estudo, percorrido por alguns pesquisadores (BUCKHINGHAM, 2007; CORREIA, 2013; FERREIRA, 2007a; GOLIN, 2018; DORETTO, 2015), mas que ainda é reduzido nos trabalhos que analisam a relação entre as crianças e os adolescentes com as mídias, conforme aponta revisão sistemática de Joana Fillol e Sara Pereira (2020).

Por conta do baixo volume de pesquisas sobre jornalismo infantojuvenil que tem a participação de leitores como seu foco principal, buscamos o conhecimento acumulado nos estudos sobre jornalismo participativo para adultos. Como essa tradição de pesquisa não costuma considerar organizações noticiosas para jovens como objetos empíricos, acreditamos que esta dissertação promove um duplo avançar de conhecimento.

Com a definição do objeto de investigação nos moldes adotados aqui, nosso estudo fica inserido em um local entre tradições do campo jornalístico até então pouco explorado. Nesse sentido, nos alinhamos ao Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-Line (GJOL), do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom), da Universidade Federal da Bahia (UFBA), que, desde sua criação, se dedica à busca por continuidades e rupturas do processo noticioso na sua interseção com tecnologias digitais.

Da sua produção científica, também podemos nos valer da extensa gama de estudos que abordam diversas facetas participativas do jornalismo (MOHERDAUI, 2005; MUNHOZ, 2005; HOLANDA, 2007; BRITO, 2010; ARAGÃO, 2012; TEIXEIRA, 2014; ALMEIDA, 2014; HERRERA, 2022). Ao mesmo tempo, agregamos uma nova vertente de pesquisa ao relacionar esta abordagem com o público infantil.

Por fim, é preciso dizer que o acesso à informação e a possibilidade de expressão são direitos das crianças e adolescentes previstos na Convenção sobre os Direitos da Criança, ratificada pela Organizações das Nações Unidas (ONU) em 1989, e no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) desde 1990. Dessa forma, este trabalho também é um meio de reafirmar esses direitos e ajudar na inclusão desse público em espaços sociais de discussão e poder, dos quais ele costuma ser continuamente excluído.

ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Esta dissertação está dividida em cinco capítulos, além da introdução e da conclusão.

No primeiro, definimos nosso objeto — participação de leitores na produção de conteúdo em contextos jornalísticos profissionais — a partir das discussões teóricas sobre jornalismo participativo. Depois mostramos como a internet ampliou o campo jornalístico e alguns dos debates sobre a colaboração da audiência após essa mudança, desde o seu otimismo inicial até as abordagens mais realistas. Por fim, apontamos veículos de comunicação infantojuvenis como ricos objetos empíricos para esta tradição de pesquisa, que já deu indícios de ser mais efetiva nas produções noticiosas de nicho.

No capítulo 2, falamos do acesso à informação e à participação midiática como direitos das crianças e adolescentes e trazemos algumas evidências sobre o interesse desse grupo em se apoderar desses direitos. Depois trazemos um levantamento das formas pelas quais os veículos de comunicação infantojuvenis têm praticado a participação de leitores. Por fim, mostramos como ela acontece no panorama atual de iniciativas brasileiras e como, dentre elas, escolhemos o objeto empírico deste trabalho, o *Joca*.

No capítulo 3, traçamos o percurso metodológico adotado neste estudo com base no passo a passo de Estudo de Caso descrito por Robert K. Yin, a saber: definição do problema; delineamento da pesquisa; coleta de dados; análise de dados; composição; e apresentação dos resultados.

No capítulo 4, descrevemos nosso objeto empírico de acordo com as informações coletadas nas fontes de dados. Organizamos o capítulo com base nas etapas de produção de notícias [aqui generalizado para conteúdo] descritas por Alfred Hermida (2011) — acesso/observação; seleção/filtragem; processamento/edição; distribuição; interpretação — em cada um dos produtos periódicos do *Joca* produzidos de fevereiro de 2020 a janeiro de 2021. As etapas comuns a todos os produtos são discutidas juntas. As que contêm questões específicas são discutidas separadamente.

No capítulo 5, fazemos a discussão do caso com base no que foi exposto nos capítulos 1 e 2, na análise descritiva do *Joca* feita no capítulo 4 e nas respostas de participantes aos questionários e entrevistas. A discussão está separada em três seções principais que equivalem aos objetivos específicos da nossa pesquisa.

1. PARTICIPAÇÃO DE LEITORES NO JORNALISMO PARA ADULTOS

Para pensar a participação de leitores em veículos de comunicação, encontramos insumos nas pesquisas sobre jornalismo participativo. Como o termo ainda se confunde com outros do campo da comunicação, definimos nosso objeto já na primeira seção deste capítulo. Depois mostramos como a internet ampliou o campo jornalístico ao gerar um novo ecossistema comunicacional, uma consequência da popularização dos *blogs*, da produção coletiva de conteúdo e das redes sociais.

Na seção seguinte, trazemos alguns debates dos estudos sobre jornalismo participativo, desde o seu otimismo inicial até as abordagens mais realistas, onde há indícios de que a colaboração de leitores pode ser mais efetiva em produções de nicho. Para este cenário, propomos um novo objeto empírico: veículos de comunicação infantojuvenis.

1.1 DEFINIÇÃO DE “JORNALISMO PARTICIPATIVO”

A possibilidade de leitores participarem, em algum nível, da produção de notícias existe desde que há imprensa. No século XVIII, na Inglaterra, os jornais regularmente deixavam espaços em branco no final da terceira página para que leitores colocassem quaisquer comentários e em toda a quarta página para que ela pudesse ser enviada como carta comum a qualquer pessoa. Há, por exemplo, uma cópia do jornal *The Evening General-Post* na Universidade de Oxford, no Reino Unido, que inclui uma longa carta escrita à mão no espaço não impresso da página 3 (HERMIDA, 2011, p. 13). Nesse caso, a contribuição do leitor se dava após a publicação do produto finalizado e em um espaço separado dos demais textos.

A disponibilidade de partes em branco desapareceu com a profissionalização do jornalismo, quando o conteúdo passou a ser feito por indivíduos específicos, os jornalistas, que seguiam parâmetros de produção específicos. A partir daí, tornou-se comum a participação restrita à publicação de cartas dos leitores (geralmente opiniões sobre notícias anteriormente publicadas ou artigos), que eram selecionadas por editores e publicadas em um espaço dedicado a elas no impresso. Com isso, a contribuição externa à redação passou a compor o produto (jornal), mas ainda em um espaço separado dos demais textos.

No impresso, o conteúdo autoral de leitores também podia (e pode) se fazer presente através de iniciativas pontuais, como concursos de escrita, ou em produtos inteiramente criados para isso. É o caso da *Revista do Leitor*, criada em 1997 pelo jornal *Folha de S.Paulo*, onde os conteúdos eram assinados por pessoas de fora da redação (MOHERDAUI, 2005).

Na década de 1980, cresce o apelo à aproximação com o público em um movimento encabeçado por periódicos estadunidenses no fim do século XX, que ficou conhecido como “jornalismo público” (ABBOTT, 2017; NIP, 2006).

Os proponentes desse movimento acreditavam que o declínio do número de leitores de notícias que os jornais enfrentavam poderia ser resolvido se os cidadãos fossem engajados na vida pública. Por isso, o jornalismo deveria ajudar a fortalecer a democracia perseguindo três objetivos: a) conectar-se à comunidade; b) engajar os indivíduos como cidadãos; c) auxiliar a deliberação pública na busca de soluções (NIP, 2006, p. 213).

Um dos primeiros jornais a experimentar o que mais tarde veio a ser chamado de jornalismo público foi o *Wichita Eagle*, da cidade de Wichita, Estados Unidos (NIP, 2006, p. 212). Nip se refere ao projeto *Your Vote Counts*, criado para mudar o tipo de cobertura eleitoral feita pelo jornal em 1990, segundo relata o então editor-chefe do periódico, Steven A. Smith (1991).

A mudança foi a seguinte: ao invés de reforçar as disputas entre os partidos, o *Wichita Eagle* abordou nas entrevistas com os candidatos os assuntos elencados pelos cidadãos da cidade como os mais importantes e informados ao jornal através de pesquisa. Dessa forma, o público pôde interferir diretamente na escolha das pautas das conversas e, por consequência, das publicações impressas sobre as campanhas³.

Nessas iniciativas de jornalismo público, o jornal ia atrás dos leitores para que eles contribuíssem com a fase de discussão de pautas, que eram posteriormente filtradas e transformadas pelos jornalistas em notícia.

É com a chegada da rádio e da TV, em meados do século XX, que torna-se possível a contribuição do público ao vivo. Na rádio, por exemplo, o ouvinte pode fornecer informações sobre acidentes de trânsito, além de poder ligar para o estúdio e interagir

³ Durante as sete semanas que antecederam à eleição, duas páginas eram publicadas no jornal de domingo dando destaque às pautas de interesse do público junto com: uma breve explicação sobre elas, sua importância e a posição inicial e subsequentes de cada um dos candidatos. Além disso, outras ações fizeram parte do projeto, como a transcrição e impressão de debates presenciais de candidatos e conferências de imprensa e uma série de colunas do período que explicavam o direito ao voto e incentivavam as pessoas a se registrarem e votarem.

com os apresentadores. Na TV, telejornais podem fomentar a participação em segunda tela, que se dá quando o telespectador consegue interagir com o conteúdo televisionado. Essa interação pode ser a votação em enquetes ou a postagem de um comentário sobre as pautas em tempo real.

Mas o grande impulsionamento e ampliação da participação do público no jornalismo se deu com a criação e popularização da internet, dos dispositivos eletrônicos como computadores, *smarthphones*, câmeras fotográficas, interfaces com melhor navegabilidade e o acesso à banda larga (ARAGÃO, 2012; AVILÉS, SALAVERRÍA, MASIP, 2008; DOMINGO et al., 2007). Agora pessoas fora das redações podiam contribuir em todas as etapas da produção de notícias.

Segundo a revisão sistemática de literatura feita em 2019 por Katherine M. Engelke (2019, p. 35), o número de estudos empíricos de língua inglesa sobre jornalismo participativo tem um aumento significativo no início dos anos 2000, que coincide com a expansão de sites e portais noticiosos. Dos 372 trabalhos⁴ que compõem amostra da revisão, que abrange de 1997 a 2017, 23% foram publicados entre 2008 e 2012; e 74% entre 2013 e 2017, com um pico de 67 trabalhos em 2015.

Em revisão sobre trabalhos publicados em anais da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Martins e Sousa (2021) observaram um esforço das pesquisas de 2000 a 2009 em analisar casos de jornalismo participativo. Essa ênfase permaneceu no período de 2010 a 2019.

O debate sobre o tema apresenta pontos de tensionamento, a começar pela sua denominação. Para designar a produção de notícias que contam com diferentes formas de participação do público foram criados vários termos, como: “jornalismo cidadão”, “jornalismo cívico”, “jornalismo interativo”, “Conteúdo Gerado pelo Usuário (CPU)”, “jornalismo conversacional”, “jornalismo em rede”, e “jornalismo de fonte aberta”. Às vezes tratados como sinônimos, os termos (e as práticas sobre as quais se referem), guardam semelhanças entre si, mas também particularidades. Por conta dessa mistura, acabamos por nos referir de diversos modos ao mesmo fenômeno durante este capítulo, pois mantemos a forma escolhida pelos pesquisadores dos estudos referenciados.

Dentre eles, os que mais geram confusão são “jornalismo cívico”, “jornalismo público” e “jornalismo participativo”. O “jornalismo cívico” está ligado à produção de notícias feitas por pessoas não treinadas em jornalismo sem a ajuda de profissionais,

⁴ A pesquisa, apesar de ter foco no jornalismo participativo online, também considerou os estudos que focavam empiricamente no offline em adição à participação online, o que representou 8% da amostra final.

enquanto os outros dois tipos se referem à colaboração de pessoas externas à redação sob a orientação e as delimitações profissionais (ABBOTT, 2017; BORGER, 2016; BORGER et al, 2013; NIP, 2006).

O “jornalismo público” se refere ao movimento que começou na década de 1980 nos EUA, como citamos anteriormente, e está intrinsicamente ligado às “estratégias e práticas de reportagem específicas que os repórteres podem usar para alcançar o objetivo democrático do jornalismo público de empoderar e permitir que os cidadãos se envolvam em assuntos cívicos” (ABBOTT, 2017, p. 4)⁵, ainda que os cidadãos não participem, necessariamente, da produção de notícias em si.

Em revisão de literatura feita por Borger et al. (2013), 40% dos estudos analisados consideraram esse tipo como o precursor do “jornalismo participativo”. O último seria uma forma renovada de alcançar os objetivos democráticos fundadores do primeiro, mas com foco maior nas questões jornalísticas do que democráticas, como as possibilidades de interação advindas da internet, as diferentes formas de colaboração e como isso modifica o trabalho do jornalista e sua relação com os leitores.

Em revisão de Katherine M. Engelke sobre jornalismo participativo online, a autora diz que esse termo delinea a “participação do público no processo profissional de produção de notícias” (ENGELKE, 2019, p. 32)⁶.

Essa definição é muito mais abrangente e menos otimista do que as usadas nas primeiras pesquisas sobre o tema. Em 2003, Bowman e Willis definiram “jornalismo participativo” como “o ato de um cidadão, ou grupo de cidadãos, desempenhar um papel ativo no processo de coleta, reportagem, análise e divulgação de notícias e informações. A intenção desta participação é fornecer informações independentes, confiáveis, precisas, abrangentes e relevantes que uma democracia exige”⁷ (2003, p. 9).

Oito anos depois, no clássico livro *Participatory Journalism* (2011), de Singer et. al., Alfred Hermida usa “jornalismo participativo” para definir as “contribuições de cidadãos comuns para coletar, selecionar, publicar, distribuir, comentar e discutir publicamente as

⁵ Tradução livre para “specific reporting strategies and practices reporters could use to achieve public journalism’s democratic goal of empowering and enabling citizens to engage civic affairs”. Assim como esta, todas as demais traduções deste trabalho são da autora.

⁶ Tradução livre para “audience participation in the professional news production process”.

⁷ Tradução livre para “The act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires”.

notícias contidas em um produto de mídia institucional” (HERMIDA, 2011 p. 15)⁸. Aqui a contribuição de pessoas de fora da redação ainda é prevista em todas as etapas de produção de notícias, mas não necessariamente em um “papel ativo” e nem necessariamente como fonte de “informações independentes, confiáveis, precisas, abrangentes e relevantes”.

Em 2016, as definições adotadas por alguns pesquisadores já se aproximavam mais da usada por Engelke (2019) na recente revisão de literatura. É o caso de Merel Borger, que define “jornalismo participativo” como “participação⁹ do público no contexto das organizações jornalísticas profissionais” (BORGER, 2016, p. 87). Um dos motivos que levou Borger a essa demarcação foi uma revisão de literatura feita três anos antes (BORGER et. al, 2013), onde dois terços dos artigos associavam jornalismo participativo ao ato do público participar de organizações profissionais de notícias.

Nesta dissertação usaremos como definição da participação de leitores: **ação do público que impacte na produção de conteúdo em contextos jornalísticos profissionais multiplataforma**. Nosso objetivo é abarcar também outros tipos de conteúdo que não sejam jornalísticos, desde que feitos em contextos profissionais de jornalismo. Ou seja, feitos por uma equipe de profissionais da área de comunicação, que sigam processos de produção definidos em algum veículo. Essa definição abrangente permite a análise de um conteúdo multimídia que circule e seja publicado em plataformas digitais ou impressas (online e offline, portanto) de organizações convergentes, além de ser providencial para estudos exploratórios como este.

1.2 A AMPLIAÇÃO DO CAMPO JORNALÍSTICO

Bowman e Willis (2003), ao tentarem reconstruir a ascensão do “*we media*”, termo que usam para se referir à participação de não-jornalistas na produção de notícias em livro homônimo, apontam como acontecimentos marcantes e potencializadores desse fenômeno o ataque às Torres Gêmeas (2001) e a Guerra do Iraque (2003).

⁸ Tradução livre para “ordinary citizens’ contributions to gathering, selecting, publishing, distributing, commenting on and publicly discussing the news that is contained within an institutional media product”.

⁹ “Participação” para Borger (2016) segue a estrutura analítica de Shao (2008) da mídia gerada pelo usuário, que se concentra em atos jornalísticos participativos de “produção” em vez de “participação”. A noção de “produção” de Shao envolve a criação e produção do próprio conteúdo, enquanto a “participação” compreende atos como classificação e compartilhamento. Embora adote essa noção, Borger se refere a tais atos em termos de “participação”, “participante” e “participantes” visto que essas e outras palavras derivadas do verbo “participar”, ao seu ver, se encaixam mais naturalmente no uso da linguagem comum.

De acordo com o Pew Internet Project, os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001 geraram o maior tráfego para sites de notícias tradicionais na história da web. Muitos sites de notícias grandes cederam à imensa demanda e às pessoas recorreram ao e-mail, weblogs e fóruns “como canais para informações, comentários e ações relacionadas aos eventos de 11 de setembro”. A resposta na Internet deu origem a uma nova proliferação do “jornalismo faça você mesmo”. Tudo, desde relatos de testemunhas oculares e galerias de fotos até comentários e narrativas pessoais, surgiu para ajudar as pessoas a compreenderem coletivamente a confusão, a raiva e a perda sentidas após a tragédia (p. 7 e 8)¹⁰.

A disponibilização de informação por cidadãos na internet também teve papel fundamental na cobertura de um terremoto na Indonésia em 2004.

Horas após o terremoto, sites já publicavam listas de desaparecidos — o que facilitou a localização de muita gente —, e blogs pessoais já mostravam fotos e relatos que davam uma dimensão mais precisa da tragédia, antecipando-se a jornalistas de vários países que só chegaram nos outros dias. Depois, vieram os vídeos — quase todos amadores e muitos deles disponíveis na Internet. Essas imagens causaram um volume inédito de doações, congestionando o acesso a sites de entidades humanitárias (INTERNET, 2005).

Além dos depoimentos em primeira pessoa, chama a atenção a força que as fotografias e os vídeos amadores exerceram nas primeiras iniciativas de integração de conteúdo não-profissional ao jornalismo, com muitos portais *web* abrindo espaço para o envio desse tipo de material. O jornal *O Estado de S. Paulo*, por exemplo, criou o projeto *Foto Repórter*, em que os leitores podiam ter suas imagens publicadas nas páginas do periódico. Um diferencial dessa iniciativa em relação às similares era a possibilidade de remuneração dos autores através da comercialização desses registros pela agência do *Grupo Estado*, dono do *O Estado de S. Paulo* (MUNHOZ, 2005).

Ainda sobre a recuperação histórica do jornalismo participativo, Bowman e Willis (2003) citam outro grande marco dessa tendência: a popularização dos blogs. Esse é um entendimento compartilhado com grande parte dos pesquisadores que se dedicaram ao tema da colaboração de leitores nas notícias.

¹⁰ Tradução livre de “According to the Pew Internet Project, the terrorist attacks of Sept. 11, 2001, generated the most traffic to traditional news sites in the history of the Web. Many large news sites buckled under the immense demand and people turned to e-mail, weblogs and forums “as conduits for information, commentary, and action related to 9/11 events”. The response on the Internet gave rise to a new proliferation of “do-it-yourself journalism.” Everything from eyewitness accounts and photo galleries to commentary and personal storytelling emerged to help people collectively grasp the confusion, anger and loss felt in the wake of the tragedy”.

Aragão (2012, p. 21), elenca os **blogs** como os “primeiros exemplos de uma nova forma de produzir, veicular e difundir informações”. Esse tipo de site introduziu a possibilidade de agilizar a publicação de uma informação, como vimos nas coberturas do ataque às Torres Gêmeas (2001) e do terremoto indonésio (2004), e a cultura dos espaços para comentários junto aos textos.

Os comentários, que se tornaram uma das formas de participação mais oferecidas pelos veículos de comunicação online (HERMIDA, 2011), possibilitam a diversificação dos espaços de debate e a ampliação do escopo do material noticioso original, com acréscimo, correção e/ou questionamento de informações (TRASEL, 2007). Além disso, têm potencial para aumentar a resolução semântica, que ocorre quando se obtém uma notícia mais detalhada, mais rica e mais objetiva (FIDALGO, 2007), e a interação entre usuários, que podem voltar para ver suas mensagens e as demais, além de respondê-las (PRIMO; RECUERO, 2003).

Depois dos blogs, Aragão (2012) fala das **produções coletivas** de conteúdo online, surgidas no início dos anos 2000, que compuseram um novo momento de apropriação e utilização da rede. Com elas, a internet deixava de ter um caráter de consumo e acesso a informações em páginas de conteúdo estático.

É o caso da enciclopédia colaborativa *Wikipédia*¹¹, onde todo texto publicado pode ser escrito e reeditado por qualquer colaborador online. No âmbito jornalístico, temos o exemplo emblemático do jornal online sul-coreano *Oh My News*¹², onde qualquer pessoa podia se cadastrar e enviar um texto noticioso autoral.

Após a produção coletiva, a próxima mudança significativa surge com as **redes sociais**, espaços voltados para propiciar a troca de informações entre indivíduos, que possibilitam a publicação de conteúdo autoral. As redes sociais potencializam as características do blog de publicação e filtragem pessoal e coletiva de informações, fazendo-as circular com mais rapidez e para mais pessoas.

Ainda que não possam controlar literalmente os “portões” de publicação dos veículos de comunicação e escolher o que vira notícia de fato — ação historicamente desempenhada pelo *gatekeeper* com base em critérios de noticiabilidade e de interesse público — quaisquer pessoas agora passam a influenciar os conteúdos que ganham destaque dentre a enxurrada de notícias e informações disponíveis online.

¹¹ Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:P%C3%A1gina_principal>. Último acesso em 26 de dezembro de 2021.

¹² Disponível em: <<http://www.ohmynews.com/>>. Último acesso em 26 de dezembro de 2021.

No livro *Gatewatching: Collaborative Online News Production* (2005), Axel Bruns chama essa nova função exercida pelos usuários de “gatewatching”. Segundo o autor, os próprios jornalistas empregam práticas parecidas com essa ao escolher quais notícias comprar em agências nacionais e internacionais, por exemplo,

mas ao fazer a transição de alguns poucos jornalistas selecionados com acesso privilegiado a fontes-chave para um esforço generalizado de compartilhamento envolvendo uma multidão de usuários com interesses diversos, uma gama muito mais ampla de tópicos pode ser abordada e um número muito maior de histórias potencialmente interessantes pode ser destacada (BRUNS, 2011, p. 122)¹³.

Com a conjugação dos fatores supracitados (popularização dos blogs, da produção coletiva de conteúdo e das redes sociais) é gerado um “**novo ecossistema comunicacional**” ou “nova onda de comunicação”,

que não está marcada apenas pela produção e disponibilização de conteúdo na rede, mas consegue estender a indivíduos comuns todo o processo informativo, da seleção e publicação de conteúdo (desde os blogs) à filtragem e edição dos mesmos (em sistemas de comunicação colaborativa) ao esquema de circulação e à forma de consumo de informações (que se torna mais personalizado com o processo de referenciação presente nas redes sociais) (ARAGÃO, 2012, p. 41).

Essa cultura da mídia participativa “contrasta com noções mais antigas de espectador passivo” (JENKINS, 2006, p. 3)¹⁴. As comunidades online consomem, discutem e ampliam histórias contadas pela mídia, além de produzir o seu próprio conteúdo e postá-lo em espaços próprios na rede.

O surgimento desse novo ecossistema, por sua vez, acarreta a **ampliação do campo jornalístico**. Quem antes era considerado leitor passa a poder interferir no processo produtivo e até realizar por inteiro distintas etapas do mesmo (ARAGÃO, 2012, p. 48).

Em diálogo constante com os usuários e com a cooptação da sua colaboração, os jornalistas podem entender melhor suas reais necessidades e ampliar a diversidade de vozes presentes no debate público. Heinonen (2011) diz que usuários ativos funcionam como um complemento a outras formas de monitoramento da audiência e suas preferências, ao lado das pesquisas de público e análises de mercado. As informações

¹³ Tradução para “but by transitioning from a select few journalists with privileged access to key sources to a widespread crowdsourcing effort involving a multitude of users with diverse interests, a much broader range of topics can be addressed, and a much larger number of potentially newsworthy stories can be highlighted”.

¹⁴ Tradução para “contrasts with older notions of passive media spectatorship. Rather than talking about media producers and consumers occupying separate roles, we might now see them as participants who interact with each other”.

podem ser obtidas tanto na observação e troca de um por um, nas conversas por e-mail ou caixa de comentários, quanto na observação de comportamentos do coletivo através do ranqueamento das notícias mais lidas e outras estatísticas dinâmicas.

Ao trazer o leitor para dentro do processo de notícias, o jornalismo também revalida os limites da sua atividade profissional e reforça sua condição de universo autônomo e especializado para o público, que passa a conhecer melhor seu funcionamento e sua função social.

Barichello e Carvalho (2008) defendem que os espaços colaborativos do tipo “leitor-repórter” e “repórter-cidadão”, em que não-jornalistas produzem e enviam à redação partes ou conteúdos inteiros a serem publicados por veículos, são recursos do próprio campo para se legitimar.

Em geral, ao contrário de a abertura representar alguma ameaça à legitimidade do campo, acaba por ser mais uma estratégia de reforço de sua importância. Ao aproximar o leitor de seu universo de construção, convoca-o a uma espécie de renovação de contratos de leitura. (BARICHELO; CARVALHO, 2008, p. 96)¹⁵.

A autorreferencialidade já foi usada por jornais em outros momentos históricos. Em meados do século XX, funcionou como um discurso para se diferenciar do campo literário e criar a identidade de um grupo profissional, um fazer e uma textualidade, que se modernizava e industrializava (JÁCOME, 2014).

No atual ecossistema comunicacional (ARAGÃO, 2012), “[...] a disputa pela semantização do real é complexificada pela presença de outros agentes midiáticos, por outras formas de produção, interação e circulação de informações” (JÁCOME, 2014, p. 60) e a autorreferencialidade ajuda os veículos jornalísticos a manter o controle sobre o relato dos fatos do cotidiano e esclarecer quem é ou não é jornalista.

Nesse contexto, até mesmo veículos com produtos offline são interpelados pelo fenômeno da participação de leitores — considerado, em seus diferentes níveis e formas, como característico do jornalismo. Em sua tese sobre Jornalismo Digital em Bases de Dados (JDBD), Barbosa (2007) cita a consolidação mais efetiva do “jornalismo colaborativo” como parte do jornalismo digital de quarta geração. O material produzido por usuários (comentários, textos, fotos, vídeos etc.) seria constitutivo de três

¹⁵ O “contrato de leitura” ao qual as autoras se referem diz respeito ao conceito usado pelo pesquisador Fausto Neto, entendido como ‘prática enunciativa’, através da qual o jornal (ou outros tipos de mídias), enquanto sujeito, põe-se em contato com o seu leitorado.

propriedades do JDBD: interacionamento/hiperlinkagem, densidade informativa e diversidade temática.

Além disso, ainda que produzam produtos offline, o modo de produção das organizações perpassa ou se ancora totalmente no online sob o fenômeno da convergência, estudado na comunicação desde a década de 1970, mas que ganha fôlego pós tecnologia digital na década de 1990. Para além do viés tecnológico, a cultura contemporânea passa a ser em si a da convergência (JENKINS, 2008).

Pensada no contexto jornalístico, se refere, para além da confluência tecnológica, à integração sistêmica e gradativa de modos de comunicação tradicionalmente separados que atinge empresas, tecnologias, profissionais e públicos em todas as fases de produção, distribuição e consumo de conteúdo, promovendo uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens (AVILÉS, SALAVERRÍA, MASIP, 2008). As mídias móveis são os novos agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em diferentes plataformas (BARBOSA, 2013).

Domingo et. al.. (2007) propõe quatro dimensões que sintetizam os diferentes significados atribuídos ao conceito. A primeira é a **produção integrada**, em que rotinas de produção para diferentes meios se interpõem. A segunda, **profissionais polivalentes**, se refere à demanda de profissionais de comunicação saberem produzir conteúdo para as especificidade de mais de um meio, dominando diferentes áreas temáticas ou técnicas.

A terceira é **entrega multiplataforma**, em que há a disseminação de conteúdo produzido por uma mesma marca em diferentes plataformas, aumentando a chance de as organizações atingirem novos públicos. Por fim, o **público ativo** diz respeito à possibilidade de os leitores terem mais controle sobre o conteúdo que desejam consumir, bem como a forma e o tempo de fazê-lo.

1.3 DO OTIMISMO À PARTICIPAÇÃO MAIS REALISTA

O otimismo marcou parte das pesquisas iniciais sobre jornalismo participativo. É o caso de Bowman e Willis, para quem a diferença entre o jornalismo tradicional e o participativo estaria somente na estrutura e organização que os produz.

A mídia tradicional é criada por organizações hierárquicas criadas para o comércio. Seus modelos de negócios são focados em broadcast e publicidade. Eles valorizam o fluxo de trabalho editorial rigoroso, lucratividade e integridade. **O jornalismo participativo é criado por comunidades em rede**

que valorizam a conversa, a colaboração e o igualitarismo acima da lucratividade (BOWMAN; WILLIS, p. 12, grifo nosso)¹⁶.

Visões como essa logo foram sendo confrontadas por abordagens mais pessimistas e equilibradas. Em *O mito libertário do “jornalismo cidadão”*, a brasileira Sylvia Moretzsohn faz uma crítica direta ao trabalho de Bowman e Willis (2003). “Todo o argumento se desenvolve com base na oposição entre o poder imperial, exclusivista, elitista e arrogante dos jornalistas – ou das empresas jornalísticas – e as audiências, o público difuso; a questão, portanto, em momento algum é o enfrentamento do capital” (MORETZSOHN, 2006, p. 66), fazendo parecer que as forças em jogo dos discursos online são equivalentes e não reproduzem as relações de poder que estão na sociedade.

Para Moretzsohn, nem toda informação publicada online produzirá efeitos.

Tudo depende das forças políticas interessadas na sua divulgação ou abafamento. Também aqui o processo de “mimetismo midiático” funciona, em outro ambiente, mas sob as mesmas regras. Assim, os acenos das empresas de comunicação ao “repórter cidadão” têm inapelavelmente esse sentido mistificador de sugerir que o “povo” fala, embora não edite. Além disso, representam uma econômica alternativa para obter matéria-prima a partir de uma mão-de-obra informal, que ao mesmo tempo se comove com a súbita valorização e retribui com sua audiência fiel (Ibidem, p. 80).

A autora reforça o papel do jornalismo enquanto mediador socialmente reconhecido, com acesso a fontes e informações não disponíveis à sociedade em geral, e da função do jornalista enquanto profissional, que precisa: dominar procedimentos específicos; ser capaz de discernir e averiguar de maneira mais objetiva a veracidade e efetividade de informações através da apuração/checagem profissional; e dedicar seu tempo de trabalho.

Por conta disso, pessoas não-jornalistas podem, simplesmente, não querer ou não ter tempo para auxiliar na produção de notícias, pois precisam ganhar a vida em suas respectivas profissões. Em uma conclusão similar, a pesquisa de Anders Olof Larsson (2011) sobre recursos interativos em sites de jornais suecos apontou para níveis bastante baixos de uso e valorização dos mesmos por parte dos leitores, apesar da sua oferta.

Pesquisas posteriores vão mostrar, ainda, que nem toda participação é positiva. Quandt (2018, p. 40) chama de “dark participation” (“participação sombria” em tradução livre)

¹⁶ Tradução livre para “Traditional media are created by hierarchical organizations that are built for commerce. Their business models are broadcast and advertising focused. They value rigorous editorial workflow, profitability and integrity. Participatory journalism is created by networked communities that value conversation, collaboration and egalitarianism over profitability”.

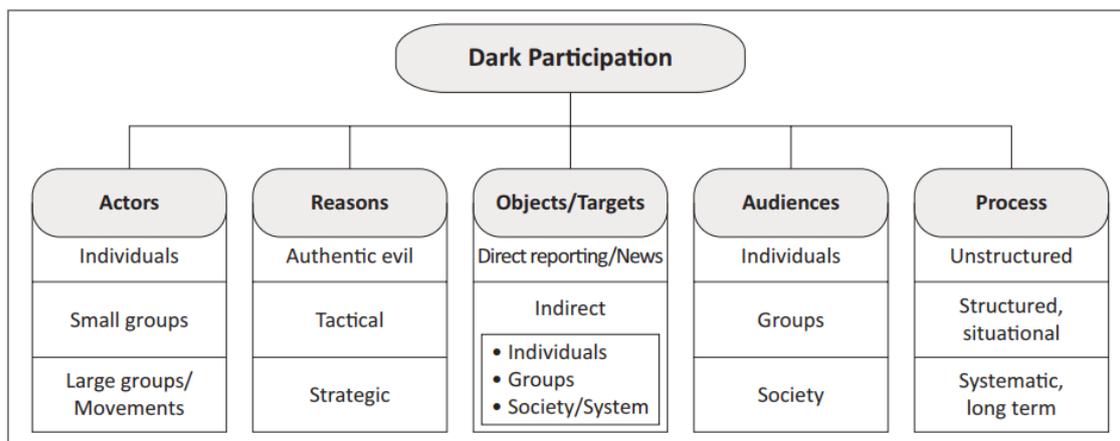
as contribuições de cidadãos que são negativas, egoístas, odiosas, com potencial de promover dano à reputação jornalística ou desinformação em larga escala.

Algumas dessas contribuições são velhas conhecidas do jornalismo, como a infiltração de informações falsas ou com interesses não declarados se passando por fontes confiáveis ou inocentes. Outras são específicas das publicações online, a exemplo das seções de comentários, consideradas por Quandt como alvo central da *dark participation*.

Há razões para isso; as seções de comentários são um bom objeto de manipulação e ódio porque basicamente oferecem um grande público já estabelecido e grande “de graça” para agitadores estratégicos e trolls. O ambiente também tem a bênção de uma fonte de notícias estabelecida; ou seja, os participantes sombrios se beneficiam da marca de mídia e do ambiente que ela oferece (QUANDT, 2018, p. 41)¹⁷.

Em uma tentativa de caracterizar melhor a participação sombria, o pesquisador alemão dissecou suas variantes, diferenciando suas dimensões principais, a saber: (a) atores, (b) motivos e razões, (c) objetos/alvos, (d) público(s) pretendido(s), e (e) processos/ações.

Figura 1 - Variantes da "dark participation"



Fonte: Quandt (2018)

Nessa caracterização, atores individuais costumam ter motivações e comportamentos odiosos motivados por questões pessoais, que fazem parte da sua história de vida, e direcionam sua negatividade a produtos midiáticos específicos de forma não estruturada. Pessoas com esse comportamento, porém, podem passar a integrar pequenos grupos que

¹⁷ Tradução livre para “There are reasons for this; the comment sections are a good object of manipulation and hate because they basically offer an already established, large audience “for free” for strategic agitators and trolls. The environment also has the blessing of an established news source; that is, dark participators benefit from the media brand and the environment it offers”.

agem de forma mais tática com objetivo de atingir desde outros indivíduos até a sociedade como um todo. Ação parecida é feita por grupos maiores. Nesse caso, os ataques são estratégicos, a longo prazo e com audiência pretendida mais ampla.

Não é difícil reconhecer as contribuições negativas descritas no trabalho de Quandt (2018). Basta dar uma rápida olhada em qualquer seção de comentários de grandes portais de notícias ou abaixo de publicações de jornais nas redes sociais para ler mensagens odiosas. Já em 2004, na supracitada cobertura de um terremoto indonésio, o *UOL Notícias* descreve o que seria a “face má da Internet”: “Houve pessoas que mandaram e-mails falsos solicitando doações para entidades inexistentes, e o governo da Suécia evitou publicar uma lista de desaparecidos na Ásia com medo de que suas casas fossem roubadas” (INTERNET, 2005).

Ao apresentar o conceito de participação sombria, Quandt critica as pesquisas que se debruçam sobre o tema. “[...] Parte da atual onda de pesquisas sobre discurso de ódio em comentários de usuários, manipulação do Twitter ou propaganda online falha consistentemente em oferecer uma referência sobre a relevância desses casos em relação ao fluxo geral de informações” (QUANDT, 2018, p. 44)¹⁸. Para ele, as pesquisas sobre jornalismo participativo precisam de equilíbrio entre as visões otimistas e pessimistas. Ou, como disse Palacios (2010), precisam ser mais realistas.

Estudos empíricos sobre o tema têm mostrado, desde o início do século XXI, que muitas dessas práticas de colaboração do público não alcançam todas as suas potencialidades. Foi o que concluiu, por exemplo, Paulo Munhoz (2005) em relação à inserção de fotografias de cidadãos em veículos brasileiros e Luciana Moherdauí (2005) sobre os conteúdos gerados por usuários em portais *web* de notícias.

Dos 134 assinantes do portal *A Tarde Online*, Salvador (BA), em 2005, apenas quatro afirmaram produzir algum conteúdo para o veículo. No nacional *Último Segundo*, de 1.573 respondentes, 111 participavam da produção (MOHERDAUI, 2005).

Em 2008, em uma análise sobre os fóruns de discussão de rádios portuguesas, Filipa Pereira chega à conclusão de que estes espaços são usados pelos ouvintes para “defender as suas ideias e destes debates pode resultar a construção de identidades culturais, aproximando públicos diferentes mesmo que não se desenvolva uma opinião comum” (PEREIRA, 2008, p. 62). Ou seja, os fóruns funcionariam mais como um meio de

¹⁸ Tradução livre para “Some of the current wave of research on hate speech in user comments, Twitter manipulation, or online propaganda consistently fails to offer a benchmark on how relevant these cases are in relation to the overall information flow”.

interlocução entre ouvintes do que fontes de informação para os jornalistas. As informações compartilhadas pelos participantes nesses espaços, geralmente, já haviam sido tratadas pelos veículos de comunicação.

Hermida (2011) chega a uma conclusão parecida sobre a participação de leitores no webjornalismo. Os jornalistas entrevistados por ele “viam o sentimento de pertencimento do usuário gerado pelas comunidades online como um benefício não apenas para o público, mas também para suas próprias organizações de notícias, para quem essas comunidades servem como uma forma de atrair e reter usuários” (p. 30)¹⁹.

A maioria das oportunidades para os usuários contribuírem veio no final do processo, com a possibilidade de comentar ou discutir o conteúdo que os jornalistas profissionais já haviam produzido e publicado. Os jornalistas mantinham o controle sobre quase tudo que vinha primeiro, incluindo as tarefas de identificar, coletar, filtrar, produzir e distribuir notícias. Somente depois que esses processos foram essencialmente concluídos, o público foi convidado a oferecer sua interpretação do resultado, principalmente por meio de comentários (Ibidem, p. 27)²⁰.

De todos os artigos que estudaram o impacto do jornalismo participativo na relação entre jornalistas e leitores na revisão de literatura de Engelke (2019) (N = 121), o poder sobre a produção de notícias foi mais frequentemente visto como sendo dos jornalistas (51%) nos estudos que adotavam a perspectiva dos profissionais, de forma similar ao que ocorreu no estudo de Hermida, e visto como compartilhado (42%) em estudos que adotavam a perspectiva somente da audiência ou dos dois atores.

Essa diferença pode ser explicada “pelo fato de que o público pode ter apenas pouco entendimento do processo profissional de produção de notícias e, portanto, desconhecer todos os lugares em que os jornalistas (podem e fazem) limitar o impacto da participação do público” (ENGELKE, 2019, 39)²¹.

Nos jornais analisados por Hermida havia a indicação de que eles estavam adotando uma abordagem mais sistêmica de colaboração do público por meio de sites hiperlocais.

¹⁹ Tradução livre para ““viewed the sense of user belonging generated from online communities as a benefit not only to audiences but also to their own news organizations, for whom such communities serve as a way to both attract and retain users”

²⁰ Tradução livre para “Most opportunities for users to contribute came at the end of the process, with the ability to comment on or otherwise discuss content that the professional journalists had already produced and published. Journalists retained control over nearly everything that came first, including the tasks of identifying, gathering, filtering, producing and distributing news. Only after those processes were essentially completed were audiences invited to offer their interpretation of the result, primarily through comments”.

²¹ Tradução livre para “by the fact that the audience may have only little understanding of the professional news production process and therefore be unaware of all the places journalists (can and do) limit the impact of audience participation”.

Já Rodrigo Aragão (2012) observou que a maioria do Conteúdo Produzido por Usuários presente nos 31 veículos impressos brasileiros (de uma amostra de 80) que recebiam e/ou publicavam esse tipo de conteúdo nos seus sites era sobre acontecimentos locais, denúncias populares e registros de problemas urbanos.

Para o pesquisador, o espaço para CPU “contribui para a ampliação da agenda do veículo e para a mudança de atitude em relação a algumas pautas localizadas e ligadas a temas urbanos e comunitários” (ARAGÃO, 2012, p. 169). A participação da audiência, porém, se restringia à sugestão de pauta, com pouca influência sobre o processo de seleção, edição e publicação de notícias e quase nenhuma troca com os jornalistas.

Os conteúdos de leitores que chegavam a ser publicados, ficavam restritos a páginas específicas para eles dentro dos sites, separados daqueles produzidos pela redação. “Assim também, a presença de conteúdo aleatório ou pessoal, de baixo ou nenhum valor jornalístico, reforçou a ideia de que há por trás da abertura à participação a proposta de se atender a uma demanda do público por se sentir representado em lugar de se propor, efetivamente, um espaço conjunto de construção de notícias” (Ibidem., p. 166).

Apesar de não ser assumida por todos os entrevistados, **a percepção de uma aproximação que busca criar o pertencimento e a fidelização do leitor fica evidente. No entanto, o esforço para a criação de laços fortes não existe, assim como não há a preocupação com a manutenção de uma comunidade forte** que, organizada, exista de maneira independente à realização de uma função (Ibidem., p. 170, grifo nosso).

Palacios (2010) também encontrou pouco aproveitamento sistemático da participação de leitores e separação do CPU nos jornais online *Estadão* (São Paulo), *Correio Brasiliense* (Brasília), *O Globo* (Rio de Janeiro) e *A Tarde* (Bahia). Já os comentários em matérias foram raramente respondidos e sofriam moderação pela redação. Em *chats* e fóruns, houve mais trocas, mas, ainda assim, foi a redação quem decidiu os tópicos do debate e exerceu moderação.

A incorporação de comentários – mesmo quando em forma de solilóquio – pode ser eficaz como estratégia de manutenção de audiência, **pois os leitores que enviaram comentários podem retornar à página relevante para verificar se seus comentários foram incluídos, e se seus comentários podem ter recebido alguma resposta.** “Ter uma voz” – mesmo com relativamente pouca ou nenhuma ressonância – pode fornecer alguma forma de “gratificação” e reforçar um sentimento de identificação com o jornal em

questão, bem como com seus leitores (PALACIOS, 2010, p. 283, grifo nosso)²².

A publicação de CPU faria o público retornar aos produtos, “servindo como uma forma de 'imprensa de vaidade' da qual podem se orgulhar, e por meio do qual podem atingir um senso de realização pessoal” (Ibidem., p. 284)²³. Já a criação de comunidades possibilitaria a interação entre usuários, produzindo um 'sentimento de pertencimento' à 'comunidade' do jornal e, logo, agindo como motivação adicional para retornar ao site.

Orientada de Palacios, a pesquisadora Alix Herrera (2022) estudou as assinaturas de portais jornalísticos, uma espécie de modelo mais atual de comunidades de leitores, e identificou a reciprocidade entre público e jornalista como a chave de manutenção dessa relação, reforçando o viés mais dialógico desse mecanismo. Alguns exemplos de ações que permeiam esse acordo são: publicação de cartas, reuniões online, o contato direto do editor com a audiência e transmissões ao vivo com integrantes da redação. A expectativa por reciprocidade foi encontrada também na pesquisa de Borger (2016), que conversou com leitores quaisquer de jornalismo participativo e não somente assinantes.

Esses estudos “mais realistas” da participação escancaram as dificuldades de haver uma colaboração sistemática entre jornalistas e leitores na prática, mas também apontam que o jornalismo de nicho, geográfico (hiperlocais, por exemplo) ou de público (pela formação de comunidades e tendência a trocas discursivas entre usuários), pode ser o caminho para uma realização mais plena (ou diversa) do jornalismo participativo.

Deuze (2001) já apontava que o jornalismo participativo poderia funcionar em publicações de nichos específicos. Moretzsohn (2006, p. 69) ao comentar esse palpite, é mais enfática: “Talvez fosse o caso de substituir o advérbio e dizer que esse tipo de jornalismo seria viável apenas nessas condições, que supõem um equilíbrio na qualificação de quem participa desse fórum e implicam um alcance limitado”.

²² Tradução livre para “By contrast, the incorporation of comments – even when they are in the form of a soliloquy – may be effective as an audience maintenance strategy, as those readers who have submitted comments might return to the relevant webpage to check whether their comments have been included, and whether their comments might have received any responses. To ‘have a voice’ – even one with relatively little or no resonance — might supply some form of 'gratification' and reinforce a sense of identification with the newspaper concerned, as well as with its readership”.

²³ Tradução livre para “serving as a form of ‘vanity press’ in which they can take pride, and by means of which they can attain a personal sense of achievement”.

1.4 UM NOVO OBJETO EMPÍRICO

Levando em consideração esses achados e a potência da colaboração de leitores no jornalismo de nicho, o objeto empírico escolhido para esta dissertação foi um veículo de comunicação infantojuvenil. Apesar do rico histórico de interação com leitores, como veremos no próximo capítulo, iniciativas noticiosas para esse público não são alvo de pesquisadores com tradição nos estudos de jornalismo participativo.

Para pensar esse novo objeto, escolhemos a análise exploratória, usando a definição de participação de leitores como **ação do público que impacte na produção de conteúdo em contextos jornalísticos profissionais multiplataforma**. Para descrever e analisar as diferentes ações encontradas, ou formas de participação, usamos as divisões do processo de produção de notícias feita por Hermida (2011), aqui ampliado para conteúdo, a saber:

- **Acesso/observação:** estágio inicial de coleta de informações em que o material de origem para uma história é gerado.
- **Seleção/filtragem:** etapa do *gatekeeping*, quando são tomadas as decisões sobre o que deve ou não ser publicado.
- **Processamento/edição:** momento em que os textos são criados, incluindo sua apuração, redação e edição.
- **Distribuição:** fase em que um conteúdo é divulgado, disponibilizado para leitura e, potencialmente, para discussão.
- **Interpretação:** quando, após a publicação, um texto é aberto para comentários e discussões.

Hermida (2011) exemplifica formas de participação para cada uma das etapas a partir de experiências internacionais de jornalismo participativo.

Quadro 1 - Formas de participação mapeadas por Hermida (2011)

Etapa de produção	Forma de participação	Observação de Hermida (2011)
Acesso/observação	Envio de pauta, texto ou material audiovisual, geralmente, por e-mail ou formulário de contato no site.	Foi destacado a necessidade do incentivo. ““Você realmente tem que convidar as pessoas ativamente para enviar em fotos. Você tem que colocar uma mensagem no site que diga ‘por favor, envie-nos suas

		fotos’, porque as pessoas não farão isso automaticamente’, disse o editor online do De Standaard (Bélgica)” (p. 19) ²⁴
Seleção/filtragem	Escolha de pautas em páginas/projetos específicos para conteúdo de leitores, abrigadas em endereços diferentes dos sites noticiosos.	Foi a etapa com menos interferência do público.
Processamento/edição	Publicação de CPU, geralmente, em uma seção separada do site, com vários formatos misturados. Vencedores de concursos para envio de CPU ganhavam prêmios.	CPU sofriam rígidos controles editoriais, na maioria das vezes se limitando a tópicos de estilo de vida, como viagens e cultura.
Distribuição	Através da leitura de determinados links, o usuário influencia no ranking de textos mais lidos, geralmente listados na <i>home</i> dos sites. Os usuários também podem compartilhar links copiando e colando ou diretamente nas redes sociais.	Novamente houve reticência em entregar muita decisão na mão dos usuários. “Acho importante fornecer um ‘pacote’ de notícias escolhido pela redação profissional, um pacote que diga ‘foi o que aconteceu hoje’ (p. 23), disse editor do <i>Het Nieuwsblad</i> (Bélgica).
Interpretação	Enquetes, espaço para comentários e fóruns.	Foi a etapa mais difundida dentre os veículos analisados. Os jornalistas entrevistados encaram os comentários como espaço para perceber interesses e preocupações do público e menos como local para extração de informações potencialmente noticiosas.

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados de Hermida (2011)

Com base na divisão de etapas de produção de conteúdo elaborada por Hermida, faremos a exploração das formas de participação disponíveis em um veículo de comunicação infantojuvenil. O modo como essas contribuições acontecem estão sempre em mutação (ENGELKE, 2019) e são moldadas também pelo *ethos* da redação, que varia de lugar para lugar (HERMIDA, 2011, p. 31).

Antes dessa exploração, mostramos no próximo capítulo como as discussões em torno do tema são feitas nos estudos de jornalismo infantojuvenil.

²⁴ Tradução livre para “You really have to invite people actively to send in pictures. You have to put a message on the site that says ‘please send us your photos,’ because people will not do it automatically” said the online editor at De Standaard (Belgium)”.

2. PARTICIPAÇÃO NO JORNALISMO INFANTOJUVENIL

Neste capítulo, começamos definindo algumas categorias operacionais do trabalho, delimitando o que entendemos por “jornalismo infantojuvenil”, “crianças” e “adolescentes”. Depois mostramos que pessoas dessa faixa etária têm direito ao acesso à informação e defendemos seu direito à participação midiática. Como complemento, trazemos evidências que mostram o interesse desse grupo em se apoderar desses locais.

Na sequência, fazemos um panorama da participação de leitores em veículos de comunicação destinados a crianças e adolescentes segundo achados de pesquisas da nossa revisão bibliográfica. Por fim, mostramos o que observamos de participação nos atuais veículos infantojuvenis do Brasil e como, dentre eles, escolhemos nosso objeto empírico.

2.1 DE QUAL JORNALISMO E DE QUAL PÚBLICO ESTAMOS FALANDO?

Conceitualmente e na prática de mercado, jornalismo infantojuvenil pode ser definido como um nicho do jornalismo, visto que segue as mesmas bases da produção noticiosa moderna. É o que conclui Doretto (2015) em sua tese de doutorado a partir de três eixos de referência para a prática jornalística usados por Fontcuberta (2010): o acontecimento, a atualidade e a periodicidade.

[...] concluimos que o jornalismo para crianças, segue os cânones da comunicação jornalística listados por Fontcuberta. Nesse sentido, esse jornalismo parece se destinar diretamente a um leitor criança ativo, com interesses e demandas próprios (ainda que esse foco de interesse infantil seja bastante reduzido pelos projetos editoriais), e não para pais ou professores, apesar de ter caráter educativo (o que influencia na “temperatura morna” de sua cobertura, mesmo no caso de jornais diários) (DORETTO, 2015, p. 42).

Há nas pesquisas e nos depoimentos de profissionais da área somente algumas recomendações específicas a essa produção de nicho, como a simplificação da linguagem, sem infantilizá-la, e contextualização ampla dos fatos narrados (ANDI, IAS, 2002).

Nesta dissertação usaremos “jornalismo infantojuvenil” e “jornalismo infantil” como sinônimos, pois ambos os termos são usados em estudos para designar a mesma coisa, mudando somente a abrangência do público, visto que “infantojuvenil” é considerado como um zona de transição, abarcando também adolescentes com idades menores. Acreditamos que essa definição é mais inclusiva, pois muitas iniciativas noticiosas para

essa faixa etária são pensadas para públicos amplos, ainda que haja defesa contrária dessa prática (ANDI, IAS, 2002; DORETTO, 2010).

No que diz respeito às limitações da infância e da adolescência, usamos o marcador biológico. Seguimos os parâmetros do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), que considera como criança pessoas com até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquelas entre doze e dezoito anos de idade.

A escolha por essa delimitação desde já se deu para facilitar a operacionalização do estudo, a busca por dados e a delimitação metodológica. Apesar disso, estamos consciente de que a definição de faixa etária é uma construção social, assim como o próprio conceito de infância, e que falha em tentar uniformizar processos de desenvolvimento diversos e não considerar as diferentes realidades de pessoas com idades iguais.

Para nos referir a esse público, além de “crianças”, “adolescentes” e “infantojuvenil”, usaremos os termos “mais novos” e “jovens”, conscientes de que o último é usado também para designar pessoas no início da idade adulta, o que não é o caso deste trabalho.

2.2 OS DIREITOS À INFORMAÇÃO E À PARTICIPAÇÃO MUDIÁTICA

As crianças e os adolescentes²⁵ sofrem um silenciamento histórico nos espaços de discussão pública e de poder, assim como ocorre com outras minorias sociais, como negros e mulheres (BUCKHINGHAM, 2007). A própria palavra “infância” vem de *enfant* (“criança” em francês atual), que significava “aquele que não tem voz” na Idade Média (ARIÈS, 1986). Usado como sinônimo de dependência, designava quaisquer indivíduos considerados submissos, lacaios, auxiliares e soldados.

Na história recente dos países industrializados do Ocidente, essa fase da vida é essencialmente definida pela *exclusão*, “em termos do que *não* são e do que *não* conseguem fazer” (BUCKHINGHAM, 2007, p. 29, grifo do autor) ou da sua “incapacidade e debilidade” (BUDÓ, 2013), e não por suas características particulares.

Um exemplo dessa exclusão é a inexigibilidade para o voto. No Brasil, por exemplo, só se torna possível votar aos 16 anos de forma facultativa e obrigatória aos 18 anos. O entendimento dessa proibição é de que pessoas menores de 16 anos **não têm a**

²⁵ Adolescência é um conceito social mais recente que a infância, mas desde que passou a ser compartilhado socialmente, em meados do século XX, passa por processo de silenciamento parecidos com os da infância, principalmente, nas idades iniciais da adolescência, que no Brasil começa aos 13 anos. Por conta desse entendimento tardio da adolescência como fase separada da vida em comparação à infância, muitas pesquisas sobre o que hoje chamamos de público infantojuvenil era direcionada somente às crianças.

capacidade necessária para escolher seus representantes políticos e pessoas com mais de 16 anos têm. Não queremos entrar aqui no mérito de qual seria a melhor forma de medir a capacidade de escolha dos cidadãos ou qual a idade certa para exigibilidade do voto, mas somente usar esse marco como um exemplo de como a idade **por si só** é um fator social de segregação.

Nesse contexto, documentos elaborados pela Organização das Nações Unidas (ONU) no século XX foram transformadores para impulsionar uma visão concorrente, que pensa as crianças e adolescentes pelo viés das suas agências e pelos seus direitos enquanto sujeitos ativos e não apenas objetos das ações dos adultos.

Com este fim, o documento oficial mais debatido e de maior ruptura de paradigma (BUDÓ, 2013) é o da Convenção sobre os Direitos da Criança, aprovado na Assembleia Geral da ONU em 20 de novembro de 1989. No Brasil, ele influenciou a criação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) — lei nº 8.069 de 13 de julho de 1990.

A Convenção gerou o instrumento de direitos humanos mais aceito na história universal — ratificado por 196 países, com exceção dos Estados Unidos —, impactando nos debates sobre o conceito de infância socialmente partilhado, em políticas públicas e nas pesquisas sobre a relação deste público com as mídias.

É preciso ressaltar que uma das grandes contribuições da Convenção sobre os Direitos da Infância, da Organização das Nações Unidas, é precisamente o reconhecimento das crianças como sujeitos plenos de direitos e capazes de contribuir com seu próprio desenvolvimento e com o de suas comunidades. Para tanto, estabelece um princípio que representa um grande desafio para o mundo adulto: a participação. A Convenção estabelece, portanto, diversos direitos – vinculados à participação, à expressão e à informação – que, se forem razoavelmente cumpridos pelos meios de comunicação, propiciam à sociedade uma visão renovada e mais completa da infância e da adolescência. (ANDI, 2013, p. 34).

Os direitos referentes à informação e expressão são três. O primeiro é o artigo 12º:

Os Estados Partes devem assegurar à criança que é capaz de formular seus próprios pontos de vista **o direito de expressar suas opiniões livremente sobre todos os assuntos relacionados a ela**, e tais opiniões devem ser consideradas, em função da idade e da maturidade da criança (ONU, 1989, n/p, grifo nosso).

Já o artigo 13 defende que:

A criança deve ter o direito de expressar-se livremente. Esse direito deve incluir a liberdade de procurar, **receber** e divulgar **informações e ideias de todo tipo**, independentemente de fronteiras, seja verbalmente, por escrito ou

por meio impresso, por meio das artes ou por qualquer outro meio escolhido pela criança (ONU, 1989, n/p, grifo nosso).

E, por fim, o artigo 17 diz:

Os Estados Partes reconhecem a **função importante desempenhada pelos meios de comunicação**, e **devem garantir o acesso da criança a informações e materiais procedentes de diversas fontes nacionais e internacionais**, especialmente aqueles que visam à promoção de seu bem-estar social, espiritual e moral e de sua saúde física e mental (ONU, 1989, n/p, grifo nosso).

Apesar de, ironicamente, crianças não terem opinado na formulação desse documento, mostrando que, até mesmo em espaços que buscam assegurar sua voz, elas não são ouvidas, os três artigos descritos acima são fundamentais para este trabalho por reconhecerem a necessidade e o dever de ressoarmos a voz do público infantojuvenil.

A Convenção e seus Estados signatários (e todos os movimentos sociais em prol dos direitos que influenciaram na elaboração do documento de forma direta ou indireta) defendem não só o direito de pessoas dessa faixa etária receberem informação de qualidade e variada, mas também de se expressarem.

O pesquisador inglês David Buckingham (2007; 2019), referência nas pesquisas sobre a relação das crianças e adolescentes com as mídias, organiza os direitos expostos na Convenção em três tipos: proteção, provisão e participação. Aplicando essa abordagem à relação dos mais novos com as mídias, os direitos de proteção são aqueles que versam sobre os conteúdos possivelmente prejudiciais, que devem ser evitados. Os de provisão dizem respeito à oferta diversificada de informações.

Já os direitos de participação, “[...] implicitamente definem as crianças como atores políticos por direito próprio” (BUCKINGHAM, 2007, p. 280). Para o pesquisador, nesse tipo, a ênfase **deixa de estar no que é escondido ou oferecido às crianças e centra-se no envolvimento delas na formação e na produção do ambiente de comunicação que as cerca**. Esses direitos podem ser alcançados de duas formas: na produção propriamente dita de produtos midiáticos e na formulação das políticas de mídia.

Buckingham (2019, s/p), porém, faz a ponderação de que “[...] a liberdade de expressão não está igualmente disponível para todos, e é restringida e moldada de todas as formas, principalmente pelas operações comerciais das grandes empresas de mídia”.

Outra característica modeladora da participação apontada por ele é a dicotomia que marca os direitos descritos na Convenção e no ECA: as crianças e os adolescentes, apesar de entendidos como cidadãos autônomos, ainda precisam de proteção e cuidado. Assim, se por um lado, a mídia deve dar espaço para que esses grupos falem, por outro, é preciso preservar sua imagem e voz.

No artigo 143 do ECA, o Estatuto fala diretamente sobre como as notícias devem preservar os menores de 18 anos envolvidos em atos infracionais: “Qualquer notícia a respeito do fato não poderá identificar a criança ou adolescente, vedando-se fotografia, referência a nome, apelido, filiação, parentesco, residência e, inclusive, iniciais do nome e sobrenome” (BRASIL, 1990). Mas, para além das situações que envolvem atos infracionais, nas mais banais das entrevistas é preciso que o jornalista se certifique de que tem o consentimento da criança/jovem **e também** do adulto responsável por ela/ele (ANDI, 2013, p. 34).

Por fim, para que as crianças e adolescentes usufruam da participação, Buckingham defende que lhes sejam ensinadas as habilidades para exercer tais direitos, configurando os “direitos à educação” (2007, p. 285), que seria o mesmo que “educação midiática” ou “*media literacy*” — linha de pesquisa e da prática que procura ensinar o consumo crítico da mídia e desenvolver a capacidade de produção autoral por meio dela.

Dentre os tipos de direitos às mídias descritos por Buckingham, nesta dissertação nos debruçaremos sobre os de participação, corroborando com o entendimento de que esse é um caminho para que crianças e adolescentes exerçam plenamente seu papel como cidadãs e cidadãos, disputando as narrativas e os espaços de poder nos assuntos que lhes dizem respeito, confrontando a cultura marcada pela exclusão e o silenciamento desse público.

Ainda que elas [as crianças] tenham estágios de desenvolvimento físico e cognitivo a serem atingidos e, por isso, necessitem de cuidados, isso não quer dizer que não tenham capacidade de tomar suas próprias decisões, de construir significados de mundo e **de participar de arenas não tradicionalmente ligadas a elas, como esferas de decisão institucionais ou de criação artística-cultural** (DORETTO; FURTADO, 2018, p. 9, grifo nosso).

Nesse sentido, o jornalismo infantojuvenil parece ser o meio ideal para a criação deste diálogo, visto que, enquanto jornalismo, se encontra no centro das arenas públicas de discurso, e, enquanto nicho infantojuvenil, tem suas atenções voltadas especificamente para esse público e suas nuances. “Contando com um lugar onde possam publicar estas “histórias”, que serão distribuídas a um grande número de pessoas, elas [as crianças]

ganham voz na sociedade, tornam-se visíveis e passam a construir culturalmente o lugar onde vivem” (DEMENTSHUK, 2016, p. 936).

2.3 AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES QUEREM PARTICIPAR DA MÍDIA?

Sabendo, então, que o público infantojuvenil tem direito ao acesso à informação e à participação da esfera midiática, buscamos entender se ele quer usufruir desses direitos. O dado mais recente que encontramos nesse sentido foi a pesquisa *TIC Kids Online Brasil*, do Comitê Gestor da Internet do Brasil (CGI.br) sobre o ano de 2019²⁶.

Segundo a pesquisa, quase a totalidade dos brasileiros de 9 a 17 anos²⁷ vivia em domicílios com telefone celular (98%) e com televisão (97%), sendo que a maioria desse público acessou a internet pela primeira vez aos 10 anos (16%), seguido pelo grupo que acessou antes dos 6 anos (15%).

Nesse mesmo ano, 55% das crianças e adolescentes de 9 a 17 anos usuárias de internet declararam terem lido jornais, revistas ou notícias online²⁸. O valor é parecido com a porcentagem de brasileiros a partir dos 10 anos usuários de internet que declararam terem lido jornais, revistas ou notícias pela *Internet* na *TIC Domicílios 2019* (56%). Ou seja, nessas pesquisas, o interesse das crianças e adolescentes por ler informações noticiosas, pelo menos no ambiente online, está na média do interesse nacional.

Há que se ponderar que as pesquisas são declaratórias. Elas mostram a porcentagem desse público que **acredita** ter lido conteúdos jornalísticos. Segundo Doretto (2019), as crianças e adolescentes podem ter uma definição de notícia como um fato do qual não tinham conhecimento antes de lerem, independentemente da sua atualidade ou da sua fonte. As crianças mais velhas participantes dos grupos focais da pesquisa de Doretto não souberam, por exemplo, identificar com precisão as fontes das informações que leem

²⁶ Em 2020 não foram coletados dados específicos dessa pesquisa por conta da pandemia de Covid-19, fazendo com que seus valores mais recentemente divulgados sejam sobre o ano de 2019. Mas, como estratégia para a manutenção da coleta de dados entre crianças e adolescentes, alguns indicadores foram incluídos em pesquisa telefônica com o público-alvo da *TIC Domicílios 2020 – Edição COVID-19*.

²⁷ 54 milhões de brasileiros (25,5% do total da população) possuem menos de 18 anos de idade, segundo estimativa do IBGE para o ano de 2019.

²⁸ O valor é ligeiramente superior ao encontrado nas pesquisas de 2018 (53%) e 2017 (51%). Em 2012, primeiro ano de realização da *TIC Kids Online Brasil*, quando a população estudada era de brasileiros de 9 a 16 anos, essa porcentagem foi de 42%. Valor desceu nos dois anos seguintes para depois se estabelecer em um patamar entre 46% e 55%.

online. Mas em um contexto mundial de pós-verdade e de eleições influenciadas por *fake news*²⁹, sabemos que nem os adultos têm esse discernimento amadurecido.

Sobre a vontade dos jovens em participar de veículos de comunicação, a pesquisadora Mayra Ferreira tem estudos de recepção que mostram caminhos. Em seu mestrado (2009), ela realizou uma pesquisa-ação com 35 crianças de 10 a 12 anos, da 5ª série do Ensino Fundamental de uma escola pública em Bauru (SP), que lhe ajudaram a criar um protótipo de webjornal infantil.

Durante o processo de construção do produto, a maioria dos participantes (72,2%) disse que o que mais gostavam de fazer online era conversar com outras pessoas. Ferreira, então, colocou espaços no seu webjornal com proposta interativa. As crianças podiam manifestar sua opinião através de comentários e enquetes, participar da produção de notícias na seção *Jornalista Mirim* e criar uma comunidade no *Espaço Criança*, com perfil dentro da plataforma para interagir com outros leitores.

Após o protótipo em Wordpress ficar pronto, as crianças navegaram nele e, segundo Ferreira (2009, p. 200), a observação permite dizer que a seção *Espaço Criança* foi a que mais despertou interesse. Já sobre o espaço *Jornalista Mirim*, nem todos responderam, mas, do total, 18,1% acharam “bom” e 15,1% acharam “interessante e legal”. Alguns comentários feitos em acréscimo às respostas foram: “É muito legal, as crianças poderem escrever notícias” e “legal podemos interagir”.

Porém, ao serem perguntadas se gostariam de ser jornalistas mirins, 51,5% disseram que sim e 36,3% que não. Entre as justificativas negativas, a pesquisadora diz que alguns queriam apenas ler as notícias e outros acharam que a ação seria algo difícil.

Nessa perspectiva, observamos que, embora as crianças manifestem seu interesse em fazer parte do site e participar, isso não significa que elas gostariam de contribuir com conteúdos produzidos por elas próprias. Em contrapartida, mais de 50% do grupo manifesta seu interesse em ser jornalista do webjornal, indicando seu interesse em escrever, informar-se e aprender para escrever notícias interessantes. “Porque deve ser muito divertido apresentar notícias para todos lerem. Eu faria muitas notícias interessantes” é uma das sínteses infantis em relação a essa questão, complementada pelos indicativos de poder entrevistar pessoas, como policiais no exemplo citado por uma criança, e de ser jornalista, desejo manifestado nos apontamentos: “porque é legal trabalhar como um jornalista só que mirim”; “sempre quis, farei jornalismo” (Ibidem., p. 200 e 201, grifo nosso).

²⁹ O termo *fake news* popularizou-se como elemento da retórica do ex-presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, nas eleições de 2016 e passou a designar um tipo de "relatos que se reivindicam factuais, mas que praticam a contrafação de inventar ou alterar os fatos a que pretensamente se referem". Ainda que nem sempre simulem notícias ou reportagens, essas narrativas pretendam-se, explícita ou implicitamente, relatos factuais autênticos sobre fatos correntes no mundo e tem como uma das suas características a circulação em ambientes digitais (GOMES, DOURADO, 2019).

Em 2007, ao aplicar questionários para 122 alunos de 5ª série em escolas públicas e particulares sobre suplementos infantis, a pesquisadora relatou que as crianças

destacaram que a presença infantil como fonte dos textos e em fotos é importante porque: “o jornal é para crianças”; “é importante ver as crianças se divertindo porque aí você aprende e se diverte também”; “as crianças são nosso futuro e é necessário educá-las de um modo divertido”; “para mostrar que não é só adulto que aparece no jornal”; “elas têm muito a contar para a gente”; “para que toda criança seja representada”; e, “quando crianças dão exemplos de sua vida relacionados à matéria, o jornal fica mais interessante” (FERREIRA, 2007b, p. 652)

Os participantes disseram que gostariam de enviar fotos, desenhos, textos e opinião sobre o jornal para a redação. As justificativas apontadas foram: “nós sabemos o que gostamos e queremos ver nos jornais” (Ibidem., p. 652).

Em 2006, ela apresentou a *Folhinha* (caderno do jornal *Folha de S. Paulo*) para 47 participantes das 4ª e 5ª séries de um colégio particular em Bauru. Do total, 73,07% disseram ficar com vontade de participar do jornal. Na pesquisa aberta, 92,3% responderam “sim” para a pergunta “Você acha importante a participação de crianças no jornalismo?”, com argumentos como: “fica mais democrático”; “dá incentivo às outras crianças”; “dá mais alegria”, “não tem graça sem criança”; “porque a opinião delas também conta”; “o texto fica mais fácil de entender”; “deixa mais com a nossa cara”.

No mesmo estudo, Ferreira chama atenção para a seção fixa *Querida Folhinha* do impresso, onde são publicadas as cartas de leitores, mas somente 7,69% dos participantes da pesquisa disseram que a *Querida Folhinha* chamou sua atenção, ficando atrás dos quadrinhos 53,84%, capa 26,92%, fotos e figuras 23,07%, poesia (11,53%), matéria central (11,53%) e empatado com título da capa.

Observamos uma predileção das crianças em usar as mídias para se conectar e se entreter (DORETTO, 2015; FERREIRA, 2009), de forma parecida com o uso midiático dos adultos (BOCZKOWSKI, 2021) e um interesse, pelo menos discursivo, de colaborar com a produção desses produtos. Na prática, não são todas as crianças que desejam a participação, assim como nem todos os adultos leitores de notícias (LARSSON, 2011; MORETZSOHN, 2006), mas existir essa possibilidade contribui para que aqueles que desejam possam fazer a sua parte e para a ampliação da discussão pública (ARAGÃO, 2012; SINGER et. al, 2011).

Na próxima seção veremos como a participação de leitores nos veículos de comunicação infantojuvenis tem sido estudada.

2.4 LUGAR(ES) DO LEITORADO NO JORNALISMO INFANTOJUVENIL

Para encontrar estudos que se debruçam sobre a participação de leitores no jornalismo para crianças e adolescentes, buscamos nos bancos de dados do *Google Scholar* e do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) a combinação das palavras-chave “jornalismo infantil” e “jornalismo infantojuvenil” + “participação” em português e nas suas variações em inglês e espanhol.

Percebemos, porém, que o termo é usado nos estudos do Brasil e de Portugal, mas não é tão disseminado nas pesquisas em inglês. A palavra-chave “children’s journalism”, por exemplo, não retorna muitos resultados válidos. Dos que retornam, a maioria está em russo e, pela barreira da língua, não foram incluídos na nossa revisão.

Encontramos melhores resultados em buscas com as palavras-chave “children’s newspaper”, “children’s magazine” e “journalism for children”. Em espanhol encontramos resultados usando “periodismo para los niños”. Para aumentar as chances de retorno, também procuramos por nomes específicos de produtos de jornalismo infantojuvenil citados em pesquisas anteriores e por aqueles que já conhecíamos.

Do que encontramos, porém, poucos trabalhos tinham a participação de leitores como foco principal. Isso vai ao encontro de alguns achados da revisão de Fillol e Pereira (2020). Ao analisar as categorias mais trabalhadas em estudos sobre a relação do público infantojuvenil com as mídias, somente em terceiro lugar está o foco na produção de notícias feita para ou por crianças e jovens (12,3%, correspondente a 18 artigos) e em quarto, a “participação e socialização” (8,9%, com 13 artigos)³⁰.

O estudo mais robusto que encontramos sobre o tema é a tese de doutorado da pesquisadora Juliana Doretto, *‘Fala conosco!’ _ o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil* (2015). Além disso, há dois artigos de outras autoras. A descrição detalhada de Cida Golin (2018) sobre o “protagonismo do leitor” no suplemento gaúcho *Correio Infantil* e a etnografia da Revista *Recreio* realizada por Ligia Correia (2013). As supracitadas pesquisas de Mayra Ferreira (2006, 2007a, 2007b, 2009)

³⁰ Os “estudos de recepção” foram os que mais despertaram interesse dos pesquisadores, equivalendo a 37,6% (55 artigos) da amostra. Em segundo lugar no número de publicação estão os “estudos de representação”, com 34,2% (50 artigos) do total. Em quinto, mediação parental (4,8%, com sete artigos) e, por fim, preocupações éticas dos jornalistas face ao tratamento de crianças e jovens nas notícias (2,1%, com três artigos).

se aproximam do que buscamos ao focar na interatividade e trazer perguntas sobre participação para as crianças.

Por conta da pouca atenção dada ao objeto desta dissertação, nesta seção agrupamos recortes do que encontramos sobre participação em estudos sobre jornalismo infantojuvenil profissional³¹ que têm outros focos, mas que descrevem, em algum momento, os canais de comunicação utilizados por essas iniciativas para falar com os leitores e as formas de interferência da audiência na produção de conteúdo. Dessa maneira, nossas descrições não se referem à totalidade de ações participativas dos veículos citados, mas somente aos aspectos apontados nos estudos da nossa revisão.

Dividimos as seções pelo tipo de meio estudado (suplementos e jornais, revistas, online e outras mídias), pois cada uma das iniciativas estudadas apresentava canais de comunicação e formas muito diversas de participação, de modo que os trabalhos seriam recortados se a separação se desse por outro critério.

2.4.1 Do embrião aos suplementos em jornais

A iniciativa mais antiga de impressão periódica para crianças que encontramos foi a *Lilliputian Magazine* (“Revista Liliputiana” em tradução livre), criada em 1751 por John Newbery, editor responsável por impulsionar o mercado editorial infantil da Inglaterra na época (EVANS, 2004). John Newbery era proprietário de uma livraria-biblioteca e criou a publicação para os mais novos praticarem o hábito de ler periodicamente (CHIVELET, 2010, p.7). Na revista, apesar dos leitores não contribuírem com a produção de conteúdo,

[...] fomentava-se um sentimento de exclusividade com o relato da formação da Sociedade, um clube seletivo de assinantes, cujos membros eram jovens mestres e senhoritas. Havia línguas liliputianas especiais que apenas os membros da Sociedade tinham o privilégio de conhecer e viagens a terras exóticas e às vezes fantásticas: Lilliput, Mercolia, Angélica, Petula, Índias Ocidentais e Índias Orientais (DAWSON, 1998, p. 185)³².

³¹ Foram consideradas somente os objetos empíricos encabeçados por empresas de jornalismo, sejam elas independentes, ligadas a jornais ou a editoras. Não consideramos iniciativas que não possuem estrutura de jornalismo profissional, ou seja, com pessoas formadas na área de comunicação, redação fixa e/ou fluxo de trabalho esquematizado, mas que produzem bons conteúdos jornalísticos. É o caso de produtos criados em projetos de educação midiática e jornais feitos dentro das escolas. Apesar de não serem profissionais, e também por conta disso, são iniciativas que têm muito a ensinar e podem ser fontes de inspiração e pesquisa, mas deixariam nossa amostra muito mais ampla e mais distante nos estudos sobre jornalismo mencionados no Capítulo 1.

³² Tradução livre para “A sense of exclusiveness was fostered in the first pages of the magazine with an account of the formation of the Society, a select club for subscribers, whose membership consisted of young

Com piadas, canções, enigmas, e contos morais, *Lilliputian Magazine* circulou apenas por um ano, mas deixou legado. Em 1772, nascia outro periódico infantil, o jornal semanal alemão *Leipziger Wochenblatt für Kinder* (“Jornal semanal para crianças Leipziger” em tradução livre) e em 1788, a britânica *The Juvenile Magazine* (“A Revista Juvenil” em tradução livre).

Primeira publicação do tipo a ser considerada um verdadeiro periódico (DAWSON, 1998, p. 186), a *The Juvenile Magazine* assemelhava-se aos produtos similares adultos em formato e, até certo ponto, em conteúdo. A seção *Monthly Occurrences* (“Ocorrências Mensais” em tradução livre), noticiava sequestros, mutilações, envenenamentos, afogamentos, escaldaduras e vários acidentes ocorridos com crianças no mês anterior.

Assim como acontecia na *Lilliputian Magazine*, o editor da *The Juvenile Magazine*, Marshall, se esforçava para criar um senso de comunidade entre os leitores. “A correspondência das crianças foi incentivada; seus esforços literários foram solicitados e até publicados” (DAWSON, 1998, p. 193)³³ desde a primeira edição junto com respostas da editora.

Nos séculos XVIII e XIX uma série de outras publicações impressas europeias foram feitas para as crianças (ARROYO, 2011) e se tornaram as maiores inspirações para a criação dos primeiros jornais escolares brasileiros, considerados o embrião do jornalismo infantojuvenil no país. Importante também para a produção literária, a “imprensa escolar”³⁴ foi apontada como um fenômeno pelo historiador Leonardo Arroyo (1918-1986) no clássico *Literatura infantil brasileira* (1968).

A primeira publicação da imprensa escolar brasileira foi, provavelmente³⁵, a edição 1 do jornal *O Adolescente*, lançada em 1831 na Bahia em pequeno formato, bissemanal, que teve 46 números. O segundo exemplar nacional, *O Juvenil*, é lançado em 1835 no Rio de Janeiro, local onde 27 anos antes foi inaugurada a imprensa brasileira.

masters and misses. There were special Lilliputian languages that only members of the Society were privileged to know, and voyages to exotic and sometimes fantastic lands: Lilliput, Mercolia, Angelica, Petula, the West Indies, and the East Indies”.

³³ Tradução livre para “Children’s correspondence was encouraged; their literary efforts were solicited, and even published”.

³⁴ No levantamento, o historiador coloca no mesmo grupo todos os pequenos jornais e revistas que possuíam algum vínculo com instituições de ensino, podendo ser uma produção feita pelos próprios alunos, pelos professores ou diretores, pelo governo federal e distribuído em escolas ou até mesmo iniciativa de livrarias.

³⁵ “É possível que esse jornal, de que nos faltam mais pormenores em vista de sua raridade, não tenha sido tipicamente para crianças e ele fica aqui arrolado por inferência de seu título” (ARROYO, 2011, p. 180).

Em 1887, até os filhos menores da Princesa Imperial mantinham um jornalzinho com título de *Correio Imperial*. Mas é em São Paulo que estão a maioria dos periódicos descritos no livro de Arroyo (59 de um total de 191), sem que isso signifique, necessariamente, que esse foi o estado onde mais se publicou jornais e revistas do gênero.

Esses jornais e revistas eram simples, com formato de 16 x 23 cm a 24 x 33 cm, compostos de três ou quatro colunas de conteúdo. Algumas descrições compiladas por Arroyo (2011) dão pistas da variedade de conteúdo dessas publicações: “jornal de divertimento e recreação” (p. 186); “artigos de assuntos religiosos, poesias, noticiário e folhetim” (p. 187); “pequena enciclopédia quinzenal, especialmente crítica, noticiosa e literária” (p. 203); “literário, científico e noticioso” (p. 204); “Havia muita moral, muita religião e muita poesia também” (p. 190).

Estudos posteriores não ajudam a pensar questões jornalísticas dessas publicações, pois elas são observadas enquanto ferramentas pedagógicas de ensino no campo da Educação, mas alguns deles confirmam que elas já eram espaços onde o público infantojuvenil escrevia e lia textos de outros estudantes (AMARAL, G., 2013; BASTOS, ERMEL, 2013), ainda que de forma restrita, como acontecia no jornal *A Escola* — publicado pelo *Grupo Escolar Jerônimo Coelho*, de Laguna, Santa Catarina —, onde diretores e professores escolhiam as temáticas pautadas a partir de alguma data ou fato histórico e os alunos escreviam as redações (TEIVE, DALLABRIDA, 2013).

Após o sucesso da imprensa escolar, surge, em 11 de outubro de 1905, a revista de histórias em quadrinhos *O Tico-tico*, considerada um marco na área e de grande apelo popular. A revista é a única publicação da imprensa infantojuvenil citada por Nelson Werneck Sodré em *História da Imprensa no Brasil* (1966).

Mantendo o teor moralizante, pedagógico e cultural das publicações escolares anteriores e das revistas infantis europeias, *O Tico-tico* inovou pela sua relação próxima com a audiência, “[...] pioneira em alcançar a interatividade na imprensa latina entre jornalistas e leitores, pois contava com a participação direta dos leitores que enviavam fotos, desenhos, poemas e textos” (VARÃO, BEMFICA, 2009, p. 11). Talvez essa aproximação explique como, apesar de copiar capas, histórias e personagens franceses e americanos (CARDOSO, 2008), *O Tico-tico* também tenha criado desenhos exclusivamente nacionais.

A revista parou de circular em 1977, sem conseguir competir com as *comics* internacionais que chegavam ao Brasil. Após *O Tico-tico*, outras revistas infantojuvenis alcançaram algum sucesso — *Bem-Te-Vi* (1923), *Vida Infantil* (1947) e *Sesinho* (1947)

—, mas o próximo fenômeno da imprensa infantojuvenil foram os suplementos acoplados a jornais impressos escritos para leitores adultos.

O pioneiro é, possivelmente, *O Globinho*, do jornal *O Globo* (DORETTO, 2010), lançado em 1938 e publicado às sextas-feiras. Outros similares surgem em meados do século XX, como *Estadinho* (jornal *O Estado de S. Paulo*, SP, 1987) e *Folhinha* (jornal *Folha de S. Paulo*, SP, 1963). A partir daí e até o início do século XXI, esses cadernos se tornaram presença comum nos grandes jornais.

Arriscamos dizer que foram o maior meio de profusão e desenvolvimento do jornalismo infantojuvenil no Brasil. É sobre eles que encontramos a maior parte das pesquisas brasileiras que se dedicam a estudar algum produto desse nicho (FERREIRA, 2006, 2007a, 2007b; DORETTO, 2009, 2010; DEMENTSHUK, 2016; GOLIN, 2018; LINS, AMARAL, 2014; SILVA, 1995; VIEIRA, 2018).

2.4.2 Suplementos e jornais

No início da sua popularização, os suplementos se mantinham muito próximos do formato e da tradição do livro (tinham contos, conteúdos didáticos, desenhos, e, por vezes, propaganda ideológica do regime) e careciam de características do jornalismo moderno, com exceção da periodicidade (CARVALHO, 2014; VARÃO, BEMFICA, 2009, p. 14).

Para Varão e Bemfica, porém, uma diferenciação marcante em relação aos livros eram as seções que contavam com a participação de leitores. "Estas seções são comuns em todas as publicações impressas, permitindo a comunicação entre leitor e profissional e, assim, há espaço para que o veículo verifique o sucesso de determinadas seções, personagens e o interesse dos leitores nos temas abordados" (2009, p. 12).

Criada nessa época inicial do formato, a página *Correio Infantil*, publicada no jornal *Correio do Povo* entre 1958 e 1984 em Porto Alegre, já apresentava o que Cida Golin chama de **protagonismo do leitor**, sendo ele filho de assinante do jornal adulto ou estudante de escolas parceiras da página. "A equipe de redação interessa-se em conhecer empiricamente seu jovem interlocutor, em entrevistá-lo, buscando acompanhar seu crescimento e, sobretudo, registrar suas singularidades" (GOLIN, 2018, p. 90).

No impresso, a seção *As crianças colaboram* publicava produção textual diversa (histórias, cartas e personagens) dos leitores e a seção *Amigos de Longe* disponibilizava endereços de leitores para que eles/elas pudessem trocar cartas entre si.

O principal meio de comunicação entre os jornalistas e as crianças eram as cartas, que chegavam em mais de 100 semanalmente na redação.

Na medida em que convida semanalmente os jovens a enviarem cartas, criando a expectativa de que poderão se ver publicados no jornal, o *Correio Infantil* se configura tanto como espaço de manifestação pública, como possibilidade de acolhimento da intimidade, condição esta fundamental para a construção do vínculo de afeto encenado na troca epistolar (GOLIN, 2018, p. 89).

Quando iam à redação levar cartas ou buscar prêmios de concursos (geralmente, livros), os jovens eram convidados a passar algumas horas visitando o local e a rotina de produção das notícias. Quando isso acontecia, fotos ou a opinião dos visitantes sobre a visita podiam aparecer nas edições seguintes.

Um episódio emblemático sobre a possibilidade de os leitores pautarem o *Correio Infantil* aconteceu em 1º de dezembro de 1968. Na edição desse dia, a página se colocou ao lado de alunos que reclamavam das provas de admissão feitas por um colégio. Segundo os estudantes, as perguntas estavam ilegíveis por conta da má impressão. As crianças entraram em contato com a redação para reclamar e foram respondidas assim na página:

[...] [os alunos] não foram atendidos em suas pretensões. Acostumados todos eles com a atenção e compreensão de suas professoras do curso primário, não entenderam a recusa dos novos e futuros mestres, com isso perdendo sem culpa própria, vários pontos. Infelizmente as vagas para a primeira série em quase todos os ginásios são bem menores do que o número de candidatos. [...] **Pedem os nossos pequenos amigos, através do “Correio Infantil”, que é o seu jornal, aos diretores e professores de outros ginásios que revisem bem as provas mimeografadas antes de iniciar os exames e que não se recusem a atendê-los, caso ainda houver necessidade** (BRITTO, 1968³⁶, apud GOLIN, 2018, p. 85 e 86, grifo nosso).

Para Golin (2018, p. 86), “neste movimento de mediação da página, infere-se o quanto o jornalismo vai ganhando envergadura como instituição referencial no cotidiano de seu público”. A relação com os leitores também se dava no cotidiano escolar. Nas edições de aniversário do jornal, por exemplo, alunos eram convidados a dar depoimentos.

A participação de estudantes também foi identificada por Márcia Dementshuk no estudo de três suplementos infantis da Paraíba. Um deles, *O Pirralho* (1976-1979), do jornal *A União*, nasceu durante a Ditadura Militar³⁷ e chegou a publicar tirinhas feitas por crianças que criticavam o sistema político.

³⁶ Recorte de arquivo pessoal. BRITTO, Maria de Lourdes Sá. Exame de admissão. *Correio do Povo*, *Correio Infantil*, Porto Alegre, 1º dez. 1968. s/p.

³⁷ A título de contraponto de outras iniciativas de jornalismo infantojuvenil impresso criadas durante a ditadura que não apresentavam participação de crianças e jovens, lembrado da *Foquinha*, publicação em

Dementshuk (2016, p. 57) entrevistou a antiga editora do periódico Wilma Wanda, que disse que a publicação surgiu como um espaço para a “meninada” publicar desenhos. “Os meninos (entre seis e 15 anos) apareciam aos montes no jornal com suas tirinhas. Em sua maioria eram meninos pobres, da periferia, de escolas públicas, porque divulgávamos o suplemento nessas escolas”. Também eram impressos contos e poesias dos jovens e realizados concursos de redação. Apesar disso, Dementshuk não encontrou evidências de que o jornal trabalhasse **sistematicamente** com as instituições de ensino (p. 84).

Sobre a repercussão das publicações de produção autoral dos leitores, a ex-diretora Wanda diz: “Você não faz ideia da alegria dos meninos ao ver seus trabalhos publicados. Era uma algazarra só dentro da minha sala. E cada vez mais a turma de desenhistas aumentava. Todo mundo queria aparecer” (DEMENTSHUK, 2016, p. 58).

Outro suplemento analisado pela pesquisadora, também ligado ao jornal *A União*, foi o *Correinho das Artes* (1992-2002). Integralmente ilustrado por crianças, era um tabloide mensal que privilegiava a literatura e atividades de passatempo. Dos 68 textos do impresso analisados por Dementshuk, 52 eram assinados por crianças, junto com informações sobre suas escolas, séries e/ou idade. A ex-editora do periódico Yolanda Limeira disse à pesquisadora: “Querida um jornalzinho literário, onde os pequenos não fossem apenas leitores, mas parte 'ativa' da elaboração do jornal, através de ilustrações, comentários, ou recriações de textos”.

O conteúdo era enviado por professoras parceiras, que recebiam do jornal orientações para o uso em sala de aula. “Na pesquisa flutuante, vemos também que as escolas participantes das edições são frequentemente citadas. O ecossistema está muito claro, envolve os editores do suplemento, coordenadores e professores das escolas. Dá-se entre veículo de comunicação e escola” (Ibidem, p. 87). Com essa observação, Dementshuk é uma das pesquisadoras que mais deu destaque para a relação das escolas que usam produtos de jornalismo infantojuvenil e a participação de leitores.

Não está claro na análise, porém, até que ponto os jovens influenciavam nas decisões das pautas abordadas nas edições. “E, assim como ocorria em “O Pirralho”, os alunos estavam no papel de ‘fornecedores de conteúdo’. As edições eram elaboradas pelos editores” (Ibidem, p. 87).

que não havia entrevistas “reais”, nem mesmo com adultos. Já os animais, alvos de várias capas, eram personificados, como em contos literários. Ver mais em: DORETTO, Juliana. Foquinha: jornalismo infantil na ditadura militar. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009, p. 1-15.

Em 2002, a Andi (antiga Agência de Notícias dos Direitos da Criança, hoje apenas Andi — Comunicação e Direitos) e o Instituto Ayrton Senna lançaram uma pesquisa de referência sobre o cenário de suplementos no Brasil, onde analisaram 576 textos publicados em 138 edições de 36 suplementos³⁸ no primeiro semestre de 2001.

Em busca do que chamaram de “recursos de interatividade para colaboração dos leitores”, Andi e IAS encontraram espaços para cartas dos leitores em 41,3% das edições, sendo que 6,5% dos cadernos promoviam a troca de correspondência entre os leitores. “É o início de um diálogo que abre a perspectiva da democratização de interesses, na medida em que novos leitores tomam ciência das opiniões dos outros” (2002, p. 33).

Segundo o estudo, por meio das cartas, “podem chegar sugestões de pauta e um retorno imediato quanto à receptividade do caderno” (2002, p. 43). Eles recomendam que as demandas presentes nas mensagens (a publicação de uma matéria, o atendimento de um pedido etc.) sejam sempre respondidas pela redação para não frustrar as expectativas do remetente e nem quebrar os diálogos possíveis por esse canal.

Para Doretto, dar espaço para leitores nos suplementos ajuda a chamar a atenção deles e é também uma fonte de informação valiosa para a redação aprimorar seu trabalho, entendendo melhor “o que quer o outro para quem falo”.

O caminho para encontrar as reportagens de excelência estaria, para mim, no diálogo com a criança — que se dá, por exemplo, nas entrevistas, nos contatos com os leitores (entendido também como interatividade) por meio de cartas e e-mails, na leitura do que os meninos e as meninas vêm escrevendo na rede, não apenas nos sites dos próprios veículos. **Esse diálogo dá indícios para o repórter tentar entender esse novo mundo infantil** (sobretudo suas limitações e capacidades), com tecnologia encravada no cotidiano (DORETTO, 2010, p. 65 e 66, grifo nosso).

Em seu mestrado, a pesquisadora estudou os suplementos *Folhinha* e *Estadinho* pelo viés da representação³⁹ e concluiu que as publicações davam pouco espaço para as falas de meninos e meninas. Ou seja, eles não eram entrevistados para compor os textos jornalísticos impressos. A editora do *Estadinho* na época da pesquisa, Aryane Cararo, falou que a criança podia não estar nas matérias do suplemento,

mas há seções em que ela sempre vai estar: ‘Eu faço careta’ (que publica fotos de crianças fazendo caretas) e ‘Pequenos contadores’ (em que os leitores mandam histórias para o suplemento). São dois locais fixos, em que ela sempre vai estar. Não serão desrespeitados. A nossa preocupação é interagir com o

³⁸ Suplementos infantis encartados em jornais de 28 cidades de 13 diferentes estados do Brasil.

³⁹ Doretto (2010) fez Análise de Conteúdo das reportagens de capa de 50 edições dos suplementos *Folhinha* e *Estadinho*, 25 de cada, publicadas de julho a dezembro de 2009. Seu objetivo era comparar se os jovens que apareciam nesses textos tinham as mesmas características do leitor imaginado pelas redações.

leitor — e não só com o personagem de matéria. Queremos que ele ajude a fazer o ‘Estadinho’ (DOROTTO, 2010, p. 98).

Em uma iniciativa de participação mais inovadora, o suplemento *Correio Criança* (2010-2015), do jornal *Correio da Paraíba*, lançou o projeto *Repórter Teen* em 2011/2012, onde jovens atuavam como repórteres. O processo de implementação, que se somou às seções fixas de conteúdo (desenhos e textos) de leitores, foi acompanhado pela pesquisadora Márcia Dementshuk.

O projeto Repórter Teen foi implementado com o objetivo de abrir espaço no veículo de comunicação e proporcionar **ao aluno** a oportunidade de conhecer os processos que envolvem as rotinas de produção de conteúdo midiático. Acreditou-se desde o início que a atitude de orientar e conduzir a criança na vivência da construção da notícia iria proporcionar a ela um entendimento sobre como é construída a sociedade em que vive (DEMENTSHUK, 2016, p. 64, grifo nosso).

Os estudantes selecionados para participar do projeto iam para a redação com a pesquisa pronta sobre uma pauta (com ajuda de professores) e lá recebiam orientação sobre conceitos jornalísticos e dicas de apuração. A partir daí, realizavam as entrevistas e a escrita de matérias. Nesse período, passavam um turno acompanhando o trabalho de todos da equipe do jornal, inclusive as produções além do *Correio Criança*.

O ponto culminante era a publicação da matéria autoral no suplemento. Em números totais, de 2011 até outubro de 2014, 26 crianças visitaram o *Correio da Paraíba* e sete oficinas sobre questões midiáticas foram realizadas. Após a publicação, os repórteres mirins compartilhavam a experiência com os colegas de sala de aula. Três participantes foram selecionados para compor o conselho editorial⁴⁰ do suplemento.

De objetos internacionais, encontramos iniciativas mais tradicionais. É o caso do primeiro diário infantil da Europa, *Mon Quotidien*, lançado em 1995 para jovens de 9 a 14 anos, e do *Le Petit Quotidien* lançado três anos depois para leitores de 6 a 9 anos.

Sobre a participação de leitores nesses jornais, a Andi e IAS destacam a fala do diretor de ambos, Olivier Gasselin, que diz que as crianças podem produzir reportagens e, duas vezes por semana, participar da reunião de pauta ao lado dele. Acreditamos que, pela tradição desses periódicos, até hoje em circulação, haja outras possibilidades de interação com os jovens, mas não as encontramos nos estudos da nossa revisão.

⁴⁰ Segundo Dementshuk, o conselho, formado também por um psicólogo e três professoras, mantinha contato constante com a redação por rede social, telefone e e-mail para dar sugestões de matérias e ideias para concursos culturais e edições comemorativas.

2.4.3 Revistas

Outro formato importante para o público infantojuvenil foram as revistas. O supracitado relatório da Andi e IAS também se dedicou a analisar quanti-qualitativamente toda a produção jornalística (10.435 textos, dentre reportagens, entrevistas, editoriais e artigos, em 1.267 edições) publicada ao longo de 2001 em 26 suplementos e quatro revistas para crianças e adolescentes.

Um formato de sucesso destacado pelo relatório foi a *Coluna de Consulta*, espaço onde dúvidas enviadas por leitores são respondidas por especialistas. Geralmente os jovens mandam suas dúvidas para a redação (antes por cartas, hoje também por e-mail) e elas são colocadas no impresso junto com a resposta de um especialista no tema perguntado. Segundo a Andi e o IAS (2002, p. 15), os leitores valorizam as Colunas de Consulta “como um espaço de diálogo em torno das questões que mais preocupam o jovem, utilizando-as com fator de equilíbrio com as pautas das reportagens”.

Nesse formato, as pautas das colunas vêm da audiência, ainda que a redação às vezes restrinja as dúvidas a um tema específico, como animais ou profissões. No relatório, observou-se que o índice de conteúdo com relevância social⁴¹ dessas colunas foi maior (77,78%) do que o alcançado nas matérias, entrevistas, artigos e editoriais (45,97%).

Das revistas encontradas na nossa revisão, uma das marcas brasileiras mais antigas é a *Recreio*, criada em 1969 pela Editora Abril, responsável pela sua publicação até 1981 e depois de 2000 a 2015⁴².

Na tese de doutorado de Thais Furtado (2013), em que a pesquisadora estudou os diferentes discursos presentes na *Recreio*, conseguimos colher informações sobre a participação dos leitores na segunda versão da revista.

Em quase todas as edições analisadas por Furtado, havia textos comentando matérias, fotos ou desenhos enviados pelas crianças e jovens. O público era entrevistado como personagens para matérias e produzia conteúdo sob supervisão da redação. Na coluna

⁴¹ Segundo o relatório, os assuntos considerados socialmente relevantes, por ordem de quantidade de publicação em 2001, são: atualidade, educação, cultura, trabalho, sexualidade, saúde, drogas, projetos sociais, direitos e justiça, protagonismo juvenil, AIDS e DST, mídia, informática e internet, violência, família, meio ambiente, gravidez, pessoas com deficiência. Já os assuntos considerados sem relevância social, na mesma ordem, são: lazer e entretenimento, moda e beleza, comportamento.

⁴² Em 2015 a editora *Perfil* assumiu a publicação, que, nessa versão durou até 2018 e retornou em 2021. Não encontramos possibilidade de assinatura da revista, somente um site com notas majoritariamente culturais. Disponível em: <<https://recreio.uol.com.br/>>. Último acesso em 12 de junho de 2021.

sobre profissões, por exemplo, a redação pedia que um leitor escolhesse um cargo de trabalho da sua preferência e o levava para conhecer essa realidade. “Então como se faz para ser astronauta? Pego as crianças, levo para o Planetário, chamo o nosso único astronauta brasileiro e ele dá entrevista” (FURTADO, 2013, p. 223).

Sobre a autonomia da participação das crianças e adolescentes, a diretora de redação Fernanda Santos disse à Furtado que ela era “livre” no espaço de comentários em blogs da revista, mas também “dirigida, estimulada”, como quando a redação pede que escolham qual assunto será a capa de uma edição dentre opções publicadas online. No impresso, a revista sempre reitera pedidos de colaboração.

Comparando edições da segunda fase da *Recreio* (pós 2010, analisada por Furtado) com as da primeira fase (1969 e 1982), Ligia Correia (2013) conclui que o estímulo à produção de conteúdo por parte da criança é mais evidente na primeira do que na segunda, “embora os leitores sejam convidados a enviar perguntas e desenhos, não fica claro o espaço disponibilizado para a sua participação” (CORREIA, 2013, p. 103). Para a pesquisadora, as crianças participam pouco dos meios de comunicação porque desconhecem até onde podem ir e não têm incentivo.

A *Recreio* atual traz, em toda edição, dois convites aos leitores para participarem do conteúdo da revista: na página final e na seção Curiosidades há um “Escreva para a gente!” seguido do telefone, e-mail, site e endereço de correio regular. Não há uma regra específica para participar, os leitores podem escrever o que quiserem. Já a *Recreio* da década de 1970 apresentava evidente predisposição para construir o seu conteúdo em conjunto com os leitores; ao longo dos 12 anos de existência houve diversas iniciativas que comprovam isso, desde o Correio dos amiguinhos de *Recreio* até as mesas redondas, pesquisas de opinião, jornaizinhos, concursos. Em alguns casos, as crianças mandavam suas histórias e entrevistas para a revista, as quais eram publicadas. Essa participação era estimulada em todas as edições **com instruções objetivas a respeito do tipo de conteúdo que os leitores deveriam enviar e até sugestões de como eles poderiam buscar as informações** (Ibidem., p. 104, grifo nosso).

Essas “instruções objetivas” mostram uma preocupação em não apenas incentivar o envio de conteúdo e o publicar, mas explicar a forma de fazê-lo. Por serem instruções, porém, elas podem promover um encapsulamento da participação, uma vez que a pré-determina ao invés de dar espaço e aproveitar a contribuição das crianças da forma como elas possam preferir fazer. Não temos embasamento para analisar como era feito esse direcionamento, mas achamos importante grifá-lo aqui porque não encontramos uma atividade similar descrita em outras pesquisas.

Nos Estados Unidos, onde há predileção pelo formato de revista⁴³ para o público infantojuvenil, encontramos o estudo de Barbara Ball (1968) sobre a *Highlights for Children* (“Destaques para crianças” em tradução livre), lançada em 1946. A publicação foi primeira a ter “artigos factuais destinados a instruir e educar os jovens leitores e não apenas entretê-los” (BALL, 1968, p. 7)⁴⁴.

Na década de 1950, recebia mais de mil cartas semanais de crianças leitoras, em sua maioria respondidas pelo editor Dr. Myers.

Embora os editores sejam guiados por suas convicções sobre o que consideram mais benéfico para as crianças, eles também admitem que muitas vezes são direcionados na seleção de materiais pelas cartas que recebem de pais, professores e crianças. A maioria das cartas elogia a publicação, mas muitas criticam seu conteúdo; e pais e professores frequentemente escrevem para informar aos editores quais artigos são mais úteis no ensino de leitura, boas maneiras e assim por diante. Esses comentários e críticas não solicitados, dizem os editores, os ajudaram imensamente no desenvolvimento de *Highlights* (Ibidem, p. 14 e 15, grifo nosso)⁴⁵.

Ball descreve os tipos de conteúdo veiculados pela *Highlights for Children* em abril de 1968. Dentre os jogos, dicas culturais e artigos escritos por especialistas, há duas seções que contam com CPU. São elas: a “*in sensitivity to other...*” [“Em sensibilidade aos outros...”, em tradução livre], com textos que versam sobre costumes de pessoas que vivem em diferentes regiões do mundo, e *Our Own Pages* [“Nossas Próprias Páginas”, em tradução livre], dedicada a desenhos, prosas e poesias de crianças, acompanhados da identificação das mesmas, como nome, idade e endereço.

"A possibilidade de ver suas próprias criações e nomes em sua própria revista leva muitas crianças a continuarem a escrever e desenhar da melhor maneira possível, relatam os editores" (Ibidem., p. 26)⁴⁶.

⁴³ Segundo Barbara Ball (1968), a primeira revista para crianças da América foi a *Children's Magazine*, criada em 1789. “This and other early magazines contained material of a “highly moral nature”. Enthusiasm for the church and Sunday school brought a rash of periodicals and pamphlets for children” (p. 4.). A pesquisadora diz que a Subject Index to Children's Magazines listou mais de 50 periódicos para crianças e jovens de setembro de 1967 e fevereiro de 1968, em contraste com os 21 listados em setembro de 1948.

⁴⁴ Tradução livre para “presentation of factual articles intended to instruct and educate young readers not merely entertain them”.

⁴⁵ Tradução livre para “Although the editors are guided by their convictions concerning what they feel is most beneficial for children, they also admit that they are often directed in their selection of materials by the letters they receive from parents, teachers and children. Most of the letters are high in praise of the publication, but many are critical of its contents; and parents and teachers frequently write to let the editors know which articles are most helpful in teaching reading, manners, and so on. These unsolicited comments and criticisms, the editors say, have helped them immeasurably in the development of *Highlights*”.

⁴⁶ Tradução livre para “The possibility of seeing their own creations and names in their own magazine prompts many children to continue to write and draw to the best of their ability, the editors report”.

Com dificuldades de circulação desde 1950, a revista contratou, em 1964, o especialista em educação e leitura Dr. Walter Barbe. Ele foi responsável por estreitar relações com as escolas e criar materiais específicos para professores, que testavam alguns conteúdos com seus alunos antes deles serem publicados. Mais uma vez, a parceria com instituições de ensino é reafirmada.

Outra revista com relações estreitas com escolas é a brasileira *Ciência Hoje das Crianças*⁴⁷. Em 2015, Juliana Doretto (2015) fez uma análise comparativa⁴⁸ dessa publicação e da portuguesa *Visão Júnior*⁴⁹ para responder à pergunta de investigação: “a possibilidade que as crianças têm de se aproximarem dos veículos jornalísticos produzidos para elas, por meio de canais digitais, faz que elas busquem participar da elaboração desse discurso jornalístico, exercendo seu direito à representação?”⁵⁰.

A pesquisadora conclui que a integração digital não tende a aumentar a comunicação online dos leitores com as revistas, mas eles, voluntariamente ou incentivados pelos professores (aparentemente não por pais ou colegas), veem a publicação de cartas do leitor como um meio para intervir em escolhas editoriais. Quando essa intervenção acontece, porém, ela se dá de forma “reforçadora”. Ou seja, os jovens pedem mais do que veem e gostam, sem conseguir pensar em um jornalismo diferente ou melhor do que já consomem — o que, para Doretto, seria alcançado pela educação midiática.

Na *Ciência Hoje das Crianças*, as correspondências de leitores ficam na seção *Cartas*, em geral, com duas páginas. Já no espaço *Blogue do Rex*, dentre textos noticiosos, há artigos que respondem dúvidas sobre ciência enviadas por leitores. Era possível enviar textos para a redação em um espaço do portal sem necessidade de cadastro.

Em relação aos canais de comunicação, os contatos por carta e e-mail são equilibrados. Na época da pesquisa, a revista chegava a mais de 60 mil escolas públicas do Brasil e era delas que recebia mais cartas em papel (cerca de 50 por mês), muitas vezes como parte

⁴⁷ A *Ciência Hoje as Crianças*, que produz jornalismo científico, foi lançada em 1986 como um braço da revista-mãe *Ciência Hoje*, uma publicação criada em 1982 por integrantes da *Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência* (SBPC). Em 1990, a CHC ganha autonomia e se torna independente. A revista é publicada até hoje. Disponível em: <<http://chc.org.br/>>. Último acesso em 20 de dezembro de 2021.

⁴⁸ Para responder à questão, Doretto fez uma coleta robusta de 515 cartas e e-mails enviados para as duas revistas entre julho 2013 a junho 2014, entrevistou jovens e faz grupos de focais com 26 participantes (13 em cada país), de 9 a 16 anos. Ela também entrevistou profissionais do jornalismo infantojuvenil.

⁴⁹ Revista mensal portuguesa “Visão Júnior”, destinada a crianças de 6 a 14 anos, é a única representante do jornalismo para as crianças no mercado impresso português. Na Visão Júnior fala-se de cultura, meio ambiente e atualidades. Disponível em: <<https://visao.sapo.pt/visaojunior/>>. Último acesso em 20 de dezembro de 2021.

⁵⁰ Na pesquisa, Doretto define sua questão de pesquisa com base na defesa pelos direitos das crianças na área da produção midiática defendidos por David Buckingham.

de um projeto de sala de aula. O número de e-mails e comentários no site vinha aumentando, apesar de o volume de comentários variar muito de uma matéria para a outra.

As mensagens recebidas eram lidas e podiam interferir no produto final, a exemplo de uma página que aborda curiosidades, criada a partir de uma demanda dos leitores. “Eles não formalizavam: ‘Ah, nós queremos uma seção de curiosidade’. Eles diziam: ‘Queremos mais texto curto’; ‘Mais texto de pergunta e resposta’. Essa [seção] foi a nossa tradução do entendimento que vinha das cartas”, disse Bianca Encarnação, então editora da CHC à Doretto (2015, p. 141). A jornalista também citou a seção sobre carreiras *Quando crescer, vou ser*, que surgiu do mesmo modo.

Na portuguesa *Visão Júnior*, o canal de comunicação que mais recebe mensagens é o e-mail (234 de 265). Do total, três quartos das cartas foram enviadas de contas de correio eletrônico que pertenciam a jovens e, diferente da revista brasileira, as enviadas por turmas inteiras não foram destaque. Algumas foram publicadas na seção *Correio dos leitores* do impresso, em uma ou duas páginas. No online, quase não há comentários no site e no perfil do periódico no *Facebook*.

Apesar de não ter foco em pacotes de venda escolares, a *Visão Junior* é indicada pelo Plano Nacional de Leitura de Portugal. Segundo Carvalho (2014), ela promove desafios nacionais de resenhas literárias⁵¹. Os autores dos melhores textos visitaram a redação e entrevistaram pessoalmente o escritor da obra indicada (CARVALHO, 2014, p. 66).

Mas os leitores não precisam esperar por desafios⁵² para enviar resenhas, pois, para isso, há a seção impressa *Livros preferidos* e outros espaços com conteúdo autoral.

Outra forma de participação na “Visão Júnior” apresenta-se nos textos em que crianças cumprem funções de repórteres — escolhidas entre todas as que enviam propostas de entrevistas à revista. As crianças respondem também a outros estímulos da redação: na seção “A minha terra”, os leitores mostram onde vivem e do que gostam no lugar (e um jornalista vai até o local, apurar as informações); no “Passatempo”, as crianças podem enviar à revista desenhos, textos e objetos construídos com material reciclado (os melhores trabalhos são premiados) (DORETTO, 2015, p. 114).

As crianças também são frequentemente entrevistadas, segundo Carvalho (2014).

Outras revistas de Portugal também foram alvo de estudos, como a *Revista Público Júnior*, do jornal *Público*, lançada em março de 1991. Depois de um ano de publicação,

⁵¹ No desafio de 2013-2014, 250 turmas se inscreveram, somando 6.500 alunos do ensino básico.

⁵² “Todos os meses a revista VISÃO Júnior tem para os seus leitores um lote de prémios que pode ir de consolas e jogos, a livros e viagens. É nestas duas páginas de passatempos que a revista consegue interagir com os seus leitores de uma forma mais direta, apelando à criatividade de todos quantos aceitam participar nos desafios lançados” (CARVALHO, 2014, p. 58).

a redação começou a promover encontros de leitores nas instalações do *Público*, em Lisboa, para falar de jornais e da *Júnior* em particular. Além da visita e das discussões, os leitores escreviam textos para a edição da semana seguinte. “Tratou-se, sem dúvida, de uma iniciativa inovadora e única neste tipo de meio, que abria as portas à participação de crianças e jovens” (PEREIRA, FILLOL, SILVEIRA, 2015, p. 376).

2.4.4 Jornais impresso e portais online: o combo atual

Com o advento e popularização da internet no início do século XXI, muitos dos suplementos que não deixaram de circular no Brasil⁵³, migraram para o online, a exemplo do *O Globinho*⁵⁴ e *O Estadinho*⁵⁵, que encerraram as edições impressas em 2013. A *Folha de S. Paulo* fez esse mesmo movimento em 2016⁵⁶, mas voltou a publicar a *Folhinha* em 2021. Dessa vez, ocupando somente uma página do jornal.

A primeira versão online da *Folhinha* foi lançada em setembro de 2008 em formato de blog⁵⁷. Segundo Doretto (2010), apesar da página se dizer “um espaço virtual criado para a interação das crianças leitoras com o suplemento”, “A interação, está restrita, por enquanto, a um espaço em que as crianças podem comentar as notas postadas — mas a participação ainda é baixa” (DORETTO, 2010, p. 63).

No início da pesquisa, em 2008, o *Estadinho* tinha um site mais elaborado visualmente que o da *Folhinha* e com espaço para que os leitores enviassem e-mail e fotos⁵⁸. Mas, em 2010, o impresso do *Estadinho* passou por reformulação gráfica virando gibi e seu site virou blog⁵⁹. No gibi, foram criadas as seções: *Pequenos contadores* (de uma página) para imprimir histórias enviadas pelos leitores junto com suas fotos; e *Varal* (duas páginas), onde são colocados desenhos e fotos de crianças, além de respostas a perguntas enviadas

⁵³ Em um levantamento feito em 2019 para uma pesquisa deste mestrado, os 30 maiores jornais do Brasil em circulação paga de 2015 — com base na última lista pública da Associação Nacional de Jornais (ANJ). Disponível em: <<https://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>>. Último acesso em 20 de agosto de 201 — não mantinham a produção de conteúdo para o público infantil em suas edições.

⁵⁴ Em julho de 2013, o suplemento se tornou apenas um blog (www.oglobo.com.br/blogs/globinho), que se dizia “um espaço para crianças, com novidades literárias, dicas e programação cultural”.

⁵⁵ Em 20 de abril de 2013, passou a conservar apenas um blog (<http://blogs.estadao.com.br/estadinho/>), que não tem mais atualização.

⁵⁶ Com 52 anos de história impressa, primeiro com o nome *Folhinha de S.Paulo*, a *Folhinha* deixou de circular em 2016 e passou a manter uma página online (<http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/>).

⁵⁷ <http://blogdafolhinha.folha.blog.uol.com.br>.

⁵⁸ Essa página estava fora do ar no dia da última consulta de Doretto (2010) em 10 de outubro de 2008.

⁵⁹ <http://blogs.estadao.com.br/estadinho>

por elas. No *blog*, além do espaço para comentários, o conteúdo do impresso passou a ser aproveitado e havia publicação diária de um desenho de leitor.

Apesar das novidades, Doretto (2010, p. 63) conclui, que “a participação dos leitores nessas páginas on-line não influencia nos temas e na apuração das reportagens produzidas para o impresso” nos dois suplementos. No *Estadinho*, segundo entrevistas feitas pela pesquisadora, havia retorno dos leitores por meio de e-mails e cartas, que, com alguma frequência, chegavam em pacotes de um mesmo endereço de escola.

Comparando o site da *Folhinha* com o *Blog do Guri* (jornal *Estado de Minas*) em 2011, Diniz e Anastácio (2012) reforçam a pouca possibilidade de participação disponível no primeiro: seguir o perfil da *Folhinha* no *Twitter* e enviar e-mail. Já no *Blog do Guri*, o público podia postar comentários, vídeos, fotos, links e compartilhar conteúdo.

Essa junção do jornal impresso como carro-chefe e um portal de notícias online foi o modelo adotado também pelo *Crinkling News* (“Notícias enrugadas”, em tradução livre), criado em 2016 como o primeiro jornal nacional destinado a crianças da Austrália. Apesar de só ter tido dois anos de funcionamento, foi estudado por Peter English et. al. em 2019.

Dentre as perguntas investigadas por elas, uma dizia respeito à participação: “Qual o papel do público infantil na publicação?”. Como conclusão, observaram que um em cada dez artigos eram resenhas predominantemente escritas pelo público infantil, refletindo um nível considerável de conteúdo gerado pelo usuário.

“O design da publicação, com espaço semanal para resenhas e opiniões, foi um fator nessa abordagem, mas também destacou uma maior personalização das notícias (ENGLISH, et. al., 2019, p. 84)⁶⁰. Com “personalização”, elas se referem ao fato das crianças e adolescentes poderem interferir nas pautas publicadas, visto que nesses espaços os conteúdos e, conseqüentemente, seus temas partem do público.

Na Noruega, Suécia e Dinamarca, jornais impressos criados a partir de 2010 já nasceram com suas versões online, segundo análise de Catharina Bucht (2018). Um deles é o sueco *MiniBladet*, que administra a *Reporterskolan* (“Escola de Repórteres”), onde estudantes podem contribuir para a produção de conteúdo do jornal em cooperação com

⁶⁰ Tradução livre para “News stories were the next most prominent in the study, but reviews formed more than one in 10 stories, reflecting a considerable level of usergenerated content, predominantly written by the child audience. The design of the publication, with weekly space for reviews and opinion, was a factor in this approach, but also highlighted further personalisation of the news”.

os jornalistas. O editor conta a Bucht “o orgulho com que as crianças mostram as versões impressas dos artigos que produziram” (2018, p. 83)⁶¹ nas salas de aula.

Após conversa com editores desse e dos jornais *Both Aftenposten Junior* e *Børnevise*, Bucht diz que:

Para saber quais temas abordar, um relacionamento próximo com seus leitores é algo que os três entrevistados apontaram como importante; ouvir as crianças é vital – sobre o que elas estão falando, o que elas querem saber e como levamos a sério seus interesses e sentimentos? A contribuição de pais e professores também é importante para encontrar a maneira certa de abordar um problema (Ibidem., p. 84)⁶².

Procurando especificamente por iniciativas online, as pesquisadoras Pereira, Fillol e Silveira (2015) analisaram três portais web jornalísticos: *Newsround* (Reino Unido), *DogoNews* (Estados Unidos) e *1 Jour 1 Actu* (França).

O do *Newsround* é derivado do telejornal homônimo transmitido desde 1972 na TV britânica⁶³. Em seu portal⁶⁴, diferente do que ocorre nos veículos adultos (HERMIDA, 2011), não há espaço de comentários ao final das matérias. A contribuição é restrita a um *chat*, onde, uma vez por semana, a redação lança uma pergunta. Qualquer usuário pode participar sem fazer cadastro, identificando-se pelo nome e cidade de origem.

O *1 Jour 1 Actu*, da editora *Milan*, está ligado à sua versão semanal pré-existente em papel. No impresso, tem a tradição de incluir vozes jovens em todos os assuntos, a exemplo da cobertura do atentado ao jornal satírico parisiense *Charlie Hebdo* em janeiro de 2015⁶⁵. Na ocasião, crianças que estavam em uma escola vizinha à redação no momento do atentado foram entrevistadas (PEREIRA, FILLOL, SILVEIRA, 2015).

Na sua versão online, os visitantes cadastrados podem comentar ao final das matérias com moderação da redação. As notícias com maior número de comentários são as que falam sobre curiosidades, animais, meio ambiente e ciência. No polo oposto, os textos sobre política têm menos comentários. Esse foi o único achado da nossa revisão que coloca os temas de interesses dos leitores como propulsor direto do envio de mensagens

⁶¹ Tradução livre para “the pride with which children show the printed versions of articles they have produced”.

⁶² Tradução livre para “To find out which topics to address, a close relationship with their readers is something all three interviewees pointed out as being important; listening to the children is vital – what are they talking about, what do they want to know and how do we take their interests and feelings seriously? Input from parents and teachers is also important to find the right way to address an issue”.

⁶³ Um dos primeiros do seu gênero, já passou em mais de um canal e hoje é transmitido pela *BBC*.

⁶⁴ Disponível em <www.bbc.co.uk/newsround>. Último acesso em 20 de dezembro de 2021.

⁶⁵ Disponível em <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/01/tiroteio-deixa-vitimas-em-paris.html>>. Último acesso em 20 de dezembro de 2021.

no online. Antes disso, a vontade de sugerir pautas específicas levava as crianças a enviar cartas de leitores (CARVALHO, 2014).

O mesmo padrão foi encontrado por Pereira, Fillol e Silveira no *DogoNews*, criado em 2009. As crianças cadastradas comentam menos nas notícias de política, mesmo quando há crianças nos textos, e mais naquelas que abordam curiosidades, principalmente se forem sobre animais. Nesses casos, a caixa de comentários vira diálogos entre os leitores.

Sem desconsiderar então o papel específico que a família e a escola, bem como os grupos de pares, desempenham na descoberta e no conhecimento do mundo pelas crianças, e lembrando aliás o diálogo intergeracional que as notícias podem ajudar a promover, destacamos o papel significativo que os media desempenham no processo de socialização dos mais novos, sendo de toda a relevância que lhes ofereça serviços informativos específicos, dos quais a família e a escola possam também tirar partido (PEREIRA, FILLOL, SILVEIRA, 2015, p. 389).

2.4.5 Outras mídias

Fora do meio impresso, encontramos referência ao telejornal para crianças e jovens⁶⁶ *Globinho*, produzido pela *TV Globo* de 1977 a 1983. Apesar de ser composto basicamente por notícias, a seção que mais rendia respostas de espectadores por correios era a de literatura. “Recebia mais cartas do que qualquer ator de novela”, diz a então apresentadora Paula Saldanha em entrevista concedida em 2010⁶⁷.

Segundo a jornalista, “muitas reportagens eram pautadas e produzidas [e apresentadas] por crianças” vindas de cinco capitais: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Brasília e Recife. Outra forma de colaboração foi uma edição em que crianças de vários locais do Brasil mandaram perguntas para serem feitas ao Ministro da Educação por intermédio do jornal, que gravou e transmitiu as respostas.

De forma semelhante, a iniciativa portuguesa *Jornalinho*, uma revista de informação semanal transmitida pelo canal *RTP* de 1984 a 1987, tinha “correspondentes”, espectadores que enviavam cartas e desenhos com notícias de onde moravam (PEREIRA, FILLOL, SILVEIRA, 2015).

⁶⁶ Apesar de ser feito par ao público infantil, 50% do público do telejornal era composto por adultos. Isto porque o produto não sofria censura prévia da Ditadura Militar como seus similares para adultos, que enviavam para a redação do *Globinho* películas com matérias inteiras proibidas pelo governo.

⁶⁷ O episódio programa *Ver TV* onde a entrevista é realizada está dividido em três partes. A primeira parte está disponível em: <<https://www.camara.leg.br/tv/205312-ver-tv-debate-jornalismo-infantil-bl-1/>>. A segunda parte está disponível em: <<https://www.camara.leg.br/tv/205819-ver-tv-debate-jornalismo-infantil-bl-2/>>. A terceira parte está disponível em: <<https://www.camara.leg.br/tv/205821-ver-tv-debate-jornalismo-infantil-bl-3/?pagina=76>>. Último acesso em 30 de dezembro de 2020.

No formato radiofônico, encontramos um artigo de Custódio e Maciel (2020) sobre os programas *Mambembeiro*⁶⁸ (da Empresa Brasil de Comunicação, EBC) e *Unespinha*⁶⁹ (*Rádio Unesp FM*, em Bauru, SP).

Dentre os quadros recorrentes do *Mambembeiro*, havia o *Eu falo criancês*, onde um jovem dá sua opinião sobre o assunto do episódio, e o *Laboratório Mambembeiro*, em que uma apresentadora responde dúvidas de um ouvinte, enviada anteriormente por carta. Os canais de comunicação divulgados são: e-mail oficial da emissora, número de *WhatsApp*, caixa postal e endereço da rádio.

Já no *Unespinha*, Custódio e Maciel (2020) não encontraram referências à participação do público e poucos canais de comunicação — somente um e-mail para contato é informado no site e durante os episódios.

2.5 PANORAMA ATUAL DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO INFANTOJUVENIS NO BRASIL

A partir da nossa revisão sobre a participação de leitores em veículos de comunicação infantojuvenis, encontramos diversas formas de participação, sendo algumas mais recorrentemente estudadas, como o envio e publicação de carta de leitores e a publicação de conteúdos produzidos por jovens. Vimos também que iniciativas online, como *blogs*, sites e portais *web*, pouco avançaram na diversificação e aprofundamento da contribuição dos leitores e na sua troca com os jornalistas.

O que ficou evidente, porém, é que a preocupação com a participação de leitores sempre rodeou essas iniciativas desde as suas primeiras publicações impressas, internacionais e nacionais, confirmando-as como ricos casos para nosso objeto teórico.

Para escolher nosso objeto empírico, fizemos um breve levantamento dos veículos para crianças e adolescentes em atividade no Brasil através de pesquisas no *Google* e do que já conhecíamos. Com a lista definida, observamos os sites e redes sociais de cada um a fim de conhecer, superficialmente, as formas de participação de leitores disponíveis nas três primeiras etapas de produção descritas por Hermida (2011). Não nos balizamos pelas duas últimas etapas porque elas estão presentes indiscriminadamente em qualquer

⁶⁸ Disponível em: <<https://radios.ebc.com.br/tags/mambembeiro>>. Último acesso em 30 de dezembro de 2021.

⁶⁹ Disponível em: <<https://www.radio.unesp.br/unespinha>>. Último acesso em 30 de dezembro de 2021.

produto que publique conteúdo nas redes sociais, não sendo, por tanto, um diferencial. As informações encontradas estão resumidas abaixo:

Quadro 2 - Iniciativas de jornalismo infantojuvenil no Brasil em 2021

Produto	Formato	Estreia	Formas de participação
<i>Qualé</i> ⁷⁰	Revista quinzenal impressa e virtual	2020	Não conseguimos identificar.
<i>Its</i> ⁷¹	Revista impressa e portal online	2015	Dar entrevistas como personagens de reportagens e envio/publicação de conteúdo autoral.
<i>CHC</i>	Revista impressa	1986	Enviar cartas, sugestões de pauta e conteúdos autorais, com possibilidade de publicação.
<i>Joca</i> ⁷²	Jornal impresso, portal online, programas audiovisuais no <i>Youtube</i> e <i>podcasts</i>	2011	Enviar cartas, sugestões de pauta e conteúdos autorais por correios, e-mail e formulários online, com possibilidade de publicação; dar entrevistas como personagem; enviar dúvidas para colunas; atuar como entrevistador e editor no impresso; trocar correspondência com outros leitores; coapresentar <i>podcast</i> .
<i>Jornal da Criança (JC)</i> ⁷³	Jornal impresso, portal online, e <i>podcast</i>	2019	Enviar cartas, sugestões de pauta e conteúdos autorais por formulário de contato no site; coapresentar <i>podcast</i> (uma criança fixa).
<i>Folhinha</i>	Página de jornal	2021	Surgiu após nossa seleção.
<i>Radinho BdF</i> ⁷⁴	<i>Podcast</i>	2020	Dar entrevistas como personagens.
<i>Rádio animada</i> ⁷⁵	Faixa de rádio	- ⁷⁶	Não conseguimos identificar.
<i>Canal Reload</i> ⁷⁷	Canal no <i>Youtube</i>	2020	Não conseguimos identificar.
<i>Árvore</i> ⁷⁸	Aplicativo	2014 ⁷⁹ , em SP	Não conseguimos identificar.

Fonte: Elaboração própria

⁷⁰ Disponível em: <<https://www.revistaquale.com.br/>>. Último acesso em 12 de junho de 2021.

⁷¹ Disponível em: <<https://ndmais.com.br/revista-its-teens/>>. Último acesso em 12 de junho de 2021.

⁷² Disponível em: <<https://jornaljoca.com.br/>>. Último acesso em 12 de junho de 2021.

⁷³ Disponível em: <<https://jornaldacrianca.com.br/>>. Último acesso em 12 de junho de 2021.

⁷⁴ Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/radioagencia/podcasts/radinho-bdf/>>. Último acesso em 12 de junho de 2021.

⁷⁵ Disponível em: <<https://radios.etc.com.br/radioanimada>>. Último acesso em 12 de junho de 2021.

⁷⁶ Não encontramos essa informação nas nossas pesquisas online.

⁷⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/canalreload/featured>>. Último acesso em 12 de junho de 2021.

⁷⁸ Disponível em: <<https://www.arvore.com.br/>>. Último acesso em 12 de junho de 2021.

⁷⁹ Em 2014 nasceu com o de *GutenNews*, antes de se juntar com a plataforma *Árvore de Livros*.

Dentre os veículos acima, escolhemos o *Joca* como objeto empírico por ser o que mais solicita e permite a participação de leitores de acordo com nossas observações prévias.

Ao procurar pela palavra-chave “jornal Joca” na busca do *Google Scholar*, obtivemos apenas sete resultados, sendo quatro de produções acadêmicas. Em três delas, o periódico infantil é apenas citado⁸⁰. O jornal é o tema central somente de um capítulo do livro *Inovações Radicais na Educação Brasileira* (2019), onde a então coordenadora escolar Nádia Moya depõe sobre o uso do jornal em um colégio de São Paulo. Dessa forma, nos certificamos de que há baixa produção de conhecimento sobre o *Joca*.

No próximo capítulo, explicamos quais caminhos metodológicos percorremos para analisar essa publicação.

⁸⁰ No artigo “**Jornalismo Infantil: a extinção de um segmento**”: “Atualmente, buscando por veículos brasileiros voltados para o público infantil, encontramos poucas versões online, não muito conhecidas, como O Jornalzinho e o Jornal Joca” (ANDRADE, NASCIMENTO, 2017, pg 4). Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0726-1.pdf>>. Acesso em 8 de novembro de 2020.

Na dissertação “**Jornalismo Rá-Tim-Bum: uma proposta de vínculos entre imprensa escola e criança**”: “Encontramos apenas 13 jornais impressos e/ou online, duas revistas e um programa de TV. Os destaques são o Jornal Joca, as revistas Recreio e Ciência Hoje das Crianças e o programa Repórter Rá Teen Bum” (PEREIRA, 2018, p. 17) e “Em meio a demais pesquisas, encontramos outro exemplo interessante: o Jornal Joca, da Editora Magia de Ler, criado em 2011 e inspirado em publicações da Europa, sobretudo da França” (PEREIRA, 2018, p. 31). O autor dedica o resto do parágrafo para apresentar o jornal. Disponível em: <<https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/21333/2/Heron%20Ledon%20Pereira.pdf>>. Acesso em 8 de novembro de 2020.

Na tese “**‘Fala conosco!’: o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil**”: “Outro produto novo é o ‘Joca’, jornal quinzenal para crianças de sete a 12 anos, vendido por meio de assinaturas” (DORETTO, 2015, p. 40), seguido do resto do parágrafo para apresentar o jornal. Depois o periódico aparece novamente na fala de Jorge, uma das crianças entrevistadas pela autora: “Por exemplo, o ‘Joca’ vai lá e faz assim. Por exemplo, ‘tá’ só nome é diferente, e o resto é tudo para adulto. O nome está ‘Jornalzinho para criança’”. Daí o resto é cópia do jornal normal” (ibidem, p. 210). Disponível em: <https://run.unl.pt/bitstream/10362/17002/1/TESE_FINAL23fev.pdf>. Acesso em 8 de novembro de 2020.

3. METODOLOGIA

Como procedimento para operacionalização da investigação, adotamos o Estudo de Caso sob a perspectiva do pesquisador Robert K. Yin, grande referência no delineamento dessa metodologia. Yin (2001, p. 19) aponta que ela é adequada para quando “se colocam questões do tipo ‘como’ e ‘por que’, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real”.

No livro *Estudo de caso: planejamento e métodos* (2001), o autor aborda “características verdadeiramente distinguíveis do método de estudo de caso, ao longo de todas as fases da pesquisa - definição do problema, delineamento da pesquisa, coleta de dados, análise de dados e composição e apresentação dos resultados” (YIN, 2001, p. 12). Organizamos este capítulo com base nessa divisão.

3.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Os estudos sobre participação de leitores no jornalismo, apesar de terem se intensificado desde a década de 1990, não costumam ter iniciativas de jornalismo infantojuvenil como objetos empíricos. Já nos estudos destinados a essas iniciativas não costumam ter a participação como seu foco principal.

Diante desse cenário, onde trabalhamos com dois objetos ainda pouco abordados em suas áreas e, portanto, pouco conhecidos, optamos por um estudo exploratório que respondesse à questão abrangente: **como acontece a participação de crianças e adolescentes nas etapas de produção de conteúdo do *Joca*?**

3.2 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Yin (2001) classifica quatro tipos principais de projeto seguindo uma matriz 2x2. A primeira categoria diz respeito à quantidade de casos analisados em um estudo, que podem ser múltiplos ou único. A segunda é referente à quantidade de unidades de análise observadas, podendo ser apenas uma (estudo holístico) ou múltiplas (estudo incorporado).

Em relação à primeira categoria, optamos por fazer uma análise de caso único do jornal *Joca*. Das iniciativas brasileiras de jornalismo infantojuvenil, o *Joca* nos chamou a

atenção pela importância que confere à participação dos leitores do jornal e o modo convergente como ele opera.

Durante a observação prévia, esse aspecto se mostrou basilar da identidade da marca, evidenciando-se pela: comunicação nas redes sociais, onde o jornal faz chamadas periódicas para leitores enviarem conteúdo, como textos autorais, comentários, opiniões sobre matérias ou sugestões de pauta; seções do jornal que só funcionam com conteúdo enviado por crianças, como em “o que você faria se...”, onde um leitor faz uma pergunta sobre uma situação hipotética e outros leitores mandam respostas; divulgação de ações e eventos produzidos ou coproduzidos por eles que envolviam a ação infantil, como o envio de cartas escritas por crianças e jovens à cidade de Brumadinho depois do rompimento da barragem de minérios em 2019⁸¹; lançamento do livro que conta a trajetória do *Joca*, no qual crianças realizaram uma entrevista coletiva com a autora Stéphanie Habrich.

Segundo Yin (2001), o caso único se apresenta como escolha estratégica quando se encaixa em um dos três tipos a seguir: “raro ou extremo”, geralmente relacionado a situações clínicas, se refere a fenômenos até então desconhecidos ou cuja aparição é rara; “revelador”, quando se trata de um fenômeno previamente inacessível à investigação científica; e o “decisivo”, onde é possível observar em um caso condições favoráveis e amadurecidas para a análise do objeto de pesquisa. O último tipo é como caracterizamos o *Joca* nesta dissertação.

Em relação à segunda categoria da matriz 2x2 que define os tipos de projeto de estudo de caso, nosso trabalho se enquadra no tipo “incorporado”. “Isso ocorre quando, dentro de um caso único, se dá atenção a uma subunidade ou a várias subunidades” (YIN, 2001, p. 64). No nosso estudo, a unidade principal foi a marca *Joca*, visto de forma institucional, e a menor foram os indivíduos envolvidos no processo de participação (crianças, jovens, pais/responsáveis, professores(as) e pessoas da equipe do jornal). As unidades intermediárias foram os arquivos com edições passadas dos produtos analisados, documentos produzidos pelo jornal e publicações online.

Entendemos cada produto da empresa — impresso, portal, *podcasts* e canal no Youtube — como subunidades de análise e não como casos isolados. Analisamos as possibilidades e características de participação presentes neles para traçar um perfil da organização como um todo.

⁸¹ Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2019/01/25/bombeiros-e-defesa-civil-sao-mobilizados-para-chamada-de-rompimento-de-barragem-em-brumadinho-na-grande-bh.ghtml>. Último acesso em 10 de agosto de 2021.

Para finalizar nossas decisões nesse tópico, o último passo foi delimitar no tempo o início e fim do estudo de caso para, por conseguinte, determinar os limites da coleta e da análise de dados. O período escolhido foi de **fevereiro de 2020** — data da última mudança gráfica e editorial sofrida pelo jornal impresso, carro-chefe da redação — até **janeiro de 2021** — para análise de um ano completo.

3.3 COLETA DE DADOS

Antes mesmo de começarmos nossa coleta, preparamos um protocolo indicado por Yin (2001, p. 89). O protocolo tem como ponto central e se inicia com a elaboração de questões que refletem a investigação principal. “São, em essência, os lembretes que você deverá utilizar para lembrar das informações que precisam ser coletadas e o motivo para coletá-las” (ibidem.). Para cada uma dessas questões, o pesquisador deve elencar as prováveis fontes de dados e evidências e dar exemplos de estratégias de análise necessárias para respondê-la.

Na hora da escolha das fontes de dados, usamos a técnica de “triangulação”. Ela tem origem nas práticas de navegação, “em que a intersecção de três pontos de referência diferentes é usada para calcular a localização precisa de um objeto” (YANDLEY, 2009, p. 239 apud YIN, 2016, s/p.). Nos estudos sociais, isso significa que o pesquisador deve usar e combinar o maior número possível de fontes e, portanto, recolher informações do maior número possível de perspectivas sobre um mesmo objeto, aumentando as chances de compreensão do fenômeno.

Quadro 3 - Protocolo de dados da dissertação

Questão	Fonte	Coleta	Análise
De quais formas as crianças e adolescentes participam das cinco etapas de produção de conteúdo no <i>Joca</i>?	Equipe do <i>Joca</i>	Entrevistas semiestruturadas	Análise qualitativa
	Edições de produtos	Observação sistemática	Análise quantitativa
	Crianças e jovens	Aplicação de questionários	Análise qualitativa
Entrevistas semiestruturadas			
Qual o papel dos professor(as) e da escola na participação dos leitores?	Equipe do <i>Joca</i>	Entrevistas semiestruturadas	Análise qualitativa
	Crianças e jovens	Aplicação de questionários	Análise qualitativa
		Entrevistas Semiestruturadas	

	Professores	Aplicação de questionários	
		Entrevistas Semiestruturadas	
	Edições de produtos	Observação sistemática	Análise quantitativa
Qual o papel dos pais/responsáveis na participação dos leitores?	Equipe do <i>Joca</i>	Entrevistas semiestruturadas	Análise qualitativa
	Crianças e jovens	Aplicação de questionários	
		Entrevistas Semiestruturadas	
	Pais/responsáveis	Aplicação de questionários	
Entrevistas Semiestruturadas			
Qual o papel de amigos(as) e colegas na participação dos leitores?	Crianças e jovens	Aplicação de questionários	Análise qualitativa
		Entrevistas Semiestruturadas	
	Professores	Entrevistas Semiestruturadas	
Como as formas de participação de crianças e adolescentes do <i>Joca</i> se relacionam com as observadas em iniciativas infantojuvenis já estudadas?	Pesquisas sobre a participação de leitores no jornalismo infantojuvenil	Revisão bibliográfica	Análise comparativa

Fonte: Elaboração própria

Para a questão “Qual o papel de amigos(as) e colegas na participação dos leitores?”, não conseguimos dados suficientes para tecer discussões, por isso as informações que recolhemos sobre esse tópico não foram colocadas ao longo deste trabalho. Mantivemos o relato da pergunta no protocolo acima para fins de detalhamento de como planejamos a metodologia.

Para nenhuma das questões foram consideradas as fontes de dados “observação direta” e “observação participante” pelo fato desta dissertação ter sido feita em meio à pandemia de Covid-19. A redação do *Joca* permaneceu em *home office* durante todo o processo desta pesquisa, impossibilitando uma observação direta ou participativa da produção do jornal. Além disso, optamos por não aplicar questionários nem realizar entrevistas ou grupos focais presenciais nas escolas como forma de cuidado da nossa saúde e das pessoas potencialmente envolvidas.

3.3.1 Produtos como fonte de dados

Edições dos produtos foram pensadas como fonte de dados pois nelas estão inscritas a participação de leitores efetivada, nos ajudando a responder: “*De quais formas as crianças e adolescentes participam das cinco etapas de produção de conteúdo no Joca?*”. Para isso, analisamos os produtos do *Joca* direcionados ao público infantojuvenil produzidos no período de fevereiro de 2020 a janeiro de 2021, conforme descrito abaixo:

Quadro 4 - Amostras dos produtos do *Joca* analisadas na dissertação

Fonte	Período	Amostra
De quais formas as crianças e adolescentes participam das cinco etapas de produção de conteúdo no Joca?		
Jornal impresso ⁸²	Fevereiro de 2020 a janeiro de 2021	21 edições
Portal web ⁸³	26 de outubro de 2021	<i>Não se aplica</i>
Podcast <i>Revisteen CBN Joca</i> ⁸⁴	Fevereiro de 2020 a janeiro de 2021	21 episódios
Podcast <i>Papo Joca</i> ⁸⁵	Julho de 2020 a janeiro de 2021	11 episódios
<i>Joquices</i> ⁸⁶ no canal do Youtube	Agosto de 2020 a janeiro de 2021	9 vídeos

Fonte: Elaboração própria

O portal web não foi analisado da mesma forma que os demais produtos, pois a maioria do que encontrássemos de participação de leitores seria uma reprodução da participação que ocorreu no impresso, visto que as notas exclusivas desse meio geralmente não contam com contribuição dos leitores (Apêndice M). Fizemos somente uma varredura no portal no dia 26 de outubro de 2021 para buscar por outras formas exclusivas, se houvessem.

A amostra do *Revisteen CBN Joca* equivale aos episódios ímpares dentro do período analisado. Não fizemos a análise de todos os episódios do período (41) porque a amostra

⁸² Em todas as edições analisadas foram desconsiderados os encartes, sendo a maioria deles referente ao “*Joca in english*” e “*Joca en español*”, que são apenas traduções de alguns conteúdos em português da edição e, portanto, sem novas informações a serem observadas.

⁸³ Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/>>. Último acesso em 30 de outubro de 2021.

⁸⁴ Disponível em <<https://open.spotify.com/show/0zUy0UDdcpZZ6IO811iuDo>>. Último acesso em 30 de outubro de 2021.

⁸⁵ Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/6jXivgtITdrOwLzchPtIJL>>. Último acesso em 30 de outubro de 2021.

⁸⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLZDdnk4TQg-RcgBGKA7PU8QfOzaeRKez>>. Último acesso em 30 de outubro de 2021.

ficaria maior do que a do impresso (21), carro-chefe do jornal, e, provavelmente, não modificaria os resultados, visto que buscamos por formas de participação recorrentes. Já os períodos de análise do *Papo Joca* e do *Joquices* começam depois de março de 2020, pois ambos os produtos foram criados em julho e agosto de 2020, respectivamente. Dessa forma, consideramos desde o primeiro episódio de cada um até o mês final pré-estabelecido: janeiro de 2021.

A coleta de dados foi feita através da categorização do que encontramos, sendo as categorias equivalentes às formas de participação (colaborar com a escrita de um texto jornalístico, editar conteúdos, comentar matérias etc.). Elas foram colocadas em planilhas de *Excel*, separadas por produtos, a fim de contabilizarmos sua recorrência.

Para responder à pergunta “*Qual o papel dos professore(as) e da escola na participação dos leitores?*”, em todos os produtos observamos as menções a informações escolares no conteúdo produzido por crianças e adolescentes. Essa informação foi adicionada como categoria em todas as planilhas.

3.3.2 Preparação de questionários e entrevistas

Optamos pela feitura de questionários e entrevistas pois ambos proporcionam que as pessoas que se relacionam com o objeto de um estudo possam colocar seus pontos de vista sobre ele em seus próprios termos, o que se faz especialmente importante nas pesquisas com crianças (BUCKHINGHM, 2007), ainda que estejam presentes as imprecisões e vieses características desses métodos (YIN, 2016) e as disputas de poder da relação adulto-criança e pesquisadora-participante.

Por conta da pandemia de Covid-19, optamos por não realizar essas etapas presencialmente. Por um lado, a decisão garantia nossa segurança e a dos participantes, mas dificultava o convencimento das pessoas em participar. Fizemos, então, versões online (Apêndices A, E, G) e para impressão (Apêndice B, F, H) de três questionários (destinados às crianças e adolescentes; aos professores(as); e aos pais/responsáveis). Assim os participantes podiam escolher o formato de sua preferência. Se optassem pelo impresso, podíamos enviá-lo por correios.

No formato online, que possui menor controle da distribuição, acrescentamos algumas questões para o caso de os participantes não cumprirem os requisitos que procurávamos. No caso de crianças e jovens, se não fossem leitores do *Joca*. No caso dos educadores, se

não usassem o *Joca* em sala de aula. No caso dos pais/responsáveis, se não assinassem o *Joca*. Nos três cenários, perguntamos sobre a relação entre jornalismo e infância.

Durante o processo de construção dos questionários, nos atentamos em cumprir os direitos de participantes de pesquisa definidos pelo Comitê de Ética Nacional. Para isso, fizemos a leitura da Cartilha dos Direitos dos Participantes de Pesquisa (BRASIL, 2020). O material é baseado na Resolução CNS nº 466/12 e na Resolução CNS nº 510/16. Cientes desses direitos, nos atentamos em deixar claro para os participantes:

- O objetivo da pesquisa;
- Os riscos e benefícios de participar da pesquisa;
- O direito à participação opcional e não obrigatória;
- A retirada da permissão de participação a qualquer momento;
- Que seus dados e privacidades seriam assegurados;
- A pesquisadora estaria disponível para qualquer dúvida ou esclarecimento a todo momento, com divulgação dos seus dados de contato;
- Onde estariam os resultados da pesquisa.

De acordo com a cartilha, as informações acima devem estar presentes em termos a serem assinados pelos participantes como forma de garantir que entenderam a pesquisa, seus direitos e aceitam participar. Maiores de 18 anos devem assinar um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e menores de 18 anos, um Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE). Para o último grupo, também é pedido que os pais/responsáveis assinem um TCLE em nome dos filhos.

Enquanto na versão impressa dos questionários, os termos aparecem em formato de documento (Apêndice I), adaptamos as informações na apresentação dos três questionários online, de forma a aumentar as chances de os participantes só começarem a responder depois de tê-las visto. Nos questionários para educadores e pais/responsáveis, esse resumo foi feito em forma de texto e no documento para crianças e adolescentes, elaboramos um vídeo⁸⁷ (Apêndice C) e fizemos uma apresentação visual com slides (Apêndice D). Essa adaptação ao meio é prevista pela cartilha, que diz:

⁸⁷ A publicação foi feita no modo “não listado”, onde o vídeo só pode ser encontrado por quem possui o link de compartilhamento. Ele não aparece no meu canal do Youtube e nem nas pesquisas feitas pela área de busca da plataforma.

Quando o pesquisador estiver escrevendo o TCLE, ele deve se colocar no lugar de um participante de pesquisa. O item IV.5.b da Resolução CNS nº 466/12 orienta que o TCLE deve ser adaptado, pelo pesquisador responsável, sempre com linguagem clara e acessível aos participantes da pesquisa, tomando especial cuidado para que seja de fácil leitura e compreensão (BRASIL, 2020).

A forma de assinatura também pode variar:

De acordo com a Resolução CNS nº 510/16, o TCLE pode ser elaborado em qualquer meio, formato ou mídia, como papel, áudio, filmagem, mídia eletrônica e digital, que registre a concessão de consentimento ou de assentimento livre e esclarecido, sendo a forma de registro escolhida a partir das características individuais, sociais, linguísticas, econômicas e culturais do participante da pesquisa e em razão das abordagens metodológicas aplicadas (BRASIL, 2020).

No caso dos questionários online, ela se deu por meio de uma pergunta obrigatória com resposta única (Sim) logo no início do formulário. Só era possível responder às demais perguntas se o participante aceitasse o termo.

Figura 2 - Print de Termo de Aceite dos questionários online

Antes de começar, me diz: você tem certeza que quer participar da pesquisa? *

Sim, aceito participar da pesquisa.

Fonte: Elaboração própria

A fim de seguirmos a orientação do Conselho Nacional de Ética⁸⁸, colocamos uma opção ao final do questionário para pais/responsáveis para que autorizassem a participação dos jovens na pesquisa. Sabíamos que o método não era de todo eficaz, mas permanecemos com o modelo pois entendemos que os riscos envolvidos na pesquisa e os dados solicitados às crianças não prejudicam seus direitos à privacidade.

Figura 3 - Autorização para jovens no questionário para pais/responsáveis

⁸⁸ O Conselho Nacional de Ética por meio da Resolução CNS 466/12 prevê dispensas do TCLE, mas em situações que não se enquadram nesta pesquisa. São elas: casos em que seja inviável a obtenção do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ou que esta obtenção signifique riscos substanciais à privacidade e confidencialidade dos dados do participante ou aos vínculos de confiança entre pesquisador e pesquisado, a dispensa do TCLE deve ser justificadamente solicitada pelo pesquisador responsável ao Sistema CEP/CONEP, para apreciação, sem prejuízo do posterior processo de esclarecimento (BRASIL, 2012).

Você autoriza que seu(ua) filho(a) participe desta pesquisa? Se sim, o link para o questionário infantojuvenil está logo abaixo e na mensagem pós-envio das respostas. *

O link do questionário infantojuvenil é este: <https://forms.gle/hdWtT2bcwLKU4fE6>. Lá tem uma explicação sobre a pesquisa para que a criança/jovem possa decidir se quer participar. Os dados pessoais serão omitidos.

Sim, autorizo.

Não autorizo.

Se sim, por favor, me diga os seguintes dados para que possa reconhecer as respostas do seu filho(a) no questionário infantojuvenil: Nome; Idade; Cidade e estado onde mora; Se estuda em escola pública ou privada. *

Sua resposta

Fonte: Elaboração própria

Ao final dos questionários, perguntamos se a pessoa aceitava participar de uma entrevista individual. Em caso afirmativo, bastava que deixassem uma forma de contato para que marcássemos o encontro. No questionário das crianças e jovens, era pedido que deixassem o contato dos pais/responsáveis.

Figura 4 - Print de pergunta para entrevista individual dos questionários online para jovens

Você gostaria de participar de uma conversa online com a pesquisadora? Você poderá tirar dúvidas sobre pesquisa e falar mais sobre o Joca.

Se sim, deixe o seu telefone e o telefone dos seus pais/responsáveis e vamos conversar :)

Sua resposta

Fonte: elaboração própria

No caso dos docentes, a autorização para uso das respostas e o convite para entrevista eram mais simples, pois referiam-se somente a eles próprios.

Já nas entrevistas online, o consentimento (adultos) e o assentimento (crianças e adolescentes) de todos os participantes foram gravados por meio de vídeo logo antes das perguntas serem feitas. Em todas as conversas com menores de idade, os pais/responsáveis estavam junto. Os membros da equipe do *Joca* e os(as) professores(as) que permitiram a divulgação dos seus nomes na pesquisa também incluíram essa autorização no vídeo de consentimento.

3.3.3 Aplicação de questionários e realização de entrevistas

Com os questionários e roteiros de entrevistas prontos, fomos atrás das pessoas participantes. O primeiro contato com o *Joca* se deu no curso *Jornalismo Infantojuvenil: História, Importância e Caminhos*, cursado pela pesquisadora em setembro de 2020 na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Após troca de contatos, a editora-chefe do *Joca*, Maria Carolina Cristianini, foi convidada para participar do projeto *GJOLCast.Conversas Digitais*, realizado pelo GJOL em outubro de 2020⁸⁹. Por sua vez, Cristianini indicou a pesquisadora como fonte para o podcast *Saiu no Joca, prô!*, publicado em abril de 2021⁹⁰.

Em setembro de 2021, entramos em contato com Maria Carolina por e-mail apresentando a pesquisa e solicitando uma entrevista com ela e a fundadora do *Joca*, Stéphanie Habrich. No dia da reunião online, percebemos a necessidade de conversar também com o editor de conteúdo Felipe Sali e a repórter Helena Rinaldi. No total, realizamos as seguintes entrevistas com a equipe do *Joca*:

Quadro 5 - Informações sobre entrevistas com a equipe do *Joca*

Profissional entrevistado	Cargo	Data da entrevista	Duração	Outros canais de troca de informações
Stéphanie Habrich	Fundadora e Diretora Executiva	06 de out. de 2021	29:42 min	Não houve
Maria Carolina Cristianini	Editora-chefe	06 de out. de 2021	29:42 min	E-mail
		26 de nov. de 2021	47:07 min	
Felipe Sali	Editor de Conteúdo	15 de out. de 2021	19:03 min	Não houve
Helena Rinaldi	Repórter	21 de out. de 2021	31:08 min	E-mail

Fonte: Elaboração própria

Na primeira entrevista realizada, além das perguntas, fizemos três solicitações a Stéphanie e Maria Carolina: quantidades de mensagens recebidas nos diferentes canais de comunicação do jornal com os leitores; amostras dessas mensagens nos seus variados

⁸⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bQru0evtfHE>>. Último acesso em 20 de outubro de 2021.

⁹⁰ Disponível em: <<https://open.spotify.com/episode/1MAJ3qnoDScoBUYoNayM3n>>. Último acesso em 20 de outubro de 2021.

formatos⁹¹; e auxílio na divulgação dos questionários nas listas de transmissão do jornal e nas suas edições impressas e/ou online.

Algumas informações quantitativas sobre os canais foram compartilhadas, como mostraremos no capítulo 4. Mas, por conta da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), nº 13.709/2018, que regula as atividades de tratamento de dados pessoais, não foi possível o compartilhamento das mensagens de leitores para análise e o *Joca* não pôde divulgar a pesquisa para os contatos das suas redes de transmissão, que aceitaram receber somente informações referentes à empresa.

A saída encontrada foi um intermédio personalizado: a editora educacional do *Joca*, Mônica Gouveia, e a coordenadora pedagógica, Jaqueline De Grandi, enviaram contatos de dez escolas segundo critérios de diversidade geográfica⁹² (mais de uma região do Brasil) e econômica (instituições públicas e privadas). Também foram informados os telefones de duas mães cujos filhos haviam participado recentemente do jornal.

Através das escolas, o objetivo era chegar às crianças e adolescentes de forma mais rápida e com a segurança de que os questionários online seriam realmente respondidos pelo público da pesquisa sob orientação. Para todas as professoras que aceitaram aplicar questionários, a pesquisadora se disponibilizou para conversar e tirar dúvidas das crianças sobre jornalismo e/ou pesquisa científica em alguma aula até o fim de 2022⁹³.

Tivemos dificuldades, porém, de entrar em contato com a maioria das escolas indicadas pelo *Joca*. Buscamos, então, outras instituições anteriormente citadas em produtos do jornal. Por conta disso, não conseguimos a diversidade geográfica e econômica que pretendíamos.

⁹¹ Pensamos em ler as mensagens enviadas para a redação pelos canais de comunicação disponíveis aos leitores, que são os correios, e-mail da redação e dos repórteres, formulários de contato do site e espaço de comentários dos produtos (portal e Youtube). O objetivo era entender as motivações dos leitores em participar. Não conseguimos, porém, obter com a equipe do *Joca* esses dados. A repórter Helena Rinaldi nos informou por e-mail que o setor jurídico do jornal não autorizou o compartilhamento das mensagens (cartas e e-mails), ainda que os autores tivessem seus dados pessoais resguardados. Sobre os formulários e os comentários, também não foi possível acessar os dados, dessa vez, por conta das limitações da plataforma de publicação (Wordpress), segundo nos informou verbalmente o editor Felipe Sali.

⁹² O *Joca* chegou a fazer uma parceria com a Secretaria Municipal de Educação (SMED) de Salvador (BA), local onde esta dissertação foi feita. Mas na época de coleta de dados a parceria já havia acabado. Seguem as informações enviadas por e-mail pela diretora educacional do *Joca*, Mônica Gouvêa, no dia 30 de novembro de 2021: "A parceria ocorrida ao longo do segundo semestre de 2020 com a SMED de Salvador/BA foi decorrente de um financiamento que o *Joca* recebeu do Fundo para apoio à aprendizagem durante a Covid-19 criado pela parceria entre a Fundação Lemman e a Imaginable Futures. Doamos o conteúdo digital do *Joca* e dois cursos de formação (on-line e EAD), além de um acompanhamento do trabalho das escolas para 9 redes de ensino escolhidas por nós e a Rede de Salvador foi uma delas".

⁹³ Até o fim de 2021, somente a professora Marcela Saramela, da Escola Municipal Jael da Silva Barradas, em Boa Vista (RR), fez essa solicitação. A pesquisadora participou de duas aulas contando sua experiência como repórter em jornal impresso.

No total, ligamos e/ou mandamos e-mail para 16 escolas. Recebemos respostas de educadores que trabalham em seis delas, sendo quatro de gestão pública e duas de gestão privada. Como consequência, tivemos mais resposta de educadores que trabalham no setor público (10 deles) e menos que trabalham no setor privado (3 deles).

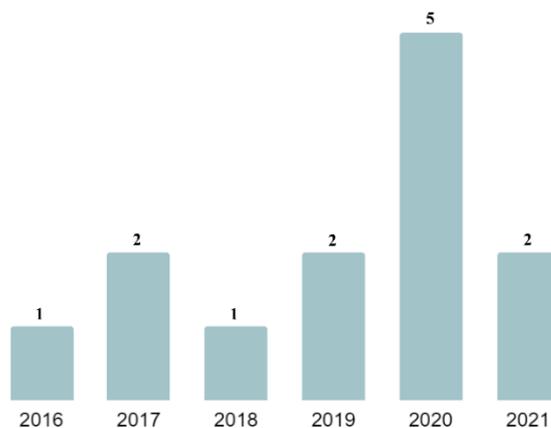
Quadro 6 - Escolas cujos professores responderam ao questionário

Escola	Estado	Gestão	Quantidade de educadores participantes
Escola Municipal Jael da Silva Barradas	RR	Pública	1
Escola Parque	RJ	Privada	2
Adalgiza Segurado da Silveira	SP	Pública	5
Escola Vera Cruz	SP	Privada	1
Escola Municipal Dona Quita	MG	Pública	1
EMEF Prof. Laerte José dos Santos	SP	Pública	3

Fonte: Elaboração própria

Do total de 13 educadores que responderam ao questionário, a maioria conheceu o *Joca* nos últimos dois anos, 2020 (5 educadores) e 2021 (2 educadores). A parceria mais antiga é com uma pessoa de São Paulo, que usa o jornal desde 2016.

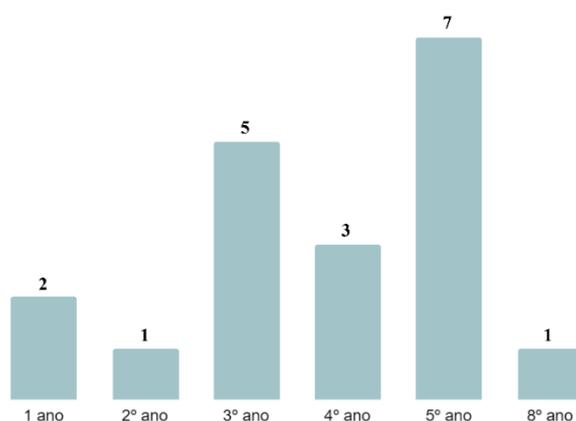
Gráfico 1 - Ano em que os professores que responderam ao questionário conheceram o *Joca*



Fonte: Elaboração própria

Em relação aos anos/séries em que os professores lecionam, a maioria foi do 5º ano (7 respondentes) e 3º ano (5 respondentes). Tivemos, pelo menos, um participante de cada ano do Ensino Fundamental 1 (1º ao 5º ano), que é o setor de maior atuação do *Joca* (CRISTIANINI, 2021). Não tivemos participantes do 6º, 7º e 9º ano do Ensino Fundamental 2. Alguns lecionam em mais de um ano.

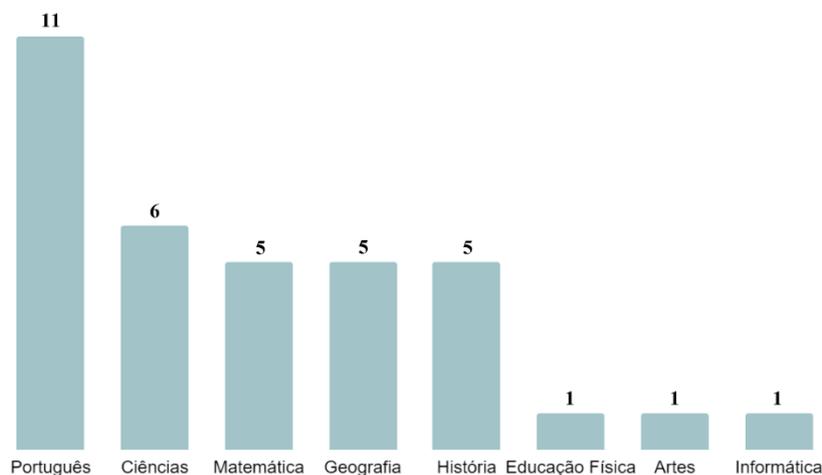
Gráfico 2 - Séries em que os professores que responderam ao questionário lecionam



Fonte: Elaboração própria

Por fim, das disciplinas que os participantes lecionam, a com mais ocorrência foi português (11 respondentes), seguida de ciências (6) e empate entre matemática, geografia e história (5). Alguns lecionam em mais de uma disciplina, principalmente, aqueles dos anos iniciais do Ensino Fundamental 1.

Gráfico 3 - Disciplinas que os professores que responderam ao questionário lecionam



Fonte: Elaboração própria

Dos 13 educadores, cinco aceitaram participar da entrevista individual, sendo quatro deles de escola pública e um de escola particular. Dos cinco, três atuam em São Paulo. No início das cinco entrevistas, antes de fazermos as perguntas, recebemos autorização expressa de todos os participantes de que poderíamos divulgar seus nomes nesta pesquisa.

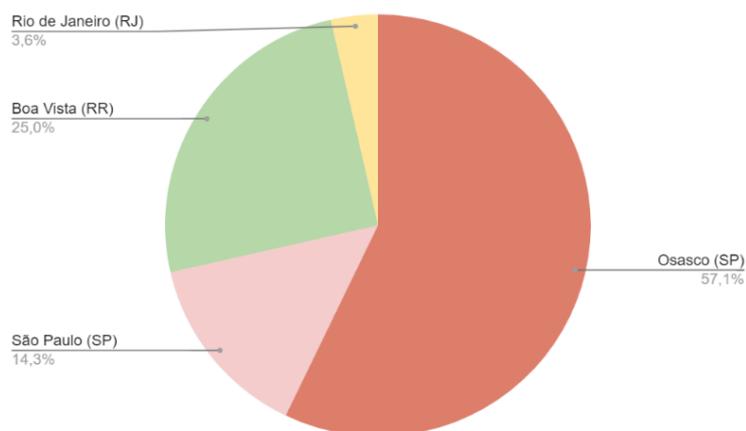
Quadro 7 - Informações dos educadores entrevistados

Educador(a)	Escola	Estado	Gestão	Data da entrevista	Duração	Outros canais de troca de informações
Marcela Saramela	Escola Municipal Jael da Silva Barradas	RR	Pública	29 de out. de 2021	31:39 min	WhatsApp
Paula Takada	Escola Vera Cruz	SP	Privada	04 de nov. de 2021	11:55 min	-
Patrícia Alves	Escola Municipal Dona Quita	MG	Pública	11 de nov. de 2021	21:49 min	WhatsApp
Otavio Filho	Adalgiza Segurado da Silveira	SP	Pública	12 de nov. de 2021	21:27 min	-
Telma Liberti	EMEF Prof. Laerte José dos Santos	SP	Pública	18 de nov. de 2021	18:56 min	WhatsApp

Fonte: Elaboração própria

Em relação às respostas do questionário para leitores, a maioria foi intermediada por educadores. No total, 28 crianças participaram, sendo a maioria do estado de São Paulo, coincidindo com o local onde há mais participantes do *Joca* (Apêndices L e M). O dado demográfico com menor diferença foi o sexo dos participantes; 12 eram sexo feminino e 15 do sexo masculino. Um deles não quis informar dados demográficos.

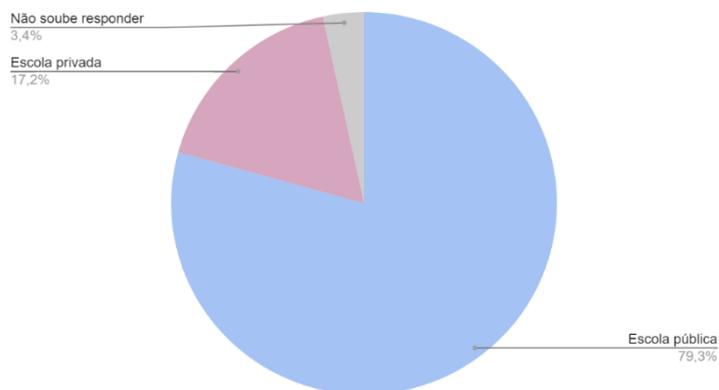
Gráfico 4 - Localidade dos participantes infantojuvenis que responderam ao questionário online



Fonte: Elaboração própria

A divisão em relação à gestão escolar foi brusca. De 28, 23 (79,3%) dos jovens são estudantes de escola pública. Não perguntamos os nomes das escolas na tentativa de não coletar muitas informações pessoais dos participantes.

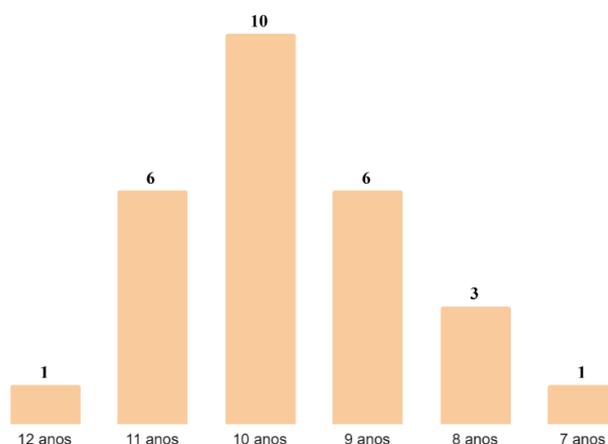
Gráfico 5 - Gestão da escola onde estudam os participantes infantojuvenis que responderam ao questionário online



Fonte: Elaboração própria

Em relação à idade, a maioria tinha 10 anos (10 participantes), seguida com empate daqueles com 9 e 11 anos (6 participantes de cada uma das idades).

Gráfico 6 - Idade dos participantes infantojuvenis que responderam ao questionário online



Fonte: Elaboração própria

Desse total, porém, apenas 22 afirmaram já terem consumido algum produto do *Joca* e somente dois participaram (um comentando no portal web e outro fazendo entrevista ping-pong para o impresso). Não sabemos até que ponto os dados são exatos porque uma menina de 10 anos que afirmou nunca ter participado do periódico também disse em uma questão discursiva que participou de um podcast deles em 2020.

Além das crianças que responderam ao questionário, outras quatro foram entrevistadas. O caminho para chegar a elas se deu através de dois contatos de mães fornecidos pelo *Joca* e um contato intermediado pela professora Patrícia Alves. Como todos os jovens estavam acompanhados de seus pais/responsáveis, intercalamos perguntas a ambos.

Quadro 8 - Informações sobre entrevistas com jovens e pais/responsáveis

Criança/adolescente⁹⁴	Idade	Gestão da escola onde estuda	Pais⁹⁵	Estado	Data da entrevista	Duração
Rosângela	11	Privada	Rosa	SP	16 de out. de 2021	26:13 min
Isabel	7	Privada	Renata	SP	16 de out. de 2021	36:29 min
Daniel	7		Ricardo			
Cibele	13	Pública	Carla	MG	23 de nov. de 2021	33:10 min

Fonte: Elaboração própria

⁹⁴ Nomes fictícios. Vamos nos referir a eles com esses nomes ao longo do trabalho.

⁹⁵ Nomes fictícios. Vamos nos referir a elas com esses nomes ao longo do trabalho.

Os pais/responsáveis foram o grupo do qual menos conseguimos respostas dos questionários. O método de distribuição encontrado foi o repasse a partir dos pais/responsáveis que concederam entrevista online e envio do *link* para educadores compartilharem. No total, foram três respondentes, sendo que um já está computado nas entrevistas do quadro acima e outro afirma que não assina o *Joca*.

3.4 ANÁLISE DE DADOS

Para a análise, usamos o mesmo conceito de “triangulação” da escolha das fontes de dados, ou seja, buscamos utilizar mais de uma evidência para chegar a alguma conclusão.

Nesse sentido, os resultados quantitativos dos questionários online são trazidos para a discussão como um apoio à interpretação qualitativa, sem pretensão de tomá-los como provas definitivas de nenhuma conclusão, visto que seu volume de respostas foi pequeno. Os questionários ajudaram a nos aproximar dos atores que se relacionam com o objeto deste trabalho e encontrar os educadores participantes das entrevistas aprofundadas.

3.5 COMPOSIÇÃO E APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Por se tratar de uma dissertação, feita como avaliação para obtenção do grau de mestre, o formato deste estudo segue a padronização acadêmica: apresentação da fundamentação teórica, metodologia, coletas empíricas e discussão, culminando nas conclusões.

4. A PARTICIPAÇÃO COMO ELEMENTO ESTRUTURAL NO *JOCA*

Neste capítulo, descrevemos nosso objeto empírico, *Joca*, com base nos objetivos específicos: viés institucional, formas de participação e papel de atores circundantes.

4.1 A PARTICIPAÇÃO PELO VIÉS INSTITUCIONAL

4.1.1 Breve história do *Joca*

O *Joca*⁹⁶ nasceu em novembro de 2011 inspirado em publicações europeias similares, assim como as primeiras iniciativas brasileiras de jornalismo infantojuvenil. À época era

⁹⁶ *Joca* é a sigla de “Jornal da Criança e do Adolescente”.

o único produto em seu formato (um jornal inteiro para crianças e adolescentes) em atividade no país. Em 2020, atendeu 24 redes públicas de educação, somando 1,2 milhão de estudantes de mais de 11.400 escolas, e fechou o ano com média de 33 mil assinantes⁹⁷.

Sua fundadora, a administradora Stéphanie Habrich, nasceu na Alemanha, mas se mudou ainda criança para o Brasil. Aqui cresceu consumindo produtos da imprensa infantil europeia⁹⁸ que chegavam pelo correio e o carinho que desenvolveu por esse passatempo foi decisivo para que empreendesse no ramo.

O início da trajetória de Habrich no mercado editorial infantojuvenil se deu em 2000 quando encomendou uma pesquisa de mercado⁹⁹ para avaliar a possibilidade de lançar uma publicação para essa faixa etária no Brasil. “O resultado apontava para um nicho de mercado pouco explorado e com grandes chances de sucesso, já que a ideia parecia ser bem-aceita entre os entrevistados” (HABRICH, 2020, p. 51). Durante esse período, tentou se aproximar de equipes dos suplementos infantojuvenis de grandes jornais de São Paulo.

Percebi que tais suplementos eram apenas um apêndice dos jornais, cada um deles lutando para sobreviver no mercado, e a criança em si era colocada em segundo plano. Nunca foram realmente a fundo com investimentos no jornalismo infantojuvenil. Tanto que, com o tempo e advento da internet, tornaram-se dispensáveis, deixando não apenas um nicho de mercado pouco explorado, como também, e mais importante, uma geração toda sem consumir jornalismo de atualidades, feito pensando no jovem e na criança para o entendimento da sociedade da qual fazem parte (Ibidem., p. 65).

Percebendo essa lacuna deixada por veículos de comunicação — principais interessados na formação de novos leitores de notícias —, lançou a editora *Magia de Ler* em 2007, publicando as revistas *Toca*, para leitores de 1 a 4 anos, e *Peteca*, para leitores de 5 a 8 anos (Ver Anexos A e B). As publicações tinham histórias, curiosidades, descobertas de geografia e história, experiências científicas, culinária e jogos. “As crianças, mesmo as bem pequenas, eram protagonistas de cada reportagem, contando suas viagens, ensinando uma receita ou conhecendo a fundo uma profissão” (Ibidem., p. 81).

⁹⁷ Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/o-que-o-joca-fez-em-2020/>>. Último acesso em 10 de outubro de 2021. Em relação ao número de assinantes, Habrich (2020, p.22) diz que estudantes de escola privada costumam ter seus próprios exemplares a cada edição. Já nas públicas, um exemplar costuma ser lido por cinco ou mais estudantes em esquema de rodízio, aumentando seu potencial de alcance.

⁹⁸ Habrich (2020) cita as revistas francesas *Pomme d'Api*; *Okapi*; *Phosphore* e a alemã *Stafette*.

⁹⁹ Realizado pela empresa júnior da Fundação Getúlio Vargas (FGV), de São Paulo, o estudo durou cerca de um ano e mapeou jornais e revistas infantojuvenis brasileiras, além de conversar com crianças, pais, psicólogos e educadores.

Ambas foram descontinuadas em 2015¹⁰⁰ após dificuldades financeiras¹⁰¹. A experiência mostrou que “a venda direta aos pais de publicações jornalísticas infantojuvenis, seja em bancas, livrarias ou por meio de assinaturas, não é um modelo de negócio sustentável. Como convencê-los a ‘comprar’ jornalismo para os filhos se não existem o conhecimento e a cultura de consumir tal segmento?” (HABRICH, (2020, p. 94 e 95).

Por conta disso, o modelo de negócio do *Joca* é focado em assinaturas para ou através de escolas, ainda que haja pacotes avulsos¹⁰². A adoção do jornal nessas instituições pode acontecer quando as mesmas compram o jornal em quantidade para serem usados em locais comuns, como bibliotecas, ou quando colocam-no na lista de materiais enviada aos pais e responsáveis no início do ano letivo¹⁰³. O *Joca* também chega a escolas públicas através de doações¹⁰⁴ ou de contrato com redes públicas de ensino.

Quando uma escola assina ou adota o *Joca*, passa a contar com o apoio e o acompanhamento da aplicação do jornal na sala de aula¹⁰⁵. Segundo Habrich (2020, p.168), é nas escolas que “a verdadeira magia acontece!”. As visitas a colégios viram uma “sessão de fotos e autógrafos, pois nossos leitores enxergam em quem faz o *Joca* a personificação do jornal” (Ibidem., p. 172). A professora Telma Liberti, quando

¹⁰⁰ Em 2019, inspiraram a criação do *podcast Toca & Peteca*, onde duas apresentadoras, nomeadas cada uma delas como Toca e Peteca, conversam de forma descontraída sobre curiosidades e informações de ciências. Também há áudios de jovens comentando, perguntando e trazendo informações sobre o tema do episódio. Disponível em: <<https://olapodcasts.com/channels/tocaepeteca>> Acesso em 13 de outubro de 2021.

¹⁰¹ Após um ano e meio de publicação, as revistas somavam 800 clientes, mas o número não era suficiente para manter o negócio, que contava com equipe terceirizada, à base de freelancers (HABRICH, 2020).

¹⁰² Os valores das assinaturas são: Online + Impresso anual: R\$ 176, com recebimento da versão impressa em casa ou na escola e acesso completo ao conteúdo online; Online mensal: R\$ 14, com acesso completo ao conteúdo online por um mês; Online anual: R\$ 113,50, com acesso completo ao conteúdo online. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/assine/>>. Último acesso em 22 de outubro de 2021.

¹⁰³ Mesmo com o pedido via escolas, ainda há resistência dos pais/responsáveis em assinar. “No começo, quando eu lancei o *Joca* 10 anos atrás, o que eu recebia de ligações aqui tipo assim “a escola me mandou assinar esse jornalzinho, acho um absurdo, acho um absurdo. [...] Hoje em dia ainda tem muita reclamação. As escolas têm medo de impor essa assinatura para os pais porque tem muito pai que vai reclamar” (HABRICH, 2021, informação verbal).

¹⁰⁴ Os caminhos para doação são diversos. Há editais, mas também pessoas podem entrar em contato com o jornal e “adotar” uma escola da sua preferência ou da lista de instituições que previamente entraram em contato com o *Joca* (Apêndice O). Ver mais em: <<https://conteudo.jornaljoca.com.br/quero-doacoes-do-joca>>. Último acesso em 10 de outubro de 2021.

¹⁰⁵ No portal, os docentes podem acessar no portal a Área do Professor, onde há materiais de suporte lançados junto com as edições impressas, com dicas de atividades pedagógicas. Se o docente fizer assinatura individual ou por uma escola com menos de 10 assinaturas, poderá acessar somente os conteúdos disponíveis para seus alunos, quadro com habilidades leitoras da BNCC e materiais públicos de apoio ao professor. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/termos-de-uso/>>. Último acesso em 10 de outubro de 2021.

perguntada em entrevista para este trabalho sobre outros jornais infantojuvenis disse que “se recusa” a falar deles. “Para mim, o Joca é o único [risos]”.

Dos 13 educadores que responderam à pergunta "Você se sente ouvido(a) pelo *Joca*?" do nosso questionário, 12 deram respostas positivas, como "Plenamente, o Joca oferece total apoio ao professor" e "Sim e de forma muito atenciosa". Somente um disse "Geralmente, não". A maioria dos participantes (12) usa os materiais pedagógicos disponibilizados pelo *Joca* para desenvolver atividades em sala com o jornal.

A decisão de ter as escolas como principais clientes, além de trazer a possibilidade de sobrevivência financeira¹⁰⁶, cria uma relação estreita (e, muitas vezes, íntima) entre o jornal e essas instituições e, conseqüentemente, entre o jornal e os alunos leitores.

A professora e jornalista Paula Takada (Apêndice O) vê o incentivo dada na sala de aula como fator impulsionador da participação os jovens nos produtos do jornal. “Olha, da minha experiência, só fazem quando a gente pede. Não é uma coisa muito espontânea deles não”, diz a professora e jornalista Paula Takada (Apêndice O).

Não por acaso a segunda maior equipe do *Joca*, com três profissionais, é a da educação, como vemos no quadro abaixo.

Quadro 9 - Cargos e profissionais da equipe do Joca

Área	Funções	Nº	Nomes
Gestão	Fundadora/Diretora Executiva	1	Stéphanie Habrich
	Diretor Administrativo e Jurídico	1	Hailton Guelfi Soares da Silva
Comunicação	Editora-chefe	1	Maria Carolina Cristianini
	Editor de Conteúdo	1	Felipe Sali
	Repórteres	2	Joanna Cataldo e Helena Rinaldi
	Diretora de Arte	1	Ana Beatriz Pádua
	Designer	1	Milena Branco
	Gerente de Marketing	1	Sabrina Generali
	Analista de Marketing e Atendimento	1	Milena Vale
Educação	Diretora Educacional	1	Mônica Gouvêa
	Coordenadora Pedagógica	1	Jaqueline De Grandi
	Assistente Pedagógica	1	Fabiola Pereira
Outros	Gerente de Negócios	1	Gabriela Jimenez

¹⁰⁶ Mesmo com o modelo de negócio atualizado, somente em 2016 a *Magia de Ler* fechou o balanço financeiro em equilíbrio, sem lucros ou prejuízos. O próprio *Joca* nasceu com auxílio do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac). Com o valor, foram impressos 30 mil exemplares de cada edição por quatro meses. Depois desse período, o periódico tinha assinantes suficientes para continuar (HABRICH, 2020).

	Analista Comercial	2	Caroline Pereira e Camila Lopes
	Analista Financeira	1	Camila Santiago
	Analista Operacional	1	Alexandre Minatti
	Analista de Atendimento Jr.	1	Igor Gilber Moreira
	Assistente de Atendimento ao Cliente	1	Bruna Santiago

Fonte: Elaboração própria

A área da educação fica somente atrás da equipe de comunicação, com oito pessoas ao total, sendo quatro delas responsáveis (parcial ou completamente) pela apuração e edição do conteúdo de todos os produtos periódicos da editora *Magia de Ler*, sob a marca *Joca*. São eles: portal web do *Joca*¹⁰⁷; programa de variedades *Joquices*¹⁰⁸; os *podcasts Revisteen CBN Joca*¹⁰⁹, *Papo Joca*¹¹⁰ e *Saiu no Joca, prô!*¹¹¹; e o *webapp Panorama*¹¹². Abaixo resumimos informações gerais sobre cada um.

Quadro 10 - Produtos periódicos do Joca

Produto	Quem produz	Público	Periodicidade	Lançamento
Joca impresso	Redação do <i>Joca</i>	Crianças e jovens	Quinzenal ao longo dos meses letivos	Novembro de 2011
Portal web do Joca	Redação do <i>Joca</i>	Crianças e jovens; pais/responsáveis; professores(as)	-	2014
Joquices	Redação do <i>Joca</i>	Crianças e jovens	Variável	Agosto de 2016
Podcast Papo Joca	Redação do <i>Joca</i>	Crianças e jovens	Quinzenal, às quintas-feiras	Julho de 2020
Podcast Saiu no Joca, prô!	Jornalista e professora Paula Takada, em parceria com o <i>Joca</i>	Professores(as)	Quinzenal, às quartas-feiras ¹¹³ , ao longo do ano letivo	Outubro de 2019

¹⁰⁷ Disponível em: <<https://jornaljoca.com.br/>>. Último acesso em 10 de outubro de 2021.

¹⁰⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLZDdnk4TQg-RcgBGKA7PU8QfOzaeRKez>>.

¹⁰⁹ Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/0zUy0UDdcpZZ6IO8I1iuDo>>. Último acesso em 10 de outubro de 2021.

¹¹⁰ Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/1XXcW2VcE7bOynCZIQiKgw>>. Último acesso em 10 de outubro de 2021.

¹¹¹ Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/6jXivgtITdrOwLzchPtJL>>. Último acesso em 10 de outubro de 2021.

¹¹² Disponível em: <<https://panorama.etc.br/>>. Último acesso em 10 de outubro de 2021.

¹¹³ Via de regra, a periodicidade é quinzenal, às quartas-feiras. Mas ao longo da história do podcast houve postagens na quinta-feira e sexta-feira.

Podcast Revisteen CBN Joca	Jornalista Petria Chaves, da rádio CBN, em parceria com o Joca	Crianças e jovens	Semanal, às quartas-feiras	Fevereiro de 2020
Webapp Panorama	Redação do Joca	Adolescentes ¹¹⁴	-	Outubro de 2021

Fonte: Elaboração própria

Além da equipe fixa do jornal¹¹⁵, há parceiras externas que contribuem para a produção de conteúdo, como a jornalista Petria Chaves, que trabalha na rádio CBN e apresenta o *Revisteen CBN Joca*, e a jornalista e professora Paula Takada, que produz e apresenta o *Saiu no Joca, prô!*.

A variedade de produtos cumpre dois objetivos: criar diferentes modos de relacionamento com os leitores e atrair novas audiências. “É um processo de mão dupla. O leitor do jornal *Joca* fica sabendo *podcast*, escuta o *podcast* e está mais próximo da gente, e alguém que curte *podcast*, fica sabendo da existência do *Joca* como jornal, como site, e passa a consumir” (Apêndice M)¹¹⁶.

4.1.2 A “participação inteligente”

A missão de negócio do *Joca*, que abriga esse ecossistema de produtos multiplataforma, mostra os primeiros indícios de que a empresa promove a participação das crianças e adolescentes ao falar de uma atuação crítica, ativa, de luta por direitos e cumprimento de deveres: “Levar a escolas e famílias brasileiras recursos que deem apoio à **formação** de crianças e jovens do século 21, com o objetivo de colaborar para que **se tornem cidadãos críticos e ativos**, que **lutam** por seus direitos, cumprem seus deveres e terão as ferramentas necessárias para **construir um futuro melhor** para a sociedade”¹¹⁷ (grifo nosso).

¹¹⁴ Esse não é o primeiro produto do *Joca* voltado para adolescentes. Em 2017, o jornal chegou a lançar o aplicativo *JocaX*, que simulava um *chatbot* e indicava matérias ao usuário de acordo com as preferências apontadas por ele, mas o projeto não foi para frente (CRISTIANINI, 2021b).

¹¹⁵ Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/quem-somos/>>. Último acesso em 7 de outubro de 2021.

¹¹⁶ Todas as entrevistas realizadas neste trabalho estão transcritas em “Apêndices”.

¹¹⁷ Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/quem-somos/>>. Último acesso em 2 de outubro de 2021.

Como destaca-se nos grifos acima, as ações são descritas como um meio para a formação de um futuro promissor. Em entrevista para este trabalho, a fundadora do jornal reforça essa ideia ao dizer que: “Quando você forma essas crianças, você vai formando os adultos também. Se a gente formar agora pelo *Joca* essas pessoas que são críticas, que não aceitam tudo, que participam “olha, gostei”, “concordei”, “não, não concordei”, também está formando o adulto” (Apêndice J).

Da mesma forma, dentre os critérios de seleção das pautas¹¹⁸, três deles são orientados pela ideia de formação do caráter cidadão dos leitores. São eles:

- A relevância do tema para a formação do leitor do *Joca* como cidadão;
- A busca de um equilíbrio entre notícias mais densas (que tenham relevância para a formação do cidadão do século 21) e notícias mais leves (que tornam o hábito da leitura um prazer por meio do jornalismo);
- A busca por histórias e fatos que sejam exemplos para inspirar nosso leitor em seu dia a dia e em sua formação como cidadão

Para o jornal, o meio de promoção dessa formação pretendida na missão e nos critérios de pauta passa pela criação de um ambiente (os produtos do *Joca*) onde a criança e o adolescente possa expressar suas opiniões e participar de debates.

No Brasil, a gente estava acostumado a ter essa participação de jovens: ou você manda uma foto, aí põe a foto no gibi, ou manda um desenho. Eu sempre achei isso um horror porque não é uma **participação inteligente**. Pode servir para os menores, mas o *Joca* pede uma participação inteligente [...]. A gente quer ouvir a opinião, ele [o jovem] **tem a voz dele**, ele é escutado e é uma participação inteligente porque ele merece (Apêndice J).

Apesar de entendermos que todas as formas de participação são inteligentes e que desenhos também podem ser uma expressão das opiniões e da individualidade de quem “fala” através deles, percebemos nessa fala de Habrich um contraponto aos discursos com viés de futuro que marcam a missão e critério de seleção de pautas. Ela afirma que as crianças e adolescentes **já possuem** uma voz a ser escutada, não uma voz a ser construída ou melhorada.

¹¹⁸ Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/linha-editorial-do-jornal-joca/>>. Último acesso em 21 de outubro de 2021.

Além disso, a própria Habrich, ao fazer uma crítica supracitada em relação a veículos infantojuvenis brasileiros anteriores ao *Joca*, sinaliza para a importância de o jornalismo ser feito “pensando no jovem e na criança para o entendimento da sociedade da qual fazem parte”, portanto, no **presente**.

Essa perspectiva também está expressa institucionalmente no *Joca* através do pilar “criança protagonista” da linha editorial do *Joca* (HABRICH, 2020) e do valor de negócio “estímulo ao protagonismo da criança e do jovem”¹¹⁹.

Para a editora-chefe Maria Carolina Cristianini, para os leitores, ver outras pessoas semelhantes tendo protagonismo no jornal lhes causa as sensações de proximidade e representatividade ajudando a formar um novo tipo de vínculo entre elas e o jornalismo.

Visão de quem está perto da notícia e tem a idade do nosso leitor para criar essa **relação de identificação** e de realmente o leitor olhar e falar ‘**esse jornal é infantojuvenil, é feito para mim, é para minha faixa de idade, eu compreendo o que tá escrito aqui, eu também estou presente ali, eu tenho a oportunidade de ter um espaço para mim nesse jornal, a minha voz é escutada nesse jornal**, ou pela minha pessoa diretamente ou por pessoas da minha faixa de idade que me representam ali’ (grifo nosso).

Além dos benefícios para os jovens, o contato com eles ajuda a suavizar a distância geracional entre produtores e leitores e funciona como um termômetro para o *Joca*. Através da troca, é possível entender melhor os gostos e comportamentos do público-alvo, aumentando as chances de fazer um produto alinhado aos seus interesses¹²⁰.

Não dá para a gente fazer um jornal para um público que não tem a nossa idade, que não está na nossa cabeça — a gente cresceu já faz um tempo — querendo simplesmente adivinhar como é a receptividade da publicação para eles. Esse é um dos fatores, a gente se colocar em uma posição de ouvir o leitor, estar em contato com ele o tempo inteiro para **entender as demandas, entender o que é que funciona, o que é que não funciona, o que a gente melhora, por quais caminhos a gente vai, pelo olhar deles** (Apêndice J).

¹¹⁹ Ibidem.

¹²⁰ Outra forma de aferir esses interesses e comportamentos é por enquetes online. Um exemplo de enquete sobre interesse: "Qual é a sua animação favorita entre as que foram indicadas ao Oscar 2021?". Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/enquete/qual-e-a-sua-animacao-favorita-entre-as-que-foram-indicadas-ao-oscar-2021/>>. Último acesso em 20 de outubro de 2021. Já um exemplo de enquete sobre comportamento: "O que você aprendeu de mais interessante em 2020?". Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/enquete/o-que-voce-aprendeu-de-mais-interessante-em-2020/>>. Último acesso em 20 de outubro de 2021. O *Joca* não pensa em usar inteligência artificial para mapear preferências de leitores no site. “Acho que demandaria uma análise muito humana, ainda mais lidando com crianças, a partir de qualquer dado coletado por uma inteligência artificial, porque até para fazer pesquisa com as crianças, a gente sempre prefere esse papo com elas, assim olho no olho, dentro do possível” (Ver apêndice J).

Com a chegada da pandemia em 2020, o *Joca* intensificou a relação com os leitores — desenvolveu campanhas de produção autoral¹²¹, criou *podcasts* e *lives* e trouxe mais depoimentos no impresso — “justamente para conseguir chegar mais perto deles e entender os nossos próprios caminhos para cobrir uma pandemia. Todo jornalista nesse país estava tentando entender o que fazer porque é muito inédito para todos”.

Das crianças e adolescentes (N= 27) que responderam à pergunta “Você acha que um jornal (para jovens ou adultos) deve ouvir seus leitores? Por que você acha isso?” do nosso questionário, 19 disseram que “sim”. Seis delas apresentaram como justificativas razões parecidas com as descritas por Cristianini, dispostas nos grupos “alinhamento aos interesses dos leitores” e “para ajudar o jornal” abaixo:

Quadro 11 - Resposta de participantes infantojuvenis à pergunta sobre participação do questionário

Você acha que um jornal (para jovens ou adultos) deve ouvir seus leitores?	
Sim	
Alinhamento aos interesses dos leitores	“Sim, para colocar o conteúdo desejado por eles”
	“Sim, porque eles podem ter algumas exigências ou ideia”
	“Sim, tem que saber o que eles querem ler”
Para ajudar o jornal	“Sim as vezes porque as vezes o jornal pode errar uma notícia e os leitores podem ajudar a corrigir”
	“Sim, porque assim vão descobrir várias coisas, o que está acontecendo em um país e outras coisas”
	“Sim, para melhorar mais o jornal”
Opiniões são importantes	“Sim, para opinião das outras pessoas sobre essa notícia”
	“Sim, porque é importante saber a opinião das pessoas”
	“Sim, para saber a opinião delas”
	“Eu acho que sim, para saber a opinião do leitor”
	“Sim, para obter opiniões”
	“Sim, para saber a opinião sobre as reportagens”
	“Sim, é importante”
“Sim acho porque é importante”	
Sem justificativa	“Sim”
	“Sim”
	“Sim”
Outros	“Eu acho que sim, porque o jornal pode ficar famoso, e também, é falta de respeito não ouvir os leitores”
Não	
Sem justificativa	“Não”
Justificativa pessoal	“Não, porque eu não me importo”
Preocupação com volume	“Não, porque eu acho que são várias pessoas para responder”
Outros	

Não sabe opinar	“Não sei”
-----------------	-----------

Fonte: Elaboração própria

Essa troca com os leitores se dá por diversos canais de comunicação, checados diariamente. Quando alguém entra em contato querendo participar do jornal, mas sem saber exatamente como pode contribuir, ela é apresentada às possibilidades: “A gente fica: ‘ah, mas o que você gosta?’, ‘tem tal possibilidade’, ‘dá para fazer isso’, ‘dá para fazer aquilo’” (Apêndice J).

Para a fundadora Habrich, não responder uma criança “seria a coisa mais grave para despedir um funcionário”: “Você não fala “não” para criança e você não deixa de ver ela. Isso aqui é o *must* [“obrigação”, em tradução livre]. Você pode deixar de falar com o pai, mas não com a criança”.

Apesar desse peso institucional dado à interação com os leitores, não há nenhum manual ou orientação padrão para os jornalistas que fazem esse contato. O tom das respostas varia de pessoa para pessoa. “Nós entendemos que precisamos ser educados, ter um texto claro, um texto preciso, um texto rápido de entender e sempre contextualizando o que estamos falando” (Apêndice K).

Sali, que já tinha trabalhado com respostas a leitores em redes sociais em outros veículos, diz que no *Joca* foi “tudo muito orgânico”. Há apenas um “cuidado extra”,

ter a noção do que estamos sempre nos comunicando com crianças, então tem essa ideia de que nenhuma pergunta que a criança enviou é uma pergunta boba porque são todas parte do processo de educação dessa criança. Então responder todas com cuidado; entender quais assuntos devem ser tratados, quais não devem ser tratados, quando devemos encaminhar isso para o professor. A única parte que precisei foi adaptar para poder entender onde os comentários, interagir com os leitores, se enquadra nesse projeto pedagógico.

O mais antigo dos canais de comunicação com leitores disponíveis no *Joca* são as cartas físicas que chegam pelos correios. Elas já foram muito usadas por escolas públicas nos anos iniciais do jornal, mas hoje tem seu envio estimulado pontualmente em campanhas sociais¹²² e coberturas especiais.

¹²² Em 2021, por exemplo, *Mi Casa, Tu Casa* arrecadou mais de 4,5 mil cartas de jovens brasileiros escritas para jovens imigrantes venezuelanos que estão em pontos de acolhida em Roraima. Disponível em: <<https://conteudo.jornaljoca.com.br/mi-casa>>. Último acesso em 18 de outubro de 2021.

Disponível desde a criação do portal web em 2014, o espaço para comentários é o canal que mais recebe mensagens, segundo a percepção de Cristianini. No endereço também há dois formulários de contato: “Fale Conosco”¹²³, e “Fale Com a Redação”¹²⁴.

Os comentários podem ser feitos por qualquer usuário desde que começou a pandemia de Covid-19. Com o isolamento social, o jornal percebeu uma dificuldade dos jovens em fazer o cadastro sozinhos ou com os pais em casa. O usuário precisa apenas informar um nome¹²⁵ e confirmar sua identidade humana.

Figura 5 - Espaço de comentários no portal web do Joca

Comentários (0)

Escrever comentário...

Nome

Não sou um robô

Publicar comentário

Fonte: Portal web do Joca

Antes de serem publicadas, as mensagens são moderadas pelo editor de conteúdo Felipe Sali, que leva cerca de duas horas diárias gerindo o canal — lendo, moderando e respondendo. Não são permitidos textos com xingamentos, palavrões, teorias da conspiração e *fake news*. Segundo Sali, é muito raro que esse tipo de *dark participation* (QUANDT, 2018) seja enviado, mas acontece. Apesar de haver moderação, não há nenhum tipo de aviso ou explicação da seleção disponíveis aos usuários.

Em 2020, o número de comentários foi cerca de quatro vezes maior que o do ano anterior, segundo observação de Sali, que acredita que o aumento se deve à descoberta do *Joca* enquanto material de auxílio para aulas à distância¹²⁶.

O mesmo aumento foi percebido no segundo canal em número de mensagens recebidas apontado por Cristianini, o e-mail da redação, joca@magiadelcer.com.br. Durante o ano

¹²³ Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/fale-conosco/>>. Acesso em 3 de outubro de 2021.

¹²⁴ Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/fale-com-a-redacao/>>. Acesso em 3 de outubro de 2021.

¹²⁵ Esse nome pode ser o próprio, um apelido ou outra quaisquer outras formas de identificação desejada. Durante um tempo, comentários sem o nome do usuário era rejeitado, mas a regra foi abandonada “porque existe uma cultura da criança colocar *nicks* diferentes, nomes diferentes, para comentar. Percebemos que isso faz parte da cultura de comunicação” (Apêndice K).

¹²⁶ Houve também um aumento no tráfego do portal. Entre 1º de janeiro e 15 de dezembro de 2020, o número de acessos ao portal cresceu em mais de 120% em relação ao mesmo período de 2019, segundo dados do Google Analytics divulgados pelo Joca. Disponível em <<https://www.jornaljoca.com.br/o-que-o-joca-fez-em-2020/>>. Último acesso em 27 de outubro de 2021.

de 2020, foram recebidos 1.963 e-mails, mais que o dobro do volume de 2019, 758 e-mails¹²⁷. Para respondê-los, a repórter Helena Rinaldi reserva cerca de meia hora diária.

Além dos canais fixos, há troca com os leitores nos encontros e oficinas, online e presenciais, organizados pelo jornal em escolas. As reuniões online, que foram intensificadas na pandemia, acontecem em uma hora-aula com turmas inteiras. O objetivo é contar como acontece a produção do *Joca*, mas os estudantes são livres para perguntar quaisquer coisas (Apêndice J). Todos os profissionais da empresa podem entrar em contato com os jovens nesses casos, pois participam de alguns encontros.

Foi depois de um encontro virtual do *Joca* com a turma da leitora Rosângela que ela resolveu mandar sua primeira contribuição ao jornal. Na época, a menina já queria ser jornalista e lia o periódico junto com amigos, mas a conversa com o jornal foi o pontapé que precisava para tomar a atitude de escrever um texto e enviar à redação por e-mail. “É claro que na hora que pensei ‘nossa, não vou receber uma resposta’, mas eu recebi uma resposta e eles publicaram no *Joca*. Foi um grande passo. Eu fiquei muito ansiosa, e, a partir daí, comecei a pensar ‘nossa, será que eu posso ser uma jornalista?’. Quando perguntada por que achou que não teria resposta, Rosângela disse:

Bom, porque, assim, tinha muito jovens participantes, sempre tinha aba onde repórteres mirins escreviam algumas matérias, então eu pensei ‘nossa, muita gente manda’, então eles não vão ver minha resposta, vão pegar de outra criança. Foi mesmo na intuição. [...] Também eu estava pensando, foi uma pequena reportagenzinha, sabe, um pequeno trecho, eu pensei ‘nossa, será que tá bom mesmo?’, ‘será que eles vão aceitar?’, ‘será que não tá muito infantil ou alguma coisa assim?’ (Apêndice S).

Outros três leitores (N = 18) deram a justificativa “acho que o *Joca* não vai ler a minha mensagem” no questionário sobre o porquê de não terem participado dos produtos do jornal e outro disse que “não sabia que podia”.

A expectativa sobre ter ou não uma resposta/publicação da contribuição é importante, por exemplo, para a leitora Cibele, que já foi entrevistada pelo *Joca*. Em casa, ela consome telejornais com a família e diz que já mandou material audiovisual para a *Record* porque sabe que eles publicam. “Quando a gente vê alguma coisa de errado na rua e acha muito errado mesmo, a gente manda para *Record* porque tem *WhatsApp*. Tipo aquele poste que fica com a madeira amarrada. A gente tirou já várias fotos e mandou para a *Record* para eles mostrarem lá **porque eles mostram**” (Apêndice U, grifo nosso).

¹²⁷ Dados computados pela repórter Helena Rinaldi e enviados por Maria Carolina Cristianini por e-mail. Para essa contagem, foram excluídas mensagens gerais, como as que chegam via assessorias de imprensa.

Na pandemia de Covid-19, outra estratégia de interação elaborada pelo *Joca* foram as *lives* no *YouTube*, nas quais crianças e adolescentes eram convidados a participar como entrevistados, comentadores e entrevistadores dos demais convidados. Já os espectadores podiam mandar mensagens a partir do chat do disponível nos vídeos ao vivo, que era sempre visto e respondido pelas pessoas do *Joca* que estavam na chamada online.

Por fim, a última forma de contato da redação com leitores é pelo *WhatsApp*. O canal é dedicado somente àqueles que participam de forma frequente da produção de conteúdo do *Joca*, que podem ser chamados de última pois já conhecem a equipe e os bastidores do jornal; ou aqueles que vão participar de uma campanha ou de uma produção pública, como uma *live*, e precisam de orientação (Ver exemplo em Apêndice S).

Mesmo em uma perspectiva de grande crescimento do *Joca*, Habrich diz que o relacionamento com os jovens não será alterado.

Eu consigo imaginar eu falando com um monte de gente. E vai precisar de um monte de Carol [atual editora-chefe, Maria Carolina Cristianini]. Mas aí a Carol também só tem que falar com gente. Acho que isso é o principal. É aquilo que eu falei. O funcionário pode ser mandado embora por causa disso, essa falta.

Perguntada sobre a possibilidade de contratação de um funcionário ou equipe para lidar somente com as interações, a editora-chefe do *Joca* diz que não há previsão disso e reforça os benefícios do fato das conversas serem de responsabilidade da equipe de jornalismo, visto que delas podem sair pautas e sugestões, além de funcionarem como termômetro de interesses e de validação do público.

4.2 ACESSO/OBSERVAÇÃO

A participação de leitores na etapa de acesso/observação diz respeito às possibilidades de sugerirem pautas e enviarem evidências documentais a serem incorporadas pelo jornal.

No *Joca*, os jovens podem fazer sugestões em todos os canais de comunicação listados na seção anterior. Dentre eles, os que mais recebem mensagens são também os que mais recebem sugestões de pauta. O primeiro, comentários no portal, está disponível em todas as páginas que possuem conteúdos, sejam eles noticiosos ou não.

A resposta às sugestões nos comentários pode ser a sinalização de que a redação irá analisar o pedido ou a indicação de um conteúdo já publicado sobre o assunto.

Figura 6 - Resposta de Felipe Sali para sugestão de pauta nos comentários



Fonte: Portal web do Joca

Dentre as sugestões recebidas, as perguntas para a coluna online *Dúvida Animal*, onde um biólogo responde dúvidas sobre animais, são o “maior hit do portal”, com cinco a dez perguntas enviadas por dia (Apêndices J e K).

Outro meio destinado ao envio de sugestões são os formulários. No “Fale com a redação”, o campo “motivo do contato” é subdividido entre as formas pelas quais as crianças e adolescentes podem contribuir com o jornal impresso e online, a exemplo do envio de CPU, e tipos de papéis que podem assumir, como de editor e apresentador de *podcast*. Também é possível anexar arquivos.

Figura 7 - Motivos de contato na página “Fale com a redação”

Formulário de contato	Outras informações
<p>Qual o motivo do contato?</p> <p>Quero enviar uma sugestão de pauta</p> <p>Quero enviar uma sugestão de pauta</p> <p>Quero ser repórter mirim</p> <p>Quero ser editor mirim</p> <p>Quero enviar uma resenha</p> <p>Quero participar do Canal Aberto</p> <p>Quero participar da seção 'O que você faria se...'</p> <p>Quero enviar uma Carta do Leitor</p> <p>Quero enviar uma pergunta para a coluna de Finanças</p> <p>Quero enviar uma pergunta para a coluna 'Dúvida Animal'</p> <p>Quero participar da Live do Joca</p> <p>Quero participar do podcast Revisteen</p> <p>Quero participar do podcast Papo Joca</p> <p>Nada disso... Quero falar sobre outra coisa</p> <p>Como podemos te encontrar?</p> <p>Informe-nos um e-mail ou telefone, seu ou do seu responsável</p> <p>Quer anexar um arquivo?</p> <p>Escolher arquivo Nenhum arquivo selecionado</p>	<p>Endereço Editora Magia de Ler</p> <p>Rua Dr. Antônio Bento, 560, cj. 1007 Santo Amaro, São Paulo CEP: 04750-001</p> <p>SAC</p> <p>(11) 2391-1178</p> <p>Mensagens</p> <p>(11) 98756-6665</p> <p>Email</p> <p>contato@magiadeler.com.br</p>

Fonte: portal web do Joca

Sobre os pedidos de pauta que chegam na caixa de e-mail joca@magiadeler.com.br, a repórter Helena Rinaldi diz que há muitas crianças que “realmente falam o que eles

querem ver no jornal”, dizendo, por exemplo: “escrevam mais sobre isso”, “quero ouvir, quero ler mais sobre esportes”, “quero ler mais sobre roupa”.

Nesses exemplos é possível observar pedidos do tipo de “reforço”, como aqueles apontados por Doretto (2015) em sua tese, em que os jovens pedem mais daquilo que gostam de ver no jornal e não algo que sentem falta. É o caso da leitora Cibele, que além do *Joca*, consome notícias na TV e no rádio. Ela diz que não mudaria nada no jornal infantojuvenil: “Tudo que tem lá eu acho legal” (Apêndice U).

Na pesquisa de Hermida (2011, p. 19), os jornalistas entrevistados apontam a necessidade de um incentivo por parte da redação para que os leitores participem da etapa de acesso/observação.

No *Joca*, ele está presente nos produtos, conforme veremos em detalhes nas próximas seções; nas redes sociais, tanto pela divulgação de contribuições já consolidadas quanto através de solicitações para novas; e em e-mails para assinantes sobre os destaques da edição impressa, que diz: **“NOSSOS(AS) LEITORES(AS) PODEM FALAR DIRETAMENTE COM A REDAÇÃO**. Em nosso site, os leitores têm acesso a um formulário para falar diretamente com a equipe de jornalismo para sugerir pautas, enviar conteúdos e pedir para participar da produção do jornal. Basta acessar jornaljoca.com.br/fale-com-a-redacao. Incentive a participação!”.

Figura 8 - Postagem do Joca no Instagram sobre formas de participação dos leitores



Fonte: Perfil do Joca no Instagram

4.3 INTERPRETAÇÃO

Na etapa de interpretação do *Joca*, o espaço de comentários e o e-mail da redação são destaques novamente.

No primeiro, há muitas perguntas e a orientação, segundo Felipe Sali, é sempre respondê-las, “normalmente, são respostas rápidas assim, que resolve a dúvida do leitor ou, quando necessário, mostra o e-mail para qual ela pode enviar para ganhar uma resposta em outro sentido, uma sugestão de pauta para jornal”. As mensagens com apenas “gostei” ou “legal” não costumam ser respondidas. Caso perceba-se, pelo comentário, que o leitor não entendeu “exatamente o que estava escrito no texto”, é feita uma “correção educada, conversando sobre esse sentido”.

O mesmo vale para as redes sociais, que, apesar de serem destinadas aos adultos no *Joca*, recebem mensagens de crianças e adolescentes. Nesses sites, a equipe de marketing é responsável pelas respostas, atuando em conjunto com a equipe de jornalismo se necessário.

Além das dúvidas, o portal recebe muitos comentários opinativos e alguns deles são destacados na *home* do portal web, ao lado do ranking das matérias mais lidas.

Figura 9 - Dois de quatro comentários destacados na home do portal web do *Joca* no dia 26 de outubro de 2021



Fonte: Portal web do *Joca*

Apesar de não ter dados precisos, Sali observa que as matérias sobre natureza, jogos, bandas pop, tecnologia e, principalmente, meio ambiente incitam mais mensagens,

sempre vai ter um engajamento alto de comentários, as crianças sempre vão comentar bastante porque parece que tem dentro da geração delas essa preocupação geracional com o meio ambiente, que é algo que não contamos com tanta força adolescente e no adulto. Então sempre que tem algo sobre queimadas ou desmatamento, vamos ter muitos comentários e vão ser

comentários quentes. Eles tão lá bravos, comentando sobre isso, falando sobre isso.

Em relação à “conversa” citada por Sali, ela se refere à possibilidade de os leitores responderem uns aos outros nos comentários, criando diálogos paralelos, todos públicos.

Figura 10 - Diálogo entre crianças em comentários no portal do Joca



Fonte: portal web do Joca

Alguns usuários comentam com e-mails institucionais de colégios, como no exemplo abaixo, retirado de uma matéria sobre o avistamento de tubarões em uma praia¹²⁸.

Figura 11 - Comentário de usuário no portal web do Joca com e-mail escolar



Fonte: Portal web do Joca

A professora de informática educacional do 1º ao 5º ano do Ensino Fundamental 1 Telma Liberti usa todos os produtos do *Joca* em suas aulas desde 2017 e diz que sempre faz atividades de interação com envio de mensagens.

Claro que no impresso eu vou ter que pegar a questão do aluno e enviar para o Joca via e-mail, via WhatsApp. Agora no online, não. É tudo online [...]. Quando é online, isso é legal, tem ‘comente a notícia’. Então a gente também faz comentário das notícias. Primeiro e segundo aninho, eles comentam juntos. Cada um fala, faz a sua observação, e eu sou escriba deles e posto o comentário. Quando é quarto e quinto ano, eles mesmo abrem o Joca, cada dupla no seu computador, e aí eles fazem o comentário da notícia lida (Apêndice R).

¹²⁸ Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/tubaroes-sao-vistos-em-balneario-camboriu-apos-obra-na-praia/>>. Último acesso em 10 de janeiro de 2022.

Para Liberti, a participação desperta um sentimento de pertencimento. “Os alunos ao verem seus comentários no *Joca* impresso ou online ficam muito felizes o que incentiva mais e mais a leitura e escrita”. As atividades são facultativas, então participa só quem desejar, sempre com o direcionamento da professora ou, pelo menos, “uma dica”.

É assim que ela se refere à sua mediação quando seus alunos fizeram um abaixo assinado nos comentários do *Joca* para que o livro-diário de uma adolescente na Guerra da Síria fosse traduzido para o português¹²⁹. “Eu disse assim ‘ah, eu tô louca para ler esse livro, mas como que eu vou ler o livro? Tá em francês. Alguém fala francês?’ Aí não, né. ‘Então vamos pedir, vamos escrever para o *Joca*, pedir para traduzir’. E foi o que aconteceu”. Na época, 2017, o *Joca* entrou em contato com uma editora brasileira e mediou a publicação. O caso rendeu uma matéria no programa *Fantástico*¹³⁰, da *TV Globo*, e em grandes jornais nacionais, como *Folha de S. Paulo* e *Estadão*.

É possível perceber quando chegam cartas de leitores de turmas no e-mail do *Joca*, ou porque os alunos enviam com o e-mail institucional do colégio ou porque chegam muitas quase ao mesmo tempo. “É o que costuma acontecer: eles estão estudando o gênero carta, aí mandam para a gente muitas cartas do leitor”, explica Helena Rinaldi¹³¹.

O tempo escolar também interfere no tempo em que uma publicação ficará recebendo respostas. Algumas recebem *feedbacks* semanas, meses ou anos depois de publicadas.

A gente fez uma matéria sobre videogame que eles adoraram, que na China eles tão restringindo o horário que as crianças podem jogar online, e os leitores ficaram muito chocados com isso. Já faz uns dois, três meses e a gente recebe um monte de e-mail até hoje deles falando. Porque também, às vezes, o *Joca* chega um pouco mais tarde para eles. Também depende muito de quando os professores vão querer usar esse material em alguns casos. Acho que é por isso também que a gente está recebendo um pouco agora.

Ao falar que “às vezes, o *Joca* chega um pouco mais tarde para eles”, Rinaldi se refere ao fato de o prazo de entrega do impresso ser de cinco dias úteis na cidade de São Paulo e região metropolitana, sete dias úteis para as demais regiões do estado paulista e até oito dias úteis para outros locais do Brasil, a contar da data de publicação da edição¹³².

¹²⁹ A matéria que inspirou a ação está disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/garota-siria-de-13-anos-registra-a-guerra-e-lanca-livro/>>.

¹³⁰ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/6844602/>>. Último acesso em 3 de janeiro de 2021.

¹³¹ O gênero carta de leitores começam a ser estudadas desde o 3º ano do Ensino Fundamental 1, segundo orientações da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) — documento de caráter normativo que define um conjunto progressivo de conhecimentos, competências e habilidades a ser desenvolvido por estudantes na escolaridade básica. Ver exemplo de uso no Apêndice S.

¹³² Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/termos-de-uso/>>. Último acesso em 2 de julho de 2021.

Já sobre o uso que os professores fazem dos materiais, a professora Telma Liberti diz que, com frequência, usa conteúdo antigo do jornal para compor suas aulas. Ela sabe até de cor alguns para os quais recorre ao abordar determinados assuntos anualmente. “Quando em maio eu trabalho, por exemplo, o Maio Amarelo, a atenção ao trânsito, volto lá no [vídeo] *Zebras no Trânsito do TV Joca*”¹³³.

4.4 JORNAL IMPRESSO

O impresso é o carro-chefe do *Joca*, seguido pelo portal web. Ambos são os únicos produtos que exigem assinatura¹³⁴, enquanto os demais estão disponíveis gratuitamente.

A versão impressa é publicada quinzenalmente ao longo dos meses letivos. Inspirado em jornais e revistas infantojuvenis europeus, se diferencia pela elasticidade da faixa etária do seu público-alvo¹³⁵. Enquanto na Europa as publicações costumam ter faixas bem definidas, inclusive, com opções diversas de uma mesma publicação para pessoas de idades diferentes, o *Joca* é produzido para jovens e crianças de todas as idades¹³⁶.

O período de análise dos produtos desta dissertação se inicia junto com a última grande mudança de *layout* e conteúdo do impresso, que se deu na virada de 2019 para 2020. Como nossa amostra coincidiu com o primeiro ano da pandemia de Covid-19, muitas edições abordam o tema como o principal. Das 21 capas observadas, 10 foram destinadas diretamente a ele e a temas circundantes, como retorno às aulas presenciais (edição 153).

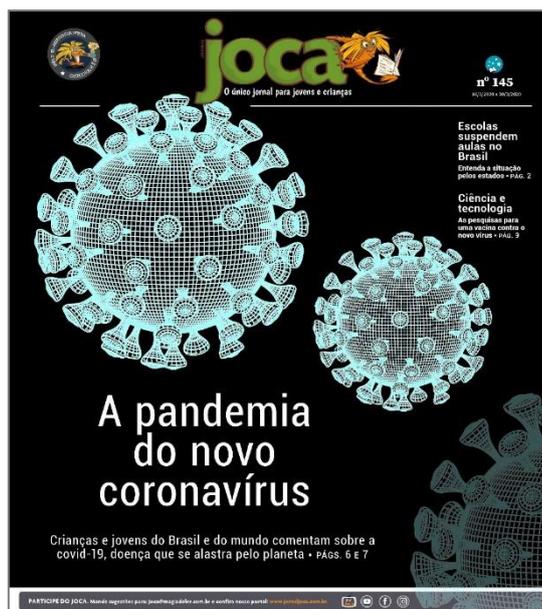
Figura 12 - Capa da edição 145 do jornal *Joca*

¹³³ *TV Joca* é um programa online em formato de telejornal (com apresentador em uma bancada falando sobre temas atuais) divertido, com piadas e uso de memes. Não consideramos a *TV Joca* como fonte de dados para este trabalho porque o produto não tinha produção periódica no período da nossa análise.

¹³⁴ No *paywall* do portal há um número de textos permitidos para não-assinantes.

¹³⁵ Alguns pais também usam o *Joca* para se informar. “Nossa comunidade é muito carente, a maioria dos pais tem diploma apenas de ensino fundamental e, conseqüentemente, pouco acesso à leitura e à informação” (MOYA, 2019, p. 390).

¹³⁶ Há classificação somente nas notícias dos encartes em inglês e espanhol, com três níveis de dificuldade, e nas atividades pedagógicas sugeridas pela equipe de educação do jornal, divididas por anos escolares.



Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

4.4.1 SELEÇÃO/FILTRAGEM

Segundo o editor Felipe Sali, “o tempo todo” pautas sugeridas por leitores viram pauta do jornal. Para filtrá-las, a redação presta atenção a tendências. “Às vezes aparecem três, quatro comentários pedindo a mesma pauta, aí normalmente isso vai para a reunião de pauta”. A equipe de jornalismo do *Joca* discute as opções e decide o que será publicado em todos os produtos. Se uma pauta sugerida por criança ou adolescente for publicada, ela(e) recebe um *feedback*.

A tendência de pauta, porém, não é suficiente para fazê-la engatar. “É lógico que, assim, eles pedem muita pauta de videogame, esse tipo de coisa, que nós nem sempre podemos atender. Quando podemos, nós atendemos, mas nem sempre”. Essa ideia de que é o jornal o responsável por balancear o que os leitores **querem ler** e o que **deveriam ler** é evidenciada na preferência dos leitores pela editoria de Maluquices¹³⁷, composta de textos sobre acontecimentos inusitados, com foco no entretenimento.

¹³⁷ Informação dita pela equipe do Joca em produtos e nas entrevistas para esta dissertação, por educadores e como resposta de duas enquetes publicadas no portal. Na enquete "O que você faz logo que recebe uma nova edição do Joca?", de outubro de 2020, 691 crianças (39% dos votos) escolheram a opção "Vai direto para a seção 'Maluquices'". Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/enquete/o-que-voce-faz-logo-que-recebe-uma-nova-edicao-do-joca/>>. Último acesso em 21 de outubro de 2021. Já na enquete "Qual é a sua seção preferida no Joca?", de março de 2019, 1.325 pessoas (31,6% dos votos) responderam Maluquices. Disponível em <<https://www.jornaljoca.com.br/enquete/qual-e-a-sua-secao-preferida-no-joca/>>. Último acesso em 21 de outubro de 2021.

Como a gente pergunta muito, eles só ‘ah, eu gosto de Maluquices’, ‘quero mais Maluquices’, ‘quero mais palavras cruzadas’. **Ok, a gente ouve, mas a gente também traz eles para as coisas importantes.** Então não é que a gente vai abrir mão de tudo que a gente quer para ficar ‘ah, não, então tá bom, só Maluquices’ (Apêndice J, grifo nosso).

Das 21 edições da amostra, encontramos em quatro alguma referência ao leitor que sugeriu a pauta de uma seção. Foram **quatro sugestões em "Você sabia que..."** — onde o jornal conta a história e/ou curiosidades de um tema, como plantas carnívoras, esqueleto humano e danças típicas — e **uma na coluna *Minhas Finanças***, onde um economista dá conselhos financeiros. Na edição 157, de setembro de 2020, por exemplo, há a sinalização “Sugestão do leitor Heitor D. D., 9 anos” ao lado das curiosidades sobre besouro.

Figura 13 - Nome de leitor como propositor de pauta na edição 157



Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

Os leitores também interferem na seleção de pauta das seções *Canal Aberto* e *O que você faria se...*, que consistem em trocas de mensagens entre eles intermediadas pelo jornal. São eles quem levantam os assuntos a serem tratados em ambas as seções. Ainda que a redação filtre as mensagens que serão publicadas, é necessariamente dentre aquelas enviadas pelas crianças e adolescentes.

4.4.2 PROCESSAMENTO/EDIÇÃO

Somente para o produto impresso, subdividimos esta seção em duas, seguindo a ordem do processo de produção de conteúdo, com “processamento” antes de “edição”.

4.4.2.1 Processamento

Sendo o carro-chefe dos produtos e o que abriga o maior número de seções, junto ao portal, o impresso é também o que tem formas mais diversas de participação.

Os leitores podem contribuir com a produção completa de um texto noticioso na seção *Repórter Mirim*, onde fazem uma entrevista ping-pong. Para que a produção aconteça, o jovem pode procurar o *Joca* e indicar seu desejo de contribuir, com ou sem uma pauta e/ou entrevistado definidos, ou a equipe de jornalismo do *Joca* pode procurar um ou mais leitores para entrevistar alguém. Antes da pandemia de Covid-19, se o repórter mirim e o entrevistado residissem em São Paulo, o jornal tentava realizar o encontro presencial de ambos. Se morassem em lugares diferentes, ou o encontro era virtual ou o leitor escrevia as perguntas e enviava para a redação realizar a entrevista. Dessa forma, a entrevista de fato era feita por um adulto.

Uma atitude similar ocorreu no colégio dos leitores Isabel e Daniel, que incentivou seus alunos a participarem de uma competição de entrevistas ping-pong do *Joca*. Para isso, mandou como tarefa de casa a elaboração de perguntas. Ao recolher as perguntas, porém, era a instituição quem entrava em contato com os entrevistados, fazendo com que parte do processamento/edição do conteúdo fosse feito por adultos.

De modo mais simbiótico

O *Repórter Mirim* esteve presente em todas as 21 edições da amostra, sendo que, em quatro delas, o entrevistado também era criança ou adolescente. Quase todos (20) que exerceram a função tiveram suas fotos publicadas e somente dois tinham na sua assinatura uma referência ao colégio onde estudavam.

Figura 14 - Seção Repórter Mirim da edição 153 do jornal Joca

REPÓRTER MIRIM

LEIA A ENTREVISTA COMPLETA NO SITE DO JOCA: JORNALJUCA.COM.BR

A arte contra o racismo

Desde criança, Mc Sorria, de 16 ANOS, encontrou na música uma forma de se manifestar contra o racismo e inspirar outros jovens negros. "Quando eu cresci, não sabia qual era a minha raça, mas depois de ser matriculado, percebi que não sou branca, você é uma menina, eu não sou essa menina, as que dizem mentiras, poderiam passar essa mensagem, acerta!" explica a artista, cantora e compositora.

Em entrevista à leitora Eyshila S., de 14 anos, M.C Sorria contou sobre suas inspirações e como luta em manifestações artísticas pelo mundo (saiba mais nas páginas 151 e 152 do Joca). Confira o bate-papo.



MC Sorria, cantora e compositora

Como é ser mulher, negra e estar no meio artístico como MC, muitas vezes malvista pela sociedade?

Acho que a minha experiência é bem parecida com a que todas as outras mulheres negras passam nas outras profissões, porque todas as mulheres negras sofrem. Eu não luto muito grande. Acredito que, por mais que eu esteja trabalhando muito, a sociedade ainda não me conhece e eu não alcanço todos os lugares que deveria alcançar com as minhas músicas [por ser negra].

De onde vêm a inspiração e a coragem para falar sobre racismo?

Vim muito da sociedade, de tudo o que eu vejo e de tudo o que acontece. Das meninas negras que não se aceitam, por exemplo, que chegam à escola e não podem soltar o cabelo porque sabem que vão ser zoadas. Eu me inspira para a corajosa de cabelo preso e cabelo meco de soltar. O fato de eu cantar para uma menina que ela é bonita e que pode deixar o cabelo que quer com muita luta vai fazer ela acreditar em si mesma.

Seus estilos são o rap e o funk, que têm como origem problemas de pessoas negras, mas hoje esses gêneros estão sendo apropriados por pessoas de origem branca. Como você reage a isso?

Muitos ritmos, como rap, jazz, funk, soul e rock, foram criados pela cultura negra. A maioria das pessoas pensa que a maior parte dos artistas do rock é branca, mas não é. Acho importante falar que tudo o que é feito por pessoas pretas é criminalizado, porque existe um preconceito contra a cultura afro-brasileira. Os artistas pretos que dizem início às culturas musicais são "invisibilizados", e não se fala em lugar algum sobre eles. Mas quando entra uma pessoa não negra, parece que fica mais aceita. Isso o racismo e todas as pessoas só conseguem aceitar as coisas quando brancos cantam.

Como você se sente em relação a jovens negros que não se manifestam contra o racismo?

Eu acho que, se a pessoa negra quiser, ela pode se manifestar. Mas se ela não quiser, ela já é o próprio manifesto, porque é uma pessoa preta. Se ela não fala de racismo, mas sabe que se quiser ser músico, ela pode se quiser ser atriz ou bailarina [por exemplo], ela também pode isso já é um processo. Uma menina negra que aceita o cabelo dela tingir outra menina sem precisar falar na mídia, e isso também já é uma luta.

Sobre as manifestações: como você está participando dessa luta?

Essas manifestações sempre existiram, tanto nos Estados Unidos como no Brasil. Eu sempre fui a manifestação, desde pequena. Por mais que existam, há anos, há muito, conseguimos algumas coisas com muito custo, que são muito importantes para a gente. Eu acho que nem modo de manifestação é a música, a arte. Os protestos de agora estão tendo mais visibilidade porque estamos no momento da internet, então a gente ganha mais e a gente consegue cantar na #VidaNegra e importar, que é um ato fundamental.

Na sua opinião, por que não há tantas manifestações no Brasil como há nos EUA, já que aqui também morrem muitos negros por violência policial?

O EUA e o Brasil são sociedades diferentes, e o racismo também é diferente nesse dos lugares. Lá os brancos não gostam de pretos e já lutaram na luta deles que eles não podiam entrar no lugar ou estudar nas escolas deles. Então os negros começaram a criar suas próprias escolas [por exemplo]. Aqui no Brasil, por ser colônia, tem gente que ainda não acredita que o racismo existe. Estamos em um processo de transformação. Por mais que o Brasil também mate negros, a questão não é só matar, é também muitas negras não conseguirem se aceitar. Isso também contribui muito forte para a gente.

Qual conselho você dá às meninas negras na luta contra o racismo?

Que elas continuem lutando, porque estamos juntas. Nessas apresentações lutaremos muito para que a gente possa se falar e estamos aprendendo um pouco, ligamos agora, mas já estamos conquistando muitas coisas. Também inspirar outras meninas, começem a se aceitar como seu cabelo e a sua voz e se achem maravilhosas. E o objetivo não é origem, porque a origem não conta o racismo é a aceitação e o empoderamento.

Os artistas pretos que deram início às culturas musicais são "invisibilizados" e não se fala em lugar algum sobre eles. Mas quando entra uma pessoa não negra, parece que fica mais aceito.

Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

Textos noticiosos de jovens também foram publicados na edição 148, que diz: "Inspirados pela leitura de reportagens do Joca sobre o novo coronavírus, os leitores Luisa S. de C., 10 anos, e Victor F. M., 9 anos, ambos de São Paulo (SP), fizeram textos abordando o tema". Abaixo dos trechos das matérias, havia indicação de que o conteúdo completo estaria no portal.

Com grande recorrência (12 edições), os jovens assinaram resenhas de produtos culturais (editoria de *Cultura*), sendo que em seis constava o nome dos seus colégios.

Figura 15 - Resenha cultural assinada por leitora na edição 156 do jornal Joca

NA EDIÇÃO 152 DO JOCA, CONFIRA UMA ENTREVISTA COM A THALITA REBOUÇAS, AUTORA DO LIVRO INDICADO PELA ALICE.

DICA DA LEITORA



CONFISSÕES DE UM GAROTO TÍMIDO, NERD E (LIGEIRAMENTE) APAIXONADO (Thalita Rebouças, Editora Arqueiro)

Por Alice N. P., 11 anos, Presidente Prudente (SP)

O livro fala sobre um garoto chamado Davi, que mora no Rio de Janeiro. Ele tem dois melhores amigos: o Zeca e a Tetê (que é namorada do irmão mais velho de David, Dudu). Ele é um garoto que mora com a avó, pois os pais morreram em um acidente de carro.

É uma história muito legal para quem gosta de astrologia, pois o Davi ama esse assunto e até faz um curso. É um livro muito bom, que trata muito bem sobre o preconceito. Como diz um dos personagens: não ao ódio, não ao preconceito, e sim ao amor e à liberdade de escolha.

Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

Outra forma de participação encontrada são os jovens darem entrevista para a equipe do *Joca*, seja ela extensa ou pontual. Sabemos que a entrevista é uma atividade básica da atuação jornalística e, portanto, entrevistar jovens é o que se espera do jornalismo infantojuvenil. Porém, consideramos a entrevista neste trabalho como um modo de participação no *Joca* pelo fato dela nem sempre ser uma premissa real em iniciativas anteriores para este público, tornando sua presença algo a ser apontado e debatido.

A indicação de quais textos devem incluir aspas infantojuvenis é feita na reunião de pauta. Segundo conta Rinaldi, “a [editora-chefe] Carol não pode pedir para a gente ter opinião dos leitores em todas as matérias porque a gente realmente não vai dar conta. [...] É uma coisa que a gente já pensa na reunião de pauta, mas a gente tenta aplicar ainda mais no dia a dia”.

Na hora da escolha de quem será entrevistado, o direcionamento é a diversidade de pessoas e de colégios parceiros participantes, segundo Cristianini.

E mesmo quando é uma mesma escola, se muda o ano, já é uma outra turma de estudantes que está naquela escola, então já são outros participantes. [...] Tem uma diferenciação, às vezes, de idade, de o que é mais adequado para participar de tal assunto. [...] O olhar está sempre muito mais para envolver o máximo possível de eleitores, para eles se sentirem dentro da representatividade, de olharem para o jornal e verem que eles estão ali participando, e ter sempre esse olhar das idades variadas, não estar sempre falando com uma mesma faixa etária já que a gente tem jornal para todos.

Para chegar até suas fontes-personagens, a equipe de jornalismo recorre a vários métodos: pedir contato para conhecidos; falar com leitores que já tenham contribuído em pautas anteriores; pedir intermédio de assessorias de colégios; e pedir para escolas e/ou professoras(es) da base de assinantes que indiquem alunos(as). Os meios mais comuns são aqueles ligados às escolas.

Antes da pandemia de Covid-19, os jornalistas entravam em contato com uma escola e, se permitido, iam presencialmente nas salas de aula conversar com estudantes, podendo entrevistar, de uma só vez, turmas inteiras. Por esse caminho, termos de autorização para uso de imagem e fala dos jovens¹³⁸ eram deixadas no colégio, para que eles enviassem aos pais/responsáveis e repassassem os documentos assinados.

Com o isolamento social, o caminho mais comum se tornou: as escolas recebem a demanda do jornal, aprovam a participação com a coordenação (se não for ela o primeiro

¹³⁸ A autorização é dada para a editora Magia de Ler, que pode usar o conteúdo em todos os seus produtos e redes sociais "por período indeterminado, não inferior a 05 (cinco) anos, podendo, inclusive, ser licenciados e/ou sublicenciados para uso por terceiros". O termo foi enviado pela editoria Maria Carolina Cristianini à pesquisadora por e-mail.

contato), falam com os pais/responsáveis e depois disponibilizam o contato para o *Joca*. Normalmente, no contato com os pais/responsáveis, a escola pega a assinatura deles para o termo de autorização de uso de fala e imagem¹³⁹.

Com essa permissão, o jornal pode entrar em contato com o estudante por telefone ou conversar por intermédio dos educadores. No caso de uma aluna indicada pela professora Patrícia Alves, a entrevista aconteceu no próprio colégio, “até para a gente poder acompanhar”, diz (Apêndice P). Para todo esse processo acontecer, as escolas pedem, no mínimo, de quatro a cinco dias de prazo.

Para a madrastra da leitora Cibele, a intermédio pela escola foi essencial para que aceitasse rapidamente a participação da enteada em uma matéria. “O [coordenador pedagógico] Marcos¹⁴⁰ só me ligou pedindo autorização para o jornal *Joca* entrar em contato com ela. Não achei nada demais. Tenho que confiar nele” (Apêndice U).

Antes que a entrevista com o *Joca* acontecesse, também orientou a enteada: “Falei ‘você não vai ficar nervosa. Você ouve primeiro. Falei com ela isso agora também. Você estava falando, eu falei para ela assim: ‘você ouve primeiro, vê o que ela está perguntando para você responder. Não atropela’. Isso porque Cibele ficou ansiosa antes da conversa, segundo ela mesma relata: “Fiquei ‘gente, como é que vai ser?’, ‘como é que eu vou falar?’, fiquei perguntando essas coisas”.

A mãe da leitora Rosângela, por sua vez, ajuda na revisão dos conteúdos feitos pela filha. “Ela fala assim ‘ah, mãe, vê se tem muito erro, alguma coisa, se está fora de contexto, e tal’. Isso a gente consegue ajudar, mas o texto é dela. Ela fala do jeito dela, com as palavras dela” (Apêndice S).

Os pais/responsáveis também são, por regra, o primeiro contato da redação quando a apuração ocorre sem intermédio das escolas. Esse processo menor agiliza a coleta de informações para dois ou três dias. De qualquer forma, eles estão sempre cientes da participação porque precisam assinar o termo de autorização. O documento é assinado toda vez que um jovem dá entrevista ao jornal, ainda que tenha contribuições recorrentes (Apêndice L).

Com o termo assinado, o *Joca* passar a poder publicar as seguintes informações dos participantes: primeiro nome, letra inicial do sobrenome, idade, série e escola onde estuda, foto e nome dos pais/responsáveis, quando fizer sentido para a pauta.

¹³⁹ Com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) em vigor, a instituição não pode divulgar ou repassar informação pessoal dos estudantes, a exemplo do telefone dos seus responsáveis.

¹⁴⁰ Nome fictício.

Das edições da amostra (N = 21), todas continham aspas de uma criança ou adolescente, seja como objeto principal da pauta ou personagem. No total, 165 jovens fizeram contribuições desse tipo¹⁴¹, sendo que 99 deles também tiveram suas fotos publicadas¹⁴².

Figura 16 - Matéria da seção *Ciência e Tecnologia* com aspas infantojuvenis na edição 157 do jornal *Joca*

Fall Guys: Ultimate Knockout vira mania na pandemia

Por Helena Rinaldi

Um jogo *multiplayer* (ou seja, em que vários jogadores disputam entre si) se tornou o mais vendido da história da PlayStation em 26 de agosto: Fall Guys: Ultimate Knockout. Na data, a PlayStation Brasil comemorou a conquista nas redes sociais, mas o número de usuários do jogo, lançado no dia 4 do mesmo mês, não foi divulgado. “Acho que ele está fazendo sucesso na pandemia porque muita gente está em casa e entediada, então as pessoas arrumam esses joguinhos para ir passando o tempo. E o mais legal é que é um jogo dinâmico, você nunca sabe quais desafios vai encontrar”, comenta a leitora Sophia F., de 12 anos.

O game é uma disputa em que os participantes precisam vencer desafios para avançar de nível. O jogador que restar será o vencedor e conquistará a coroa de campeão. “Tem vários desafios, de corrida, de futebol e um em que você tem uma cauda e as pessoas tentam roubá-la para passar de nível, por exemplo”, explica o leitor Felipe R., 11 anos. Para ele, a parte mais divertida é a corrida. “É muito legal porque você não tem controle direito do boneco, às vezes ele ‘buga’ e não é tão rápido. Tudo pode acontecer, é muito engraçado.”

Já para Rachel II., 10 anos, a parte mais divertida é disputar a coroa com os outros jogadores. “O que eu mais gosto é da ideia de ganhar e ficar nas [fases] finais para competir com as outras pessoas e ver se você vai ser premiado. É um jogo bem legal de interagir e que a maioria do público pode jogar, é um jogo para todos os gostos”, explica.

Fontes: Jovem Gamer, Nexo e Super Interessante

Fonte: Arquivos do jornal *Joca* no portal web

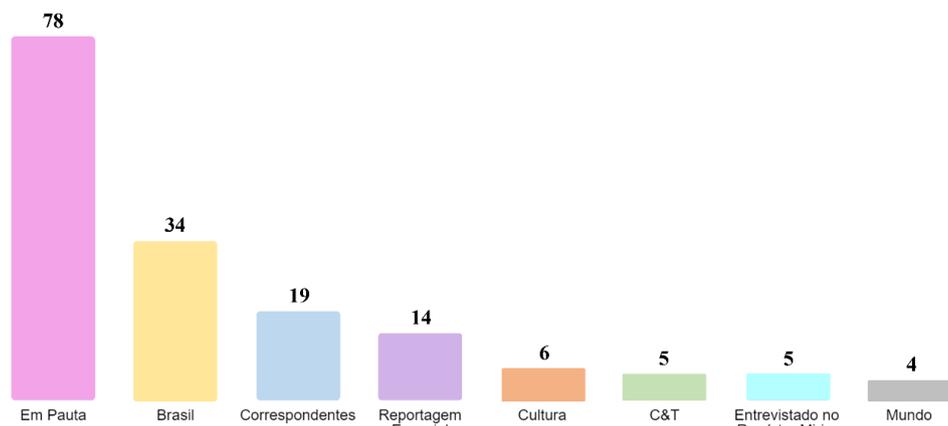
A maioria dos jovens (78) deu entrevista para a seção comportamental *Em Pauta*, que publicou depoimentos em 20 edições. Essa seção tem, inevitavelmente, participação de, no mínimo, duas crianças por texto. Para dar conta dessa periodicidade de apuração, os temas abordados são pensados com dez dias de prazo (Apêndice M).

Depois dela, a seção com maior constância de participação foi *Brasil* (em 13 edições), que acopla uma série de temáticas. *Brasil* também foi a segunda seção em **número de jovens participantes**, seguida dos “correspondentes internacionais” (19), como são chamadas as pessoas que moram no exterior e dão depoimentos nas seções *Mundo* e *Giro pelo Mundo*. Em pautas internacionais, além dos correspondentes, quatro jovens foram personagens.

Gráfico 7 - Quantidade de crianças/adolescentes entrevistados por seção do jornal

¹⁴¹ Em duas edições da amostra, duas matérias que traziam aspas de adolescentes internacionais, que, pelo texto, entendemos que não foi entrevistado pelo *Joca*. Essas duas aparições não foram consideradas por nós como uma contribuição infantojuvenil ao jornal.

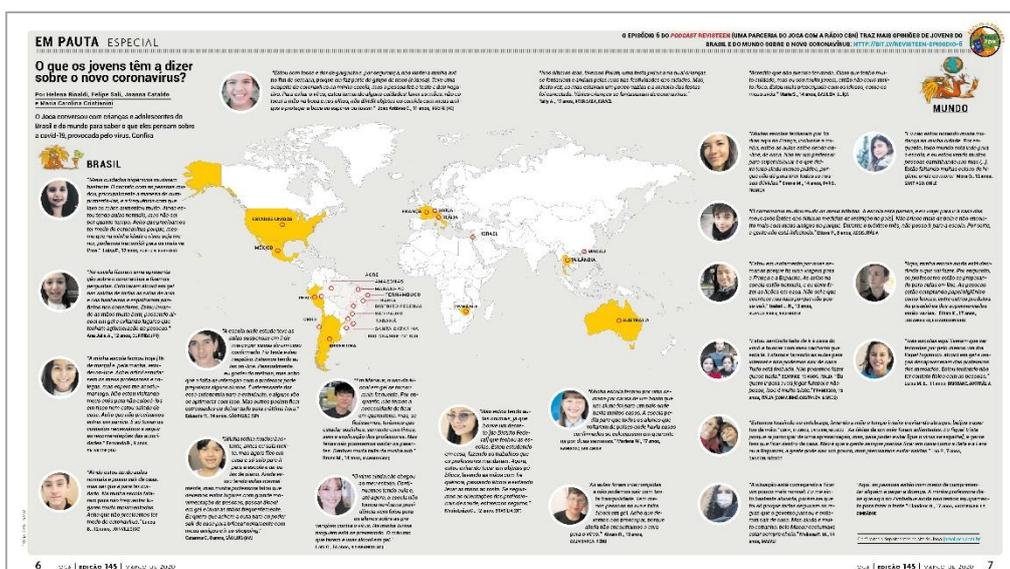
¹⁴² Em alguns casos, apareciam fotos de crianças/adolescentes próximos aos depoimentos, mas sem legenda que os pudessem identificar. Nesses casos, não contabilizamos como foto de personagem.



Fonte: Elaboração própria

Uma explicação para o destaque da seção *Em Pauta* é a cobertura da pandemia de Covid-19. Na edição 145, publicada em março de 2020, há um pico de 24 jovens entrevistados nesse espaço. Todos para falar da pandemia.

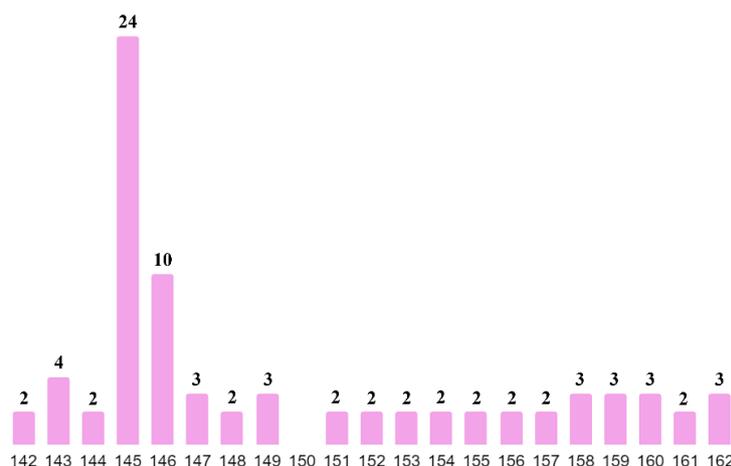
Figura 17 - Seção *Em Pauta* sobre coronavírus na edição 147 do jornal Joca



Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

A segunda edição com maior número de contribuições no *Em Pauta* é a seguinte, número 146, sobre a quarentena. Fora os picos, a média de participantes é de dois ou três.

Gráfico 8 - Quantidade de crianças/adolescentes entrevistados por edição da seção *Em Pauta*



Fonte: Elaboração própria

A seção *Reportagem Especial* foi a segunda com maior número de entrevistados de uma só vez. Na edição 149, publicada em maio de 2020, nove estudantes ribeirinhos deram depoimentos sobre a falta de transporte para ir à escola em Porto Velho, Rondônia.

Alguns dos depoimentos contabilizados nos dados acima não são parte do texto principal em estrutura; veem em *boxes* ou espaços separados. Na maioria das vezes em que houve essa separação, porém, entendemos que eles compunham a pauta. Um exemplo é a matéria “Crianças começam a voltar às aulas na Europa”, publicada na seção *Mundo* da edição 148, onde três correspondentes internacionais moradores da Dinamarca traziam suas vivências com o retorno das aulas presenciais e, portanto, podem ser lidos como personagens da pauta e agregadores de informação a ela.

Figura 18 - Matéria da seção *Mundo* da edição 148 do jornal Joca

Crianças começam a voltar às aulas na Europa

Por Maria Carolina Cristianini e Martina Medina

No dia 15 de abril, a Dinamarca se tornou o primeiro país europeu a retomar as aulas, suspensas em 12 de março, pela pandemia do novo coronavírus. Alunos de creches, pré-escolas e de parte do ensino fundamental retornaram às escolas. No dia 10 de maio, será a vez dos estudantes de ensino médio.

De acordo com o governo dinamarquês, o objetivo é retornar aos poucos a vida pré-pandemia, deixando os pais com mais tempo para se dedicar ao trabalho enquanto os filhos estudam. Mas nem tudo é como antes: os alunos devem manter distância entre si — de 2 metros entre as carteiras, por exemplo —, lavar a mão e usar álcool em gel com frequência (até de hora em hora em algumas instituições).

A Noruega também determinou a volta às aulas, com a reabertura das creches e pré-escolas no dia 20 de abril, cinco semanas após a suspen-

são. Já o ensino médio será retomado em maio. Segundo o governo norueguês, a medida foi tomada porque as crianças não são tão afetadas pelo vírus e para permitir que os pais voltem a trabalhar.

EM BREVE

Outros países da Europa têm data prevista para a volta às aulas. Confira alguns deles.

Alemanha: em 4 de maio, parte das escolas vai reabrir, principalmente as dos estudantes mais velhos, que realizarão provas nacionais em breve.

Áustria: as aulas devem voltar a partir do dia 15 de maio, mas as autoridades ainda não detalharam como isso deve acontecer.

França: as escolas de educação primária vão reabrir com turmas de, no máximo, 15 alunos, de 11 de maio em diante. Estudantes a partir de 12 anos voltam a ter aulas presenciais em 18 de maio. Já as universidades devem ser abertas apenas depois de setembro.

Holanda: em 11 de maio, voltam a funcionar as creches e o ensino fundamental. Os alunos do ensino médio devem retornar em 2 de junho.

CORRESPONDENTES INTERNACIONAIS

"Na minha escola, a gente entra na parte interna só para lavar as mãos. Todas as outras atividades são realizadas ao ar livre, por ser mais seguro do que ficar em um ambiente fechado. Minha sala tem cinco meninas e quatro meninos, e eu só posso brincar com as meninas para não ter muita gente junta. Eu gostei de voltar para a escola, porque em casa não tinha muito o que fazer. Eu tive aulas em casa, mas não é a mesma coisa."

Camilla H. J., 9 anos, de Aalborg, Dinamarca



"Quando soube que a escola ia abrir, logo pensei que poderia ver meus amigos e brincar com eles. Mas nem toda a classe está junta, o que é muito esquisito. Temos um pequeno espaço para brincar, mas foi bom ir para a escola de novo. A gente não pode abraçar os amigos, mesmo depois de muito tempo sem vê-los. Eu estava com saudades, queria poder abraçá-los."

Raul T. V. N., 9 anos, de Kalundborg, Dinamarca



"A escola tem um lugar para lavar as mãos antes mesmo da entrada. A minha turma tem que chegar entre 8h15 e 8h30 para não ter muitas pessoas entrando juntas. Fomos divididos em duas turmas de 12 alunos. Antes, a gente sentava em grupo ou duplas. Agora, é cada um em uma mesa sozinho. A professora fica em uma porta, entre as duas salas, para dar as aulas. No intervalo, temos um lugar para ficar a cada dia: um dia no parque, outro onde pode jogar bola, outro em que é gramado. Só estamos tendo aulas de disciplinas básicas por enquanto, como inglês, dinamarquês e matemática. É tudo muito diferente e muito novo."

Beatriz R. do N., 11 anos, de Taastrup, Dinamarca



Fontes: BBC, Daily Mail, Estadão, Estado de Minas, Financial Times, Folha de S.Paulo, G1, Rádio Europa Internacional e The New York Times

4 JOCA | EDIÇÃO 148 | ABRIL | MAIO DE 2020

Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

Segundo Cristianini, a divisão é usada quando a criança ou adolescente não está “no meio da história como personagem”.

Faz sentido ele estar no meio da história como personagem, na minha visão, se ele fizer realmente parte da história. [...] Agora, se a gente convida uma escola do Rio de Janeiro para comentar o aumento da Covid-19 na Áustria, não faz sentido colocar no meio do texto. Eu acabo desviando, confundindo o texto, deixando o texto mais complexo, mais confuso, "mas o que é que esse depoimento está fazendo aqui no meio dessa história se essas crianças não têm nada a ver com essa história?"

Na prática, o que vimos foi essa divisão ocorrer quando os jovens estão envolvidos na história como personagens (como no exemplo acima da volta às aulas na Europa), mas também, agora sim alinhado à explicação dada pela editora, em casos que consideramos como “participações opinativas”, que são falas de leitores sobre as pautas em si, ainda que não tivessem experiência empírica referente a ela. **No Joca, esse tipo de contribuição foi publicado em 12 edições da amostra.**

Figura 19 - Matéria em seção Ciência e Tecnologia da edição 143 do Joca

PREVISÕES PARA 2020 QUE NÃO SE TORNARAM REALIDADE (AINDA)

Ao longo dos últimos anos, diversos cientistas e estudiosos tentaram descobrir como estaríamos vivendo em 2020. Mas algumas previsões não se realizaram. Veja algumas delas.

Fontes: CNN, Época, R7 e Revista Galileu.

*** ROBÔS**

PREVISÃO: em 2006, especialistas da Universidade Elon, nos Estados Unidos, disseram que, antes de 2020, robôs com inteligência artificial seriam comuns no nosso dia a dia, assumindo completamente atividades profissionais mais mecânicas ou que exigissem esforço físico.

REALIDADE: os robôs não evoluíram tanto. Alguns profissionais da área alegam que a crise econômica iniciada em 2008 atrasou os avanços.

*** ALIMENTAÇÃO**

PREVISÃO: no livro *A Medicina da Imortalidade*, de 2004, o ex-diretor de engenharia do Google, Ray Kurzweil, apostou que seria possível injetar nanorrobôs (pequenos a ponto de circular pelos vasos sanguíneos) no corpo humano. Eles seriam capazes de fornecer os nutrientes de que precisamos, e de forma mais eficiente.

REALIDADE: os nanorrobôs são usados para muitas coisas, até

para combater doenças, mas não substituíram a comida.

*** TELETRANSPORTE**

PREVISÃO: o livro *Shift 2020*, de 2014, traz várias previsões para o ano. Uma delas aponta que o teletransporte seria normal e que 2020 seria o ano das tecnologias de mobilidade.

REALIDADE: está bem longe de acontecer. Até agora, os cientistas só conseguiram teletransportar uma única partícula chamada quítrit. Bem diferente de um ser humano.

*** TURISMO NA LUA**

PREVISÃO: diversas empresas privadas prometeram o turismo espacial para antes de 2020. O representante de uma delas, a Space Adventures, disse

que, neste ano, estaríamos planejando passeios em Marte.

REALIDADE: as empresas seguem tentando e algumas pessoas já até compraram a passagem antecipadamente. A previsão é de que o primeiro turista espacial vá para a Lua em 2023.

O QUE EU PENSO SOBRE...



O turismo espacial está prestes a acontecer, e eu não vejo a hora de acompanhar, mas espero que os turistas não façam sujeira nem estraguem nada por onde passarem. As pessoas precisam ter uma consciência melhor sobre o cuidado com o próximo e os planetas.

Isabela J., 11 anos, de Brasília (DF)

JOCA | EDIÇÃO 143 | FEVEREIRO DE 2020 9

Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

Metade dos jovens que deram esse tipo de contribuição (9) foram correspondentes internacionais, que vivem nos países onde os fatos narrados ocorreram, nas não estão envolvidos na história. Um exemplo está na matéria “Estudantes protestam contra governo na Tailândia” (editoria *Mundo*, edição 155), que traz a fala de um jovem que mora na Tailândia, mas não foi aos protestos. Ele somente opina sobre as manifestações.

Figura 20 - Correspondente internacional na página 5 da edição 155 do jornal Joca

CORRESPONDENTE INTERNACIONAL

“Não participei dos protestos para não colocar minha saúde mental nem a minha vida em risco. Sou menor de idade e, mesmo assim, posso ser preso por criticar o governo. Os protestos dão mais poder aos tailandeses. Somos ensinados a ser conservadores e guardar as coisas para nós mesmos, e os protestos estão mudando isso”,

Yannaphat S., 13 anos, Khon Kaen, Tailândia

Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

Já a contribuição mais comum do impresso para adultos, a carta de leitores, foi observada em todas as 21 edições da amostra, sendo uma delas escrita por uma pessoa adulta. Das 20 edições com remetentes infantojuvenis, foram publicadas 55 mensagens, com 28 assinaturas contendo alguma referência escolar, seja a série/ano de um jovem, seja a assinatura em conjunto por uma turma de um colégio.

Figura 21 - Seção Carta dos Leitores com diferentes assinaturas na edição 158 do jornal Joca

CARTA DOS LEITORES

Caros editores do jornal **Joca**,

Estamos escrevendo esta carta porque aprendemos sobre carta pública com a professora Deyse. Lemos a notícia "Na Itália, artista doa painéis para hospital pediátrico", publicada no site do **Joca**. Gostamos muito da matéria e queremos parabenizar o artista Silvio Irilli pela atitude que ele teve nesta época tão difícil. Que outras pessoas sigam o exemplo dele.

**Um abraço,
Ana Júlia, Augusto, Enzo, Beatriz, Arthur, Isadora e Felipe – Colégio Marista Londrina – PR**

Olá, biólogo Guilherme Domenichelli!

Eu li a matéria sobre camaleões, publicada no site do **Joca** no dia 11 de março. Achei bem interessante, adoro coisas sobre animais! A natureza é incrível, não acha? Continue escrevendo matérias legais assim!

**Um abraço,
Beatriz C., 8 anos**

Olá jornal **Joca**!

Eu li a matéria "Dia do Gato: cinco histórias malucas envolvendo felinos", publicada na seção "Maluquices" do site do **Joca**. Achei o texto muito curioso e engraçado. A história de que mais gostei foi aquela em que os donos descobriram que o gato levava uma vida dupla, morando, na verdade, em duas casas. Gostaria de sugerir que vocês fizessem mais matérias assim.

**Até a próxima! Beijos,
Marina P.**

Olá jornal **Joca**!

Adoramos a matéria sobre o teatro espanhol que resolveu fazer uma ópera com plantas. Ficamos impressionados com a quantidade de plantas que conseguiram colocar no teatro. Foi incrível a ideia de doar as plantas usadas aos profissionais de saúde. Agradecemos por terem trazido essa informação para nós.

**Um abraço!
Alunos do 3º ano C do Colégio Ied – SP**



Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

A publicação das cartas pode servir de incentivo para outros leitores enviarem as suas próprias. É o que diz o professor Otavio Filho em entrevista para esta dissertação (Apêndice Q) e Nádía Moya em capítulo de livro sobre o uso do *Joca* na Escola Estadual Henrique Dumont Villares, em São Paulo, SP.

Na escolha onde Nádía foi coordenadora, ele começou sendo usado por alunos do 5º ano em 2015, que enviaram cartas à redação. “A publicação da carta do leitor foi o estímulo para que o jornal fosse lido em todas as classes de todos os anos da escola [1º ao 5º ano do Ensino Fundamental 1]” (2019, p. 387).

Por fim, a última forma de participação de leitores encontrada no jornal impresso do Joca é a troca de mensagens entre eles nas seções “O que você faria se...” e Canal Aberto. Única forma de diálogo entre leitores além do espaço de comentários no portal.

“O que você faria se...” funciona da seguinte maneira: em uma edição é publicada uma pergunta imaginativa feita por uma criança ou adolescente, como “O que você faria se... pudesse voltar no tempo? Para qual época e país você iria?”, da edição 144. Junto com a pergunta, há um chamado para que leitores enviem suas repostas ao e-mail da redação. A mesma pergunta é enviada a educadores parceiros a fim de que eles colem as repostas dos seus estudantes (Apêndice O; Apêndice R). Na edição seguinte do jornal, a pergunta

é novamente publicada, mas, dessa vez, com as seis respostas escolhidas pelo *Joca*. **Essa seção esteve presente em todas as 21 edições da amostra**, sendo que em 15 houve menção de que as respostas foram dadas por alunos de um colégio em específico.

No *Canal Aberto* o funcionamento é o mesmo, com a diferença de que, ao invés de perguntas serem imaginativas, são feitos pedidos de aconselhamento comportamental e sentimental. Na edição 151, por exemplo, um menino pergunta: “Desde que a quarentena começou, eu e meu irmão não paramos de brigar. O que posso fazer para melhorar isso?”. Na edição seguinte do jornal, são colocadas: a pergunta, seis respostas infantojuvenis e mais uma resposta escrita por uma psicóloga. **Essa seção também esteve presente em todas as 21 edições da amostra**, sendo que em 17 houve menção de que as respostas foram dadas por alunos de um colégio em específico.

A redação sabe que as respostas vieram por alguma atividade ou orientação escolar porque ou o e-mail é enviado com endereço institucional de um colégio, como fulano@nomedaescola, ou porque chegam vários e-mails em uma mesma tarde. “A gente sabe que foi uma professora que provavelmente fez uma atividade e pediu para eles responderem” (Apêndice L).

Nesses casos, a regra também é diversificar as instituições de ensino cujos alunos terão as repostas publicadas. A equipe de jornalismo monta um formulário com as perguntas e o setor Comercial repassa para uma escola. Cada vez, é uma escola diferente da anterior. “Aí eu já corro para responder, já procuro alguns alunos para responder”, diz a professora Telma Liberti, que sempre incentiva a participação nas suas turmas (Apêndice R).

Figura 22 - Seções Canal Aberto e "O que você faria se..." na edição 159 do jornal Joca

CANAL ABERTO

QUERO CRIAR UMA BANDA COM TODAS AS MINHAS MELHORES AMIGAS, MAS JÁ FAÇO PARTE DE UM GRUPO E NÃO QUERO SAIR DELE. AO MESMO TEMPO, QUERO MUITO, MUITO, MUITO MESMO TER A MINHA PRÓPRIA BANDA. O QUE EU FAÇO? Maria Clara T., 9 anos

RESPOSTAS DE ALUNOS DO COLÉGIO ROKA (SP)

Você poderia fazer a banda e continuar no grupo em que já está. Mas, se ficar muito difícil conciliar os dois, escolha a banda de que você mais quer participar.
EDUARDO K., 10 ANOS

Já passei por isso. O que acha de juntar os dois grupos na banda? Se todas as amigas quiserem, será formado um grupo incrível!
NICOLLI U., 10 ANOS

Você pode perguntar se o seu grupo gostaria de se juntar à sua banda. Assim, o grupo vai ficar maior e talvez ninguém fique triste. Se não, você pode continuar no grupo e montar sua banda com as suas amigas. Só vai ter que se organizar, passar um tempo com um grupo e outro tempo com o outro.
KIMI V., 10 ANOS

Convidaria meus melhores amigos para tocar na banda de que já faço parte.
PEDRO HENRIQUE J., 9 ANOS

A próxima pergunta...
Sempre que eu vou desenhar algo, imagino um desenho lindo. Mas, quando vou fazer o desenho, ele fica muito feio. Por que isso acontece? Lara M.

“O QUE VOCÊ FARIA SE...”

...SÓ PUDESSE ESCOLHER UMA RECEITA PARA SABER COZINHAR? QUE RECEITA VOCÊ ESCOLHERIA? Maria Isabel Y., 12 anos

Escolheria uma comida que cada vez que eu fizesse daria algo diferente (com gosto bom!).
HELEN N., 11 ANOS

Arroz, porque é saudável e dá para fazer como doce também.
MARIANA M., 10 ANOS

Eu entraria em pânico por um momento, porque o meu hobby é comer (risos). Mas eu escolheria hambúrguer.
VICTORIA K., 11 ANOS

Bolo de chocolate. Eu sempre preparo a receita, enquanto minha mãe fica de olho em mim.
ARTHUR S., 9 ANOS

Eu escolheria sushi, porque é muito gostoso e tem de vários tipos. Sem contar que eles aparecem muito nos filmes!
MEI F., 9 ANOS

Escolheria saber fazer pão, porque eu poderia abrir uma padaria e experimentar variações. Assim, eu teria vários tipos diferentes de pão, mesmo só sabendo fazer uma receita.
LUISA Y., 10 ANOS

A próxima pergunta...
...estivesse trancado em uma casa em que uma das pessoas (presas com você) fosse uma impostora [uma traidora]? Pedro S., 10 anos

Mande sua resposta das próximas perguntas das seções para joca@magiadeflor.com.br até o dia 4 de novembro.

Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

Todos os leitores que mandam conteúdo autoral para o e-mail da redação recebem um agradecimento e o questionamento se eles podem ser publicados. A maioria dos jovens aceita e alguns até retornam o contato para reclamar da demora, que acontece por causa do alto volume de textos na fila para publicação.

Somente as respostas enviadas ao *Canal Aberto* e “*O que você faria se...*” que, apesar de também serem respondidas com agradecimento, não precisam de autorização para publicação por serem mais simples. Para essas seções, também não é necessário termo de autorização de uso de fala¹⁴³. “Quando é uma perguntinha, tipo ‘o que você faria se você fosse um inventor’ e a criança responde ‘faria uma máquina do tempo’, não é algo que a gente estaria se apropriando intelectualmente de uma coisa que a criança pensou”, explica a repórter Helena Rinaldi.

Já quando um texto não está “bom”, são dadas sugestões de melhora.

Sempre que eles mandam uma resenha, a gente sempre elogia, mesmo quando a gente fala “ixe, tá muito ruim”, a gente fala “Muito obrigada, tenho algumas sugestões para sua resenha ficar ainda mais completa. O que você acha?”. A gente manda sugestões do tipo “faça isso”, “coloca uma sinopse”, sempre encorajando o leitor. No final a gente sempre responde com abraços porque é bem nada a ver falar “atenciosamente” para uma criança. Então é um tom mais adaptado e sempre tentando ser absurdamente simpática (Apêndice L).

¹⁴³ Fotos das crianças e adolescentes não são publicadas em ambas as seções.

Por fim, o último aspecto analisado no impresso foi o incentivo do jornal à participação. No rodapé de todas as capas há o chamado “PARTICIPE DO JOCA. Mande sugestões para: joca@magiadeler.com.br e confira nosso portal: www.jornaljoca.com.br” e em todas as edições do *Canal Aberto* e “*O que você faria se...*”, é dito “Mande sua resposta das próximas perguntas das seções para joca@magiadeler.com.br até o dia [data final]”. Outras formas pontuais podem acontecer, como na publicação das matérias sobre coronavírus assinados por jovens na edição 148, que dizia "se inspire para também escrever sobre o assunto — envie seu texto para a gente: joca@magiadeler.com.br".

4.4.2.2 Edição

Antes da pandemia de Covid-19, a participação dos leitores na edição do jornal era feita através de visitas à redação do *Joca*. Além de conhecer o local, o processo de produção do jornal e a equipe, os jovens podiam opinar nos textos que estavam sendo finalizados no momento da visita. “[...] sempre tinha algum texto ali rolando que precisava ser aprovado, ser lido, então a criança sentava comigo, ou com quem estivesse lá, para ler o texto, dizer se tinha entendido, se achava que o título estava bom, se não estava, isso acontecia” (Apêndice M)

Nas edições seguintes do impresso, eram publicadas fotos e/ou depoimentos dos visitantes. **Dos 21 jornais que analisamos, 3 deles** (até a primeira semana de março, quando começa o isolamento social no Brasil) continham registros dos editores mirins.

Figura 23 - Editores Mirins da edição 142 do Joca



Fonte: Arquivos do jornal Joca no portal web

A opção de visita e, conseqüentemente, da função de *Editor Mirim*, era sempre oferecida às escolas parceiras ou a quem mandasse mensagem querendo conhecer as pessoas que fazem o *Joca*. “Os leitores têm muita curiosidade de saber quem a gente é, ver a nossa cara, ‘onde é que vocês trabalham?’”. Pelo menos uma vez na semana jovens iam ao jornal.

Como a redação fica em São Paulo, predominava a presença de crianças e adolescentes da cidade, mas também acontecia de famílias de leitores de fora de São Paulo visitarem o local durante viagens à capital paulista. Além disso, antes mesmo da pandemia, já havia “visitas virtuais” durante encontros online com turmas de estudantes. “A escola ligava para a gente, por celular, muito capenga ainda, ninguém sabia que existia o *Zoom* na época, era pelo *WhatsApp*, aí a gente virava a câmera e mostrava a redação. Eles piravam. Ia na janela, mostrava a vista, eles amavam”, lembra Cristianini.

Na data da última entrevista que realizamos com a equipe do *Joca*, em novembro de 2021, não havia previsão da volta do *Editor Mirim* por conta da pandemia de Covid-19¹⁴⁴.

¹⁴⁴ Em fevereiro de 2022, foi lançado o "Clube do Joca", grupo com cinco leitores que poderão: participar das reuniões de pauta, dar sugestões, tirar dúvidas da redação sobre como explicar as notícias, participar das edições, dentre outras demandas. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/venha-participar-do-clube-do-joca/>>. Último acesso em 14 de fevereiro de 2022.

4.4.3 Divulgação

A divulgação dos conteúdos pode ser feita pela compra e compartilhamento do jornal em papel ou compartilhamento do PDF da edição. Foi da segunda forma que Carla, madrastra da leitora Cibele, compartilhou o documento com o depoimento dado pela sua enteada ao *Joca*.

Ela que mandou para mim [o PDF da edição] porque recebeu em primeira mão. Na hora que ela mandou para mim, saí mostrando para todo mundo no serviço, mandei para a vó, mandei para tia, e fui falando "aqui ó, como que ela tá, como ela tá linda". Mostrei para todo mundo e eu tenho ali guardado no celular. Fiquei muito feliz mesmo. É muito gratificante para a gente.

A própria Cibele diz que mostrou o PDF para a “família toda, principalmente”, mas não pôde mostrar aos colegas no colégio porque não leva o celular para a instituição.

4.5 PORTAL WEB

O portal do *Joca* foi lançado em 2014 e passou por uma reformulação em 2019. Para a inclusão da comunidade surda, possui o plugin *Hand Talk*¹⁴⁵, que traduz simultaneamente conteúdos em português para a Língua Brasileira de Sinais (Libras). Para pessoas cegas ou com baixa visão, há opções de aumento de fonte e de contraste, além da disponibilização das matérias do jornal impresso em texto acessível para utilização de leitores de tela.

Parte do conteúdo publicado online é a transposição do que saiu no impresso¹⁴⁶ com a complementação de respostas em algumas editorias participativas, como o *Canal Aberto*¹⁴⁷. No impresso são publicadas apenas seis respostas nessa seção, mas a média de mensagens recebidas pela redação são de 150 por quinzena, sendo que esse número já chegou a mais de 700, segundo Rinaldi. “[...] Crianças sempre querem se ver no jornal, então a gente sempre publica as respostas ou no impresso ou no site”.

¹⁴⁵ Disponível em: <<https://www.handtalk.me/br/>>. Último acesso em 27 de outubro de 2021.

¹⁴⁶ Eles são agrupados nas páginas onde é possível visualizar um exemplar digitalizado. Exemplo com a edição 148 disponível em: <https://www.jornaljoca.com.br/edicao_impressa/148/>. Último acesso em 27 de outubro de 2021.

¹⁴⁷ Veja este exemplo. Nesta página há a transcrição das respostas publicadas no impresso, na edição 162: <<https://www.jornaljoca.com.br/canal-aberto-edicao-162-2/>>. Último acesso em 27 de outubro de 2021. Nesta outra página, a partir da mesma pergunta, são publicadas respostas de outras crianças e jovens: <<https://www.jornaljoca.com.br/canal-aberto-edicao-162/>>. Último acesso em 27 de outubro de 2021.

Além desse conteúdo, há aquele específico do portal, como as notas rápidas, matérias especiais, a coluna *Dúvida Animal*, a página online *Espaço do leitor*, enquetes e jogos interativos — os dois últimos ligados a textos do impresso. Analisaremos aqui somente o conteúdo específico do portal, visto que as etapas de seção/filtragem e processamento/edição dos demais são as mesmas do jornal em papel e, portanto, já foram analisadas anteriormente.

4.5.1 Seleção/filtragem

As notas diárias têm como critério de seleção a maior “temperatura” do assunto. Se ele for muito “quente” (com amplo interesse público e visibilidade no momento) significa que o melhor é postá-lo logo no online ao invés de esperar a produção impressa. Os conteúdos especiais são, geralmente, baseados em datas comemorativas ligadas à infância e adolescência, como Dia das Crianças e Dia da Menina. Em ambos os tipos, a escolha de pautas ocorre sem contribuição direta dos leitores.

Na coluna *Dúvida Animal*, onde um biólogo responde a perguntas sobre animais, acontece uma filtragem parecida com as das seções *Canal Aberto* e “*O que você faria se...*”. É a redação que escolhe as perguntas publicadas, mas essa escolha se dá dentre as opções enviadas previamente pelos leitores.

Um fenômeno parecido acontece com as produções dos jovens (textos, desenhos ou vídeos) enviadas como parte de concursos/campanhas. Na campanha *Apresentador por um dia*, por exemplo, eles foram convidados a enviar vídeos apresentando uma notícia do *Joca*. Alguns foram publicados no portal¹⁴⁸. Nesses casos, apesar do jornal definir o formato (vídeo em que as crianças devem exercer papel parecido de um âncora), as pautas/notícias escolhidas são de responsabilidade dos participantes.

Por fim, o tipo de conteúdo específico do portal web que sofre menor interferência da redação na escolha das pautas são aqueles publicados no *Espaço do Leitor*¹⁴⁹. A página é dedicada à produção autoral de crianças e adolescentes feitas em formatos, estruturas ou temáticas que não se encaixam em nenhum dos produtos do *Joca*.

Eles enviam resenhas de filmes e livros que eles fazem, produção de textos, desenhos, vídeos, **qualquer coisa que tiverem com vontade de fazer, eles**

¹⁴⁸ Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/apresentador-por-um-dia-assista-aos-videos/>>. Último acesso em 30 de outubro de 2021.

¹⁴⁹ Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/espaco-dos-leitores/>>. Último acesso em 27 de outubro de 2021.

podem produzir, enviar para nós, que vai entrar no Espaço do Leitor no site do Joca. [...] se é uma coisa tipo “ah, fiz um texto sobre uma coisa que eu estava pensando aqui”, sei lá, “hoje eu fiquei pensando sobre homofobia e quis escrever sobre homofobia”, **ai como a gente não tem uma seção de produção dos leitores, assim, produções aleatórias**, a gente tem resenha, sempre publica resenha, mas produções aleatórias não. [...] **Não tem muito filtro**, só aquele filtro clássico de não ofender ninguém, não ferir direitos humanos, e a gente está sempre publicando as coisas que eles mandam para a gente (Apêndice L, grifo nosso).

O único motivo para a redação não publicar um texto nesta seção é ele se configurar como algum tipo de “dark participation” (QUANTD, 2018), da mesma forma que ocorre em qualquer outro conteúdo do portal e dos comentários, como já citado.

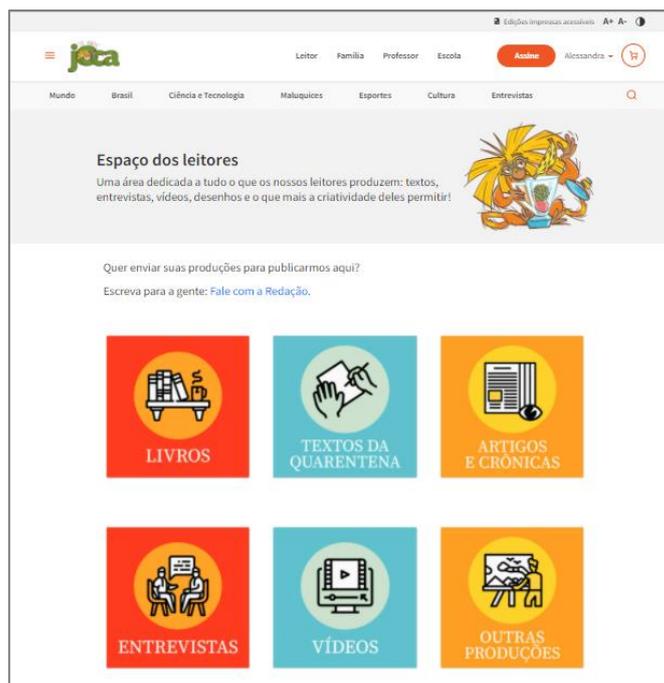
4.5.2 Processamento/edição

Dos conteúdos específicos do portal, não há contribuição de leitores nas notas diárias, mas há nas matérias especiais, segundo Cristianini porque:

[...] a gente não dá conta de todos os dias estar entrevistando crianças sobre coisas diferentes e também para não ficar uma coisa vazia, sabe? Estou dando uma nota sobre o aumento da Covid na Europa. Um momento em que a Áustria botou todo mundo em confinamento de novo. Aí eu tenho que fazer uma opção: ou eu divulgo isso no quente para o meu leitor ficar sabendo o que está acontecendo ou eu seguro para entrevistar alguma criança da Áustria, que vai levar dois, três, quatro dias para conseguir. Aí não dei a informação.

No que diz respeito a processamento/edição, a contribuição de leitores é mais incisiva na página *Espaço dos Leitores*. Ela é dividida em seis grupos: livros; textos da quarentena; artigos e crônicas; entrevistas; vídeos; e outras produções. A última tem, por exemplo, desenhos, histórias em quadrinho e ilustrações do mico-leão-dourado mascote do *Joca*.

Figura 24 - Página "Espaço dos Leitores" no portal do Joca



Fonte: Portal do Joca

Ao clicar em qualquer um dos seis grupos, os conteúdos ficam organizados em lista, sejam elas compostas das produções em si (Textos da Quarentena; Outras produções) ou em hiperlinks (Livros; Artigos, Contos e Crônicas; Entrevistas; Vídeos), que podem estar disponíveis como documentos para *download*, no caso dos livros escritos por crianças.

Todas as produções do *Espaço dos Leitores* são acompanhadas da autoria, seja ela individual ou coletiva, identificada pelo ano escolar e nome do colégio. A assinatura pode conter nome, idade, local de moradia, ano escolar e/ou colégio onde a pessoa estuda.

No *Espaço dos Leitores* também é possível observar o incentivo do jornal ao envio de mais produções. Na página inicial com os grupos e dentro de cada um deles há a mensagem: “Quer enviar suas produções para publicarmos aqui? Escreva para a gente: Fale com a Redação”, com link para o formulário “Fale com a redação”.

Do mesmo modo, assim como aconteceu na etapa de seleção de pautas, enxergamos a contribuição direta dos leitores¹⁵⁰ nos conteúdos relacionados a campanhas/concursos do *Joca*, visto que todos os conteúdos são de autoria deles, ainda que possa haver interferência mais incisiva da escola nessa produção, como aconteceu com a escola de dois leitores entrevistados (Apêndice T).

¹⁵⁰ Apesar de abertas ao público infantojuvenil no geral, maioria das inscrições vêm de leitores do que de não leitores, visto que os primeiros (e seus pais/responsáveis e professores) estão acompanhando mais constantemente os canais do jornal (Ver mais em Apêndice M).

Nesse caso, a escola mandou como atividade a elaboração de perguntas pelos alunos que desejassem participar de uma competição de entrevistas ping-pong do *Joca*. Ao recolher as perguntas, era a instituição quem entrava em contato com os entrevistados. Ou seja, parte do processamento/edição do conteúdo era feito, na verdade, por adultos.

Por fim, ainda sobre o incentivo por parte do jornal, nas páginas de publicação da Coluna Animal, há o chamado “Tem alguma dúvida sobre o mundo animal? Mande sua pergunta para nós: joca@magiadeler.com.br”.

4.5.3 Divulgação

A contribuição de leitores na divulgação dos conteúdos do portal, além do compartilhamento de links, se dá por meio do ranqueamento das matérias *Mais Lidas*, que aparecem em uma lista de sete na *home* do site.

Essa contribuição não intencional pode ser motivada pelos interesses de leitura dos usuários que acessam o site ou pelas atividades passadas por professores, que retornam a conteúdos antigos. Quando fizemos a análise do portal em 26 de outubro de 2021, das sete matérias mais lidas, somente três tinham sido publicadas naquele mês¹⁵¹. As restantes haviam sido postadas, pelo menos, há mais de um mês¹⁵².

O não ranqueamento das matérias mais recentes pode ser um indício de que o volume de visitas online está mais ligado aos temas abordados em escolas com auxílio do *Joca* do que nos interesses pessoais dos leitores ou no interesse público das pautas. Também é possível que essas matérias mais antigas tenham tido um volume orgânico tão alto de acessos quando publicadas que não foram superadas pelo conteúdo posterior. Seria

¹⁵¹ "Petrobras diz que pode faltar combustível em novembro" foi publicada em 19 de outubro de 2021. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/petrobras-diz-que-pode-faltar-combustivel-em-novembro/>>. "Dúvida Animal | Quando a cobra troca de pele, ela pode mudar de cor?" foi publicada em 6 de outubro de 2021. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/duvida-animal-quando-a-cobra-troca-de-pele-ela-pode-mudar-de-cor/>>. "Maluquices | Cadela e gata quebram recorde mundial em cima de patinete" foi publicada em 6 de outubro de 2021. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/maluquices-cadela-e-gata-quebra-recorde-mundial-em-cima-de-patinete/>>. Último acesso em 26 de outubro de 2021.

¹⁵² "Maluquices | Robôs aprenderam a praticar parkour" foi publicada em 17 de agosto de 2021. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/maluquices-robos-aprenderam-a-fazer-parkour/>>. "Games interativos do Joca | Edição 176" foi publicada em 9 de setembro de 2021. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/games-interativos-do-joca-edicao-176/>>. "Turistas encontram tesouro escondido pelos romanos durante mergulho" foi publicada em 24 de setembro de 2021. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/turistas-encontram-tesouro-escondido-pelos-romanos-durante-mergulho/>>. "Brinquedo pop-it vira sucesso depois de vídeo no TikTok" foi publicada em 24 de setembro de 2021. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/brinquedo-pop-it-vira-sucesso-depois-de-video-no-tiktok-2/>>. Último acesso em 26 de outubro de 2021.

preciso uma análise do site por um período maior do que o realizado neste trabalho para tecer conclusões embasadas.

Figura 25 - Mais Lidas do portal web do Joca no dia 26 de outubro de 2021



Fonte: Portal web do Joca

4.6 REVISTEEN CBN JOCA

Único dos três *podcasts* da *Magia de Ler* que fala sobre atualidades, o *Revisteen CBN Joca* apresenta as principais notícias do Brasil e do mundo que ocorreram na semana de cada episódio, com ou sem referência ao conteúdo do *Joca* impresso. Os episódios são apresentados pela jornalista da rádio *CBN*, Petria Chaves, e tem crianças e adolescentes como coapresentadores, participação de especialistas e entrevistas com personagens. Os episódios vão ao ar quinzenalmente às sextas-feiras durante os meses letivos.

4.6.1 Seleção/filtragem

A seleção de pautas é feita pela redação do *Joca*, pela apresentadora e pela produtora do *podcast*, que é prestadora de serviço ligada ao jornal, a partir das suas percepções, mas também das sugestões que os jovens enviam ao *Joca* e ao *Revisteen*.

“É claro que pode partir de uma demanda que a gente tenha recebido de sugestão, mas não necessariamente que a criança que vai participar [da etapa de processamento] dê a sugestão em si”, explica Cristianini. Durante a entrevista conosco, a editora-chefe cita um episódio em que o tema foi definido por conta de uma leitora, por sua vez, convidada para participar também da produção do *podcast*.

4.6.2 Processamento/edição

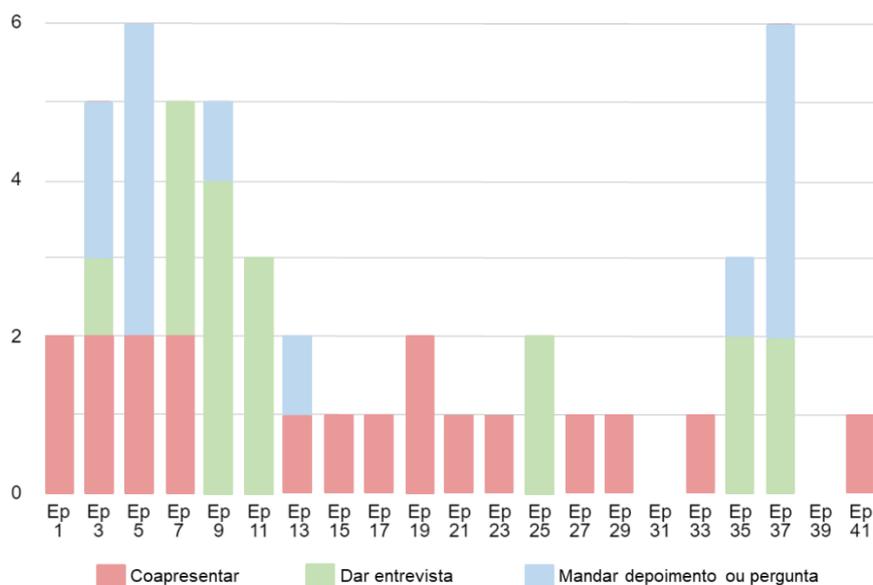
Dos 21 episódios da amostra, 19 tiveram participação de crianças e adolescentes na produção de conteúdo.

A forma mais comum (presente em 14 episódios) foi a coapresentação, que consiste em jovens (19) falarem durante todo o episódio opinando sobre o tema, respondendo a perguntas de Petria e fazendo perguntas aos demais convidados.

Na segunda forma com maior número de ocorrências (sete episódios), 17 jovens contribuíram dando entrevistas como personagens, respondendo às perguntas de Petria e dos coapresentadores.

Por fim, em seis episódios, 13 jovens contribuem através de falas pontuais pré-gravadas em que fazem perguntas ou opinam sobre a pauta sem efetivamente conversar com as demais pessoas do episódio.

Gráfico 9 - Quantidade de participantes distribuídos por forma de participação em cada episódio do Revisteen



Fonte: Elaboração própria

Os jovens participantes são acionados pela produtora do *podcast*, que informa o tema e pede que elaborem perguntas ou mandem depoimentos, a depender do tipo de participação pretendida. “É ela que orienta a criança a participar, como ela vai participar, vai discutindo o roteiro, ‘aqui você vai falar tal coisa, tudo bem?’, ‘Fala do seu jeito’. ‘O que você acha de falar assim?’”. A redação do *Joca* contribui com contatos.

Antes da pandemia de *Covid-19*, o *Revisteen* recebia os participantes no estúdio da *CBN*, em São Paulo. O ambiente funcionava como atrativo para alguns jovens, mas também como intimidação para outros. Nesse esquema, os convidados acabavam sendo aqueles que estavam na cidade, o que não acontece nas gravações online.

Em 20 dos 21 episódios da amostra, Petria faz um chamado incentivando a participação, indicando o e-mail da redação do *Joca* e o perfil do *Revisteen* no *Instagram* como canais para o envio de sugestões ou pedidos para contribuir com a apresentação¹⁵³.

¹⁵³ Ex.: “Se você quer participar com a gente também, quer apresentar o programa junto comigo, você pode mandar sua mensagem tanto para o e-mail joca@magiadeler.com.br ou ir lá no nosso *Instagram*, @revisteencbnjoca. Manda uma mensagem para a gente para participar aqui também” (Episódio 25).

4.6.3 Divulgação

As formas de divulgação dependem da plataforma onde são escutados. Pegando o *Spotify* como exemplo, ela permite o compartilhamento por link do episódio ou link de incorporação. No aplicativo, também é possível compartilhar o áudio direto em atalhos para as redes sociais.

4.7 PAPO JOCA

“Uma conversa (sobre tudo que a gente adora!) entre quem faz o jornal”. É assim que é definido o *podcast Papo Joca*, que não possui pretensões noticiosas, mas sim de estreitamento da relação com os leitores/ouvintes. A cada 15 dias, a equipe de jornalismo se reveza em conversas descontraídas sobre assuntos dos quais têm algum carinho, conhecimento ou interesse. Alguns já debatidos foram: a saga *Harry Potter*, filmes de animação, *games*, a banda *United States*, livros infantojuvenis e jornalismo.

4.7.1 Seleção/filtragem

As pautas são, por padrão, definidas pela equipe de jornalismo com base nos próprios gostos e no que já sabem sobre os interesses dos leitores do *Joca*¹⁵⁴.

4.7.2 Processamento/edição

Logo após decidirem a pauta, a redação entra em contato com escolas [professores ou coordenadores] pedindo que mandem áudios de alguns de seus estudantes opinando sobre ela. O objetivo é que em cada episódio tenha, pelo menos, uma criança ou adolescente contribuindo para a discussão através de depoimentos previamente gravados.

Raramente a redação chama/conversa com os jovens diretamente, a não ser em pautas específicas. “É claro que tem algumas crianças que nós já sabemos, assim, ‘ah, se vamos

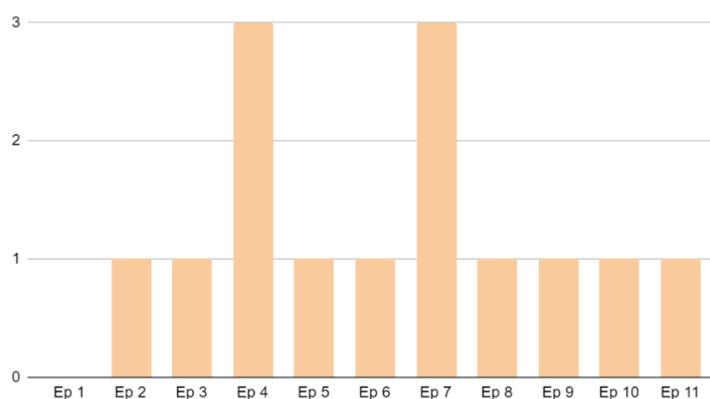
¹⁵⁴ Em setembro de 2020, por exemplo, foi postada uma enquete no portal com a pergunta: "Quais são os assuntos que você mais gosta de ouvir nos podcasts do Joca (Revisteen e Papo Joca)?" e seis opções a serem votadas. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/enquete/quais-sao-os-assuntos-que-voce-mais-gosta-de-ouvir-nos-podcasts-do-joca-revisteen-e-papo-joca/>>. Último acesso em 26 de outubro de 2021.

falar de dinossauro, tem que chamar o Murilo, que é o leitor que sabe tudo de dinossauro com 10 anos de idade”.

Sobre a possibilidade de chamar os ouvintes para gravarem junto com as pessoas da equipe, o editor Felipe Sali diz que “tem uma questão prática de tempo de produção de conteúdo, que nós precisamos respeitar o tempo da criança, ela tem a aula, tem a lição de casa que tem que fazer, tem os horários certos. Isso ia inviabilizar que o programa acontecesse sempre na periodicidade que está acontecendo. Mas nada impede que aconteça episódios pontuais em que crianças vão participar”.

Dos 11 episódios do *Papo Joca* da amostra, em 10 houve contribuição de 14 crianças/adolescentes. Na maioria dos casos, apenas um jovem é convidado (8 episódios). O único sem contribuição foi o inaugural, de apresentação do novo produto.

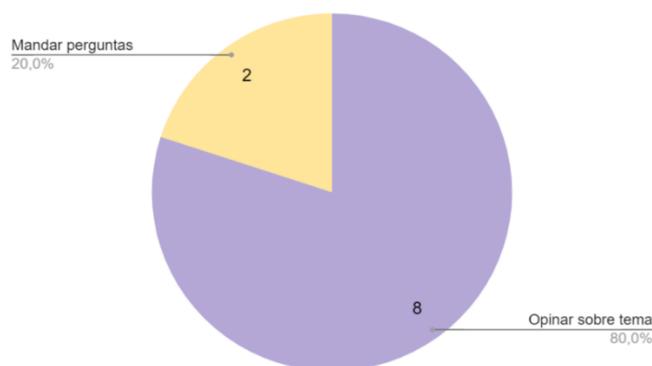
Gráfico 10 - Quantidade de jovens participantes do *Papo Joca* por episódio



Fonte: Elaboração própria

Das formas de contribuição encontradas nos 10 episódios participativos, a maioria (presente em 8 episódios) foi a emissão de opinião sobre o tema/depoimento. Esse é o papel que a própria equipe do jornal assume no bate-papo, dizendo seus gostos e contando histórias. **Nos outros 2 episódios, ocorreu uma dinâmica de pergunta e resposta,** em que os jovens mandam perguntas e elas são respondidas pela equipe do *Joca* durante o episódio. Nesse segundo tipo de participação, por meio das perguntas, os jovens acabam por estruturar, em partes ou inteiramente, o roteiro da conversa.

Gráfico 11 - Quantidade de episódios em que duas formas de participação ocorrem no Papo Joca



Fonte: Elaboração própria

Sobre o incentivo à participação, ele foi observado em todos os episódios, sendo que as chamadas podiam ser para: envio de sugestões de pautas; envio de áudios para compor o *podcast*; inscrição em campanhas do *Joca* que estavam em curso; e envio de depoimento ou opinião sobre a pauta do episódio que estava sendo escutado a fim de manter a conversa acontecendo em outros canais.

4.7.3 Divulgação

As formas de divulgação são as mesmas do produto anterior.

4.8 JOQUICES

Joquices é uma série de vídeos no canal do *YouTube* do *Joca*, onde o editor de conteúdo Felipe Sali assume o papel de apresentador. Ele nasceu em 2020 como uma das ideias da redação para interagir com os leitores.

O produto tem formato livre, sendo que, predominante, o jornalista apresenta informações e curiosidades sobre o tema da vez em tom de conversa com os espectadores. Há alguns episódios mais diferentes, como quando Sali responde um *quiz*, faz *streaming* jogando *Among Us* ou entrevista um especialista.

4.8.1 Seleção/filtragem

Os temas dos episódios — que variam desde a relação biológica entre cães e lobos até a corrida espacial financiada por bilionários — podem ser sugeridos pelas crianças e adolescentes e eventualmente virarem pauta, mas é a redação que escolhe a maioria deles e quais sugestão entrarão no produto final.

Normalmente é uma ideia que surgiu de nós porque, muitas vezes, é algo que queremos mostrar para elas que elas vão necessariamente estão pedindo porque não conhecem esse assunto, mas sempre que pedem algum tema para o Joquices, ele está lá para ser discutido a possibilidade de criar esse vídeo.

Dos 9 vídeos da amostra, somente em 2 identificamos a participação do público na escolha da pauta abordada por meio do envio de perguntas sobre um tema. Diferente dos episódios do *Papo Joca*, em que as perguntas são enviadas após uma solicitação da produção, no *Joquices* elas são demandas dos leitores para a redação, ainda que o envio não tenha sido direcionado a esse programa necessariamente.

No episódio inaugural, publicado em agosto de 2020, Sali respondeu a oito perguntas de alunos do 5º ano de um colégio em Sorocaba, São Paulo, sobre o coronavírus. “*Eles fazem o teste do coronavírus em quem?*”, “*Por que não testam todos?*” foram duas delas. Esse tipo de contribuição só foi visto novamente no 4º episódio, publicado em dezembro de 2020. Eram dúvidas variadas (sobre buracos negros, reciclagem e formas de participação do *Joca*) enviadas por alunos de um colégio em Osasco, São Paulo.

4.8.2 Processamento/edição

Não encontramos muitas formas de contribuição das crianças e adolescentes no processo de produção do *Joquices*. **Consideramos como participativos apenas os 2 vídeos supracitados onde, além de escolherem as pautas, os jovens interferiram no roteiro dos episódios ao escrevem as perguntas que guiam a apresentação de Sali.**

Em relação ao incentivo à participação, em todos os episódios Sali constantemente convida os espectadores a participar de outras edições do *Joquices* e do próprio *Joca*, além de citar campanhas do jornal, assim como acontece nos demais produtos.

4.8.3 Divulgação

As formas de divulgação dependem de onde os vídeos serão vistos. Se em uma conta comum do *YouTube*, eles podem ser compartilhados pelo link específico do episódio, link de incorporação ou por atalho diretamente nas redes sociais. Se os vídeos forem vistos pelo *YouTube Kids* não há opções de compartilhamento.

5. DISCUSSÃO DO CASO *JOCA*

Com base no que foi apresentado nos capítulos 1 e 2, na análise descritiva do *Joca* do capítulo 4 e nas respostas dos participantes aos questionários e entrevistas, faremos a discussão do estudo de caso neste capítulo, separando-a em três seções principais que equivalem aos objetivos específicos deste trabalho, de forma que o encadeamento desses resultados nos leve às conclusões.

5.1 VIÉS INSTITUCIONAL

A visão institucional do *Joca* sobre a participação das crianças e adolescentes em seus produtos carrega uma contradição. Por um lado, observamos uma visão voltada ao futuro, onde a ação das crianças de hoje parece dever ser estimulada para que elas consigam atingir suas potências máximas no futuro.

Embora a preocupação central com o desenvolvimento e prática da cidadania compartilhe das premissas do “jornalismo público” (ABBOTT, 2017; NIP, 2006), quando ela é abordada em termos de futuro no jornalismo infantojuvenil corre-se o risco de retornarmos à tentativa histórica de colocar a criança na posição do “vir a ser” sem considerar sua individualidade e a cidadania que ela já pode e deve exercer no hoje. Essa é visão predominante na construção sociocultural do que é a infância, onde os meninos e meninas importam mais pelo que serão para a sociedade e não pelo que são hoje.

Por outro lado, com uma perspectiva mais fincada no presente, há outros discursos institucionais que reforçam o protagonismo da criança no presente. Nesse viés, a fala das crianças é solicitada porque, enquanto constituintes do espaço público, devem ter a oportunidade de debatê-lo, como defendem outras pesquisas de jornalismo infantojuvenil (ANDI, 2013; DORETTO, 2010; DEMENTSHUK, 2016), pesquisas sobre jornalismo participativo (BOWMAN, WILLIS, 2003; MORETZSOHN, 2006) e educação midiática (BUCKINGHAM, 2020), além de estar expresso nos direitos da ONU e do ECA.

Essa aproximação de práticas de educação midiática e iniciativas de jornalismo infantojuvenil tem precedentes. Acontecia nas oficinas de jornalismo da revista portuguesa *Público Júnior* (PEREIRA, FILLOL, SILVEIRA, 2015), pode ser vista nas instruções de participação que ocorriam na primeira fase da revista *Recreio* (CORREIA, 2013, p. 104) e no projeto *Repórter Teen* do suplemento brasileiro *Correio Criança*.

No *Joca*, isso pode ser observado pela disponibilização de variadas formas de contribuição na produção de conteúdo [“jornalismo participativo” em Engelke (2019, Hermida (2011) e Nip (2016)] e promoção de campanhas e concursos que envolvem ações por parte dos jovens, como organizar doações e escrever cartas.

A equipe do *Joca* está em constante interlocução com as crianças e adolescentes, principalmente, os profissionais da área comunicação, que são responsáveis por gerir os canais de contato disponíveis e de trazer a presença dos jovens para os produtos.

Sobre essas interações em canais de comunicação, não conseguimos fazer comparações com outras iniciativas de jornalismo infantojuvenil, pois as pesquisas sobre elas não descrevem em detalhes os procedimentos de resposta às mensagens do público. O que percebemos foi uma diminuição da importância das cartas em relação a iniciativas anteriores (BALL, 1968; DORETTO, 2015; GOLIN, 2018).

Apesar do considerável tempo de trabalho dedicado à interação, a equipe parece dar conta do volume atual de mensagens. Todas as crianças que entram em contato querendo participar do jornal são direcionadas caso não saibam como contribuir, conforme orienta Andi e IAS (2002) e em uma postura parecida com a da revista estadunidense *Highlights for Children*, cujas cartas eram respondidas pelo editor (BALL, 1968).

Pensando em um possível aumento de volume da participação, porém, o modo atual de interação é um desafio, visto que uma mesma equipe tem que dar conta também de uma produção de conteúdo recorrente e multiplataforma. Para Habrich, mesmo em uma perspectiva de grande crescimento do *Joca*, o relacionamento com os jovens não será alterado. Mas observamos nas entrevistas com a equipe que algumas mensagens já ficam sem respostas, como aquelas que não se configuram como dúvidas ou pedidos.

As redes sociais também poderiam ser consideradas como um canal oficial de interação da redação com os leitores, visto que o jornal diz não se restringir à infância e a proibição de uso das redes costuma ser para menos de 13 anos.

Perguntada sobre a possibilidade de contratação de um funcionário ou equipe para lidar somente com as interações, a editora-chefe do *Joca* diz que não há previsão disso e que há benefícios de as conversas serem de responsabilidade da equipe de jornalismo, visto que delas podem sair pautas e sugestões, além de funcionarem como termômetro de interesses e de validação do público.

A necessidade e vantagens de ouvir os leitores são corroboradas por outros profissionais da área, como os editores do jornal sueco *MiniBladet*, do norueguês *Both Aftenposten Junior* e do dinamarquês *Børnevise*, (BUCHT, 2018), e pesquisadores de

jornalismo participativo (HEINONEM, 2011). No jornalismo infantojuvenil, se tornam essencialmente importantes para suavizar a barreira geracional entre jornalistas e leitores (ANDI, IAS, 2002; DORETTO, 2010; FERREIRA, 2007b; 2009; VARÃO, BEMFICA, 2009). A utilização de formas de monitoramento mais tecnológicas, como inteligência artificial, por exemplo, podem vir como um bom complemento dessa relação (Ver Apêndice J).

Dessa forma, apesar de consideramos a equipe do *Joca* eficiente e atenciosa no que diz respeito à interação com leitores, percebemos que falta uma estruturação e/ou ferramentas (a exemplo de um manual de conduta) nesse processo. O que sustenta a participação no jornal é uma forte cultura organizacional, onde isso é passado de “maneira orgânica” para a equipe, que unanimemente parece considerar a inclusão dos jovens como um objetivo do seu trabalho.

5.2 A PARTICIPAÇÃO NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Enquanto a maioria das oportunidades de ação de leitores no jornalismo participativo para adultos se restringe ao final do processo de produção, com ênfase na etapa de interpretação onde podem comentar e discutir as pautas (HERMIDA, 2011), e tem pouco aproveitamento sistemático das contribuições do público (PALACIOS, 2010), encontramos no *Joca* diversas formas de contribuição em todas as etapas de produção de conteúdo, com menos ênfase nas etapas de seção/filtração e edição.

Por conta da característica convergente do *Joca*, em que impresso e formas digitais são trabalhadas para distribuir, publicar, circular e recircular conteúdos sob uma mesma marca (AVILÉS, SALAVERRÍA, MASIP, 2008; BARBOSA, 2013; DOMINGO, et al., 2007), a participação não se restringe a somente um produto, mas é observado em todos eles, ainda que em diferentes graus e formas.

Ao inserir os jovens nesse processo profissional, além da educação jornalística proporcionada, o veículo de comunicação se legitima pela autorreferencialidade, demarcando esclarecendo os contornos do jornalismo enquanto categoria de trabalho (BARICHELO, CARVALHO, 2008; JÁCOME, 2014).

5.2.1 Acesso/observação

Todos os produtos do *Joca* estão abertos ao envio de sugestões de pauta e a contribuição de leitores é recorrentemente incentivada em todos os produtos observados na análise. Na amostra, somente em um episódio do *podcast Revisteen* não houve chamada à participação.

Concluimos, então, que a recorrência quase total desse incentivo cria uma atmosfera de convite permanente aos leitores, sejam eles recentes ou assíduos. Segundo jornalistas entrevistados por Hermida (2011), o incentivo é crucial para que o envio de sugestões se efetive. Até porque para que as crianças participem, antes é preciso que elas saibam que isso é possível (Apêndice T; CORREIA, 2013).

Apesar de alguns leitores fora de São Paulo receberem o jornal impresso posteriormente aos moradores da região paulista, entendemos que o chamado à participação não é prejudicado pois o atraso do impresso é de até oito dias e cada edição tem 15 dias para fechamento. Além disso, o online permite a contribuição instantânea.

5.2.2 Seleção/filtragem

A possibilidade de sugestões de leitores pautarem o jornal foi observada na maioria das iniciativas infantojuvenis da nossa revisão. No *Joca*, a redação demonstrou estar atenta às sugestões enviadas e parece usá-las nas discussões de pautas em todos os seus produtos periódicos, talvez com menos de interferência no *Papo Joca*, visto que é um *podcast* dedicado à redação falar sobre seus próprios gostos.

No geral, os jornalistas levam em consideração as tendências que chegam pelos canais de comunicação, mas, como há carência de dados precisos sobre a participação, essa observação de tendências se dá de forma subjetiva.

Em todas as iniciativas encontradas na revisão e no *Joca* há um olhar para o balanceamento entre o que os leitores **querem ler** e o que a redação acredita que eles **devem ler**, reafirmando a função de *gatekeeping* e o papel do jornalismo enquanto mediador profissional (MORETZSOHN, 2006), demonstrando pouco compartilhamento de poder editorial, assim como acontece em outras iniciativas de jornalismo participativo para adultos (ARAGÃO, 2012; HERMIDA, 2011) e para jovens (DEMENTSHUK, 2016; DORETTO, 2010; TEIVE, DALLABRIDA, 2013).

A preocupação em relação à apresentação e/ou diversificação do conhecimento do público pode se fazer realmente necessária quando se trata da faixa etária infantojuvenil, visto que ela possui menos bagagem que o adulto e tende a fazer pedidos de assuntos que reforçam aquilo que já veem e gostam. É o que parece acontecer no *Joca*, por exemplo, com a seção de *Maluquices* e a coluna online *Dúvida Animal*, cujos temas (curiosidades e meio ambiente, respectivamente) lhes interessam.

Uma interferência maior dos leitores foi percebida no *Joca* nas seções *Canal Aberto* e *O que você faria se...*, na coluna *Dúvida Animal* e nos concursos e campanhas, seguindo uma tendência apontada pela Andi e Ias (2002), onde as *Colunas de Consulta* [*Canal Aberto* e *Dúvida Animal* se encaixam nesse modelo] funcionavam como ator de equilíbrio com as pautas das reportagens.

A menor filtragem, segundo nossa análise, acontece no *Espaço do Leitor* do portal *web*. Esse tipo de espaço de produção aleatória é comum no jornalismo participativo para adultos (ARAGÃO, 2012). Nesses casos, porém, o problema estava nas contribuições dos leitores ficarem restrita a isso, o que não acontece no *Joca*. Além disso, se uma pauta sugerida por criança ou adolescente for publicada no *Joca*, ela(e) recebe um *feedback*.

Por meio dos créditos dados, há uma valorização e incentivo da participação. A satisfação das crianças e adolescentes pela publicação de suas contribuições está descrita em pesquisas sobre outras iniciativas do gênero através de editores em termos de “alegria” e “algazarra” no suplemento *O Pirralho* (DEMENTSHUK, 2016), “orgulho” no jornal sueco *MiniBladet* (BUCHT, 2018) e “aprimoramento” na revista estadunidense *Highlights for Children* (BALL, 1968).

Modos mais sistemáticos de os jovens pautarem os jornais poderiam ser feitos pela presença deles em reuniões de pauta, como nos jornais franceses *Mon Quotidien* e *Le Petit Quotidien* (ANDI, IAS, 2002) ou como parte de conselhos de editores, como aconteceu no suplemento *Correio Criança* durante o projeto *Repórter Teen* (DEMENTSHUK, 2016).

5.2.3 Processamento/edição

Iniciativas de jornalismo infantojuvenil são um espaço onde o público podia escrever e ler textos de outros jovens desde a imprensa escolar (AMARAL, G., 2013; BASTOS, ERMEL, 2013; TEIVE, DALLABRIDA, 2013). Os conteúdos autorais, porém, costumavam se restringir a desenhos ou textos ficcionais publicados em seções fixas

(BALL, 1968; CARVALHO, 2014; DEMENTSHUK, 2016; DORETTO, 2010; FURTADO, 2013; GOLIN, 2018; PEREIRA, FILLOL, SILVEIRA, 2015; VARÃO, BEMFICA, 2009).

Na amostra de produtos do *Joca*, só não encontramos contribuição na etapa de produção em 2 episódios do *Revisteen CBN Joca*, 1 episódio do *Papo Joca* e em 9 vídeos do *Joquices*.

No jornal em papel, observamos as formas de produção de leitores mais holísticas quando o assunto é texto jornalístico. Ou seja, formas em que os jovens dominaram grandes partes ou por completo a apuração e/ou escrita de notícias ou entrevistas. É o caso da seção *Repórter Mirim*.

Esse tipo de contribuição foi observada em outras iniciativas de jornalismo infantojuvenil (ANDI, IAS, 2002; CÂMARA, 2010; CARVALHO, 2014; CORREIA, 2013; DEMENTSHUK, 2016; DORETTO, 2015; ENGLISH et. al., 2019; PEREIRA, FILLOL, SILVEIRA, 2015). Não há, porém, detalhamento na maior parte dos estudos se essa participação era contínua ou pontual ou quais formatos exatos eram produzidos.

Dessa forma, nossa análise exploratória ajuda a elucidar com mais clareza o fenômeno, mas ainda encontra limite, pois consideramos neste tipo de participação os textos assinados por crianças e jovens, mas também percebemos nas entrevistas que a assinatura por si só não esclarece os limites da atuação dos mesmos na produção do conteúdo. A influência exercida por pais e professores na etapa de processamento é grande, como veremos a seguir, porém não é distinguida no momento da análise de dados.

A forma mais inovadora de participação no *Joca*, a de coapresentação, foi encontrada no *podcast Revisteen CBN Joca*. Essa contribuição não foi estudada em outras iniciativas de jornalismo infantojuvenil da nossa revisão, até porque a minoria dos objetos empíricos da amostra era em formato de áudio.

Como coapresentadores, as crianças e os adolescentes não se limitam a um tipo de participação somente; ocupam o papel central do produto, exercitando diferentes formas de comunicação ao mesmo tempo, como opinar, conduzir a conversa e entrevistar. Se pensarmos em um exemplo nacional de jornalismo para adultos, seria como se os jovens sentassem na bancada do *Jornal Nacional*.

A forma mais capilarizada (presente em mais editorias/seções) de participação dos jovens no *Joca* se dá pela publicação das suas opiniões ou depoimentos como parte de uma pauta jornalística apurada por alguém da equipe. Ou seja, por entrevista concedida.

Em todas as 21 edições do impresso, havia, pelo menos, a opinião de três jovens no decorrer dos textos noticiosos, fora as seções intrinsecamente participativas. A inclusão dessas falas já foi feita por outros produtos do nicho (CARVALHO, 2014; FURTADO, 2013), mas nem sempre a prática acontecia de forma recorrente, com priorização dessa contribuição em pautas comportamentais e de entretenimento (DORETTO, 2010).

No *Joca*, a única seção do impresso com contribuição em quase todas as edições (20 de 21), foi a *Em Pauta*, que aborda pautas comportamentais. Mas a segunda seção com maior recorrência é *Brasil* (13 edições), que inclui temáticas diversas, desde ações sociais e educação a racismo e política. Além disso, o maior número de crianças e adolescentes entrevistados de uma só vez em uma seção se deu no depoimento sobre a pandemia de Covid-19 e o segundo falta de transporte para ribeirinhos irem à escola em Porto Velho. Ambos os assuntos “sérios”. Dessa forma, percebemos uma diversificação das pautas com essa contribuição opinativa, como já ocorreu no jornal francês *1 Jour 1 Actu* (PEREIRA, FILLOL, SILVEIRA, 2015).

Em alguns casos, essa opinião aparece colocada à parte, ao lado de uma pauta, ainda que o jovem não tenha relação direta com ela como personagem. Visto que, socialmente, pessoas da faixa etária infantojuvenil são excluídas de espaços de discussão e poder e, portanto, estão menos presentes como principais atores de fatos de interesse público, essa modalidade de participação garante aos jovens, pelo menos, a possibilidade de opinar sobre esses fatos. Mas, ao mesmo tempo, parece apontar para uma dificuldade do jornal em promover uma real ligação das pautas abordadas com o cotidiano dos leitores, assim como ocorre nos produtos noticiosos para adultos.

Já a contribuição opinativa por meio da publicação de carta de leitores foi observada em todas as edições da amostra, uma recorrência maior do que já observado em outras iniciativas (ANDI, IAS, 2002).

Com a chegada da pandemia de Covid-19, mais jovens de fora de São Paulo ganharam espaço nos produtos, visto que as apurações passaram a ser somente online ou por telefone e não mais pessoalmente, evidenciando a importância de diversificar os canais de interação, com atenção especial ao online.

O fato, porém, do caminho mais comum de se chegar aos entrevistados ainda ser via escolas no *Joca*, faz com que a maior parte das vozes infantojuvenis encontradas seja de estudantes. Dessa forma, pode ser que haja representatividade dos leitores/ouvintes, mas não uma representatividade ampla das crianças e adolescentes brasileiros.

O último tipo de conteúdo que os leitores ajudam a produzir no *Joca* são as mensagens de interlocução entre si, como ocorre nas seções *Canal Aberto* e “*O que você faria se...*”, presentes todas as edições impressas da amostra.

O formato parece ser uma boa forma de se apropriar da predominância das pessoas, de todas as idades, usarem as mídias para se comunicarem entre si (BOCZKOWSKI, 2021; DORETTO, 2015, FEIRREIRA, 2009) trazendo um hábito do online (PEREIRA, 2008) para o impresso. Para o público infantojuvenil, a socialização se torna ainda mais importante para seu desenvolvimento (PEREIRA, FILLOL, SILVEIRA, 2015).

Ainda que o jornal escolha quais perguntas e respostas são publicadas, esse espaço fortalece o senso de comunidade dos leitores, como apontado em outras pesquisas sobre participação adulta (BORGER, 2016; HERMIDA, 2011; HERRERA, 2022; PALACIOS, 2010) e infantojuvenil (ANDI, IAS, 2002; DAWSON, 1998; GOLIN, 2018).

Por fim, em relação ao processo de **edição**, o *Joca* é o único jornal infantojuvenil da nossa revisão que tem uma iniciativa nesse sentido. Apesar de outros jornais já realizarem visitas à redação e publicarem a opinião das crianças sobre a visita (GOLIN, 2018), não há informação se os jovens agiam como editores. A função foi interrompida por conta da pandemia de Covid-19 em 2020. Essa possibilidade estar atrelada à sede da redação fazia com que a grande maioria dos “editores mirins” fossem da capital paulista.

5.2.4 Divulgação

A contribuição dos leitores na divulgação varia muito de produto para produto e não foram encontradas formas inovadoras ou inéditas.

5.2.5 Interpretação

Todos os canais de comunicação podem ser usados na etapa interpretativa de todos os produtos, principalmente, o e-mail da redação e os comentários no portal.

O último é uma forma presente na maioria dos veículos de comunicação online para adultos (HERMIDA, 2011) e já foi identificada no jornalismo infantojuvenil (DINIZ E ANASTÁCIO, 2012; DORETTO, 2010), mas encontra limitação na função de *pay wall*, onde usuários não assinantes não conseguem ler mais do que uma quantidade pré-estabelecida de notícias.

Nos comentários do portal *web*, as mensagens opinativas são comuns e, apesar de não ter dados precisos, o editor de conteúdo Felipe Sali observa que as matérias sobre natureza, jogos, bandas pop, tecnologia e, principalmente, meio ambiente incitam um volume maior de interação, demonstrando que a pauta escolhida interfere no volume de interações dessa etapa. Um resultado parecido já havia sido observado no telejornal *Globinho* (CÂMARA, 2010) e no site estadunidense *DogoNews* e no francês *1 Jour 1 Actu* (francês).

No *Joca*, a possibilidade de resposta entre os usuários também é permitida no online, fazendo com que o debate sobre as pautas possa ser ampliado (PRIMO; RECUERO, 2003; SINGER et. al, 2011; TRASEL, 2007), e haja possibilidade de aumento da resolução semântica das notícias (FIDALGO, 2007).

Ainda na fase de interpretação, percebemos uma preocupação da equipe do *Joca* em fazer com que o leitor entenda o que está lendo, possivelmente, como parte do “projeto pedagógico” do jornal, como se refere Felipe Sali. Há uma orientação institucional para que sejam respondidas as dúvidas dos jovens em todos os canais.

5.3 PAPEL DE ATORES CIRCUNDANTES

O consumo midiático das crianças e adolescentes está inserido em suas redes de sociabilidade e seus contextos pessoais diversos (BUCKINGHAM, 2007), assim como o dos adultos (BOCZKOWSKI, 2021). Na nossa pesquisa buscamos entender se esses atores, além do consumo de notícias, interferem nas formas de participação dos mais novos na produção dos produtos da amostra.

Nossos achados mostram uma grande interferência qualitativa das escolas, por meio, principalmente, dos educadores que usam o jornal em sala, e menos dos pais/responsáveis e dos colegas/amigos, reafirmando os achados de Doretto (2015) em sua tese doutoral.

5.3.1 Escolas e educadores

O jornalismo infantojuvenil nasceu com viés moralizante e educador, ganhou fôlego nas escolas europeias e tem como embrião brasileiro a imprensa escolar. Em trabalho anterior, falamos que ele estava retornando às escolas no século XXI (OLIVEIRA, 2018), mas, na verdade, ele nunca saiu de lá por completo.

Dessa forma, não é difícil encontrar pesquisas sobre esse nicho jornalístico que descrevam interferências dessa relação na produção de conteúdo dos jornais, principalmente, nas etapas de processamento (BALL, 1968; BUCHT, 2018; DEMENTSHUK, 2016; GOLIN, 2018) e de interpretação (DORETTO, 2010, 2015).

Essa relação entre redação e escola, porém, nem sempre é explicada em detalhes no que diz respeito aos processos de participação. No *Joca*, podemos afirmar que essa contribuição é sistemática e os educadores, enquanto principais representantes das escolas nesses casos, são os atores circundantes aos jovens que mais interferem na sua participação, com ênfase nas três etapas finais (processamento, divulgação e interpretação).

Nas entrevistas e nos questionários, percebemos que essa pré-disposição a contribuir com as etapas se dá pelos benefícios que causam aos estudantes (Apêndices P e Q), mas também por um carinho desenvolvido com a marca *Joca*, que presta auxílio de vários modos aos professores parceiros (Apêndices S e R).

A professora Telma Liberti, perguntada sobre outros jornais infantojuvenis disse que “se recusa” a falar deles. “Para mim, o *Joca* é o único [risos]”. Outras demonstrações de uma relação além do comercial podem ser encontradas na história do *Joca*, como na comemoração à edição 100 do impresso que foi organizada por sete escolas de São Paulo para a equipe do jornal.

Na etapa de processamento (não encontramos evidências em relação à edição), as escolas são as principais fontes para a redação encontrar crianças e adolescentes dispostos a participar de todas as formas, desde a produção de conteúdo autoral até a troca de mensagens das seções conversacionais, e em todos os produtos analisados.

Apesar de facilitarem para a redação o processo de apuração e a assinatura do termo de autorização por parte dos pais/responsáveis, as escolas exigem um prazo grande para envio dos conteúdos, de quatro a cinco dias, o que inviabilizaria ou dificultaria uma circulação diária dos produtos. Essa é uma especificidade do jornalismo infantojuvenil apontada por Felipe Sali ao falar sobre o respeito necessário ao “tempo da criança”, que envolve a prioridade das atividades letivas.

A intervenção escolar também pode ir além do simples intermédio em alguns casos. O colégio dos leitores Isabel e Daniel, por exemplo, incentivou que seus alunos participassem de uma competição de entrevistas ping-pong do *Joca*. Para isso, mandou como tarefa de casa a elaboração de perguntas. Ao recolher as perguntas, porém, era a instituição quem entrava em contato com os entrevistados, fazendo com que parte do

processamento/edição do conteúdo fosse feito, na verdade, por adultos, assim como acontece em uma das formas de produção do *Repórter Mirim* do *Joca* impresso, quando é a redação que realiza a conversa com o entrevistado.

Portanto, é necessário um cuidado para a parceria escolar não “adultizar” os conteúdos e nem tornar os adultos um público mais participante do que as crianças.

Em relação à etapa de divulgação, escolas parceiras também acabam por incentivá-la, no mínimo, quando há contribuição de seus estudantes nas edições (BALL, 1968; BUCHT, 2018; DEMENTSHUK, 2016), e acabam por interferir no tempo durante o qual um conteúdo terá repercussão. Isso porque escolas em locais do Brasil em que o *Joca* impresso chega depois, por exemplo, podem ter um atraso de leitura e envio de mensagens ou por conta da periodicidade em que alguns temas são abordados em sala de aula.

Na última etapa do processo de produção de conteúdo, a interpretação, há mais de uma evidência da intermediação escolar. É possível perceber essa interação caso ela seja feita por um e-mail institucional ou se chega um volume grande de comentários no portal (segundos nossas observações) ou no e-mail simultaneamente.

5.3.2 Pais/responsáveis

O papel mais recorrente dos pais/responsáveis no processo de participação de crianças e adolescentes no *Joca* é a assinatura do termo de autorização.

Além disso, quando uma forma de participação é feita em casa ou antes de entrevistas, eles são importantes para a preparação das crianças e adolescentes, seja para ajudar na produção de um conteúdo em si, seja para acalmá-los.

Nessa etapa de processamento, a orientação adulta ocorre em uma via de mão dupla, pois, ao orientar, de algum modo os adultos controlam a participação dos jovens, direcionando-os a falar e agir da forma como entendem ser a correta. Esse comportamento está contextualizado na construção sociocultural da infância, que acaba por desvalorizar as formas de expressão infantis em contextos mais profissionais, tentando direcionar a criança para uma forma de dizer mais adulta.

A casa também parece ser o local onde ocorrem ações no nível da interpretação através das conversas familiares sobre as notícias lidas.

Por fim, pais/responsáveis são muito presentes na divulgação dos produtos em que há participação dos seus filhos/enteados.

CONCLUSÕES

A participação de leitores em veículos jornalísticos acontece, em variados graus e formas, desde que há imprensa, mas ela se diversifica e potencializa com a popularização da internet. Desde então, pesquisas sobre “jornalismo participativo” e outros conceitos semelhantes vêm se desenvolvendo nos campos da Comunicação e do Jornalismo, ambos cada vez mais interessados em questões da audiência e do consumo da informação jornalística. Apesar da consolidação dessas pesquisas nos últimos anos, poucas são as que consideram organizações de jornalismo infantojuvenil como objetos empíricos. Ao mesmo tempo, investigações voltadas à análise da relação dos jovens com o jornalismo infantojuvenil quase não têm a participação de leitores como foco.

Nossa pesquisa se insere justamente entre ambos os cenários, focalizando a participação de leitores dentro de contextos jornalísticos profissionais em produtos de mídia para crianças e adolescentes. Em outras palavras, o objeto geral desta dissertação foi: analisar, de forma exploratória, como acontece a participação de crianças e adolescentes nas etapas de produção de conteúdo do *Joca*. *Joca* é o caso único do nosso estudo, escolhido por ser, dentre as iniciativas noticiosas para jovens em vigor no Brasil, a que se destaca em variedade de produtos e formatos de conteúdo e pela reiteração da participação feita em seus canais de comunicação e produtos.

Sem pretender alcançar conclusões definitivas, quisemos lançar luz sobre os processos dessa participação (institucionalmente, pela perspectiva da equipe do *Joca* e como ela se manifesta nos produtos) e sobre os papéis dos atores envolvidos nela (crianças e adolescentes, seus pais/responsáveis e educadores que usam o jornal em sala).

Podemos concluir que avançamos nesse propósito, descrevendo minuciosamente o processo alvo do nosso objetivo geral e abrindo caminhos sobre um fenômeno ainda pouco estudado, pelo menos, segundo os moldes adotados neste trabalho.

Para isso, começamos esta dissertação reconstituindo a história e os debates em torno da participação de leitores no jornalismo para adultos no Capítulo 1. Usando dessa bagagem como base, conceituamos nosso objeto “participação de leitores” como **ação do público que impacte na produção de conteúdo em contextos jornalísticos profissionais multiplataforma**.

A partir de indícios de que esse tipo de jornalismo é mais efetivo em produções noticiosas de nicho, entendemos que o jornalismo infantojuvenil enquanto objeto empírico contribuiria para as pesquisas da área. Em complemento a isso, mostramos no

capítulo 2 o silenciamento histórico sofrido por crianças e adolescentes e, em contraponto, os direitos que possuem ao acesso à informação e à participação midiática, ambos com potencial para serem atingidos através do jornalismo infantojuvenil. Enquanto jornalismo, está no centro da arena pública do discurso, e, enquanto nicho direcionado aos jovens, tem sua atenção voltada especificamente para este público e suas nuances.

Para tentar traçar um panorama de como a participação de leitores foi estudada nesse nicho do jornalismo, agrupamos recortes do que encontramos em pesquisas com outros focos, mas que descrevem, em algum momento, a contribuição da audiência na produção de conteúdo dessas iniciativas. A partir dessa revisão, mostramos como o jornalismo infantojuvenil é um espaço para ressoar a voz dos seus leitores, ainda que de formas variadas e em diferentes graus, desde o seu início no século XVIII.

No capítulo 3 estão os caminhos metodológicos que tomamos à medida que a pesquisa avançava e como contornamos as adversidades encontradas. Como método, realizamos análise documental de cinco produtos periódicos do *Joca* — jornal impresso (21 edições), portal *web* (observações pontuais), os *podcast Revisteen CBN Joca* (21 episódios) e *Papo Joca* (11 episódios) e a coleção de vídeos *Joquices* (9 edições) — no período de fevereiro de 2022 a janeiro de 2021. Descrevemos e analisamos as formas de participação pela divisão do processo de produção de notícias para entender melhor as particularidades de cada produto e em quais etapas a atuação dos jovens é mais oportunizada.

A exploração do objeto nos permite concluir que a participação de leitores é elemento estrutural do *Joca*, presente em suas escolhas institucionais, sua cultura organizacional e em todos os seus produtos analisados. Esse achado confirma o potencial do jornalismo participativo em produções de nicho, que já existia em alguns estudos.

Mas, apesar da capilaridade e recorrência da participação no *Joca*, se formos analisá-la em cada etapa da produção de conteúdo, encontramos desigualdades. As contribuições infantojuvenis na seleção/filtragem são feitas com controle editorial por parte do jornal. O posicionamento da equipe é o de balancear o que o público quer ler e o que eles acham que o público deveria ler, reforçando o papel do jornalismo enquanto mediador social especializado e responsável pelo processo de *gatekeeping*.

A exceção está em locais bem demarcados: colunas de consulta, produções autorais e troca de mensagens entre leitores, como já acontece em outras iniciativas de jornalismo infantojuvenil e para adultos. Prevalecem, dessa forma, o julgamento editorial e a autoridade dos jornalistas nessa fase.

Já no processamento do conteúdo é quando os leitores do *Joca* têm mais possibilidades de contribuição. Eles assumem papéis diversos em todos os produtos, podendo fazer grandes partes ou por completo conteúdos jornalísticos; ser personagem ou protagonista de uma notícia; opinar sobre pautas variadas, inclusive as mais “sérias”, geralmente consideradas do “mundo adulto”; trocar mensagens e realizar entrevistas entre si; sistematizar parte ou por completo roteiros; e coapresentar programas.

O papel de coapresentação é o único sem respaldo histórico nas outras iniciativas de jornalismo infantojuvenil que encontramos em nossa revisão e é o que promove maior possibilidade de contribuição por um único participante, que assume atuação central no produto. Os demais papéis já haviam sido promovidos por outras iniciativas, ainda que as pesquisas não detalhem como funcionavam.

Dessa forma, o que nos parece destaque no *Joca* não é tanto as formas de participação em si, mas como elas são disponibilizadas de forma recorrente em diversos produtos, se tornando parte fundamental deles. Nesse contexto, a atuação multiplataforma, o conjunto de diferentes produtos, noticiosos e não noticiosos, cria um “ecossistema *Joca*”, fortalecendo a marca e ajudando na criação de vínculos diversos com os leitores. São nos podcasts não noticiosos, por exemplo, que a redação tem espaço para falar dos *hobbies* e preferências que compartilha com as crianças e adolescentes.

Através da observação inicial do nosso objeto empírico, o caráter multiplataforma já se mostrava um elemento importante, por isso optamos por não nos restringir a um suporte. Essa escolha se mostrou um desafio de análise, mas também um avanço para pesquisas de jornalismo participativo, que costumam focar na atuação de leitores em apenas um formato por vez.

Na etapa de distribuição dos produtos, as formas de ação das crianças e adolescentes são comuns, sem inovações em relação a outras iniciativas jornalísticas. Na fase de interpretação, encontramos somente um destaque. Os jovens são convidados a falar sobre suas interpretações dos fatos e têm suas dúvidas de leitura sanadas pela equipe de comunicação em e-mails e comentários do portal, compondo um projeto maior, pedagógico, do *Joca*.

Para que todas essas formas de participação se efetivem, destacamos a atuação dos atores circundantes às crianças e adolescentes (pais/responsáveis e educadores).

Em relação aos pais/responsáveis, apesar do baixo volume de respostas desses participantes nos questionários e entrevistas, foi possível entender como eles agem na participação por outros caminhos.

Pais/responsáveis são atores essenciais para que a participação ocorra pela necessidade que tem de autorizarem-na. Ou seja, a contribuição dos leitores não ocorre sem eles. Além disso, encontramos indícios de que os pais/responsáveis interferem de forma emocional e de direcionamento na preparação dos jovens nos momentos que antecedem a contribuição e como distribuidores dos produtos em que seus filhos/enteados aparecem. Essas formas de ação, porém, não puderam ser mais bem detalhadas por falta de dados.

Já os atores escolares, representados por educadores que usam o *Joca* na sala de aula, são comprovadamente cruciais para incentivar e intermediar as participações. São eles o principal elo entre o jornal e os leitores, distribuindo funções e fazendo a ponte com os pais/responsáveis.

Iniciativas de jornalismo infantojuvenil sempre trabalharam com as escolas, que são as instituições socialmente responsáveis por diversos aspectos de formação da infância e da adolescência. No *Joca*, essa parceria é destacada no modelo de negócio do jornal e mantida por meio da concessão de grande apoio pedagógico. Salva a necessidade de atenção para que a participação não seja condicionada ou protagonizada pelos educadores, acreditamos que o *Joca* é um bom exemplo de relacionamento estratégico com *stakeholders*.

O modelo adotado por ele, porém, pode não conseguir se sustentar em uma perspectiva de grande crescimento do negócio. As interações cara a cara podem ser prejudicadas se não houver cuidado com o fortalecimento gradual da cultura organizacional e criação de ferramentas de gestão de equipe e processos. Algumas interações com crianças e adolescentes já são negligenciadas por não conterem dúvidas “utilitárias”, deixando de serem aproveitadas enquanto fortalecimento da relação com os leitores.

Considerando suas limitações, algumas práticas do *Joca* podem ser reproduzidas, pelo menos em parte, por quaisquer organizações jornalísticas, que são as principais interessadas em formar novos públicos leitores de notícias. Nosso objeto mostra que o público infantojuvenil desenvolve um carinho pelo jornal quando estimulado, apesar de não termos colhido evidências de que isso fará dele um público consumidor pagante de jornalismo no futuro.

Se as organizações jornalísticas com outros focos decidirem, porém, não atuar em uma parceria tão estreita com a área educacional, como faz o *Joca*, elas podem se dedicar, pelo menos, a pensar formas de educação jornalística para os seus leitores adultos, usando a participação sistemática na produção de conteúdo como um dos caminhos. Além dos benefícios de fidelização do público, essa troca permitirá conhecer melhor seus interesses

e comportamentos, como parece estar acontecendo no *Joca* e já vem sendo apontado por estudos de jornalismo participativo desde o final do século XX.

Para finalizar sobre nossos resultados, acreditamos que atingimos nosso objetivo de descrição do processo de participação de leitores no *Joca*, destacando questões que são específicas do jornalismo infantojuvenil, como a relação do jornal com as escolas, e aquelas presentes em quaisquer outras organizações, como o tensionamento de poder editorial entre redação e audiência. Trazendo a participação para o foco em uma análise exploratória, certamente fazemos avançar as pesquisas sobre as contribuições de crianças e adolescentes em iniciativas noticiosas feitas para elas.

Sabemos, porém, que esta pesquisa tem limitações. Como nosso período de análise coincidiu com o primeiro ano da pandemia de Covid-19, esse fenômeno foi um demarcador forte, a começar pelas dificuldades pessoais enfrentadas pela autora, que passou por mudanças contextuais e de saúde de familiares próximos durante esse período.

No que diz respeito à descrição da atuação do *Joca*, tentamos sempre fazer um paralelo entre as práticas do jornal antes e durante a pandemia. Dessa forma, nosso trabalho pode ser lido como uma descrição de como o *Joca* adaptou seus processos de participação durante o acontecimento mundial de saúde, mas precisa de outros estudos que mostrem quais dessas adaptações vingaram.

Também por conta da pandemia, as formas de coleta de dados presenciais, como a observação participante, foram impossibilitadas e outras, complexificadas, a exemplo da realização de grupos focais. Optamos por não realizar o último, que é um método comum em pesquisas de jornalismo infantojuvenil, pela logística necessária para marcar reuniões simultâneas com jovens de casas diferentes.

O isolamento social também interferiu no volume de respostas aos questionários e entrevistas. Em relação aos jovens, o fato de estarem por quase dois anos afastados das escolas dificultou que as instituições nos ajudassem. As escolas estavam se readaptando à rotina presencial e tinham tarefas acumuladas. O período de fim de ano, quando fizemos a coleta, também é potencializador dessa sobrecarga. Recomendamos, portanto, que pesquisas de jornalismo infantojuvenil evitem essa época do ano para coleta.

Outro desafio metodológico foi o fato da nossa análise ser multimídia e multiplataforma. Não quisemos restringir os produtos analisados a conteúdos jornalísticos ou a alguns formatos, pois entendemos que isso causaria uma perda na descrição do processo da participação de leitores no *Joca*, que era nosso objetivo geral. Porém, isso

fez com que nossas análises em relação às especificidades de cada formato não pudessem ser entendidas em sua historicidade e na relação com pesquisas anteriores.

Em relação à descrição da participação de leitores em iniciativas de jornalismo infantojuvenil que realizamos no capítulo 2, nosso método de busca resultou em pesquisas sobre jornalismo para crianças e adolescentes em organizações da América Latina que não continham descrições sobre nosso objeto. Por conta disso, iniciativas desse local não foram representadas. Limitações de idioma resultaram na sub-representação de iniciativas internacionais de outros lugares, como a França, local de referência para a prática de produção de notícias para jovens, do qual só abordamos rapidamente dois jornais.

Além disso, o fato de escolher um único caso, apesar de nos permitir um detalhamento minucioso de procedimentos, limitou nossos achados a um contexto muito específico.

As limitações descritas acima, porém, fazem com que nosso estudo carregue brechas a serem preenchidas por pesquisas futuras. A partir delas, das nossas observações e das nossas conclusões, apontamos os seguintes caminhos para estudos:

- Analisar a participação pelas interseccionalidades da representação. Em nossas observações, por exemplo, percebemos que a maioria de crianças e adolescentes participantes do *Joca* eram estudantes e moradores de São Paulo. Um olhar interseccional poderá avaliar a inclusão e a representatividade da participação;
- Analisar o jornalismo infantojuvenil participativo pelo viés do relacionamento com leitores ao invés da sua atuação no processo de produção de notícias;
- Analisar como as especificidades da participação de crianças e adolescentes, a exemplo do imperativo do termo de autorização e do “tempo escolar”, interferem nas práticas jornalísticas. Pelo que observamos na pesquisa, iniciativas de jornalismo infantojuvenil terão dificuldade de realizar uma produção diária caso haja participação de leitores nos moldes adotados pelo *Joca*;
- Analisar iniciativas de jornalismo infantojuvenil através dos seus modelos de negócio, visto que há uma indicação de que ele interfere na produção de conteúdo das mesmas, a exemplo do que acontece com o *Joca* e as escolas;
- Analisar iniciativas de jornalismo infantojuvenil enquanto práticas de educação midiática, tensionando seus limites e avanços nesse campo;
- Analisar cada produto do *Joca* como um caso separado, ao invés de subunidades de análise, para aprofundar as especificidades de cada formato;

- Analisar outros formatos de produtos de jornalismo infantojuvenil, como, por exemplo os televisivos, em áudio e em aplicativo.

Sabemos, porém, que, assim como acontece um silenciamento e exclusão de crianças e adolescentes socialmente, há uma inviabilização de aspectos relacionados à infância e adolescência, incluindo o jornalismo infantojuvenil. Iniciativas desse gênero costumam passar por dificuldades financeiras, de mão-de-obra, de reconhecimento entre seus pares e de inserção no mercado pela falta de cultura brasileira para o consumo de notícias. Portanto, não quisemos apontar erros ou saídas definitivas.

Usamos esta pesquisa para trazer esta faixa etária para o centro das pesquisas das áreas de Comunicação e do jornalismo, mostrando que ela é contribuidora de conteúdo. Além da presença da perspectiva de jovens no debate público gerar um ganho para o jornalismo e para outros produtos midiáticos através da pluralização de perspectivas e inclusão de nichos de audiência, ela faz valer os direitos dessa população que, assim como a dos adultos, é afetada e se interessa pelas questões que lhe cercam.

REFERÊNCIAS

ABBOTT, J. Y. Tensions in the scholarship on participatory journalism and citizen journalism. In: **Annals of the International Communication Association**, 41(3/4), p. 278–297, 2017.

ALMEIDA, Yuri. **A segunda geração do jornalismo colaborativo: quando as bases de dados se tornam dispositivos para a produção colaborativa de conteúdo**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Faculdade de comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2014.

AMARAL, G. Os jornais estudantis Ecos Gonzagueanos e Estudante: apontamentos sobre o Ensino Secundário católico e laico (Pelotas/RS, 1930-1960). In: **História da Educação**, v. 17, nº 40, p. 121-42, 2013.

ANDI; IAS. **Esqueceram de mim: jornais brasileiros ignoram o potencial pedagógico dos cadernos infantis**. A mídia dos jovens. A mídia dos jovens: Ano 6, nº 10, 2002.

ANDI. **Direitos, infância e agenda pública: uma análise comparativa da cobertura jornalística latino-americana 2005-2007**. Tradução de Sandra Pérez. Brasília, DF: Rede ANDI América Latina, 2009.

ARAGÃO, Rodrigo. **O leitor na notícia: participação no jornalismo, normatização e alargamento do campo mediático**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Faculdade de comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2012.

ARIÈS, Philippe. O sentimento da Infância. In: **História Social da Criança e da Família**. Tradução de Dora Flaksman. 2ª ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986. p. 29-164.

ARROYO, Leonardo. **Literatura infantil brasileira**. 3ª edição. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

AVILÉS. José Alberto; SALAVERRÍA Ramón; MASIP, Pere. Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa. In: **Actas I Congreso AE-IC**. Santiago de Compostela, 2008.

BALL, Barbara (1968). **Highlights for children: a study of the editorial development of a children's magazine 1946-1968**.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD): Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. Tese (Doutorado em

Comunicação e Culturas Contemporâneas). Faculdade de comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2007.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, J. **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã, PT: Livros LabCom, 2013, p. 33-54.

BARICHELLO, Eugenia; CARVALHO, Luciana. Webjornalismo participativo e autoreferencialidade: estratégias de legitimação do campo do jornalismo na sociedade midiaticizada. In: **ALCEU**, v.9, n° 17, p. 90 a 101 - jul./dez, 2008.

BASTOS, M.; ERMEL, T. O jornal A Voz da Escola: escritas dos alunos do Colégio Elementar Souza Lobo (Porto Alegre/RS - 1934/1940). In: **História da Educação**, v. 17, n° 40, p.143-73, 2013.

BOCZKOWSKI, Pablo. **Abundance: On the Experience of Living in a World of Information Plenty**. Oxônia: Oxford University Press, 2021.

BORGER, M. **Participatory journalism: Rethinking journalism in the digital age?** Amsterdam: Uitgeverij BoxPress, 2016.

BORGER, M., VAN HOOFF, A., MEIJER, I. C., SANDERS, J. Constructing participatory journalism as a scholarly object. In: **Digital Journalism**, v. 1, p. 117–134, 2013

BOWMAN, Shane; WILLIS, Chris. **We Media: How audiences are shaping the future of news and information**. The Media Center at The American Press Institute: Carlifórnia, 2003.

BRITO, Moisés. **Promessas de participação: uma análise das estruturas e canais de interação nos websites dos observatórios de meios latino-americanos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Faculdade de comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2010.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback: new challenges for Journalism. In: **Brazilian Journalism Research**, v. 7, n° 2, 2011

BUCHT, Catharina. Printing children's news: three editors' views on newspapers for a young audience. In: Yvonne Anderson, Ulf Dalquist, Jonas Ohlsson (Eds.). **Youth and news in digital media environment: nordic-baltic perspectives**. Nordicom: Swedish Media Council, 2018, p. 79-87.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. Tradução de Gilka Girardello e Isabela Orofino. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

BUCKINGHAM, David. **The media education manifesto**. Cambridge, UK; Medford, MA, USA: Polity Press, 2019.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

CARDOSO, Athos. Le Petit Journal Illustré de la Jeunesse: a verdadeira origem francesa d'O Tico-Tico. In: **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008.

CARVALHO, Fernando. **Jornalismo Especializado: Jornalismo Infanto-juvenil**. Relatório de Estágio (Mestrado em Jornalismo). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa. Lisboa, 2014.

CORREIA, Ligia. A mídia, as crianças e a produção de conteúdo cultural. In: **eCotidianos**, nº 1, p. 97-108, jan/abr 2013.

DAWSON, Janis. Trade and Plumb-Cake in Lilliput: The Origins of Juvenile Consumerism and Early English Children's Periodicals. In: **Children's Literature in Education**, Vol. 29, Nº. 4, p. 175-198, 1998.

DEMENTSHUK, Márcia. **Caixas de ressonância: estudos dos suplementos jornalísticos para crianças na Paraíba**. Dissertação (Mestrado profissional em Jornalismo). Universidade Federal da Paraíba, Centro de Comunicação, Turismo e Artes. João Pessoa, 2016.

DEUZE, Mark. Online Journalism: Modelling the First Generation of News Media on the World Wide Web. In: **First Monday**, Volume 6, Number 10, 2001.

DINIZ, Izabel; ANASTÁCIO, Leila. **Natureza do hipertexto no jornalismo digital em dois suplementos para o público infantil**. Ano: 2012 – Volume: 5 – Número: 2, p. 110-124.

DOMINGO, David et al. Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain. 2007. In: **8th International Symposium on Online Journalism**. Austin, Texas (EUA).

DOMINGO, David et. al. Participatory journalism practices in the media and beyond. In: **Journalism Practice**, v. 2, nº 3, 2008, p. 326–342.

DORETTO, Juliana. Foquinha: jornalismo infantil na ditadura militar. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009, p. 1-15.

DORETTO, Juliana. **Pequeno leitor de papel: jornalismo infantil na ‘Folhinha’ e no ‘Estadinho’**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes. São Paulo, 2010.

DORETTO, Juliana. **‘Fala connosco!’: o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Lisboa, 2015.

DORETTO, Juliana. “Minhas próprias notícias”: jornalismo e o público jovem brasileiro e português em contexto digital. In: **Intercom - RBCC São Paulo**, v.42, n.1, p.113-129, jan./abr. 2019.

ENGELKE, Katherine M. Online Participatory Journalism: A Systematic Literature Review. In: **Media and Communication**, Volume 7, Issue 4, p. 31–44, 2019

ENGLISH, Peter; et. al. Children’s news in Australia: content for young readers in Crinkling News. In: **Journal of Children and Media**, v. 13, nº 1, p. 73–88, 2019.

EVANS, Margaret. Texts in English used by children, 1550–1800. In: HUT, Peter (org.). **International companion encyclopedia of children’s literature**. Estados Unidos e Canadá: Routledge, 2004, v. 1, 2ª ed, p. 239-248.

FERREIRA, Mayra. Olhar da infância: um relato da mídia impressa. In: **XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Ribeirão Preto, SP - 22 a 24 de maio de 2006, p. 1-17.

FERREIRA, Mayra. Infância em papel: o jornalismo infantil no interior. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007a, p. 1-15.

FERREIRA, Mayra. Infância e mídia: reflexões sobre produtos culturais para crianças. In: **Contrapontos** - volume 7 - n. 2 - p. 645-656 - Itajaí, set/dez 2007b.

FERREIRA, Mayra. **Webjornalismo infantil: por uma interação informativa**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação . Bauru, 2009.

FIDALGO, António, A resolução semântica no jornalismo online. In: BARBOSA, Suzana (Org.). **Jornalismo digital de terceira geração**. Labcom – Universidade da Beira Interior. Covilhã: 2007

FILLOL, Joana; PEREIRA, Sara. Crianças, jovens e notícias: uma revisão sistemática da literatura a partir da Communication Abstracts. In: **Comunicação e Sociedade**, vol. 37, p. 147-168, 2020.

FURTADO, Thais. **O jornalismo infantil e o desejo de consumo: o discurso da revista Recreio**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.

GOLIN, Cida. Era uma vez um Correio Infantil: o protagonismo do leitor na página das crianças do Correio do Povo (Porto Alegre, RS, 1958-1984). In: GRUSZYNSKI, A.; MARTINS, B.; GONÇALVES, M. (org.). **Edição [recurso eletrônico]: agentes e objetos**. Belo Horizonte (MG): PPGCOM UFMG, 2018, p. 72-99.

GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol. 16, nº 2, 2019.

HABRICH, Stéphanie. **Uma jornada com propósito: como minha paixão pelo jornalismo infantojuvenil impacta o presente (e o futuro) da juventude brasileira**. São Paulo: Magia de Ler, 2020.

HERMIDA, Alfred. Mechanisms of Participation: how audience options shape the conversation. In: SINGER, J., et. Al. **Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers**. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2011, p. 13-33.

HERRERA, Alix. **BECOME A MEMBER! A reciprocidad con los miembros y la reestructuración del periodismo digital con modelos de membresía**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Faculdade de comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2022.

HOLANDA, André. **Estratégias de Abertura: O jornalismo de fonte aberta dos casos indymedia, cmi,slashdot, agoravox, wikinotícias e wikinews**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2007.

JÁCOME, Phellipy. Jornalismo e autolegitimação: a historicidade dos discursos autorreferentes. In: **Leituras do jornalismo**, ano 1, nº 2, p. 54-66, 2014.

JENKINS. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LAURINDO, Elizangela; FORMENTIN, Claudia. Crianças e telejornalismo: como a infância está representada no Jornal Nacional. In: **Poisés**, UNISUL, Tubarão, v. 4, n. 8, p. 456 – 472, Jul./Dez. 2011.

MACHADO, H. C. **A voz das crianças e dos adolescentes no jornalismo do Público**. Relatório de estágio de (Mestrado em Jornalismo). Universidade Nova de Lisboa. Libos, 2014.

MARTINS, Elaide; SOUSA, Maíra. Trajetórias, objetos e concepções: jornalismo e inovação em 20 anos de pesquisa na Compós. In: **Comunicação & Inovação**, v.22, n. 49, p. 119-136. São Caetano do Sul, 2021.

MOHERDAUI, Luciana. **Usuário de notícias no jornalismo digital: um estudo sobre a função do sujeito no Último Segundo e no A Tarde Online**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Faculdade de comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2005.

MOYA, Nádia. Um relato de experiência com o jornal Joca. In: CAMPOS, F.; BLIKSTEIN, P. **Inovações radicais na educação brasileira**. Penso, Porto Alegre, 2019, p. 386-399.

MUNHOZ, Paulo. **Fotojornalismo, internet e participação: os usos da fotografia em weblogs e veículos de pauta aberta**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Faculdade de comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2005.

NIP, J. Y. M. Exploring the second phase of public journalism. In: **Journalism Studies**, v. 7, p. 212–236, 2006.

PALACIOS, Marcos. Putting yet another idea under the Glocalization Umbrella: Reader Participation and Audience Communities as market strategies in globalized online journalism. In: **Communicatio: South African Journal for Communication Theory and Research**, 36:2, p. 276-287, 2010.

QUANDT, Thorsten. Dark Participation. In: **Media and Communication**, Volume 6, Issue 4, 2018, p. 36–48.

PEREIRA, Filipe. **Os Fóruns de Discussão em Rádio: Jornalismo Participativo ou Opinião?** Relatório de Estágio (Mestrado em Jornalismo). Departamento de Comunicação e Artes, Universidade da Beira Interior. Covilhã, 2008.

PEREIRA, Sara; FILLLOL, Joana; SILVEIRA, Patrícia. Explicar o mundo às crianças: análise de espaços noticiosos dirigidos ao público infantojuvenil. In: BARBALHO, A.;

MARÔPO, L. (Eds.). **Infância, juventude e mídia: olhares luso-brasileiros**. Fortaleza: EdUECEp, 2015, p. 365-394.

PRIMO, Alex; Recuero, Raquel. Hipertexto Cooperativo: Uma Análise da Escrita Coletiva a partir dos Blogs e da Wikipedia. In: **FAMECOS**, n. 23, p. 54-63, Dez 2003.

SINGER, J., et. al. **Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers**. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2011.

SIMITH, Steven A. Your Vote Counts: The Wichita Eagle's election project. In: **National Civic Review**, 1991, p. 284-293.

SODRÉ, Nelson. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TEIVE, G.; DALLABRIDA, N. O jornal A Escola e a construção da escola moderna e republicana (Laguna, década de 1910). In: **História da Educação**, v. 17, nº 40, p. 55-68, 2013.

TEIXEIRA, João. **Difusão, conversação e accountability: o estatuto da interação entre leitores e veículos jornalísticos nas mídias sociais**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). Faculdade de comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2014.

VARÃO, Rafiza; BEMFICA, Veronica. Quando jornalismo e infância se encontram: notas históricas sobre o surgimento da imprensa jornalística para crianças. In: **VII Encontro Nacional de História da Mídia**. Ceará: 2009.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradução: Daniel Grassi. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim** [recurso eletrônico]. Tradução de Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2016.

ARTIGOS ONLINE

BUCKINGHAM, David. **What are children's media rights?** In: David Buckingham, 2019. Disponível em: <<https://davidbuckingham.net/2019/11/08/what-are-childrens-media-rights/>>. Último acesso em 20 de dezembro de 2020.

CRISTIANINI, Maria Carolina. **A importância de um jornal para crianças no ensino híbrido**. Jornal Joca, 2021. Disponível em: <<https://www.jornaljoca.com.br/a-importancia-de-um-jornal-para-criancas-no-ensino-hibrido/>>. Último acesso em 23 de outubro de 2021.

INTERNET tem papel central no pós-tsunami. **UOL**, 2005. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/mundodigital/ultimas/2005/01/03/ult8u975.jhtm>>. Último acesso em 26 de dezembro de 2021.

RELATÓRIOS E DOCUMENTOS OFICIAIS

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. Comissão Nacional de Ética em Pesquisa. **Cartilha dos Direitos dos Participantes de Pesquisa** - Versão 1.0. Brasília: CONEP/CNS/MS, 2020.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Brasília: Câmara dos Deputados - Coordenação de Publicações, 1991.

ONU — Organização das Nações Unidas. **Convenção sobre os Direitos da Criança**. Aprovada em 20 de novembro de 1989.

VÍDEOS ONLINE

CÂMARA dos deputados. **Ver TV debate jornalismo infantil (bl.1)**, 2010. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/tv/205312-ver-tv-debate-jornalismo-infantil-bl-1/>>. Último acesso em 30 de dezembro de 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A. Print da página inicial do questionário online para crianças e jovens

Pesquisa: participação de crianças e jovens no jornalismo infantojuvenil

Olá. Seja bem-vindo(a)! 😊

No vídeo abaixo, eu (a pesquisadora Alessandra Oliveira) explico melhor que pesquisa é essa! Se não quiser ver o vídeo, veja a apresentação deste link: <https://drive.google.com/file/d/1S-YByEu2eyNOI4TPP7EHEb6LiCaTCtYw/view?usp=sharing>

Se tiver alguma dúvida, fale comigo. Meu WhatsApp é (75) 99177-7421 e meu e-mail é euoliveiralessandra@gmail.com

Vamos começar?

 alessandraso.jornalismo@gmail.com (não compartilhado) 

[Alternar conta](#)

*Obrigatório



Antes de começar, me diz: você tem certeza que quer participar da pesquisa? *

Sim, aceito participar da pesquisa.

Você lê/ouve/assiste o jornal Joca? *

Podê ser o jornal em papel, o portal de notícias online, TV Joca no Youtube ou os podcasts Revisteen CBN Joca ou Pápo Joca



Escolher ▼

Próxima
Página 1 de 6
Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários



APÊNDICE B. Questionário completo para crianças e jovens em versão para impressão

PESQUISA: PARTICIPAÇÃO DE CRIANÇAS E JOVENS NO JORNALISMO INFANTO JUVENIL



Pesquisadora: Alessandra Oliveira
WhatsApp: (75) 99177-7421 | euoliveiraalessandra@gmail.com
Universidade Federal da Bahia



SEÇÃO 1

Você lê/ouve/assiste o jornal Joca?

Pode ser o jornal em papel, o portal de notícias online, TV Joca no Youtube ou os podcasts Revisteen CBN Joca ou Papo Joca

- Sim Não

Se você respondeu “Sim”, continue respondendo na SEÇÃO 2.
Se você respondeu “Não”, vá para a SEÇÃO 5.

SEÇÃO 2

Por que você lê o Joca? Pode escolher mais de uma opção abaixo.

- Porque a professora pede
 Porque eu gosto
 Porque meu pai/mãe/responsável pede
 Para conversar com meus amigos(as) sobre as notícias
 Para conhecer histórias de outras crianças no jornal
 Por outro motivo. Qual?

Você já viu alguma mensagem do Joca chamando os leitores para participar do jornal? Pode escolher mais de uma opção abaixo.

- Sim. No jornal Joca em papel
 Sim. No site do Joca
 Sim. No perfil do Joca no Instagram ou Facebook
 Sim. No canal do Joca no Youtube
 Não. Não lembro de ter visto
 Sim. Em outro lugar. Qual?

Você já participou do Joca alguma vez? Exemplos de participação: mandar carta ou e-mail para o Joca, escrever comentário no site, ser entrevistado pelo Joca, ser Repórter Mirim, participar de algum prêmio ou concurso do Joca

- Sim Não

Se você respondeu “Sim”, vá para a SEÇÃO 4.
Se respondeu “Não”, vá para a SEÇÃO 3.

SEÇÃO 3

Por que você nunca participou do Joca? Pode escolher mais de uma opção abaixo.

- Não gostei dos temas
- Gosto apenas de ler
- Tive/tenho vergonha
- Tive/tenho preguiça
- Acho que não sei opinar direito
- Acho que o Joca não vai ler minha mensagem ou me responder
- Não sei dizer
- Por outro motivo. Qual foi? Escreva abaixo:

**Agora lembre das atividades que você já fez com o Joca na sala de aula.
Quais delas você mais gostou?**

Você tem alguma história ou lembrança legal com o Joca que gostaria de me contar? Se tiver, pode escrever abaixo, quero muito saber!

Agora pode ir para a SEÇÃO 5.

SEÇÃO 4

Como você participou do Joca? Pode escolher mais de uma opção abaixo.

- Mandei carta
- Mandei e-mail
- Comentei no site
- Respondi uma enquete no site
- Fui entrevistado(a) / apareci em alguma matéria
- Fui Repórter Mirim
- Participei de um concurso ou prêmio
- Fiz uma coisa que não está na lista. O que foi? Escreva abaixo:

Quais das coisas acima você mais gostou de fazer?

Por que você mandou mensagem para o Joca? Pode marcar mais de uma opção abaixo.

- Para contar uma ideia de matéria que tive
- Para comentar uma matéria
- Para elogiar o Joca

- Para reclamar do Joca
- Porque um(a) professor(a) mandou
- Porque queria aparecer no jornal ou site
- Para tirar uma dúvida (geral ou das seções Finanças, Dúvida Animal ou Canal Aberto)
- Queria responder outro(a) leitor(a) ("Canal aberto" ou "O que você faria se")
- Por outro motivo. Qual foi?

Antes de enviar uma mensagem para o Joca, você mostrou para alguém?

Pode marcar mais de uma opção abaixo.

- Sim, para meus pais/responsáveis
- Sim, para meus colegas ou amigos(as)
- Sim, para meus professores(as)
- Não mostrei para ninguém

Quando você mandou mensagem para o Joca, eles te responderam?

Pode marcar mais de uma opção abaixo.

- Sim. Mandaram uma mensagem só para mim
- Sim. Mandaram uma mensagem para minha turma
- Sim. Publicaram minha opinião ou matéria no jornal, site ou podcast
- Não me responderam

Agora lembre das atividades que você já fez com o Joca na sala de aula.

Quais delas você mais gostou?

Você tem alguma história ou lembrança legal com o Joca que gostaria de me contar? Se tiver, pode escrever abaixo, quero muito saber!

Continue respondendo na SEÇÃO 5.

SEÇÃO 5

Fora o Joca, você vê ou assiste notícias em outro jornal, TV, rádio, internet?

Me conta os nomes desses lugares.

Você já mandou mensagem para algum desses lugares de notícias? Se sim, me conte como foi:

Você acha que um jornal (para jovens ou adultos) deve ouvir seus leitores? Por que você acha isso?

Continue respondendo na SEÇÃO 6.

SEÇÃO 6

Qual seu nome?

Diga apenas o primeiro e a inicial do sobrenome. Por exemplo, me chamo Alessandra Oliveira, então escreveria “Alessandra O.”. Lembrando que seu nome não será divulgado!

Quantos anos você tem?

Você mora em qual cidade e estado?

Você estuda em escola pública ou particular?

Pública Particular Não sei dizer

Você gostaria de participar de uma conversa online com a pesquisadora?

Você poderá tirar dúvidas sobre pesquisa e falar mais sobre o Joca.

Se sim, deixe o seu telefone e o telefone dos seus pais/responsáveis e vamos conversar :)

Muito obrigada por chegar até aqui! Antes de acabar, me diz: você confirma sua participação e permite o uso das suas respostas (sem divulgar o seu nome)?

Sim, aceito participar da pesquisa de mestrado da pesquisadora Alessandra Oliveira.

APÊNDICE C. Roteiro do vídeo de apresentação do questionário para leitores

Olá! Se você chegou até aqui você já deve saber que preciso da sua ajuda em uma pesquisa, não é mesmo? Bom, antes eu só queria me apresentar, bem rápido. O meu nome é Alessandra, eu sou jornalista e pesquisadora.

Essa pesquisa aqui é sobre a participação de crianças e jovens em jornais feitos para elas, como é o caso do jornal *Joca*. A ideia é entender como funciona a participação dos leitores e ajudar a melhorar o jornalismo pensado para esse público. Eu quero saber, por exemplo, os leitores preferem mandar cartas, e-mails, comentar no site? Eles gostam de fazer isso sozinhos ou acompanhados de pais e professores?

Essas e outras questões estão escritas no questionário abaixo. Não é muita coisa não. Você não deve demorar mais do que uns 10 minutos para responder.

Agora, antes que você comece, é importante dizer que isso aqui não é uma prova. Ou seja, você não é obrigado nem obrigada a responder. Você só deve fazer isso se quiser e puder me ajudar. Segundo, não tem resposta certa e nem resposta errada. Eu quero apenas saber a sua opinião sobre as coisas que estão escritas abaixo. Então pode ser bastante sincero ou sincera.

Se durante o questionário, você sentir cansaço, chateação, incômodo ou ficar com alguma dúvida, você pode conversar com sua mãe, seu pai, professor, professora, outro adulto responsável, seus colegas, amigos e, claro, também pode falar comigo. Eu vou escrever abaixo o meu telefone e o meu e-mail. Assim você pode me mandar uma mensagem e a gente conversa.

Além disso, você pode desistir de participar da pesquisa a qualquer momento, inclusive depois de já ter me enviado as respostas. Se for esse caso, você me manda uma mensagem e eu apago tudo que você me enviou.

Ah! Ninguém vai saber que você respondeu as perguntas, viu? Eu vou perguntar somente o seu primeiro nome e não vou contar para ninguém!

Quando os resultados estiverem prontos, eu vou escrever eles em um documento chamado "dissertação" e ele vai ficar disponível online, sem dizer o seu nome. E também vou mandar os resultados para as pessoas que participaram da pesquisa. Inclusive, você tem alguma sugestão de como fazer isso de um jeito legal? Você agora vai ter o meu telefone e o meu e-mail, então você pode me mandar uma mensagem com a sua sugestão.

Com a sua ajuda, eu vou poder ajudar a melhorar o *Joca* e outros jornais feitos para crianças e jovens.

Vamos começar?

APÊNDICE D. Apresentação em slides do questionário para leitores

Pesquisa:
**participação de
crianças e jovens no
jornalismo infantojuvenil**

Pesquisadora: Alessandra Oliveira
Universidade Federal da Bahia

O que essa pesquisa quer descobrir?

Queremos **entender como funciona a participação de crianças e jovens no jornalismo.**

Por exemplo, crianças e jovens gostam mais de enviar cartas ou e-mails para os jornais? Mandam mensagens com a turma da escola ou sozinhos(as) em casa?



Por que é bom participar dessa pesquisa?

Ao participar, você vai ajudar a **melhorar o jornalismo** feito para crianças e jovens no Brasil e, quem sabe, no mundo!

Você é obrigado(a) a participar da pesquisa?

Não, de jeito nenhum! Você não é obrigado(a) e **pode desistir a qualquer momento**, mesmo depois de enviar as respostas do questionário!

Durante o questionário, você **pode sentir cansaço, incômodo, chateação, ou outro desconforto**. Se isso acontecer, pare de responder e converse com alguém. Se achar melhor, desista de participar.



Alguém vai saber os nomes dos participantes da pesquisa?

Não. Os nomes dos participantes não serão divulgados para ninguém.



Como conhecer os resultados da pesquisa?

Os resultados serão escritos em um documento chamado **"dissertação"**, que ficará disponível online no ano que vem, 2022.

"Dissertação" é um trabalho escrito durante o curso de **Mestrado**. Nesse curso, a pessoa aprende a pesquisar e a dar aula. A pesquisadora Alessandra faz o curso de Mestrado na Universidade Federal da Bahia (UFBA), em Salvador.

Como conhecer os resultados da pesquisa?

Depois que a dissertação estiver pronta, qualquer pessoa poderá encontrá-la na internet, mas também vou enviá-la para sua escola ou seus pais.

Se você tiver alguma **dúvida** ou **quiser desistir de participar**, você pode conversar com seus pais/responsáveis, professores(as), amigos(as), ou

mandar mensagem para a pesquisadora Alessandra.



WhatsApp: (75) 99177-7421
E-mail: euoliveiralessandra@gmail.com



APÊNDICE E. Print da página inicial do questionário online para educadores

Pesquisa: participação de crianças e jovens no jornalismo infantojuvenil

Olá!

Seja bem-vindo(a) à pesquisa "Participação de crianças e jovens no jornalismo infantojuvenil: estudo de caso do jornal Joca", feita pela pesquisadora Alessandra Oliveira, aluna de Mestrado na Universidade Federal da Bahia.

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2465055615901799>

Objetivo + Benefício:
Entender como funciona a participação de leitores no jornalismo infantojuvenil para ajudar a melhorá-lo.

Seus direitos:
Você não é obrigado(a) a participar e pode desistir a qualquer momento. Qualquer dado que possa identificá-lo(a) será omitido dos resultados.

Possíveis riscos:
Você pode se sentir incomodado(a), desconfortável ou constrangido(a) com alguma pergunta – condição que faz parte de qualquer entrevista. Para evitar isso, pensamos em perguntas que respeitem as individualidades.

Resultados:
Estarão na dissertação, que ficará disponível online. Também será enviado aos participantes se quiserem.

Qualquer dúvida ou arrependimento podem ser comunicados à pesquisadora (Alessandra Oliveira) a qualquer momento. WhatsApp (75): 991777421 | E-mail: euoliveiralessandra@gmail.com

Desde já, agradeço pela sua participação. Ela é muito importante para a pesquisa!

 alessandro.jornalismo@gmail.com (não compartilhado) 

[Alternar conta](#)

*Obrigatório

Antes de começar, me diz: você tem certeza que deseja participar da pesquisa? *

Sim, aceito participar da pesquisa.

Você conhece o jornal infantojuvenil Joca? *



Sim

Não

Você usa o Joca durante suas aulas? *

Pode ser tanto o jornal físico como o portal online, podcasts, canal no Youtube ou outras produções do Joca.

Próxima
Página 1 de 6
Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários 

APÊNDICE F. Questionário completo para educadores em versão para impressão

PESQUISA: PARTICIPAÇÃO DE CRIANÇAS E JOVENS NO JORNALISMO INFANTO JUVENIL

Pesquisadora: Alessandra Oliveira
WhatsApp: (75) 99177-7421 | euoliveiraalessandra@gmail.com
Universidade Federal da Bahia



As informações que você precisa saber sobre a pesquisa (objetivos, benefícios, seus direitos como participante, possíveis riscos, acesso aos resultados e possibilidade de desistência) estão no Termo de Consentimento logo após o questionário.

SEÇÃO 1

Você conhece o jornal infantojuvenil Joca?

Sim Não

Se você respondeu “Sim”, responda a próxima pergunta.
Se você respondeu “Não”, vá para a SEÇÃO 2.

Você usa o Joca durante suas aulas?

Sim Não

Se você respondeu “Sim”, vá para a SEÇÃO 5.
Se você respondeu “Não”, vá para a SEÇÃO 2.

SEÇÃO 2

Você usa outros produtos jornalísticos nas suas aulas?

Sim Não

Se você respondeu “Sim”, vá para a SEÇÃO 4.
Se você respondeu “Não”, vá para a SEÇÃO 3.

SEÇÃO 3

Por que você não usa produtos jornalísticos nas suas aulas?

Pode escolher mais de uma opção e/ou complementar sua resposta na opção "Outro"

- Porque a escola onde trabalho não tem estrutura necessária
- Porque não acho pertinente
- Porque jornalismo não se relaciona com a minha disciplina
- Já tentei usar, mas os alunos e alunas não gostaram
- Não acho conteúdos jornalísticos adequados para meus alunos e alunas

Outro motivo. Qual?

O que um jornal ou produto jornalístico precisaria ter para ser usado por você nas suas aulas? A possibilidade de participação dos leitores seria uma característica a ser levada em consideração na hora da escolha?

Vá para a SEÇÃO 6.

SEÇÃO 4

Você incentiva os alunos e alunas a participarem dos jornais?

Pode marcar mais de uma opção.

- Sim, incentivo a mandarem cartas individuais
- Sim, incentivo a mandarem cartas coletivas
- Sim, incentivo a colocarem comentários em portais online
- Sim, incentivo a mandarem e-mails para a redação
- Sim, incentivo a participarem de prêmios/concursos jornalísticos
- Não incentivo. Apenas fazemos a leitura e/ou atividades em sala
- Incentivo de outro modo. Qual?

Se você assinalou algum "Sim" acima, qual atividade de participação é mais frequente? Por que você prefere esse tipo de participação em específico?

Caso você incentive os alunos a fazerem as atividades acima, elas são avaliativas ou facultativas?

- Avaliativas Facultativas Não incentivo

Os alunos costumam se engajar nas atividades que envolvem produtos jornalísticos?

Vá para a SEÇÃO 6.

SEÇÃO 5

Desde que ano você usa o Joca nas suas aulas?

Você usa o Joca em qual disciplina?

- Português
- Matemática
- Ciências
- Geografia
- História
- Outra disciplina. Qual?

Em quais séries você usa o Joca? Caso use o jornal em mais de uma série, pode escolher mais de uma opção.

- 1° ano do ensino fundamental I
- 2° ano do ensino fundamental I
- 3°ano do ensino fundamental I
- 4° ano do ensino fundamental I
- 5° ano do ensino fundamental I
- 6° ano do ensino fundamental II
- 7° ano do ensino fundamental II
- 8°ano do ensino fundamental II
- 9° ano do ensino fundamental II

Você incentiva os alunos e alunas a participarem do Joca?

- Sim, incentivo a mandarem cartas individuais
- Sim, incentivo a mandarem cartas coletivas
- Sim, incentivo a colocarem comentários em portais online
- Sim, incentivo a mandarem e-mails para a redação
- Sim, incentivo a participarem de prêmios/concursos jornalísticos
- Não incentivo. Apenas fazemos a leitura e/ou atividades em sala
- Incentivo de outro modo. Qual?

Se você assinalou algum "Sim" acima, qual atividade de participação é mais frequente? Por que você prefere esse tipo de participação em específico?

Caso você incentive os alunos a fazerem as atividades acima, elas são avaliativas ou facultativas?

- Avaliativas
- Facultativas
- Não incentivo

Os alunos costumam engajar nas atividades com produtos jornalísticos?

Você consome conteúdos pedagógicos do Joca? Pode marcar mais de uma opção.

- Sim, uso o Guia Lendo o Mundo com o Joca
- Sim, assisto “Dicas de trabalho para educadores” na TV Joca
- Sim, uso as atividades propostas no portal para cada edição
- Sim, assisto webinars
- Não. Sempre crio as atividades sem influência do Joca
- Não. A leitura do jornal não é acompanhada de atividades
- Nenhuma das respostas me contempla. Qual seria a resposta?

Por que você usa o Joca nas suas aulas? Quais são os benefícios para o andamento da disciplina e para os(as) alunos(as)?

Você se sente ouvido(a) pelo Joca? Comente um pouco sobre sua relação com o jornal. Você consegue, por exemplo, falar com a equipe do jornal facilmente? Suas dúvidas ou dificuldades são esclarecidas por eles?

Você usa outros produtos jornalísticos nas suas aulas, além do Joca? Se sim, quais?

Se você usa outros produtos jornalísticos em aula, costuma aplicar as mesmas atividades que aplica com o jornal Joca? Se você não aplica as mesmas atividades, quais as diferenças entre elas?

Continue respondendo na SEÇÃO 6.

SEÇÃO 6

Qual seu nome? Seu nome não será divulgado.

Qual o nome da escola onde você trabalha? Se você trabalha em mais de uma, coloque o nome daquela onde trabalha com conteúdo jornalístico. Se não usa em nenhuma delas, escreva o nome da escola + "Não trabalho com jornalismo".

A escola onde você trabalha é pública ou privada? Mesmas regras da anterior.

Em qual cidade e estado fica a escola onde você trabalha? Mesmas regras.

Você leciona desde que ano?

Você aceita participar de uma entrevista individual para que possamos aprofundar no tema e fundamentar melhor a pesquisa? Se sim, por favor, escreva abaixo a forma pela qual prefere receber meu contato para marcarmos a entrevista (ligação, WhatsApp ou e-mail) e o dado correspondente (telefone ou e-mail).

Agora que você finalizou as perguntas, assine o Termo de Consentimento a seguir. Se preferir, também pode mandar um áudio ou e-mail para a pesquisadora confirmando o consentimento. Fale ou escreva "Eu li o Termo de Consentimento e aceito participar da pesquisa de mestrado da pesquisadora Alessandra Oliveira".

APÊNDICE G. Print da página inicial do questionário online para pais/responsáveis

Pesquisa: participação de crianças e jovens no jornalismo infantojuvenil

Olá!

Seja bem-vindo(a) à pesquisa "Participação de crianças e jovens no jornalismo infantojuvenil: estudo de caso do jornal Joca", feita pela pesquisadora Alessandra Oliveira, aluna de Mestrado na Universidade Federal da Bahia.

Curriculo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2465055615901799>

Objetivo + Benefício:
Entender como funciona a participação de leitores no jornalismo infantojuvenil para ajudar a melhorá-lo.

Seus direitos:
Você não é obrigado(a) a participar e pode desistir a qualquer momento. Qualquer dado que possa identificá-lo(a) será omitido dos resultados.

Possíveis riscos:
Você pode se sentir incomodado(a), desconfortável ou constrangido(a) com alguma pergunta – condição que faz parte de qualquer entrevista. Para evitar isso, pensamos em perguntas que respeitem as individualidades.

Resultados:
Estarão na dissertação, que ficará disponível online. Também será enviado aos participantes se quiserem.

Qualquer dúvida ou arrependimento podem ser comunicados à pesquisadora (Alessandra Oliveira) a qualquer momento. WhatsApp (75): 99177-7421 | E-mail: euoliveiralessandra@gmail.com

Desde já, agradeço pela sua participação. Ela é muito importante para a pesquisa!

 alessandro.jornalismo@gmail.com (não compartilhado) 

[Alternar conta](#)

*Obrigatório

Antes de começar, me diz: você tem certeza que deseja participar da pesquisa? *

Sim, aceito participar da pesquisa.

Você assina ou já assinou o jornal Joca para algum dos seus filhos(as)? *



Sim. Assino/assinei a pedido da escola

Sim. Assino/assinei por conta própria

Não. Mas ele(a) lê/leu na escola

Não. Nenhum dos meus filhos(as) leem/leram o Joca

Próxima
Página 1 de 4
Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Política de Privacidade](#)

Google Formulários



APÊNDICE H. Questionário completo para pais/responsáveis em versão para impressão

**PESQUISA:
PARTICIPAÇÃO DE CRIANÇAS E JOVENS
NO JORNALISMO INFANTO JUVENIL**



Pesquisadora: Alessandra Oliveira
WhatsApp: (75) 99177-7421 | euoliveiraalessandra@gmail.com
Universidade Federal da Bahia



As informações que você precisa saber sobre a pesquisa (objetivos, benefícios, seus direitos como participante, possíveis riscos, acesso aos resultados e possibilidade de desistência) estão no Termo de Consentimento logo após o questionário.

SEÇÃO 1

Você assina ou já assinou o jornal Joca para algum dos seus filhos(as)?

- Sim. Assino/assinei a pedido da escola
- Sim. Assino/assinei por conta própria
- Não. Mas eles leem/leram na escola
- Não. Nenhum dos meus filhos(as) lê/leu o Joca

Se você respondeu “Não. Nenhum dos meus filhos(as) leem/leram o Joca”, vá para a SEÇÃO 3. Se você respondeu outra opção, vá para a SEÇÃO 2.

SEÇÃO 2

Durante qual período você assinou o Joca? Coloque o ano de início e de fim da assinatura, por exemplo: "2017-2020". Se assina até hoje, coloque apenas o de início. Se você não assina, escreva “Não assino”.

Você sabia que o Joca permite que os leitores participem do jornal, enviando cartas e e-mails, por exemplo? Pode marcar mais de uma opção.

- Sim. Já vi uma chamada do jornal no Instagram
- Sim. Já vi uma chamada do jornal no Facebook
- Sim. Já vi uma chamada do jornal no LinkedIn
- Sim. Já vi uma chamada do jornal no Youtube
- Sim. Já vi uma chamada do jornal no portal de notícias online
- Sim. Já vi uma chamada do jornal em uma edição impressa
- Sim. A escola do meu filho(a) me informou
- Sim. Meu filho(a) me contou

- Não sabia
- Sim, mas soube de outra forma. Qual?

Você incentiva seu(s) filhos(as) a participarem do Joca? Pode marcar mais de uma opção.

- Sim. Incentivo a mandar carta
- Sim. Incentivo a mandar e-mail
- Sim. Incentivo a comentar no site
- Sim. Incentivo a dar entrevista para o jornal
- Sim. Incentivo a produzir conteúdo jornalístico e enviar para o Joca
- Nunca incentivei
- Sim, mas incentivo a fazer outra coisa. Qual?

Seu filho ou filha já participou do Joca? Pode marcar mais de uma opção.

- Sim. Já mandou carta
- Sim. Já mandou e-mail
- Sim. Já colocou comentário no site
- Sim. Já foi entrevistado e saiu em uma matéria
- Sim. Já foi Repórter Mirim
- Sim. Já visitou a redação do jornal
- Sim. Já concorreu em uma campanha ou premiação
- Não. Nunca participou
- Não sei dizer
- Sim. Mas participou de outro modo. Qual?

Se ele(a) já participou, você ajudou ou opinou? Por exemplo, leu um e-mail ou carta antes dele(a) enviar?

- Sim, todas as vezes
- Sim, algumas vezes
- Não. Ele(a) fez sozinho(a) em casa
- Não. Ele(a) fez na escola
- Ele(a) nunca participou
- Nenhuma das opções contempla minha resposta. Qual seria sua resposta?

Você acha que seu filho(a) sente carinho pelo Joca, além de usá-lo para se informar? Se sim, pode contar alguma história que demonstre esse afeto?

Você consome conteúdos do Joca? Pode marcar mais de uma opção.

- Não
- Leio ou assisto conteúdos para pais uma vez no mês
- Leio ou assisto conteúdos para pais a cada 15 dias
- Leio o Joca com meus filhos(as)
- Leio o Joca sozinho(a)
- Consumo outro conteúdo do Joca. Qual?

Continue respondendo na SEÇÃO 3.

SEÇÃO 3

Seus filhos(as) consomem notícias de outros lugares?

Podem ser jornais/revistas/sites/rádios/programas de TV infantojuvenis ou adultos.

- Sim, os que eu consumo/assistio/ouço
- Sim, diferentes dos que eu consumo/assistio/ouço
- Sim, um pouco do que consumo e outros que só ele(a) consome
- Não
- Não sei dizer

Se você respondeu algum "Sim" acima, pode me dizer quais são?

**Você já incentivou que seu filho(a) participasse de algum dos lugares acima?
Se sim, ele(a) participou? Como foi essa experiência?**

Qual sua opinião sobre crianças e jovens participarem do jornalismo (adulto ou infantojuvenil) emitindo suas opiniões?

Continue respondendo na SEÇÃO 4.

SEÇÃO 4

Qual seu nome? Seu nome não será divulgado.

Você mora em qual cidade e estado?

Você aceita participar de uma entrevista individual para que possamos aprofundar no tema e fundamentar melhor a pesquisa?

Se sim, por favor, escreva abaixo a forma pela qual prefere receber meu contato para marcarmos a entrevista (ligação, WhatsApp ou e-mail) e o dado correspondente (número de telefone ou e-mail).

Obrigada por chegar aqui! Agora assine o Termo abaixo para que eu possa usar as respostas. Se você aceita que seu filho(a) participe do questionário de pesquisa para crianças e jovens, complete as informações no fim do Termo abaixo.

APÊNDICE I. Versão para impressão do Termo de Consentimento para educadores e pais/responsáveis



Pesquisadora responsável: Alessandra Oliveira

Instituição à qual está vinculada: Universidade Federal da Bahia (UFBA)

TERMO DE CONSENTIMENTO INFORMADO LIVRE E ESCLARECIDO

Querido(a) participante,

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa “**Participação de crianças e jovens no jornalismo infantojuvenil: estudo de caso do jornal Joca**”, desenvolvida pela pesquisadora Alessandra Oliveira, discente de **Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas na Universidade Federal da Bahia**, sob orientação da Professora Doutora Suzana Barbosa.

OBJETIVO

O objetivo central do estudo é **entender como funciona** a participação de crianças e jovens no jornalismo pensado especificamente para elas. Queremos entender os atores e fatores envolvidos na ação de participar dos leitores para, ao final, refletir sobre essa participação, propor uma categorização dela e fazer o jornalismo infantojuvenil avançar.

POR QUE VOCÊ ESTÁ SENDO CONVIDADO(A)

Para entender como funciona a participação de jovens e crianças no jornalismo infantojuvenil (nosso objetivo principal), usamos a metodologia do Estudo de Caso, que consiste, em resumo, em olhar um objeto/caso de vários ângulos. Isto inclui **entrevistar uma variedade de atores** envolvidos na ação estudada. Portanto, nossa pesquisa vai conversar com **crianças, jovens, docentes, pais/responsáveis e o jornal Joca**.

SOBRE SEUS DIREITOS DE PARTICIPAÇÃO

Sua participação é **voluntária**, isto é, ela não é obrigatória, você tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar, bem como **retirar sua participação a qualquer momento** sem que isso acarrete em penalização ou danos para você. Contudo, ela é muito importante para a execução dessa pesquisa. Serão garantidas a confidencialidade e a privacidade das informações por você prestadas.

COMO VOU GARANTIR A CONFIDENCIALIDADE E PRIVACIDADE

Qualquer dado que possa identificá-lo(a) será omitido na divulgação dos resultados da pesquisa, a menos que você permita expressamente a divulgação desses dados, e o material será armazenado em local seguro. A qualquer momento, durante a pesquisa, ou posteriormente, você poderá solicitar do pesquisador informações sobre sua participação e/ou sobre a pesquisa, o que poderá ser feito através dos meios de contato explicitados neste

Termo.

Nomes de pessoas ou instituições só serão divulgados se o(a) participante demonstrar expressamente seu interesse.

COMO FUNCIONARÁ SUA PARTICIPAÇÃO

A sua participação consistirá em **responder um questionário**.

TEMPO DE DURAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

O tempo necessário para responder ao questionário é de aproximadamente 7 minutos.

GUARDA DE DADOS COLETADOS

Somente a pesquisadora responsável e sua orientadora terão acesso às respostas coletadas. Ao final da pesquisa, todo material será mantido em arquivo por cinco anos, em obediência à Resolução 466/12, que orienta pesquisas com seres humanos no Brasil.

BENEFÍCIOS

O benefício de participar desta pesquisa é **ajudar a melhorar a prática e a pesquisa do jornalismo infantojuvenil**, possibilitando reflexão e avanço das formas de participação de crianças e jovens.

PREVISÃO DE RISCOS OU DESCONFORTOS

Os possíveis riscos em participar da pesquisa é se sentir incomodado(a), desconfortável ou constrangido(a) com alguma pergunta feita pela pesquisadora — condição que faz parte de qualquer processo de entrevista. Para evitar este risco, pensamos em perguntas que respeitem todas as individualidades.

DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS

Os resultados serão divulgados na **dissertação de mestrado** proveniente da pesquisa, que ficará disponível online; possivelmente em palestras, entrevistas e artigos científicos. Além disso, **todos os participantes que disponibilizarem dados de contato, receberão a dissertação em PDF através de e-mail**.

CONTATO COM A PESQUISADORA RESPONSÁVEL

Nome: Alessandra Oliveira | **WhatsApp:** (75) 99177-7421

E-mail: euoliveiraalexandra@gmail.com

Se desejar, consulte a Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (Conep):

Tel: (61) 3315-5878 / (61) 3315-5879 | E-mail: conep@saude.gov.br

Assine aqui: _____

Nome do participante:

Você autoriza seu filho(a) a responder o questionário infantojuvenil para essa mesma pesquisa?

Sim, autorizo. Não autorizo.

Se sim, por favor, me diga os dados abaixo para que possa reconhecer as respostas do seu filho(a) no questionário infantojuvenil.

Nome: **Idade:** **Cidade e estado onde mora:**

Se estuda em escola pública ou privada:

APÊNDICE J. Transcrição na íntegra da entrevista com a fundadora do jornal Joca, Stéphanie Habrich e a editora-chefe do Joca, Maria Carolina Cristianini

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, São Paulo – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 06 de outubro de 2021

Alessandra Oliveira: Primeiro gostaria que vocês conceituassem o que é, para vocês, a participação dos leitores em um jornal. O que isso significa para vocês?

Stéphanie Habrich: Pode ir indo, Carol, e eu complemento.

Maria Carolina Cristianini: É bem isso que a gente estava falando, Alessandra [antes da gravação]. Não dá para a gente fazer um jornal para um público que não tem a nossa idade, que não está na nossa cabeça — a gente cresceu já faz um tempo — querendo simplesmente adivinhar como é a receptividade da publicação para eles. Esse é um dos fatores, a gente se colocar em uma posição de ouvir o leitor, estar em contato com ele o tempo inteiro para entender as demandas, entender o que é que funciona, o que é que não funciona, o que a gente melhora, por quais caminhos a gente vai, pelo olhar deles. Até porque, por exemplo, a escrita de reportagens para crianças é um pouco diferente do jornalismo para adultos. A gente precisa ter uma linguagem adaptada, contextualizar as informações... e é só por meio do contato com eles que a gente não consegue entender se a gente realmente está atingindo seu objetivo de ter uma linguagem acessível, de ter a contextualização bem feita. Esse é um dos fatores. Outro fator é que não há como a gente criar uma relação entre a publicação e o leitor e criar ali uma relação de pertencimento de, ‘olha, esse jornal aqui é feito para mim, mas também é feito por mim, eu me enxergo nele, eu me sinto pertencente a isso’, se o leitor não vê dentro do jornal pessoas da mesma idade que ele, da mesma faixa etária. Então a participação também funciona nesse sentido de aproximar o leitor da publicação, dele se identificar com que tá lendo, ver ali exemplos por depoimentos de crianças e adolescentes, por personagens participantes de reportagens, que são crianças e adolescentes aqui do Brasil e de fora do Brasil. Para falar dos eventos internacionais, a gente tem que procurar a crianças e adolescentes dos países onde os fatos estão acontecendo para poder contar para a gente pela visão de quem tá perto da notícia, acompanhando. Visão de quem está perto da notícia e tem a idade do nosso leitor para criar essa relação de identificação, de realmente o leitor olhar e falar ‘esse jornal é infantojuvenil, é feito para mim, é para minha faixa de idade, eu compreendo o que tá escrito aqui, eu também estou presente ali, eu tenho a oportunidade de ter um espaço para mim nesse jornal, a minha voz é escutada, ou pela minha pessoa diretamente ou por pessoas da minha faixa de idade que me representam ali’.

SH: Só completando, mas é isso mesmo. No Brasil, a gente estava acostumado a ter essa participação de jovens ou ‘você manda uma foto’ e aí põe a foto no gibi ou manda um desenho. Eu sempre achei isso um horror porque não é uma participação inteligente. Pode servir para os menores, mas o *Joca* pede uma participação inteligente, que nem a Carol falou. A gente quer ouvir a opinião, ele [os jovens] tem a voz dele, ele é escutado e é uma

participação inteligente porque ele merece. Porque antes, era um pouco isso também, não tinha notícias para crianças, eram suplementos. Por que? ‘Ah, porque a criança não precisa saber’. Como não precisa saber? Então tudo isso faz parte. E também a participação deles, como a gente pergunta muito, né, Carol? Eles só ‘ah, eu gosto de *Maluquices*’, quero mais *Maluquices*, quero mais palavras cruzadas’. Ok, a gente ouve, mas a gente também traz eles para as coisas importantes. Então não é que a gente vai abrir mão de tudo que a gente quer para ficar ‘ah, não, então tá bom, só *Maluquices*’.

AO: Isso que vocês identificam como participação, vocês veem no jornalismo para adultos? Vocês acham que as pessoas que leem o jornalismo para adultos se veem no jornal como os leitores do *Joca* se veem no *Joca*? Seria importante que nesse jornalismo mais geral houvesse essa participação?

SH: Legal a pergunta, hein, Carol?

MCC: É uma boa. Acho que essa eu nunca respondi essa pergunta, essa é inédita [risos]

SH: Eu posso falar rapidinho o que me passou pela cabeça. Eu acho que, isso que a gente vê, né, Carol?, as crianças são muito mais incríveis do que os adultos. Todas as coisas que a gente faz no *Joca*, sabe?, esse *Mi Casa, Tu Casa* [projeto de arrecadação de livros e construção de bibliotecas para imigrantes residentes em abrigos ou lugares similares em Roraima] que a gente fez, qualquer coisa que a gente faz, a gente vê as crianças respondendo na hora [estala os dedos como sinal de rapidez, imediatismo]. ‘Ah, não, eu fiz isso’, ‘doei meu cabelo’, não sei o que. Os adultos parecem um bando de, assim, ‘putz, para que que eu vou fazer a diferença?’. Então é o que a gente sempre fala: ‘se a gente perder essa geração, é uma pena’.

MCC: Concordo. Também por meio dessa prática que o *Joca* tem e que outros veículos internacionais também têm, a gente vai criando esse olhar diferente, que a Stéphanie tá falando, que o futuro consumidor de notícias adulto, que hoje é consumidor de notícias do *Joca*, vai ter um olhar diferenciado para como é que ele tá sendo representado na mídia. Se as pessoas que um jornalista escutou realmente representam o que ele espera enxergar naquela reportagem. A gente vê muito “Fala Povo”, né? Muito presente na televisão. O repórter está lá na rua e vai fazer o “Fala Povo” para ouvir a opinião das pessoas, mas será que existe uma preocupação em ouvir a opinião daquele que é realmente o telespectador daquele jornal, como a gente tem a preocupação de ouvir o nosso leitor de fato, e não alguém que, aleatoriamente, talvez represente, talvez não represente. Acho que o *Joca* também ajuda nessa criticidade de “eu tô consumindo essa mídia, mas essa mídia me representa, traz o que eu gostaria de ver ali para me sentir relacionado com ela?”. Acho que também vai criando essa relação diferente com o jornalismo.

AO: Eu tenho pensado muito nisso na hora de escrever a fundamentação e a justificativa da minha dissertação porque eu sinto que os objetos de jornalismo infantojuvenil devem ser estudados também sob a ótica do jornalismo de forma de

geral, não apenas por pessoas que só estudam infantojuvenil porque são produtos de jornalismo e trazem inovações, inclusive nessa relação com o leitor.

SH: E quando você forma essas crianças, você vai formando os adultos também. Se a gente formar agora pelo Joca essas pessoas que são críticas, que não aceitam tudo, que participam “olha, gostei”, “concordei”, “não, não concordei”, aí você também tá formando o adulto, né?

AO: Perfeito. Os pais quando chegam para assinar o *Joca*, em alguma conversa prévia, eles se preocupam com a questão da participação dos seus filhos no jornal? Ou essa não é uma questão para eles? Eles mencionam, perguntam coisas relacionadas à participação ou se encantam por isso?

MCC: A gente vê muito isso nas escolas, principalmente; as escolas muito envolvidas nessa questão de participar, até porque muitas vezes a participação se torna trabalho para a escola, um trabalho que a professora está desenvolvendo ali, de envolver o jornal, como a gente sempre fala, como uma ponte entre o que o aluno está estudando na escola e o que acontece no mundo. Aí a participação de um aluno ou de uma turma da escola acaba fazendo uma diferença bem interessante para a escola. Os pais a gente vê num processo de começo de construção de cultura da importância de ter um produto para ser consumido pelos seus filhos. Não me lembro de ter visto nenhum caso em que o pai chegasse com essa preocupação de o filho participar. Você lembra de algo assim, Stéphanie?

SH: Não. Assim, do pai forçar, não. Mas os pais são meio coruja, né?

MCC: Ah, sim. Isso muito [risos].

SH: “Ah, me dá mais uma cópia *preu* mandar para as avós lá na Bahia ou as avós de ‘não sei aonde’”. Mas é isso, a participação das crianças é muito importante para você se validar também, falar “putz grila”. Mas isso mudou muito, Alessandra. Porque no começo, quando eu lancei o Joca 10 anos atrás, o que eu recebia de ligações aqui tipo assim “a escola me mandou assinar esse jornalzinho, acho um absurdo, acho um absurdo”. Aí eu ficava com essa pessoa no telefone, falava... mas é uma mentalidade que demora para mudar e é o que a gente até fala lá dentro, por exemplo, agora a gente tá fazendo aquele trabalho na ESPM [ministrando curso sobre jornalismo infantojuvenil], né, Carol? Aí uma das meninas, não sei se elas te falaram, mas ela era assinante no *Gracinha* do Joca e agora ela está na faculdade. Então olha como está virando. Ela, daqui a pouco, vai ser mãe e para ela vai ser o negócio normal assinar o *Joca*, como acontece na Europa ou nos Estados Unidos. Nem passa pela cabeça você não assinar. Então tem esse *gap* que demora para mudar uma cultura. Mas no começo era isso, direto os pais reclamando. Hoje em dia ainda tem muita reclamação. As escolas têm medo de impor essa assinatura para os pais porque tem muito pai que vai reclamar. Ainda hoje reclama. E aí tem esses pais que realmente veem uma coisa e tem orgulho e acham legal, mas ó, o resto...

MCC: No processo tem pais que começam a ser incentivadores dos filhos de participar, de se envolver. A gente está com uma leitora agora, a Rosângela¹⁵⁵, ela tem 10 anos e ela quer ser jornalista. Ela já tem *podcast*, tem canal no *YouTube*, ela é muito dedicada. E a mãe dela fala sempre comigo para tirar alguma dúvida, para fazer alguma coisa, a mãe dela sempre conversa comigo. Então a gente começa observar assim nesse processo, como você [Stéphanie] estava falando da menina que conheceu no *Gracinha* e agora está na universidade, a Rosângela acho que vai fazer um processo muito parecido. Hoje ela está com 10 ano e se ela persistir nessa ideia, o tanto que ela é dedicada com isso, e acho que ela vai... A mãe dela está sempre em contato comigo para ter esse respaldo, para incentivar, para que ela consiga dar conta das coisas que ela quer fazer. Isso vai acontecendo também, conforme o pai vai se envolvendo com a participação do filho, com o filho mais empolgado com essa história das notícias e tal.

SH: Isso é uma coisa que dá muito orgulho para a equipe, sabe? Porque, Alessandra, a gente fez uma equipe onde todo mundo é super apaixonado pelo que faz. Eu duvido que na época do *Estadinho*, alguém, a editora-chefe teria esse contato com uma mãe. Eu duvido que o Sérgio D'Ávila [diretor de redação] na *Folha [de S. Paulo]* tem contato com algumas pessoas desse jeito. Não existe. Então acho que isso já é diferencial também numa empresa. Vai muito além do produto.

AO: Em relação ao volume, qual é o meio que vocês mais recebem mensagens das crianças? Essa participação vem mais por carta, e-mail, comentários no site?

MCC: Se você precisar de dados mais apurados, eu pesquiso para te falar, mas, principalmente, comentários no site. Todas as matérias do site têm espaço para comentários. É claro que só faz comentário quem tem *login* e segurança e todos os comentários passam pela nossa curadoria. Comentário só aparece no site depois que a gente aperta o 'publicar' para não ter nenhum risco. Em segundo lugar, e-mail. A gente recebe muito e-mail de participação de fato. Eu tenho uma lista infinita de resenhas que eles mandam para publicar, uma lista infinita de perguntas para a seção *Dúvida Animal* do site. Acho que tem perguntas para três anos para responder *Dúvida Animal* [risos].

AO: Tem que aumentar o tamanho [risos].

MCC: É, tem que fazer todo dia [risos], não uma vez por semana. Então, comentários no site e e-mail, principalmente. E no fenômeno pandemia, a gente começou a fazer muitos, muitos encontros virtuais, principalmente, com escolas, para salas de aula inteiras. No começo, cada um na sua casa, agora com a sala de aula lá na escola e a gente aqui. Se eu não me engano, depois eu levanto esse número para você direitinho, mas ano passado acho que a gente fez 90 encontros virtuais de março a dezembro.

SH: E, assim, com 30 alunos. Todo mundo pode perguntar o que quiser.

¹⁵⁵ Todos os nomes de leitoras e leitores são fictícios.

MCC: É, com uma galera [risos].

AO: Quanto tempo dura um encontro desse?

MCC: Uma hora mais ou menos.

SH: Uma hora aula e é, assim, incrível. Quando a gente vai nas escolas também, vai Carol, vai qualquer pessoa do nosso time, é “ai, me dá um autógrafo”, “me dá um autógrafo”. Esse negócio também que a Carol falou, que todas as matérias podem ser comentadas ou perguntas, todas. E o *Joca*, a gente sempre fala isso, o *Joca* não deixa de responder nada. Ele só deixa de responder se a pessoa comenta assim “Ah, legal”.

MCC: Se eles postam alguma dúvida, alguma coisa que eles não entenderam ou alguma sugestão, a gente está lá acompanhando o tempo todo.

AO: Os e-mails e as cartas que vocês recebem vocês também costumam responder?

MCC: Sim. Tem uma pessoa da minha equipe, a Helena, que é responsável por cuidar da caixa [de e-mails] do *Joca*. Ela é repórter, mas também cuida da caixa de e-mails, e ela responde todos os e-mails. Às vezes tem criança que escreve “queria participar, mas não sei como”. A gente também fica “ah, mas o que você gosta?”, “tem tal possibilidade”, “dá para fazer isso”, “dá para fazer aquilo”. A gente vai direcionando.

SH: Acho que isso seria a coisa mais grave para despedir um funcionário: não responder para uma criança. Não é aceitável. Semana passada eu meio que tirei uma semana de férias, meio off, e as únicas reuniões que eu fiz com crianças. Você não fala “não” para criança e você não deixa de ver ela. Isso aqui é o must [“obrigação”, em tradução livre para o português]. Você pode deixar de falar com o pai, não com a criança.

MCC: Aliás, Alessandra, é bom você saber, talvez você já saiba inclusive, que a gente está com o *Troféu Jovem Leitor* para ser divulgado o resultado no dia 12, semana que vem. A gente encerrou as inscrições na semana passada e a gente teve 50 inscrições. É incrível imaginar que 50 crianças pararam para falar “eu quero fazer uma entrevista sobre o *Joca*”, parar para pensar nas perguntas, entrar em contato com a pessoa que queria entrevistar, marcar um horário e se disponibilizar ou conversar com a pessoa em vídeo ou mandar por e-mail ou escutar os áudios da pessoa no *WhatsApp*. É muito incrível ver eles querendo participar do jornalismo dessa maneira. Para mim foi muito surpreendente e já é uma transformação do quanto poder ter contato com o veículo adequado e com a participação deles, estimula ainda mais a participação deles. É muito legal.

AO: Sim. O padrão de recebimento de mensagens que vocês relataram, sempre foi esse? Ou no início o padrão eram mais cartas escritas à mão?

SH: No começo, é verdade, a gente recebia muitas cartas de escola pública. Muito, muito muito, muito. Acho que era até uma atividade nas escolas públicas, deles fazerem. A gente recebia assim ó [simula volume com os dedos da mão] de uma vez. E tem também aquele caso do livro da Myriam, né, Carol? Que a gente também...

AO: [Sinal de positivo com a cabeça].

SH: Você já sabe tudo, Alessandra?

AO: Oxe, já tô olhando vocês tem é tempo [risos]. Ave maria!

MCC: [risos].

SH: Ave maria! [risos].

AO: [Mostra o livro *Uma jornada com propósito: como minha paixão pelo jornalismo infantojuvenil impacta o presente (e o futuro) da juventude brasileira*].

MCC: Ah, ela tem o livro!

SH: Então não precisa mais contar isso, ave maria.

MCC: Teve também o *Mi Casa, Tu Casa* agora, que também tinha participação de cartas. Muita carta escrita porque precisava levar para Roraima, né?

SH: É. Aí a gente pediu mesmo a carta escrita. A carta escrita é mais pessoal para você dar para o venezuelano. As que a gente recebeu online é porque as pessoas estavam com medo de Covid[-19], né, Carol? Acho que era outra coisa aí [risos].

AO: Vocês teriam a quantidade ou média de e-mail que recebem mensalmente?

MCC: Tem os últimos relatórios. Estou para fazer o de setembro agora, mas posso te passar dos últimos quantos e-mail chegaram. E carta por escrito, ainda mais agora nesse período pandêmico, não tenho nada para te passar. Mas tem a quantidade de cartas da ação de Brumadinho e do *Mi Casa, [Tu Casa]* que aí foram ações que realmente chegaram mais cartas físicas. Só me lembra d'eu te passar.

SH: Até eu estou interessada nesse dado. E estou interessada também em saber quantos comentários a gente responde pelo site. A gente não tem, né? Responde muitos, né?

MCC: Quantos a gente responde? Eu levanto sempre quantos comentários foram feitos no mês? Não me lembro. Vou olhar quanto está nos relatórios.

SH: Tem muita coisa também.

MCC: É muita coisa. Cada vez que eu entro no publicador tem lá comentários.

SH: É, porque você tem que aprovar e depois ainda responder.

MCC: Não sou que cuido diretamente. É o editor do site que faz, o Felipe, todo dia. Mas, nossa, não tem uma vez que você entre que não tem lá 20, 30 comentários para aprovar.

AO: Vocês me passam o contato de Felipe e Helena?

MCC: Sim, passo.

AO: E padrão demográfico da participação, existe? São mais meninas, meninos? Crianças mais jovens, mais novas, escolas públicas, privadas?

MCC: Não tenho esse dado com precisão para te passar. Posso te passar impressões. Mas, assim, demograficamente falando de idade, principalmente, do Ensino Fundamental 1, que é onde o *Joca* mais está presente, quartos e quintos anos são onde mais o *Joca* atua. Meninos e meninas, eu acho que é muito dividido. A impressão que eu tenho é que é bem dividido, que não tem uma relevância grande de um dos dois. Você perguntou de escola pública ou privada, né? Aí também varia muito. Tem fases. Porque se a escola pública está com trabalho com uma turma, pode acontecer da turma inteira entrar no site, cada um da turma fazer um comentário numa matéria. E aí se é o caso de uma escola privada estar trabalhando dessa maneira... então é muito variável isso de escola pública ou privada. Depende muito de como é que a escola está fazendo o trabalho naquele momento.

SH: É totalmente isso. Só no [podcast] *Revisteen* [CBN *Joca*] que eu vejo que mais meninas participam.

MCC: Você tem essa impressão de que são mais meninas? É, pode ser. Acho que, principalmente, resenhas de livros chegam muito mais de menina.

SH: Elas são mais aplicadas, né?

MCC: É, pode ser. Mas comentário no site tem muito menino.

SH: É. Porque acho que é mais rápido, né?

MCC: É, acho que sim. Dá menos trabalho fazer um comentário do que mandar e-mail.

SH: Eu posso falar isso porque eu tenho três meninos e nunca eles mandariam uma resenha, nunca participariam de um *Revisteen*.

MCC: É, é verdade [risos]. Tem isso. As participações no *Revisteen* são mais de meninas.

AO: Houve alguma edição em que foi difícil fechar o jornal porque tinha pouca participação naquele mês específico? Por exemplo, no início da pandemia.

MCC: Por esse fator não. Por inúmeros outros fatores por causa da pandemia sim, mas por esse fator não [risos]. Inclusive, foi um dos momentos em que a gente mais dedicou espaço para participação. Justamente para conseguir chegar mais perto deles e entender os nossos próprios caminhos para cobrir uma pandemia. Todo jornalista nesse país estava tentando entender o que fazer, né, porque é muito inédito para todos. No começo da pandemia, a gente chegou a fazer página dupla no jornal só com depoimento de leitor, de criança aqui do Brasil e de fora do Brasil para dizer assim “sua escola já fechou ou não fechou?”, “você tá com medo ou você não tá?”. Aí quando a Itália estava no ápice, a gente ainda estava aqui meio que lidando bem com a situação, então como é que estava para eles? Então a gente abria páginas inteiras só para depoimentos deles. Então acho que foi meio que ao contrário. A gente trouxe mais eles para perto ainda.

SH: E tem o livro diário que a gente fez agora, que vai lançar.

MCC: É verdade, tem essa novidade.

AO: Olha, isso aí eu não sabia [risos].

SH: Ah, ainda bem, né? Está saindo agora da gráfica. É um livro onde 64 crianças do mundo inteiro escreveram seu diário durante a pandemia. Aí a gente escreveu um livro porque elas contam... tem uma criança na África do Sul, a outra no Japão, a outra nos Estados Unidos, e elas vão contando como foram os medos, como elas iam para a escola, como é que era. Então é um relato em vários continentes, um relato deles.

AO: E eles mandaram para vocês?

SH: Para essa autora. A Carol é a editora-chefe. Teve uma pessoa que fez e Carol revisou.

AO: Entendi. Sobre essa questão da rotina, que depois vou ver melhor com Felipe e Helena, mas, assim, toma um tempo, né? Faz parte do dia a dia esse cuidado em responder às crianças. Dá para crescer do jeito que Stéphanie sempre diz que é colocar um *Joca* na mão de uma criança do Brasil mantendo esse nível de participação e essas possibilidades, como a de Stéphanie conversar com um pai assinante, uma escola assinante. Vocês conseguem vislumbrar esse crescimento?

SH: Eu consigo imaginar eu falando com um monte de gente. E vai precisar de um monte de Carol. Mas aí a Carol também só tem que falar com gente. Acho que isso é o principal. É aquilo que eu falei. O funcionário pode ser mandado embora por causa disso, essa falta.

MCC: É um crescimento que a gente almeja, que a gente vai chegar lá, um *Joca* na mão de cada criança. É um crescimento que cresce a empresa junto. Então a gente vai tendo mais braços para dar conta de manter esse padrão de relacionamento com eles.

SH: A gente pode ter criança também depois. É que não pode trabalhar [risos].

MCC: É, não, não pode [risos].

SH: Você nunca ligou para o *Joca*, né, Alessandra?

AO: Não.

SH: Se você ligasse para o *Joca*, a secretária eletrônica é feita por criança. “Oi, você ligou para o *Joca*”.

AO: Depois vou testar! Mas pensando agora numa questão mais tecnológica, vocês pensam em usar ou já usam inteligência artificial ou algum tipo de mapeamento para entender as preferências dos leitores?

MCC: Não, não temos nenhuma inteligência artificial.

SH: Inclusive, eu queria pensar direitinho sobre isso. Como que a gente faria essa inteligência artificial se a gente também não quer fazer tudo que as crianças querem? Como seria isso? Porque a gente falou aqui, não adianta a gente colocar só *Maluquice* e palavras cruzadas. A gente pode colocar inteligência artificial com voz de criança e não ser criança trabalhando. Isso me deu uma ideia boa.

MCC: É, não sei.

SH: A gente está muito longe disso [risos].

MCC: Mas acho que demandaria uma análise muito humana, ainda mais lidando com crianças, a partir de qualquer dado coletado por uma inteligência artificial, porque até para fazer pesquisa com as crianças, a gente sempre prefere esse papo com elas, assim olho no olho, dentro do possível. Por que responder questionário do *Google*, por exemplo, em alguns momentos a gente faz, principalmente, com a distância da pandemia, quando precisa coletar algum dado, mas não dá para garantir se é a criança que realmente tá respondendo, quanto ela tá compreendendo aquelas questões do questionário. Fazer pergunta, fazer pesquisa e obter informação de criança é um outro processo.

AO: E o software desenvolvedor do portal de vocês é da própria editora *Magia de Ler* ou é terceirizado?

MCC: A gente tem uma equipe de TI que nos apoia. A gente usa o *WordPress* para publicar. Mas tem uma equipe de TI que nos apoia e uma pessoa chamada Sabrina, que é quem resolve todos os perrengues tecnológicos [risos].

SH: É, mas é tudo nosso.

AO: **Já houve alguma limitação do portal, das opções do software, para algo que vocês gostariam de fazer e não conseguiram? Ou alguma outra questão tecnológica que tenha emperrado vocês?**

MCC: A gente tem um crescimento gradual e contínuo dessa questão do site. O site foi reformulado no fim de 2019 e a gente está sempre de olho para que ele cresça um pouquinho, mas não são coisas em que a gente quer abraçar o mundo tecnológico e perder essa essência, que é o que a gente está falando aqui, sabe? O nosso olhar está sempre muito para essa essência do *Joca* e para o crescimento do site, uma coisa orgânica, paulatina, ir tateando para sentir como é que funciona, como é que não funciona.

SH: Mas seus pedidos sempre foram todos realizados, vai, Carol?

MCC: Sempre, sempre, sempre.

SH: Sempre realizado. E todo mês a gente tem coisa nova! Agora a gente está fazendo o *Joca* interativo. Nossa, não para. Então não é que a gente fica parado.

MCC: Talvez a percepção de quem acompanha o site do *Joca* seja mais sutil porque não é uma coisa que a gente faz assim “agora a gente tem 50 mil novidades de uma vez” e a gente não dar conta de fazer nada.

APÊNDICE K. Transcrição na íntegra da entrevista com o editor de conteúdo do *Joca*, Felipe Sali

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, São Paulo – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 15 de outubro de 2021

Alessandra Oliveira: Primeiro, gostaria que você relatasse como é a sua rotina e suas funções no *Joca*, destacando nesse relato como é que a participação de leitores faz parte dela, como é que a participação perpassa suas funções.

Felipe Sali: Eu sou editor de conteúdo no *Joca*, então eu produzo conteúdo para o jornal, edito reportagens para o jornal, mas a maior parte do meu tempo é de produzir conteúdo e editar para o site, reportagens em textos para o site, vídeos para o nosso canal no *YouTube*, *podcasts* para o nosso *Spotify*, vídeos para o *Instagram*... qualquer conteúdo digital, sou eu que estou administrando. De participação do leitor, temos comentários em todas essas plataformas. Eu faço o gerenciamento dos comentários no site de todas as postagens; o que as crianças falam, faço uma moderação, respondo. No *YouTube*, nós não permitimos comentários porque a função de vídeos para crianças no *YouTube* é bloqueada para comentários e no *Instagram* nossa comunicação é direto com os pais porque, teoricamente, menores de 13 anos não deveriam estar no *Instagram*, nas redes sociais, então nós seguimos à risca esse modelo. Então a comunicação direta com as crianças que eu faço no meu dia a dia é de moderação de comentários e, eventualmente, respondendo e-mails com dúvidas que chegam para a área de conteúdo. Normalmente, quem cuida disso é a Helena, que responde os e-mails, mas quando tem alguma relação com a área de conteúdo, com o site, ela encaminha para mim e eu respondo para ela. Também temos o *Espaço do Leitor* no portal, que é um espaço dedicado para produção de conteúdo das crianças, dos leitores, para o *Joca*. Eles enviam resenhas de filmes e livros que eles fazem, produção de textos, desenhos, vídeos, qualquer coisa que tiverem com vontade de fazer, eles podem produzir, enviar para nós, que vai entrar no *Espaço do Leitor* no site do *Joca*.

AO: Quanto tempo você dedica à moderação e resposta dos comentários?

FS: Em média, duas horas.

AO: Todos os dias?

FS: Normalmente, sim.

AO: Você já trabalhou em outras redações de jornal?

FS: Já trabalhei com revistas. Já trabalhei com a revista *Mundo Estranho*, fui freelancer *Superinteressante*, da editora *Abril*, trabalhei com jornais locais, rádio local, quando morava em Praia Grande, no litoral paulista, foi mais nessa área.

AO: E nesses outros locais tinha essa coisa da participação no dia a dia? Quando você chegou no *Joca*, como é que você captou essa cultura de dar atenção à participação do leitor? Como isso foi passado para você?

FS: É, eu já tinha um contato com isso na *Mundo Estranho*. Eu respondia comentários nas redes sociais, respondia e-mail e foi mais para esse lado. Então quando cheguei no *Joca* foi tudo muito orgânico, com um cuidado extra de ter a noção do que estamos sempre nos comunicando com crianças, então tem essa ideia de que nenhuma pergunta que a criança enviou é uma pergunta boba porque são todas parte do processo de educação dessa criança, então responder todas com cuidado; entender quais assuntos devem ser tratados, quais não devem ser tratados, quando devemos encaminhar isso para o professor. A única parte que eu precisei foi adaptar para poder entender aonde os comentários, interagir com os leitores, se enquadra nesse projeto pedagógico.

AO: Sobre a moderação dos comentários, quando é que você não deixa um comentário ser publicado? O que que não pode ter de jeito nenhum?

FS: Xingamentos, que acontece bastante, palavrão. Teorias da Conspiração, que é comprovadamente falsa, *fake news*, nós não colocamos também. É mais para esse lado. É muito mais raro. A maioria dos comentários são aprovados. Poucos comentários são rejeitados durante um tempo, nós rejeitávamos os comentários que não tinham o nome da criança, mas resolvemos deixar isso de lado porque existe uma cultura da criança colocar *nicks* diferentes, nomes diferentes, para comentar. Nós percebemos que isso faz parte da cultura de comunicação e que não é questão de bloquear isso, de recusar o comentário por causa disso. Então é mais questão de boas práticas, não ter discurso de ódio e nem *fake news*.

AO: E sobre os comentários que você responde. Como é que você filtra os que não podem ficar sem resposta, quais você só vai curtir, dependendo da rede social?

FS: Normalmente, eles enviam muitas perguntas mesmo. Então nós respondemos quando é uma pergunta direta. Muitas vezes eles podem ler o texto e ficou com uma dúvida, e aí eles comentam, normalmente nós respondemos, ou quando eles fazem um comentário que, pelo comentário, percebe-se que eles não entenderam exatamente o que estava escrito no texto. Aí existe uma resposta, que é uma correção educada, conversando sobre esse sentido. Normalmente é isso. Os comentários de “gostei” e tal, nós só deixamos lá.

AO: Agora, você falou que o *Youtube Kids* não permite os comentários, mas tem alguns vídeos que tem comentários, como os da *TV Joca*. Se não me engano, todos têm comentários abertos e muitos de crianças. Alguns são respondidos pelo *Joca* e outros não. No caso desses que são respondidos, seria você o responsável?

FS: É que esses vídeos são antigos, os que tem comentários liberados. Aí nós não respondemos mais, mas eles estão lá. Tem uma equipe de redes sociais que pode responder também eventualmente, que é a Sabrina e a Milena. Mas já faz algum tempo que os vídeos não têm área de comentário liberado, não quando é vídeo para professora, vídeo para educador.

AO: Sobre o tom que das respostas, existe algum tipo de manual no *Joca*, uma persona que o *Joca* tem que assumir na hora de conversar com as crianças ou vai muito do cuidado de cada pessoa na hora de responder pensando nesse viés pedagógico que você falou?

FS: É, vai muito do cuidado de cada pessoa. Nós entendemos que precisamos ser educados, ter um texto claro, um texto preciso, um texto rápido de entender e sempre contextualizando o que estamos falando. Mas, normalmente, são respostas rápidas assim, que resolve a dúvida do leitor ou, quando necessário, mostra o e-mail para qual ela pode enviar para ganhar uma resposta em outro sentido, uma sugestão de pauta para jornal.

AO: Queria que me falasse como seria o processo de um comentário de um leitor ou leitora, uma ideia, virar pauta no jornal.

FS: Ah, acontece o tempo todo. Eles enviam e-mail muitas vezes pedindo pauta, muitas vezes no site eles tão comentando pedindo uma pauta. Nós também tentamos prestar atenção às tendências porque às vezes aparecem três, quatro comentários pedindo a mesma pauta, aí normalmente isso vai para a reunião de pauta. Nós conversamos e decidimos se vai entrar ou não no jornal ou no site. Então acontece o tempo todo. É lógico que, assim, eles pedem muita pauta de *videogame*, esse tipo de coisa, que nós nem sempre podemos atender. Quando podemos, nós atendemos, mas nem sempre. O caminho é esse: normalmente nós recebemos uma sugestão, vemos a tendência, ela entra na nossa ata da reunião de pauta, está lá nos assuntos que vamos tratar, aí nós conversamos sobre isso e decidimos entre nós do jornalismo se vai entrar ou não.

AO: Nesses casos, a criança que deu a ideia recebeu alguma resposta do *Joca*? Ou ela precisa acompanhar o jornal para saber se a ideia dela virou pauta?

FS: É, normalmente recebe uma resposta sim.

AO: Agora queria falar sobre os seus dois programas, o *Joquices* e o *Papo Joca*. Sobre o *Joquices*, o primeiro episódio que eu identifiquei no *Youtube*, você responde um conjunto de perguntas de alunos de um colégio de São Paulo. Queria saber se o *Joquices* nasceu a partir dessas perguntas que você recebeu, você falou “ah, vou criar aqui um programa para responder” ou você já tinha uma ideia de criar um programa assim e casou de receber essas perguntas. Como foi esse início?

FS: Nós sempre estamos conversando sobre novas formas de interagir com as crianças, de criar conteúdo para elas. Então o *Joquices* foi criado nesse sentido e as perguntas que nós recebemos, nós decidimos que seria legal virar uma pauta do *Joquices*. Foi a primeira ideia do *Joquices*, a ideia de responder essas perguntas. Isso vai acontecer eventualmente, alguma coisa que as crianças mandam e pode virar pauta.

AO: Então hoje os temas são escolhidos um pouco pelo *Joca*, outras vezes a ideia vem das crianças, às vezes vocês decidem o tema e pedem perguntas...? Como é a produção de pauta do *Joquices*?

FS: É bem misto. Nós estamos sempre conversando e aí depende da nossa conversa. Normalmente é uma ideia que surgiu de nós porque, muitas vezes, é algo que queremos mostrar para elas que elas vão necessariamente estão pedindo porque não conhecem esse assunto, mas sempre que pedem algum tema para o *Joquices*, ele está lá para ser discutido a possibilidade de criar esse vídeo

AO: No *Papo Joca* acontece dessa mesma forma em relação às temáticas?

FS: O *Papo Joca* tem um padrão de nós decidirmos a pauta. Não são notícias, são conversas, bate-papo mesmo. Aí sempre que nós decidimos a pauta, entramos em contato com algumas escolas, com algumas crianças, para elas falarem a sua opinião sobre este assunto. Então todo *podcast* tem, pelo menos, uma criança falando, dando a visão dela, sobre os assuntos que nós vamos conversar.

AO: Por que vocês não trazem a criança para o bate-papo em si, ao vivo, ao invés de fazer esse caminho de pedir antes a participação dela?

FS: Nós já fizemos bastante isso do bate-papo, principalmente, na época que nós estávamos fazendo *lives*, mas tem uma questão prática de tempo de produção de conteúdo, que nós precisamos respeitar o tempo da criança, ela tem a aula, tem a lição de casa que tem que fazer, tem os horários certos. Isso ia inviabilizar que o programa acontecesse sempre na periodicidade que está acontecendo. Mas nada impede que aconteçam episódios pontuais em que crianças vão participar.

AO: Sobre as mensagens de leitores, você percebe algum padrão demográfico?

FS: Demográfico, é complicado dizer. O que posso te dizer, por exemplo, é que sempre que tem reportagem sobre meio ambiente, natureza, por exemplo, sempre vai ter um engajamento alto de comentários, as crianças sempre vão comentar bastante porque parece que tem dentro da geração delas essa preocupação geracional com o meio ambiente, que é algo que não contamos com tanta força adolescente e no adulto. Então sempre que tem algo sobre queimadas ou desmatamento, vamos ter muitos comentários e vão ser comentários quentes. Eles tão lá bravos, comentando sobre isso, falando sobre

isso. Quando tem assuntos como *Pokémon*, [a banda] *Now United*, também vai ter um grande número de comentários deles dando opiniões sobre isso, conversando sobre esse tema. Eles têm dentro do site a possibilidade de responder um ao outro, então isso acontece, iniciam um diálogo dentro disso. Mas é difícil dizer [do ponto de vista demográfico] porque a maioria dos comentários, eu posso tentar interferir qual é a idade daquela criança, de onde ela é, pelo comentário, mas não tenho o registro disso porque desde que nós entramos em *home office*, as escolas fizeram EAD [Ensino à Distância], nós tiramos a obrigatoriedade de você estar cadastrado no site para conseguir comentar porque tinha criança por conta própria ou com os pais que não conseguia fazer esse cadastro. Então você só coloca o nome e comenta. Você pode colocar, às vezes, nem o seu nome; colocar um nome qualquer e comentar. Então é difícil falar qual é a idade, a gente percebe isso, quais são os assuntos que nós sabemos que vão ter mais comentários, então, assuntos de tecnologia também temos muitos comentários. Temos uma coluna chamada *Dúvida Animal*, que é o maior *hit* do site. O tempo todo eles enviam perguntas para o nosso biólogo responder e chega, assim... de longe é o maior número de sugestão de pauta que nós recebemos porque eles mandam dez perguntas, cinco perguntas por dia. É muito maluco. Então eu entendo quais são os assuntos que vão trazer mais comentários, isso a gente consegue perceber.

AO: Quando esses assuntos são publicados no jornal ou no portal vocês também acabam recebendo muitas mensagens no e-mail, além dos comentários no portal?

FS: Também se reflete no e-mail sim.

AO: Ok. Na hora de vocês convidarem alguém para participar do *Papo Joca*, por exemplo, vocês costumam ir pelas escolas ou tem leitores participantes que vocês já sabem “fulano vai fazer bem de tal coisa, gosta disso ou aquilo”?

FS: É pelas escolas normalmente. É claro que tem algumas crianças que nós já sabemos, assim, “ah, se vamos falar de dinossauro, tem que chamar o Murilo, que é o leitor que sabe tudo de dinossauro com 10 anos de idade”. Mas normalmente são as escolas. Nós nem conversamos direto com as crianças, normalmente nós falamos com o professor ou com o coordenador, que entra em contato com as crianças e coleta esses depoimentos.

AO: E como a pandemia alterou isso, se alterou, essa rotina?

FS: O que aconteceu na pandemia é que os professores encontraram no *Joca* uma solução para fazer aulas online mais interessantes, então o tráfego do site aumentou bastante, o número de comentários aumentou bastante. Essa foi a maior diferença que a pandemia trouxe. Foi algo quatro vezes maior, às vezes mais, eu sou ruim de matemática, mas foi uma audiência muito maior do que o normal.

APÊNDICE L. Transcrição na íntegra da entrevista com a jornalista do *Joca*, Helena Rinaldi

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, São Paulo – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 21 de outubro de 2021

Alessandra Oliveira: Primeiro gostaria que você relatasse, de forma geral, como é a sua rotina e suas funções no *Joca*, destacando nesse relato como é que a participação de leitores faz parte dela, como está presente nessas suas funções.

Helena Rinaldi: Bom, eu entrei no *Joca* em 2019 como estagiária e desde o começo deste ano [2021], desde janeiro, eu sou repórter. Uma função que sempre foi minha foi escrever as notas do site, então todos os dias a gente posta uma notícia, o que está mais quente naquele dia. Eu também faço especiais para o site e escrevo para o jornal em todas as seções, as editorias que a gente tem. Desde o começo desse ano, quando virei repórter, comecei a cuidar também dos e-mails que chegam na caixa do *Joca*. Todo mundo da nossa equipe tem e-mail, por exemplo, o meu é helena@magiadeler.com.br, a Carol também tem o dela, o Felipe, que é editor de conteúdo, tem o dele, mas a gente tem um que é da redação, é o joca@magiadeler.com.br. Esse e-mail sou eu que respondo. Isso é uma coisa que eu faço desde janeiro. Outra função que também assumi é o *Canal Aberto*, que é uma parte do *Joca* que um leitor manda uma pergunta, mas uma pergunta que é um sentimento que ele tem. Por exemplo, a dessa próxima edição, um leitor tinha falado que ele estava muito ansioso porque ele ia ganhar um presente muito legal de Dia das Crianças, mas ele não sabia o que era e não estava conseguindo lidar com essa ansiedade. Daí a gente traz respostas de algumas crianças e de uma psicóloga também. Nessa mesma página, a gente tem outra seção, que é “*O que você faria se...*”, que é nesse mesmo modelo, um leitor manda para gente, mas aí já é uma coisa mais imaginativa, “o que que você faria se você fosse invento”, “o que você faria se fosse a última pessoa do mundo”. Aí os leitores também respondem isso. Esse não tem uma psicóloga porque é uma coisa mais imaginativa, não envolve tantos sentimentos. Aí sou eu que faço. Então como é que a gente faz isso? A gente sempre deixa um recadinho... agora a gente está fazendo edição 179. Na 178, a gente já falou que a pergunta da 179 ia ser essa do Dia das Crianças. Aí a gente coloca o e-mail [joca@magiadeler](mailto:joca@magiadeler.com.br), da redação, para as crianças mandarem as respostas. A gente recebe muitas respostas de crianças de escolas. A gente percebe esse padrão porque a gente recebe, sei lá, fulano@nomedaescola e a gente sabe que são todos da mesma escola, às vezes eles se apresentam e falam ou chegam vários na mesma tarde, sabe? Então a gente sabe que foi uma professora que provavelmente fez uma atividade e pediu para eles responderem. Mas também como a gente nunca sabe quantos vão chegar... Tem uma escola que sempre responde, por exemplo, e a gente não quer colocar só dessa escola, a gente quer dar a chance para outros leitores também responderem, então a gente monta um formulário com as perguntas e aí o nosso Comercial repassa para uma escola. Cada vez, é uma escola. Aí essa escola responde. A gente precisa de cinco respostas para o *Canal Aberto*, cinco respostas para “*O que você faria se...*”. Já aconteceu

de a gente receber, sei lá, três para cada, que a escola mandou. Não é suficiente. Então a gente pega desses que recebeu no e-mail. Se tiver alguma dúvida, pode me falar, tá?

AO: Tá tudo ótimo até agora [risos].

HR: Tá bom [risos]. Bom, mas o que acontece também é que, assim, as crianças sempre querem se ver no jornal, então a gente sempre publica as respostas ou no impresso ou no site. As que não foram para o impresso, a gente faz um post e coloca “Canal Aberto, edição 179. Veja as respostas dos nossos leitores”. A gente nunca coloca quem saiu no impresso, nunca vai para o site também porque é uma forma de não ficar como se uma resposta tivesse valido mais que a outra. A gente coloca tudo. Lógico que tem casos, umas respostas que, por exemplo, ferem os direitos humanos, a gente já não coloca. Isso já é uma questão um pouco mais complexa. Bom, é basicamente isso. Como isso interfere no meu dia a dia? Um pouco complexo porque tem vezes, como eu falei, a gente recebe seis respostas ao todo, mas tem vezes que a gente recebe 800 respostas.

AO: Oitocentas mesmo? Esse é um número que já aconteceu?

HR: Já aconteceu. Acho que eram, na verdade, 700 e alguma coisa, mas eram muitas respostas. Aí eu fiquei dias para... assim, tem todas as demandas do jornal. Isso não é uma prioridade. A gente tenta colocar as respostas que não entraram no jornal na semana depois do fechamento, que a gente tenta subir no site. Mas tem vezes que são 800 respostas, aí não dá, tem que ir diluindo na rotina porque a prioridade é fechar o jornal, dar notas todos os dias no site. Às vezes eu preciso pedir ajuda de alguém, quanto está muito impossível. Mas sempre que o leitor manda alguma coisa, a gente coloca.

AO: Em algum lugar, né?

HR: É. De novo, aquela coisa. Se é um comentário racista, a gente não vai colocar, lógico. Mas, dentro da normalidade, a gente sempre faz com que eles participem. Ah, outra coisa que a gente recebe bastante é carta dos leitores. Muitas mandam independente, “ah, li essa matéria”. A gente fez uma matéria sobre *videogame* que eles adoraram, que na China eles tão restringindo o horário que as crianças podem jogar online, e os leitores ficaram muito chocados com isso. Já faz uns dois, três meses e a gente recebe um monte de e-mail até hoje deles falando. Porque também, às vezes, o *Joca* chega um pouco mais tarde para eles. Também depende muito de quando os professores vão querer usar esse material em alguns casos. Acho que é por isso também que a gente está recebendo um pouco agora. Carta do leitor é uma coisa que a gente recebe muito de leitor que realmente quer falar a opinião, quer falar “gostei muito disso”, “escrevam mais sobre isso”, “quero ouvir, quero ler mais sobre esportes”, “quero ler mais sobre roupa”. Eles realmente falam o que eles querem ver no jornal e opinam sobre as matérias. Mas a gente também recebe várias cartas do leitor de escolas, não de escola a instituição, mas professoras que fizeram com os alunos, leram a reportagem, aí a turma inteira está mandando o que que eles acharam. Também acontece mais ou menos que nem o *Canal Aberto*, que a gente recebe várias de

uma mesma turma. Por exemplo, é o que costuma acontecer, eles estão estudando o gênero carta, aí eles mandam para a gente muitas cartas do leitor. A gente sempre agradece, oferece de publicar no site. Alguns, assim, é muito muito raro, mas alguns falam que não querem, provavelmente, os pais preferem que não se exponha. E outros, tipo 99,9% dos casos, falam que sim. Aí a gente publica. Mas como a gente tem uma fila muito grande, demora um pouco, às vezes eles ficam um pouco impacientes, mas é o que dá para fazer. No final do ano, por exemplo, a gente tem essa edição do jornal que a gente está fechando e mais uma edição, depois o *Joca* entra de férias. A gente tem uma super filas de cartas, aí eu já estou mandando perguntando se eles querem esperar a carta ser publicada no ano que vem ou se preferem que a gente suba no site, que também é uma alternativa. Ah, outra coisa dos leitores que eu estou lembrando agora. Desculpa tô falando demais, mas tô tentando lembrar de tudo que possa te ajudar.

AO: Não, pode continuar [risos].

HR: A gente também recebe algumas produções, tipo “ah, *Joca*, vi um filme e fiz uma resenha. Vê o que você acha. Se você quiser publicar, eu quero”. Aí a gente publica as resenhas deles no jornal ou, às vezes....se é uma coisa tipo “ah, fiz um texto sobre uma coisa que eu estava pensando aqui”, sei lá, “hoje eu fiquei pensando sobre homofobia e quis escrever sobre homofobia”, aí com a gente não tem uma seção de produção dos leitores, assim, produções aleatórias, a gente tem resenha, sempre publica resenha, mas produções aleatórias não, então a gente publica num espaço do site que a gente chama de *Espaço do Leitor*, que são várias produções. Não tem muito filtro, só aquele filtro clássico de não ofender ninguém, não ferir direitos humanos, e a gente está sempre publicando as coisas que eles mandam para a gente.

AO: Agora tenho várias perguntas a partir daí [risos]. Vocês sempre perguntam antes de publicar qualquer coisa no site? Inclusive, por exemplo, quando você publica o tema do *Canal Aberto* da semana que vem, se a pessoa mandou uma resposta a partir daí, ela já meio que sabe que vai ser publicada, sabe dessa intenção. Ainda assim você pergunta se pode publicar?

HR: No *Canal Aberto*, a gente nunca coloca o sobrenome da criança, Se, por exemplo, você, você não é uma criança, mas a gente colocaria Alessandra O. É uma conversa que a gente já teve bastante com o nosso advogado, inclusive, que a gente precisa de autorização. A gente tem uma autorização quando as crianças participam do jornal, no impresso ou do site, que elas dão depoimento. Mas quando é uma perguntinha, tipo “o que você faria se você fosse um inventor” e a criança responde “faria uma máquina do tempo”, não é algo que a gente estaria se apropriando intelectualmente de uma coisa que a criança pensou. Então a gente publica mesmo assim. Quando é carta, eu sempre pergunto porque aí realmente foi uma produção. Mas eu aviso. Por exemplo, quando uma criança manda uma pergunta para o *Canal Aberto*, eu falo “ah muito obrigada. Vamos publicar assim que possível”. Aí, geralmente, eles respondem “legal, obrigado”. Mas

quando é assim, a gente sempre avisa, mas nem sempre pergunta quando é uma respostinha, resposta de *Canal Aberto*, a gente não precisa.

AO: Essa rotina que você tem de responder, dizer “ah, vai ser publicada” e tal, mesmo no *Canal Aberto*, essa foi uma coisa que passaram para você quando você entrou no Joca, “é assim que você tem que fazer, Helena”. Ou esse modo foi algo que você mesma foi aprimorando? E sobre as respostas que você dá para as crianças, você recebeu algum tipo de orientação da empresa?

HR: Antes quem respondia os e-mails da caixa era Joana, que é outra repórter. Quando eu assumi, ela me falou “olha, a gente responde todos os e-mails das crianças. A gente só não responde quando é release, assessoria, porque senão a gente vai passar o dia inteiro respondendo, mas sempre responde criança”. Isso me passaram. Aí ela me passou, não um modelo, mas ela falou quando, por exemplo, alguém falando que quer renovar assinatura mandou para o e-mail da redação, isso não é gente que cuida, então eu envio para o Atendimento. Ela me falou “isso você encaminha para tal pessoa”, quando é pedido para publicar, você agradece e faz isso. Nunca tive um modelo, mas eu recebi uma orientação do que, mais ou menos, tinha que estar em cada resposta.

AO: Ok. E em uma rotina normal, fora esses casos de 800, 700 respostas, em uma semana normal de trabalho, quantas horas por dia você gasta nesse processo só de participação, de responder, de ler os e-mails?

HR: Varia bastante, mas geralmente eu reservo meia hora por dia para responder os e-mails da caixa. O *Canal Aberto* é uma das últimas coisas que eu faço no fechamento. Aí para separar todas as respostas, reservo uma hora e meia. Para subir no site, é mais porque a gente deve receber uma média umas 150 respostas, então tem que ficar lendo tudo...

AO: 150 respostas a cada 15 dias, não é?

HR: A cada 15 dias, isso. Isso deve durar umas 3 horas para fazer porque tem que editar cada resposta. Às vezes eles mandam com um errinho ortográfico, a gente arruma. Então, todo dia, uma meia hora. Para fazer o *Canal Aberto*, mais ou menos uma hora e meia e para depois passar para o site, deve ser umas 3 horas. Isso na quinzena.

AO: Uma dúvida que eu fiquei de uma fala anterior. Quando você fala de cartas de leitores, você está se referindo ao modelo de texto, mas você recebe pelo e-mail, né? Ou vocês recebem muitas cartas físicas também?

HR: Assim, a gente não está mais indo no escritório. Pelo menos, o pessoal da redação, ninguém está indo. A Carol vai uma vez ou outra, mas é mais quando tem reunião. Então não me foi passado nenhuma carta que chegou por correspondência mesmo de dos leitores. A gente tem alguns projetos paralelos, a gente estava enviando cartinhas para Roraima, aí chega. Mas de leitor é só e-mail.

AO: Você também não responde no site ou no *YouTube* e outras redes sociais, né?

HR: Eu não, mas o Felipe, que editor do site, responde os comentários do site. Ele não responde todos, mas quando alguém tem uma pergunta, ele sempre responde. E a gente tem uma equipe de *marketing*, que é a Milena e a Sabrina, e elas acho que elas seguem esse mesmo modelo nas redes sociais e no *YouTube*. Quando alguém faz uma pergunta, um comentário que exige alguma resposta nossa, ela sempre responde. Às vezes, por exemplo, se alguém faz uma crítica nas redes sociais sobre o nosso conteúdo, elas encaminham para a gente e a gente da redação pensa em uma resposta, aí elas postam.

AO: Outra que também anotei aqui. Quando as crianças mandam mensagens, geralmente, como é que elas se referem ao *Joca*? Teve uma hora que você falou como se elas chamassem o *Joca* pelo nome *Joca*. Então, geralmente, elas chamam de *Joca* mesmo ou pelo nome de alguém da redação?

HR: Elas chamam de *Joca* geralmente. Elas falam “oi, *Joca*, fiz essa cartinha”. Tem alguns que devem ter feito na escola e aí é “prezados editores”. Varia, mas 95% dos casos, eles chamam de *Joca*, como se fosse o mascote do *Joca* que estivesse respondendo.

AO: E quando você assina a resposta, você assina como Helena ou com nome *Joca*?

HR: Eu assino como Helena para eles saberem que é alguém da redação que está falando com eles mesmo. Antes eu assinava só Helena, depois comecei a colocar minha assinatura do meu e-mail normal porque acho que é legal eles verem “olha, alguém da redação tá falando comigo”, sabe? Não é uma pessoa que está lá só para mandar umas respostas. Já chegaram a perguntar “o *Joca* manda resposta automática?”. Eu falei “não, sou eu que tô respondendo mesmo”. Eles falaram “nossa, que legal! Não achei que alguém que faz o *Joca* que ia me responder”. Então eu assino com meu nome mesmo.

AO: Dessas mensagens que você recebe, o que te faz levar uma dessas ideias para a reunião de pauta? Como você faz esse filtro das pautas especificamente?

HR: No comecinho, quando entrei, ainda não cuidava da caixa, mas recebia por e-mail algumas coisas de assessoria. Tem gente sem noção que manda mensagem para gente tipo “design de sobancelhas”. É uma pauta que nunca vai aparecer no *Joca*. Mas quando é alguma coisa que “talvez não seja legal, acho que não é, mas existe uma possibilidade de ser”, aí eu encaminho. Porque a gente acaba tendo muitas sugestões, vai que alguém tem uma ideia a partir disso? Hoje em dia, para mim, já é mais fácil fazer isso porque eu já estou há quase três anos trabalhando no *Joca*, então já sei o que interessa mais o nosso leitor, o que é mais o nosso perfil. Mas eu mando pouquíssima coisa que chega porque tem muita coisa de assessoria e que realmente não tem nada a ver com nosso leitor.

AO: Você falou que meio que construiu sozinha a forma como você responde os e-mails, você recebeu somente aquela orientação de Joana. Mas o que você leva em consideração na hora de escrever as respostas? Tem algo sobre o tom ou sobre o conteúdo que você só escreve de determinada maneira? Uma espécie de personagem somente para responder as crianças.

HR: Sim, com certeza. Primeiro eu via os e-mails que a Joana mandava como resposta e ela era sempre muito “oi, fulaninho, tudo bem?”, e aí elogiava. Então sempre que eles mandam uma resenha, a gente sempre elogia, mesmo quando a gente fala “ixe, tá muito ruim”, a gente fala “muito obrigada, tenho algumas sugestões para sua resenha ficar ainda mais completa. O que você acha?”. A gente manda sugestões do tipo “faça isso”, “coloca uma sinopse”, sempre encorajando o leitor. No final a gente sempre responde com abraços porque é bem nada a ver falar “atenciosamente” para uma criança. Então é um tom mais adaptado e sempre tentando ser absurdamente simpática.

AO: Agora, sobre os momentos de apuração e escrita de uma reportagem. Quando você está fazendo uma reportagem para o *Joca*, como você pensa a inclusão da criança nessa matéria? Se for ter, isso já sai da reunião de pauta orientado? Porque nem toda matéria do *Joca* ouve crianças. Então, como é essa orientação e como isso se dá no dia a dia da apuração?

HR: A gente tenta ao máximo. Já é uma coisa que está na nossa cabeça sempre. Sempre que é alguma coisa internacional, a gente pensa “seria muito legal ter”. Por exemplo, a gente está falando das Ilhas Canárias, então seria muito legal ter um depoimento de uma criança das Ilhas Canárias. Isso a gente já define na reunião. Se a gente está falando sobre o retorno das aulas presenciais nas escolas, que estamos fazendo para essa edição, a gente se dividiu e estamos fazendo uma apuração sobre como está o retorno às aulas presenciais em cada estado. Nesse caso, a gente quer ouvir as crianças porque é muito pragmático você falar “estado ‘x’ vai voltar dia ‘x’, estado ‘y’ vai voltar dia ‘y’”, então isso já foi passado na reunião de pauta. Eu estou fazendo a apuração do Norte, então uma criança do Norte vai me falar sobre o que ela tá achando do retorno.

[Interrupção externa]

HR: Então, sobre a apuração. A gente fala bastante na reunião de pauta, mas a Carol não pode pedir para a gente ter opinião dos leitores em todas as matérias porque a gente realmente não vai dar conta. Mas sempre que é possível... Isso está até nas minhas metas. A gente tem umas metas que cada um define e nas minhas é que eu quero trazer mais depoimentos de leitores. Então é uma coisa que a gente já pensa na reunião de pauta, mas a gente tenta aplicar ainda mais no dia a dia.

AO: E no caso de você ter uma pauta que você acha que cabe e que vai dar para colocar uma criança, como é que você entra em contato com ela? Pelas escolas? Ou tem algum pai que você já tem o contato?

HR: Os que a gente tem mais garantia são os que a gente já conhece, então eles sempre ficam de plano B, mas, para não ser sempre as mesmas pessoas, a gente tem algumas assessorias. Por exemplo, tem uma assessoria de imprensa que faz assessoria de várias escolas do Sul. Então eu sei que posso mandar mensagem para uma das assessoras e elas vão falar “sim, eu arrumo uma criança de uma das escolas”. Então não vai ser repetido. A gente também tem uma base dos nossos assinantes, por exemplo, o colégio tal da Bahia assina o *Joca*, aí eu tenho o contato deles, então sei que posso ligar e pedir. Às vezes é um pouco mais difícil porque não tem aquela intimidade que eu tenho com a assessoria que já conheço, já peço uma coisa, que sabe como funciona o esquema. Às vezes é um pouco mais, assim, enrolado mesmo. Aí a gente sempre tem... agora, por exemplo, eu estou tentando falar com uma pessoa do Norte. A escola parou de me responder. Eu tenho vários contatos de crianças que já foram entrevistadas pelo *Joca* e moram no Norte que eu sei que, tipo, amanhã, que é o dia que eu preciso entregar a matéria, se a escola não me responder, eu posso mandar mensagem e falar “por favor, responde aqui para a gente e você vai sair no jornal”. É um mix.

AO: Quando são essas crianças que você já conhece, você manda mensagem para ela ou para os pais?

HR: Sempre para os pais primeiro, mas tem pais que são um pouco mais ocupados, passam o contatos dos filhos e falam “já pode ir falando com ele”. Mesmo quando a gente fala só com a criança, sempre tem que ter autorização do pai. A gente tem aquele termo, que foi feito pelo nosso advogado, para liberar o uso da fala da criança, a imagem dela pelo *Joca*, e o pai tem que assinar toda vez. Se eu falei com uma criança mês passado — é um exemplo meio bobo porque a gente nunca vai ter a mesma criança em duas edições seguidas —, mas se eu falei com ela mês passado e vou falar com ela de novo nessa edição, tem que ter duas autorizações. Os pais estão sempre cientes que a gente vai falar com a criança.

AO: Sobre as mensagens que você recebe, você consegue notar algum padrão demográfico, mais meninas ou meninos, mais velhas ou mais, ou algum padrão de conteúdo, os assuntos que mais chegam?

HR: O que a gente mais recebe são cartas dos leitores, realmente. É engraçado porque, por exemplo, quem quer participar do *Joca*, geralmente, são mais meninas. Meninas costumam ser um pouco mais proativas. É uma definição meio ruim, mas é o que eu encontrei agora. Mas carta do leitor não, a gente recebe bastante de menino e menina. Uma coisa que eu percebo. Eu vejo muitos meninos falando sobre esportes, sobre *videogame* e sobre animais, que a gente tem uma coluna, toda quarta-feira um biólogo posta um texto sobre animais no site do *Joca*. Ele sempre está respondendo a dúvida de

algum leitor. Geralmente, quem fala sobre isso são os meninos e as meninas respondem muito mais sobre meio ambiente, assuntos gerais. Elas também falam bastante sobre animal, mas acho que os meninos têm mais esse padrão. Sobre idade, realmente bem variado. É mais de 7 a 12 anos. Adolescentes não falam tanto com a gente. Mas, às vezes, acontece de alguém mandar uma carta do leitor e eu avisar que a gente vai publicar, perguntar se eles querem, perguntar a idade e a criança falar “tenho cinco anos”. É muito chocante. Eu penso “meu Deus, essa criança de cinco anos”... Acontece também. Mas realmente não é padrão. Em relação à região, a gente recebe mais de São Paulo. Mas... João Pessoa, assim, chega muito. Não sei se é uma escola que usa muito o *Joca* e as crianças estão muito engajadas, mas geralmente é mais São Paulo e interior do estado de São Paulo.

APÊNDICE M. Transcrição na íntegra da entrevista com a editora-chefe do jornal *Joca*, Maria Carolina Cristianini

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, São Paulo – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 26 de novembro de 2021

Alessandra Oliveira: Hoje vai ser mais uma conversa para tirar dúvidas pontuais que ficaram com o decorrer da pesquisa. Primeiro, queria que você me falasse um pouco melhor como funciona a doação de exemplares do *Joca* para escolas.

Maria Carolina Cristianini: Tem caminhos diferentes. A gente tem campanhas, às vezes, anual. Normalmente, no fim do ano, de pessoas que se interessam em "adotar" uma escola e essa pessoa entra em contato com a gente e fala "quero doar 30 *Joca*'s para uma escola". A gente tem lista de escolas que estão na espera para receber doação que a gente vai acionando por ordem. Ou a pessoa pode indicar. E também tem casos de editais. Ano passado, na pandemia, teve muito disso... a Fundação Lemann abriu um [edital] grande para fornecer conteúdo naquele momento em que as escolas estavam fechadas, de ter apoio. Tem caminhos diferentes, não é um único modelo para doação não.

AO: Mas todos estão "ativos"? Assim, posso colocar que todos são possíveis?

MCC: Sim, todos são possíveis sim.

AO: São muitos produtos do *Joca*, né? Inclusive, que trabalheira para ver tudo [risos] E são produtos variados, cada *podcast* tem uma cara diferente... Queria saber se vocês, na hora de pensar um produto desses, estão querendo atrair um público específico dentro do infantojuvenil ou se vocês querem criar formas diferentes de relação com uma mesma base de crianças e adolescentes que já leem o *Joca*?

MCC: Acho que um pouco das duas coisas porque o leitor do *Joca* é muito mais dinâmico do que um leitor adulto. Uma criança está mais conectada do que qualquer outro ser humano neste momento, já nasce no meio disso, então a gente precisa estar sempre encontrando caminhos diferentes para chegar neles, além do que a gente faz tradicionalmente. Por isso os investimentos mais recentes em *podcast*, em vídeos... Na pandemia a gente se viu muito nesse momento de não estar conseguindo estar tão próximo de eleitor como a gente sempre esteve porque as escolas estavam fechadas, não tinha nem como a gente cogitar ir nas escolas. Foi um processo de o online começar a funcionar, das pessoas realmente se abrirem para *lives*, para encontros fechados online, com turmas inteiras de sala de aula. Até porque os professores estavam entendendo como é que eles iriam dar aula, quem dirá colocar o *Joca* para falar com os leitores. O *podcast Revisteen* já é uma coisa que já estava sendo planejada em 2019, muito antes da pandemia, nesse intuito que eu te falei de estar em caminhos diferentes para chegar nos leitores e também de conquistar mais leitores por meio disso. É um processo de mão dupla, o leitor do jornal

Joca fica sabendo *podcast*, escuta o *podcast* e está mais próximo da gente, e alguém que curte *podcast*, que está procurando algo para escutar e fica sabendo da existência do *Joca* como jornal, como site, e passa a consumir por outro caminho também. Na pandemia a gente começou a investir mais ainda para ter outros caminhos de chegar neles nesse formato online. Então a gente criou o *podcast* da redação, que é o *Papo Joca*, ano passado inteiro a gente fez *lives*, quase sempre semanais, teve a criação de um nova *playlist* na [canal do Youtube] *TV Joca*, que foi o *Joquices*, que é um vídeo mensal que a gente segue fazendo até hoje. O nosso plano é seguir investindo em vídeos, é uma coisa que demanda tempo e investimento financeiro para conseguir fazer de um jeito legal, mas é esse caminho de mão dupla, nunca é só por uma das duas razões, é sempre pelas duas.

AO: Então é uma estratégia que tem dado certo?

MCC: Sim, sim, sim. Tem dado certo.

AO: Eu tive a impressão de que alguns desses produtos tem pouco engajamento. Por exemplo, o *Ler o Mundo com o Joca*, o *Dicas para Professores...* que, pensando bem agora, são os voltados para adultos...

MCC: É. O *Ler o Mundo com o Joca* é para pais. O *Dicas para Professores* são para professores, obviamente, o nome já diz [risos]. É que o engajamento você precisa medir mais pelas mídias sociais do que pelo *YouTube*. Não sei por onde você está indo.

AO: Pelo *YouTube*. Porque pelas redes sociais não têm esses números.

MCC: É, mas você consegue ver os números de visualização de *reels*, de *likes*, que acho que conta menos. Mas tem os números de visualização de *reels*. Você vai ver que a diferença é muito grande do *YouTube* para *Instagram*.

AO: É porque as redes sociais do *Joca* são voltadas para os adultos.

MCC: É, mas falando dos vídeos para educadores e para pais, aí as redes sociais vão ser uma medida melhor que o *Youtube*.

AO: Mas, na verdade, a minha pergunta era se vocês acham que esse engajamento é pequeno de acordo com o número de base que vocês têm de assinantes ou se vocês estão alcançando o público que vocês pretendem alcançar.

MCC: Acho que é um caminho de formiguinha. Uma coisa que eu aprendi desde sempre quando a gente começou nessa vida do jornalista que, além do impresso, começou a ter site e ter outras coisas, é que não existe um *cross* [“cruzamento”, em tradução livre] exato. Você não pode esperar que a mesma quantidade de eleitores do seu impresso vai acessar o seu site, que a mesma quantidade de pessoas que acessam seu site, de pais e professores,

vai ver as redes sociais, vai assistir um vídeo. Esse *cross* que a gente acha que vai acontecer, ele não acontece. A realidade é bem diferente do que a gente espera. Então, não tem como não estar nesses canais. É um local de visibilidade. Hoje em dia quando as pessoas vão procurar uma marca, eu mesma vou no *Instagram*, não vou no *Google* achar o site do lugar. Então a gente precisa ter, mas é um caminho muito gradual, de pouquinho. Porque também ninguém entende muito bem como é que o algoritmo funciona, o que é que você precisa fazer para se posicionar de uma maneira que você vai realmente ser visto. É tentativa e erro e, de tempos em tempos, analisar o que é que funciona, investir naquilo que está funcionando, tentar criar novos caminhos. Mas, assim, não tem como comparar e esperar que a quantidade de professores que usam o *Joca* em sala de aula vai assistir os nossos vídeos de dicas. Isso não vai acontecer.

AO: Alguns talvez até nem conheçam, apesar do trabalho de vocês em divulgar.

MCC: Exatamente.

AO: Agora, sobre as crianças que participam do *Joca*, que produzem conteúdo ou são entrevistadas pelo jornal, essas crianças são as mesmas que participam de outros produtos? Existe esse *cross* das crianças participantes? Ou esse não é o padrão?

MCC: Você quer dizer se as crianças que participam do jornal são as mesmas que participam do *Revisteen*, do *Papo Joca*...

AO: Sim, se elas costumam se repetir muito.

MCC: Não, não necessariamente. A gente sempre busca dar a chance para escolas diferentes trazerem seus estudantes para participar. Então a gente vai muito por esse olhar de "puxa, tal escola faz tempo que não participa". As meninas, que são as repórteres, que cuidam mais disso diretamente, elas têm um controle delas para fazer esse rodízio, para sempre estar chamando escolas diferentes para participar. E mesmo quando é uma mesma escola, se muda o ano, já é uma outra turma de estudantes que está naquela escola, então já são outros participantes. Tem uma diferenciação, às vezes, de idade, de o que é mais adequado para participar de tal assunto. O *Revisteen* é um pouco mais focado no pré-adolescente, então você vai reparar que a participação dos jovens lá é sempre de mais de 12, 13, 14 anos, até, às vezes, alguns adolescentes. No *Joca*, às vezes, a gente tem temas que são mais para o público mais novo. Muitas vezes o *Em Pauta*, por exemplo, que é uma seção mais de comportamento, onde sempre tem depoimento deles, vai encontrar os jovens mais novos participando, as crianças de 8, 7 anos. Então o olhar não está muito para isso de "essa criança participou muito bem, esse é super engajado, tá sempre atrás da gente, então vamos repetir". A gente tem sim um público que é muito participativo, muito engajado, são os nossos parceiros, digamos assim, parceiros mirins, que a gente conta para as coisas mais elaboradas e mais complexas para pegar um jovem leitor para participar do nada. Por exemplo, quinta-feira passada, a gente fez a *live* de 10 anos e aí a

mediadora foi uma leitora, a Rosângela, que é uma leitora muito presente, que está sempre com a gente, que está acostumada e que, uma, ela ia curtir muito fazer aquilo porque ela quer ser jornalista, e dois, ela tinha já as ideias de como é que tudo funcionava. Mas o olhar está sempre muito mais para envolver o máximo possível de eleitores, para eles se sentirem dentro da representatividade, de olharem para o jornal e verem que eles estão ali participando, e ter sempre esse olhar das idades variadas, não estar sempre falando com uma mesma faixa etária já que a gente tem jornal para todos. É por esse caminho.

AO: Foi a Rosângela que me fez pensar nessa pergunta porque já vi ela participando de várias coisas: jornal, *podcast*, uma *live* no ano passado, e agora essa última *live*.

MCC: Sim, sim. É porque ela fala com a gente quase todos os dias, ela tem o *WhatsApp* de todo mundo. E ela faz vídeo, tem canal no *YouTube*, tem *podcast*, ela é muito dedicada.

AO: Agora, esse procedimento, esse comportamento de vocês darem o *WhatsApp* é uma coisa para poucos, né?

MCC: É, para poucos. Senão a gente enlouquece.

AO: É para esse grupinho que você disse que chama para coisas mais complexas.

MCC: É. Esse grupo que a gente precisa conversar mais de perto para participar de alguma coisa. Ao longo do ano passado, a gente foi fazendo as *lives* e nesse processo a gente foi trazendo alguns leitores para participar das *lives* com a gente. Aí esses, que a gente precisa falar e explicar direitinho, a gente passa o *WhatsApp*. Mas todo leitor que vai ser entrevistado, passar o *WhatsApp*, a gente enlouquece, não dá não [risos].

AO: Imagino [risos]. E as campanhas de arrecadação que vocês fazem, como o *Mi Casa, Tu Casa*, muitas vezes eles são abertas a qualquer pessoa, diferente daquele primeiro *Troféu Jovem Leitor*. Geralmente, existe um equilíbrio de não leitor e leitor que participa ou a maioria, geralmente, são os próprios leitores do *Joca*?

MCC: A maioria é leitor porque acaba ficando sabendo da campanha por estar em contato com o *Joca*, mas tem participação também de não leitores ou de escolas que já tiveram contato com o jornal, mas não necessariamente são assinantes constantes. Mas a maioria é sim de pessoas que acompanham e que sabem o que está acontecendo porque tão dentro das nossas redes sociais, acessando o site ou recebendo o jornal em si. E, como esses casos são normalmente mais de solidariedade, a maioria deles — com exceção do prêmio que é uma coisa mais de envolvimento do leitor estar próximo da gente, todos os outros casos são de solidariedade —, então não teria sentido nenhum a gente restringir, exigir assinatura. O *Joca* nasceu com essa alma humanitária. Sempre foi uma coisa muito presente na pauta do jornal, nas ideias da Stéphanie. Então nesses casos o objetivo é que a gente consiga cumprir a nossa meta de envolver o leitor nessa sensação de esperança,

que é uma coisa muito característica do jornalismo infantojuvenil também, de fazer com que a notícia gere uma esperança, gere um movimento positivo, gere um engajamento em prol da sociedade. Isso a gente quer para todos, não só para os eleitores do *Joca*.

AO: Essas divulgações de campanhas, inclusive dos próprios produtos, como os podcasts que nasceram ano passado, vocês colocam nos próprios produtos do *Joca*. Percebo que em um *podcast* vocês chamam para o jornal, por exemplo, e acho que fazem isso muito bem. Mas, fora os próprios produtos, como é essa divulgação?

MCC: Episódio novo de *podcast* ou de vídeo ou qualquer produção de audiovisual que fuja do que é o que a gente faz sempre, vai sempre para as redes sociais, tem sempre divulgação. Tem a nossa equipe de marketing que cuida especificamente disso, que fica de olho nos melhores momentos, melhores dias, quantas vezes repetir, quantas vezes fazer. Tem algumas publicidades pagas no *Google*, dentro do próprio *Instagram*. Porque precisa, né? Não dá para a gente só contar com as chamadas que a gente faz no impresso e o contrário, um vídeo que chama para ler alguma coisa no jornal. Essas divulgações estão em todos os nossos meios. Onde a gente está, está divulgando o que tem de novo.

AO: As enquetes do portal... inclusive respondo várias. Sei que não sou criança [risos].

MCC: Acabei de subir uma para votar na melhor *Maluquices* dos 10 anos do *Joca*.

AO: Ah, aí eu vou ter que ler as edições para poder lembrar.

MCC: No próprio *post* tem os *links* para você ler as selecionadas, então está fácil [risos].

AO: Pronto! Sei que isso até atrapalha os resultados, mas eu sou uma leitora [risos].

MCC: Não, tudo bem [risos].

AO: Mas o que quero saber é se vocês usam essas informações das enquetes... eu percebo que vocês usam para conhecer comportamentos e, como esse das *Maluquices*, para ver uma preferência do público. Mas queria saber se também usam isso como material jornalístico. As respostas dali já entraram em alguma matéria?

MCC: Não. Até porque não tem a... uma palavra bonita que você fala com pesquisa, mas que eu nunca sei falar... "acuracidade". Existe?

AO: Tem sim, mas eu nunca usei [risos].

MCC: Não sei porque me ocorreu essa palavra agora. Mas é porque a gente não tem como ter certeza se foi criança que respondeu, quem é que está atrás do computador respondendo. É muito difícil ter essa certeza e aí usar como material jornalístico, tipo, perguntar opinião sobre, sei lá, urna eletrônica. Estou com isso na cabeça agora porque estou pensando em material de eleições para o ano que vem. Mas não sei se a criança que respondeu, se realmente é a opinião dela. Já é complicado entrevistar criança quando você está ali falando com a criança, né? Para tentar não interferir, não induzir a resposta. E para reproduzir isso, como “os nossos leitores preferem tal coisa”, e usar isso de forma categórica, a gente prefere não. É mais que a gente ter percepções mesmo, e ir ajustando o nosso olhar em relação ao que vem por ali.

AO: Ok. E os conteúdos que vão para o portal somente, que são as notícias diárias, nunca ou quase nunca eles têm crianças como personagens, né? Geralmente são notas. Os personagens que vocês entrevistam são sempre para o impresso?

MCC: Não. Tem materiais exclusivos do site que também têm participação das crianças.

AO: Mas não são as notinhas.

MCC: Não são as notinhas. São matérias mais especiais, que a gente precisa fazer com mais tempo. Dia das Crianças, por exemplo, normalmente tem participação das crianças, alguma entrevista, algum material. Não lembro o que a gente fez esse ano. Esse ano acho que não fizemos porque a divulgação do prêmio era no Dia das Crianças, então nem fazia muito sentido. Mas tem matéria, por exemplo, Dia da Menina; normalmente quando a gente faz matéria sobre isso, a gente entrevista meninas que venham contar alguma coisa, mas não é tudo porque a gente não dá conta de todos os dias estar entrevistando crianças sobre coisas diferentes e também para não ficar uma coisa vazia, sabe? Estou dando uma nota sobre o aumento da Covid na Europa. Um momento em que a Áustria botou todo mundo em confinamento de novo. Aí eu tenho que fazer uma opção: ou eu divulgo isso no quente para o meu leitor ficar sabendo o que está acontecendo ou eu seguro para entrevistar alguma criança da Áustria, que vai levar dois, três, quatro dias para conseguir. Aí não dei a informação. O objetivo do site é mais ter esse quente do momento, aquilo que está acontecendo agora respaldado em um texto de uma maneira que seja entendível para o nosso leitor. Mas tem materiais no site com entrevistas com crianças.

AO: Ok. Esse tempo de resposta que você comentou, acho que eu não perguntei isso a Helena, de dois, três dias, é mais ou menos o tempo que vocês levam para conseguir essas informações ou porque no caso que você citou seria um correspondente internacional e demoraria mais? Qual seria esse tempo de você pedir para uma escola a participação de uma criança até você conseguir a resposta?

MCC: Isso é muito variável. Quando a gente pede via escola, a escola quer o máximo de tempo possível. É muito louco isso porque o ritmo do jornalista é completamente

diferente do ritmo de uma escola. Tem escolas que são mais acostumadas a participar do *Joca* e estão mais envolvidas que em quatro, cinco dias conseguem a resposta. Mas a gente tem também contatos de leitores, que não necessariamente a gente precisa ir via escola; ou a gente pede para escola e a escola passa o contato do pai e da mãe para que a gente peça autorização para falar com leitor; ou aquela velha prática do jornalista de ir no grupo de amigos e falar "queridos, conhece alguém menor de idade que mora no Maranhão?" e aí você corre atrás da pessoa. Com as escolas é sempre um processo um pouco mais namorado, um pouco mais lento porque o professor precisa levar a ideia para a escola, às vezes o nosso contato é o professor, que precisa falar com coordenador para aprovar essa ideia, aí precisa autorizar todo mundo que vai participar com o pai ou com a mãe por escrito, escaneado, tudo bonitinho, e ainda a criança precisa pensar no que ela vai falar. Então leva um tempo sim. Se a gente tem um contato fora a escola, eu diria que em dois dias, três dias está tudo resolvido, mas se é via escola, quatro, cinco dias, e muitas vezes eles pedem até mais para dar conta de fazer.

AO: E o mais comum é via escola, não é isso?

MCC: O mais comum é via escola.

AO: Então não tem nem como não ser quinzenal o jornal.

MCC: É. Se não fosse, a gente teria que pensar em outro método para entrevistar. A gente fazia uma coisa antes, que não pode fazer agora na pandemia, que a gente perguntava para a escola "quer participar?", "ah, quero", "então posso ir aí amanhã?", aí você ia lá amanhã, falava com as crianças, deixava as autorizações lá para os pais receberem em casa e assinarem, depois a escola só tinha que mandar uma foto autorização escaneada. Então era um outro ritmo. A pandemia trouxe algumas vantagens, por exemplo, a gente poder ter autorização assinada digitalmente por um sistema que a gente passou a usar, que nosso jurídico aprovou. Muita gente não tem impressora em casa para poder imprimir o negócio e assinar. Mas a entrevista com a criança ficou um pouco mais demorada.

AO: E lá nas escolas vocês podiam entrevistar mais de um ao mesmo tempo.

MCC: É, você falava "ah, posso ir? Em que turma posso ir?", "ah, vai no quarto ano D amanhã à tarde", então aí você ia lá e fazia.

AO: Agora, tinha uma coisa nisso, que vocês ficavam restritos a São Paulo. Você acha que a pandemia trouxe diversificação do lugar?

MCC: Sim, sim. A gente sempre buscou isso, mas facilitou demais porque as pessoas começaram a ficar mais disponíveis a fazer à distância. A resistência diminuiu e o entendimento da urgência das coisas mudou. Tipo, quando você está no seu trabalho na escola presencial, você não precisa responder o e-mail. Você está ali, vai na sala de tal pessoa que você precisa falar e pronto. Você na sua casa não. Mudou o olhar do professor

e do coordenador pedagógico para isso. Então agilizou um pouco o processo. Mas, mesmo assim, diante de todas as demandas que uma escola tem, muitas vezes eles pedem um prazo para gente que é um pouco maior. Mas tem pautas também que a gente planeja com antecedência para conseguir fazer isso. O *Em Pauta*, que é uma seção mais fria e que sempre, inevitavelmente, tem participação de duas a três crianças, é uma pauta que a gente faz com 10 dias de prazo, nunca é de um dia para o outro.

AO: Uma coisa que tenho observado lendo os impressos do *Joca* é uma repetição da participação de crianças de São Paulo. Como eu não sou daí, logo me chama atenção. Só vi uma vez um grupo de crianças da Bahia. Não estou lendo todas as edições, estou lendo uma amostra, então não sei todo mundo que saiu, mas essa é uma coisa que incomoda. Vocês têm alguma estratégia para diversificar? Tinham antes da pandemia e a pandemia veio como um facilitador? Como vocês enxergam isso?

MCC: A gente sempre teve essa preocupação, é que nem sempre a gente consegue sucesso nesses contatos mais distantes para que consigam nos atender. Mas a gente vem cada vez mais procurando fazer pautas que exijam a participação de leitores de outros locais. Agora, por exemplo, sempre que a gente faz uma pauta sobre qual é a situação da pandemia no Brasil que, por alguma razão, a gente vai falar de todos os estados, a gente tem depoimento de todas as regiões. A última que a gente fez sobre isso... uma de página dupla central... que falava do quê mesmo, Alessandra?

AO: De volta às aulas presenciais?

MCC: Isso, o retorno das aulas presenciais em todos os estados. Ali a gente tem depoimento de criança de todas as regiões. Não vou conseguir ter de todos os estados porque nem cabe. Eu precisaria ter um jornal de dez páginas a mais para fazer isso [risos], mas, pelo menos, um representante de cada região tem ali entrevistado. Então esse olhar está ficando mais apurado e até nas outras matérias, por exemplo, estamos fazendo matéria sobre o Maranhão, onde começou a vacinação com as crianças, vai ter personagem do Maranhão. Teve duas meninas do Maranhão que participaram. E a gente tem escolas muito parceiras no Nordeste, que participam muito também. No próprio Maranhão e na Paraíba. Tem bastante participação de Roraima depois do *Mi Casa, Tu Casa*, quando a gente conseguiu mais contato com pessoas de lá. A gente tem alguns leitores que a gente conhece no Amazonas, que sempre nos ajudam. Teve pauta sobre indígenas na Covid-19, que jovens indígenas foram entrevistados. Então está cada vez mais presente essa diversificação.

AO: Sobre o impresso, aproveitar que chegamos nele, percebi uma virada de formato em 2017, no meio de 2017 mais ou menos. Muita coisa mudou, apareceram coisas novas, acho que o “Correspondente Internacional” começou ali, o *Em Pauta* também começou nessa virada. Queria saber o que aconteceu internamente?

MCC: Eu não estava na equipe nesse momento, eu entrei em 2018. Mas o que eu acredito sempre, que foi uma coisa que a gente fez também de 2019 para 2020, é que a gente não pode ter o mesmo jornal, com a mesma cara por mais de dois, três anos, porque o público mudou e a gente precisa se atualizar e precisa ter referências mais atuais de *layout* e de formatos para não ficar sempre a mesma coisa. Em 2017, teve a edição 100 do *Joca*, que foi um momento de reforma gráfica. Deve ter sido esse momento que você notou a principal alteração. Foi meio que um marco o número 100, "o que é que gente faz agora? Vamos reformatar o jornal porque estamos na edição de número 100". Isso foi novamente... acho que o primeiro com a cara que está agora foi a primeira [edição] de 2020. Você já vai notar que o formato da capa mudou bem, saiu o colorido do topo, ficou branco, e aos poucos a foto foi ganhando a capa toda, com o logo vazado, para que a imagem fique mais em destaque. Dentro você vai notar também mudança, surgimento de seções novas, *Giro pelo Mundo* foi seção nova; *Reportagem Especial*, que a gente usa às vezes de página dupla central foi seção nova. Não foi planejado, mas veio em momento que nos ajudou, na pandemia, da gente ter um espaço maior para falar de coisa mais complexas quando precisasse. Mas o meu olhar para isso, que é um olhar que eu já trazia da [Revista] *Recreio*, é: a gente não pode passar mais de dois, três anos falando com criança com a mesma cara. Não dá. Precisa se atualizar numa velocidade um pouco maior do que os projetos gráficos para adultos, por exemplo.

AO: **Tem uma coisa que permaneceu, apesar de ter diminuído a partir de 2017, que é: muitas vezes a opinião das crianças sobre um tema é colocada no *box* do lado da matéria. Por que não no meio do texto como um personagem que está dando a opinião e também contando um pouco de como isso interfere na vida dele?**

MCC: Faz sentido ele estar no meio da história como personagem, na minha visão, se ele fizer realmente parte da história. No caso que eu acabei de citar da vacinação no Maranhão, que foi lá que começou a vacinar adolescentes, o personagem estava dentro da história, uma menina dando depoimento dentro da história, e um outro destacado como *box*. Agora, se a gente convida uma escola do Rio de Janeiro para comentar o aumento da Covid-19 na Áustria, não faz sentido colocar no meio do texto. Eu acabo desviando, confundindo o texto, deixando o texto mais complexo, mais confuso, "mas o que é que esse depoimento está fazendo aqui no meio dessa história se essas crianças não têm nada a ver com essa história?". Então aí a nossa opção é realmente deixar de lado, como um complemento, como algo que você pode ler realmente separado e deixar claro que aquilo é uma coisa separada, tem a ver por que está comentando aquele assunto, mas não faz parte do assunto em si.

AO: **Também não peguei nenhum exemplo, mas lembro de ter de falar "oxe, isso podia ser um personagem, podia estar lá dentro". Não consegui perceber o ganho.**

MCC: Mesmo no caso dos correspondentes internacionais, às vezes ele vive no país, mas ele não está necessariamente envolvido na história. Aí eu vou criar uma quebra no texto,

dificultar o texto, tornar o texto mais complexo, dar mais volta para fazer aquele *link*, para encaixar aquele depoimento ali, em vez de informar o que eu realmente preciso informar.

AO: Ok. Uma seção que fiquei um pouco em dúvida sobre o funcionamento foi o *Editor Mirim*. Queria saber dos bastidores, como funciona essa visita à redação, e o que “editor” significa. Eles realmente leem a edição e dão opinião sobre ela?

MCC: Funcionava muito sob demanda. A gente sempre oferecia para as escolas ou para alguém que escrevesse para a gente querendo saber quem a gente é. Os leitores têm muita curiosidade de saber quem a gente é, ver a nossa cara, "onde é que vocês trabalham?", e tal. Quando tinha procura, a gente fazia, e existia muita demanda. Uma vez por semana, pelo menos, tinha uma criança na redação. A gente chamava de *Editor Mirim* porque tinha exatamente esse momento de participação. Além de entender como é que a gente faz o jornal, explicar passo a passo, a gente apresentava todo mundo que estivesse presente lá, mostrava o passo a passo de fazer o jornal, quem faz o quê, a gente sempre tinha algum texto ali rolando que precisava ser aprovado, ser lido, então a criança sentava comigo, ou com quem estivesse lá, para ler o texto, dizer se tinha entendido, se achava que o título estava bom, se não estava. Isso acontecia. Por isso o nome *Editor Mirim*. Espero que a gente consiga retornar em breve isso.

AO: Essa era uma coisa que eu pensei também. Se eu fosse uma criança leitora do *Joca na Bahia*, ficaria frustrada de poder ir à redação.

MCC: Mas sabe que aconteceu muito de famílias falarem "tô indo viajar para São Paulo, podemos ir aí?". Acontecia bastante. E sabe o que a gente começou a fazer antes da pandemia também? Encontros virtuais. O auge do encontro era... A escola ligava para a gente do celular, muito capenga ainda. Ninguém sabia que existia o *Zoom* na época, era pelo *WhatsApp*. Aí a gente virava a câmera e mostrava a redação. Eles piravam. Ia na janela, mostrava a vista. Eles amavam. Era uma forma de atender quem estava longe.

AO: Ah! Queria confirmar se entendi certo as entrevistas através das escolas. Vocês pedem para a escola um perfil de aluna ou de turma. Aí eles dão o contato dos pais e vocês entram em contato com as crianças ou as escolas também falam com as crianças e mandam as respostas para vocês?

MCC: Sim. O mais comum é a escola fazer todo o processo. Hoje mais ainda com a LGPD, a questão de proteção de dados. A escola já não podia, hoje pode muito menos, divulgar ou repassar informação pessoal da criança, como telefone do pai, da mãe. Então é mais difícil que isso aconteça. Normalmente, a escola fala "topamos" e a gente diz "olha, só que a gente precisa da autorização de todos assinada por escrito, bonitinho, tudo bem? Você consegue?", "consigo. Vou mandar para os pais". Então normalmente é a escola que organiza. Antes da LGPD, acontecia mais de passar os contatos. Hoje não acontece.

AO: Nesse processo da escola fazer tudo, você não acha que há uma perda jornalística do próprio repórter entrevistar as crianças? Até para fazer uma pergunta que não tinha pensado antes.

MCC: Ah, acho que eu me expressei mal. Isso não quer dizer que a gente não fale com a criança diretamente. Só que a escola vai tratar do processo de chegar no pai para o pai autorizar. Mas muitas vezes acontece de pegar o telefone e a criança falar com a gente ou da criança mandar um áudio e a gente falar "professora, será que pode perguntar mais essa coisa para ele?" e a professora vai lá e pergunta. Essa troca existe.

AO: Ah, massa. Eu me preocupei sobre vocês não poderem retrucar algo.

MCC: É, mas sem dúvida que estar pessoalmente é muito melhor. Sem dúvida nenhuma.

AO: Sim, sim. Sobre os bastidores, queria saber do *Revisteen*. Até conseguir entrar em contato com Petria, a gente tentou marcar uma entrevista, mas ela teve que remarcar mais de uma vez. Então vim perguntar para você. Queria saber como as crianças participam do momento de produção do *podcast*. Porque vejo que tem muita participação infantojuvenil no *Revisteen*, mas queria entender os bastidores.

MCC: A gente tem uma produtora que trabalha com a gente e com a *CBN* — ela presta serviço para a gente, mas está em contato direto com a Petria —, que faz todo esse vai e vem com a criança. Então ela que vai atrás da criança. É claro que a gente vai passando contatos, "Renata, essa criança é o máximo para participar". Mas ela é que vai atrás, marca, orienta a criança a participar, como ela vai participar, vai discutindo o roteiro, "aqui você vai falar tal coisa, tudo bem? Fala do seu jeito. O que você acha de falar assim?". Tem uma produtora que cuida especificamente disso. No começo do *Revisteen*, a gente levava a criança até o estúdio da *CBN*, o que era legal e, ao mesmo tempo, tinha alguns problemas. Um problema que a gente só conseguia levar criança de São Paulo, e, por mais que o ambiente de uma rádio seja incrível, tem criança que se intimida. Não tem como porque você sentar numa mesa, com um microfone da rádio gigante na sua frente, vai estar a logo *CBN* na sua frente ali, intimida um pouco. Tinha criança que se dava muito bem com isso, outras nem tanto. Com o advento da pandemia, virou tudo à distância. Trouxe a possibilidade de criança de outros lugares, o que é excelente. Mas tem essa produtora que faz essa troca, que vai ajustando tudo direitinho, e conversa com a criança nos dias anteriores à gravação para que ela esteja ambientada com o que vai acontecer e tudo corra bem.

AO: Elas não necessariamente participam do roteiro ou de pensar as notícias que vão estar lá, os temas?

MCC: Não, isso não. Isso parte da gente, da Petria e da produtora, de pensar qual vai ser o tema. É claro que pode partir de uma demanda que a gente tenha recebido de sugestão,

mas não necessariamente que a criança que vai participar dê a sugestão em si. O [número do episódio], por exemplo, que foi sobre [tema], surgiu por conta de uma leitora.

AO: Entendi. É uma coisa mais indireta.

MCC: Sim.

AO: Ok. Sobre o *Panorama*, que vocês lançaram há pouco. Lembro da época que vocês lançaram o *JocaX*, você não estava no *Joca* ainda, se não me engano, mas eu queria saber se agora lançando o *Panorama*, houve alguma discussão do tipo "o *JocaX* não deslanchou"...

MCC: O *JocaX* nunca chegou a existir de fato. Acho que chegou-se a falar sobre ele publicamente, mas ele nunca funcionou a valer.

AO: Eu já baixei o aplicativo do *JocaX*. Não funcionava direito, mas podia ser baixado.

MCC: Ele deve ter sido lançado em forma de teste para ver o que acontecia, mas ele não teve produção para que existisse de fato e pudesse ser usado de fato. O *Panorama* a gente também está lançando como um teste. Por enquanto não é algo "olha, estamos fazendo, você pode ir lá todo dia, toda semana, a cada 15 dias achar notícias novas". É um teste, principalmente, para educadores, para eles sentirem se esse formato funcionaria para anos finais do Ensino Fundamental 2, para o Ensino Médio, com matérias um pouco mais aprofundadas, trazendo uma complexidade diferente. Mas é tudo um teste. As questões do *JocaX* foram questões muito mais burocráticas e internas para que ele não acontecesse. Porque fazer um aplicativo tem uma complexidade financeiramente até diferente do que um site. Realmente eu não estava na equipe. Quando entrei, ele já estava meio guardadinho, esperando para ver o que ia ser feito, o que não ia ser feito. Mas não é necessariamente uma substituição. É uma outra proposta, que pode um dia vir a caminhar, ser aplicativo, ser algo mais robusto tecnologicamente falando, mas ainda é tudo muito em teste e só a partir do ano que vem, de meados do primeiro semestre do ano que vem, que a gente vai ter notícias desse teste, de alguns professores que estão avaliando, para saber o que fazer daqui para frente com ele.

AO: Entendi. É que minha impressão é que o *Panorama* tivesse sido pensado para o mesmo público que o *JocaX*, que é um pouquinho mais velho.

MCC: É, sim, sim. O público é similar sim, mas são projetos diferentes.

AO: E veio de uma demanda que vocês perceberam dos professores, de ter um produto para os alunos mais velhos?

MCC: Sim, dos professores. Por isso são eles que estão fazendo esse teste, não os alunos diretamente. Porque o teste acaba sendo feito com os alunos, mas não diretamente com os jovens, e sim com os professores.

AO: O feedback vem dos professores.

MCC: Isso.

AO: As oficinas e encontros virtuais que vocês fazem com as escolas, que vocês fizeram muitas no ano passado... queria entender um pouquinho sobre a dinâmica delas. Se é para explicar o que é jornalismo e seus conceitos e depois os alunos tirarem dúvidas... Como é esse roteiro?

MCC: Na maior parte das vezes é para explicar como é que a gente faz o *Joca* especificamente, não para falar de jornalismo de maneira geral. Acaba sendo sobre jornalismo de uma maneira geral, mas focado na produção do *Joca*. A demanda das escolas que normalmente nos chamam para fazer isso é essa: como é que vocês fazem *Joca*? Então, como é que escolhe a notícia que vai estar na página de jornal com tanta notícia acontecendo? É uma dúvida que eles têm. "Como é que vocês escolhem o que é que vai dar em cada página? O que um repórter faz? Quanto tempo leva para fazer o jornal?". Eles têm muito interesse em *fake news*. Eles falam "mas vocês não caem em *fake news*? Como é que vocês sabem se não é *fake news*?". É uma curiosidade que eles têm sempre. Esse é o caminho. Sempre tem um momento de tirar dúvidas, deles trazerem as perguntas. E agora a gente está voltando a fazer presencial, graças a Deus. Essa semana eu fiz a primeira presencial. Foi uma felicidade imensa [risos].

AO: Posso imaginar. Deve dar uma saudade de estar nas escolas.

MCC: Ah, é diferente. É muito bom.

AO: Agora, para acabar, queria saber se vocês têm algum plano, se pensam em contratar uma equipe ou uma pessoa que cuide só desses canais de comunicação com as crianças. Confesso que fico preocupada com a quantidade de tempo que vocês têm que tirar do dia para estar nessas trocas de mensagens. Essa contratação é uma possibilidade ou você acha que tem um ganho em ser a própria equipe de jornalismo a falar com as crianças?

MCC: Acho que tem um ganho em ser o próprio jornalista. A gente colocar uma pessoa que não é da redação, que não está acompanhando o que a gente está produzindo de pauta, as nossas discussões dos caminhos das pautas, é mais trabalho. Porque a gente vai ter que explicar para essa pessoa o que é essa pauta, porque essa pauta está nesse caminho, porque você vai perguntar tal coisa...

AO: Eu não digo nem da apuração...

MCC: Mas não tem como entrevistar uma criança sem saber de qual é a apuração.

AO: Não, eu quero dizer, por exemplo, uma pessoa para responder os e-mails. Ela não precisa apurar. Pode ficar só recebendo as mensagens e respondendo.

MCC: Ah! Olha, até agora está tudo sob controle. É claro que, assim, o e-mail do *Joca* tem um foco nos leitores. Então o que chega de "ah, não consigo acessar o site porque meu login está falando", "ah, eu quero fazer assinatura e não está dando certo", "ah, eu sou um professor, quero usar a área do professor e não consigo", nada disso é a gente que responde. Se alguém por engano manda para o *joca@magiadeler*, a gente encaminha para os outros e-mails que cuidam dessa área. O nosso trabalho é diretamente responder para o leitor ou para o professor que quer que a turma participe. É neste caminho. Mas, por enquanto, está dando certo da gente ter um jornalista que fica responsável por isso. Até porque dali vão saindo pautas, vão saindo *insights* para o jornal e tudo mais. Por enquanto, a gente não tem essa demanda de colocar uma pessoa só para responder a caixa do *Joca*.

APÊNDICE N. Transcrição editada da entrevista com a professora Marcela Saramela

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, Boa Vista – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 29 de outubro de 2021

Marcela já tinha visto informações sobre o *Joca* em pesquisas online, mas conheceu o jornal a fundo depois que fez um curso [com aulas do curso online *Como Formar um Cidadão Ativo no Século 21* + reuniões virtuais com a equipe educacional do jornal] realizado por eles através de parceria fechada com a prefeitura de Boa Vista. Depois de concluir as aulas, onde diz ter aprendido bastante coisa sobre a técnica jornalística, produziu um jornal com a turma de alunos para conseguir o certificado de conclusão. Tudo feito à distância entre ela e os alunos, com ajuda dos pais.

Desde então, não parou de fazer os jornais escolares, que engloba assuntos trabalhados por ela nas disciplinas português, matemática, geografia, história e ciências do 3º ano. Antes do curso, ela já trabalha com alguns conteúdos jornalísticos em sala, alguns presente em livros didáticos, mas o uso não era constante. No dia da entrevista, os alunos nunca tinham tido contato com o *Joca* impresso, pois na escola onde ela leciona, apesar de terem edições do jornal, ele ficava “guardado, empacotado” e tinha acabado de saber da existência deles lá. Além dela, somente outro professor do colégio usa o jornal.

Alessandra Oliveira: Por que você decidiu adotar o *Joca* em definitivo após o curso?

Marcela Saramela: Eu gosto muito de fazer coisa diferente. O pessoal até brinca que eu sou a "inventadora de modas". Aqui [Boa Vista] não tem muito hábito de leitura de jornal, [...] o jornal impresso não é tão valorizado igual é aí para baixo. Então quando veio essa ideia do *Joca*, vi essa possibilidade. Falei "bora fazer o jornal da turma". Lancei a proposta para os pais, todo mundo adorou, então comecei a trabalhar. Fui levando para o jornal para instigar eles nos conteúdos que estava propondo nas aulas, tanto de ciências, matemática, de português, e uma forma de incentivar eles a melhorar na leitura, na escrita, na pesquisa, porque acaba que eles tinham que fazer isso em casa com os pais e os pais adoraram também participar. Inclusive, veio o jornalzinho impresso, que agora que a gente voltou presencial, a gente está começando a usar ele na sala impresso. Esse jornalzinho que eu fiz foi tudo online, nada presencial.

AO: Você disse que aí tem uma dificuldade de encontrar jornal impresso, mas na versão em PDF, o jornal continua com a cara do impresso. Como foi na época, à distância, a reação das crianças da primeira turma?

MS: As crianças gostaram muito porque acharam diferente. Os [jornais] que eu compartilhava com eles, eles amavam. Dava uma devolutiva bem legal, que gostou das matérias, comentavam, eu fiz até umas aulas no *Google Meet* com eles e eles gostaram bastante do jornalzinho, de ler curiosidades. Eles adoram a parte das curiosidades. Eles

são bem interativos nessa questão. Vou trabalhando o que eu vejo que eles gostam e vou colocando nas matérias do jornal. Eles também gostam demais dessa questão de ver que é uma coisa voltada para criança. A linguagem do jornal *Joca* ser para criança. Acredito que eles vão ficar encantados com o jornal impresso.

AO: Como os alunos se envolveram na produção do jornal de vocês?

MS: Eu ia fazendo assim dessa forma, os que gostavam muito de leitura, já peço para fazer uma pesquisa, mandar uma foto do livro preferido, falar sobre o livro. Na outra turma, por exemplo, tem uma aluna... a gente fez até uma matéria para um jornal local aqui sobre o jornalzinho da turma. A repórter veio aqui em casa, fez entrevista, ficou bem legal, filmou os jornais e entrevistou uma aluna. Foi na casa dela, entrevistou ela. Ela me mandou um áudio "Ô, tia Marcela, ainda dá tempo de fazer uma matéria para o jornal? Porque vi na internet ensinando a fazer desenho a partir dos números e queria fazer uma matéria para o jornal explicando para os meus colegas como que é fazer o desenho a partir dos números". Falei "pode fazer sim. Faz um vídeo ou escreve e me manda" e ela fez um vídeo. Aí eu publiquei no jornal e publiquei o vídeo no grupo. Foi bem legal. Aí o rapaz da reportagem foi na casa dela, fez entrevista, ela se achando, toda chique, porque saiu no jornal falando da matéria dela. Então, acho que o jornal deu muito certo porque eu fui observando essa questão do que eles gostavam, o que podia encaixar de matéria no jornal dentro do que eles gostam, do que interessa a eles. Aí eles se envolveram em participar.

AO: Eu não pude deixar de notar que na parte de baixo da capa do jornal tem uma chamada bem assim: "Participe do Jornal das Crianças 3º ano B. Mande suas sugestões para: jaelterceiroanobmarcela@gmail.com". Queria saber de quem foi a ideia de colocar a frase, que é bem parecida com a frase da capa do *Joca*.

MS: Eu que coloquei para incentivar eles e também para, quem sabe, alguém que visse o jornal. Como era em PDF, os pais publicavam nos status "o meu filho no jornal". Foi bastante divulgado. Não recebi e-mail não, mas a ideia foi exatamente essa, de mostrar que eles poderiam participar. Tanto que falei que eles podiam participar do *Joca* enviando sugestões... todas as enquetes que via no jornal, enviava para eles participarem. De vez em quando, mando uma sugestão, mando alguma coisa. Sempre incentivando.

AO: Fora a construção do jornal, tinha alguma atividade relacionada a participar do *Joca*, como comentar no site? E eles gostavam ou preferiam alguma?

MS: A princípio, tudo através do *WhatsApp*. Mas o que partiu deles mesmo foi essa questão para o nosso jornalzinho da turma. Eles se envolveram.

AO: Você já recebeu alguma demanda do *Joca*, algum pedido de Mônica ou de alguém da redação, para entrevistar um aluno ou mandar um conteúdo?

MS: Que eu me lembre, não. Diretamente, não.

APÊNDICE O. Transcrição editada da entrevista com a jornalista e professora Paula Takada

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, São Paulo – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 04 de novembro de 2021

Paula, que apresenta e produz o podcast *Saiu no Joca, prô!* em parceria com o *Joca*, conheceu o jornal na escola onde trabalha em 2016. Antes disso, já conhecia *Recreio* e encartes de jornal para crianças, como *Folhinha* e *Estadinho*. Ela usa o *Joca* em sessões de leitura semanal de notícias com as turmas de 5º ano do Ensino Fundamental 1. A ação não está atrelada a uma disciplina, apesar de às vezes calhar de usar o jornal para trabalhar algum assunto específico. “É um momento de se atualizar, de fazer leitura o mais próximo do comportamento social possível”. Antes da pandemia, os estudante liam em grupo. Hoje leem individualmente o seu exemplar ou pela projeção do PDF da edição para todos.

Alessandra Oliveira: Quando você entrou na Vera Cruz, você foi obrigada a adotar o *Joca* na sala de aula como uma política da escola ou tinha liberdade de escolher?

Paula Takada: Na verdade, foi uma briga que encampeei. Era uma cultura de não usar o jornal. Chegava aqui o bolinho [de jornais] e ia para o lixo do jeitinho que chegava. Uma coisa muito absurda. Então... “obrigado” é uma palavra muito forte aqui no *Vera*. Ninguém é obrigado a nada, mas foi um trabalho de anos. Hoje a gente pode dizer que tem a cultura de se ler o *Joca* nas três séries desse segmento: terceiro, quarto e quinto.

AO: A leitura do *Joca* é obrigatória ou facultativa? E as atividades em torno disso também são todas obrigatórias ou facultativas?

PT: A gente varia. Às vezes, nesse momento semanal, a gente deixa à vontade para que eles explorem e leiam o que quiserem, ou não leiam, só folheei, só olhem as fotos. E, às vezes, a gente vai lá e fala "hoje a gente vai ler junto a notícia tal porque a gente quer discutir esse tema". Não tem um formato muito rígido e fixo.

AO: Tem algum pedido de atividade que geralmente vem deles?

PT: O perfil da turma varia. Tem um grupinho nessa turma que quer discutir política, então eles querem temas polêmicos porque gostam de um debate. Já tive turmas muito ligadas ao esporte, aí e querem só falar de esporte. Vai muito do perfil do grupo.

AO: E as atividades de participação do jornal, de comentar, enviar carta, e-mail, também é muito variável? Vem deles ou vocês que incentivam?

PT: Olha, da minha experiência, só fazem quando a gente pede. Não é uma coisa muito espontânea deles não.

AO: **Nem mesmo um comentário no portal, que é mais simples?**

PT: Não, não. Porque é simples, mas não muito. Tem que estar logado...

AO: **É que hoje nem precisa logar mais.**

PT: Não? Mas não tem esse hábito espontâneo. A gente já fez atividade, tanto de escrita de comentário no portal, mas também daquela seção... Espaço Aberto?

AO: *Canal Aberto.*

PT: Isso. A gente já participou disso também. Mas é tudo induzido, conduzido por nós.

AO: **Quando vocês participaram do *Canal Aberto* foi uma demanda do *Joca*?**

PT: Foi. A gente ficou sabendo da pergunta antes dela ir para a edição para a resposta ir junto com a pergunta. Foi um contato do jornal com a gente.

AO: **E você já teve que entrevistar alguma criança para o *Joca*?**

PT: Não. Quando entraram em contato para fazer entrevista, passei o contato dos pais. Não foi por meio da professora. Foi direto com a família.

AO: **Ok. No questionário, você citou que usa alguns portais online fora o *Joca*. Eles entram no momento de leitura de notícias e funciona nessa dinâmica?**

PT: Isso. Às vezes, tem alguma coisa muito bombando, assim "ah, eu vi com a minha mãe", "passou no jornal", "vi no Fantástico". Quando eles trazem alguma coisa assim, a gente abre esse espaço também para navegar com eles e com o que eles trazem.

AO: **Nesse caso tem atividade de participação? Comentar no *GI*, por exemplo.**

PT: Não, nunca fizemos.

AO: **Por que não?**

PT: Olha, dentro de tanta coisa que a gente faz na escola, na rotina, nos projetos que a gente tem para o 5º ano, não é uma coisa prioritária. É uma escolha curricular, eu diria.

APÊNDICE P. Transcrição editada da entrevista com a professora Patrícia Alves

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, Santa Luzia – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 11 de novembro de 2021

Patrícia era uma das professoras responsáveis por pensar as atividades da rede municipal de Santa Luzia durante a pandemia de Covid-19. Ao procurar materiais sobre refugiados no Brasil, conheceu o projeto *Mi Casa, Tu Casa*. Foi aí que entrou em contato com o *Joca* pela primeira vez para pedir orientação sobre como trabalhar o tema em sala. Nessa época, não trabalhava diretamente com os alunos, somente fazia as atividades. Hoje voltou à sala de aula e usa o *Joca*, ainda que o município não tenha conseguido fechar pacote com o jornal por conta da pandemia, e outros jornais (o que sempre fez).

Alessandra Oliveira: Quais são seus critérios para escolher esses jornais? Todos eles.

Patrícia Alves: Eu continuo trabalhando com temas. Então os critérios que eu uso... eu pesquiso muita coisa e vou escolhendo textos que acho interessantes, que sejam adequados para os alunos. É nesse sentido os critérios que eu uso para a seleção dos jornais. Por isso que eu falo que não uso somente o jornal *Joca*. Faço uma pesquisa em vários sites, vários textos.

AO: Queria que você falasse sobre as atividades que você propõe aos alunos sobre jornais, principalmente, as participativas. Acontece incentivo para eles mandarem cartas, por exemplo, ou as cartas foram somente para o projeto *Mi Casa, Tu Casa*?

PA: As cartas foram mais por causa do projeto. Não foram cartas, por exemplo, pedindo sugestões ou críticas em relação às matérias que são publicadas no *Joca*. Não tinha essa questão de falar diretamente com a equipe de redação do jornal sobre o material que eles estavam produzindo. As atividades que eu faço depende do gênero textual que estou utilizando do jornal. Trabalho mais em relação à estrutura. Não só a análise, mas a produção de textos que tenham características do texto jornalístico.

AO: Como foi o engajamento dos alunos no projeto das cartas? E como se deu esse incentivo para eles escreverem? Acha que eles participariam se não fosse atividade?

PA: No caso das cartas, não tive o contato direto com os alunos. O retorno que eu tenho era o que os professores me falavam. O número de cartas foi muito pequeno em comparação ao tamanho da rede municipal. Somente os alunos do 8º ano participaram. Agora, o grande problema foi justamente a distância do professor e aluno. Me lembro que as cartas já tinham sido enviadas e tinha professor recebendo carta ainda de alunos que ficaram sabendo depois da atividade. Tenho certeza de que se o projeto fosse realizado, por exemplo, a partir de hoje, o resultado seria diferente. O professor em sala de aula é diferente. Até a questão do incentivar. O que dificultou foi a questão do isolamento. Todos

tiveram a mesma fala comigo e com a entrevista que fizeram para o jornal *Joca*. Mas os poucos alunos que participaram, participaram com muito interesse.

AO: Que entrevista é essa que você falou que deram ao *Joca*?

PA: Teve entrevista porque a intenção do *Joca* é publicar um livro sobre essa experiência do *Mi Casa, Tu casa*. O jornal conversou com os professores e um aluno de cada escola. Teve essa entrevista, teve uma outra entrevista também para o *Jornal Hoje*, e outra para a equipe de comunicação da prefeitura também.

AO: O *Joca* entrou em contato com você e pediu que indicasse alunos para falar?

PA: Sim. Que convidasse os professores [...] e um aluno de cada escola que participou.

AO: Você passou o contato do aluno ou entrevistou e passou para eles o conteúdo?

PA: Não, não. Pedi para as escolas se organizarem por causa da questão de autorização dos pais para a participação. Só passei [para as escolas] o link que o jornal me enviou.

AO: E o pessoal do jornal conversou com eles nessa chamada online.

PA: Sim. Depois que voltei para sala, teve outra entrevista com uma aluna diretamente.

AO: No caso dessa aluna, funcionou da mesma maneira? Entraram em contato com você, você deu o contato da aluna ou da escola?

PA: Sim. Entraram em contato, demonstraram interesse em fazer uma matéria, se eu poderia indicar alguém, alguma escola, algum aluno. Como eu já estava em sala de aula, achei interessante que uma aluna participasse. Os pais autorizaram a participação dela e a entrevista aconteceu. Nós pedimos que a entrevista fosse realizada no período em que ela estava na escola, até para a gente poder acompanhar.

APÊNDICE Q. Transcrição editada da entrevista com o professor Otavio Filho

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, São Paulo – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 12 de novembro de 2021

Otavio conheceu o *Joca* há quatro anos no ensino público do estado de São Paulo, que é cliente do *Joca*. Até então não conhecia outra publicação de jornalismo infantojuvenil.

Alessandra Oliveira: Quando você chegou no colégio atual, existia uma orientação para que todo mundo usasse ou o professor usa se quiser?

Otavio Filho: Existe um incentivo para que use porque, além de ser um material muito rico, não é qualquer escola que está tendo acesso atualmente ao jornal.

AO: Como são as atividades com o jornal na sala de aula?

OF: O jornal, além da edição impressa, elabora atividades por ano/série. Como estou trabalhando com o 4º ano, tem atividades naquele ano/série relacionadas à edição atual.

AO: Nessas atividades que o próprio jornal indica, geralmente, eles incentivam a participação dos alunos? Por exemplo, pedem para mandar uma pergunta para o Canal Aberto ou uma carta? Ou são atividades mais pedagógicas mesmo?

OF: São atividades pedagógicas com base na BNCC [Base Nacional Comum Curricular]. Eles identificam as habilidades que podem ser trabalhadas e elaboraram as atividades.

AO: Minha pesquisa é especificamente sobre a participação das crianças no jornal, no impresso, no portal... Das atividades que você faz, existe esse incentivo?

OF: Esse ano e o ano passado foram anos, assim, para serem esquecidos. Nós não tivemos uma rotina, um encadeamento de coisas para ser feito. Até então estava muito difícil a presença deles na escola e no remoto também ficava difícil para trabalhar com o jornal, o jornal físico. Dava para trabalhar com o PDF. De um mês para cá, nós começamos a trabalhar presencialmente porque eles estão vindo todos agora. Uma das sessões que eles mais gostam é o das cartas do leitor e a gente tem incentivado eles a escrever também. O jornal publica o que dá porque o espaço não é tão grande e eles fazem uma seleção prévia das cartas que aparecem, mas é interessante que as cartas de leitor que têm, a maior parte são de alunos de 10, 11 anos, de 4º, 5º ano. Isso que é interessante. Não é só o *Joca* que você deve trabalhar em sala de aula como material jornalístico. O *Joca* é interessante porque, como ele é direcionado para essa faixa etária de estudantes, ele traz assuntos bem específicos e sem entrar naquela coisa ideológica, política-ideológica e com assuntos polêmicos. Isso eles não trazem e isso é uma vantagem.

AO: Você incentiva os alunos a mandarem cartas do leitor para esse outros jornais?

OF: Ah, sim, porque nós trabalhamos e-mail.

AO: **Você consegue ver uma autonomia dos alunos em participar? Depois que você trabalha, por exemplo, o gênero carta do leitor e eles enviam a carta com você na sala de aula, você consegue perceber uma autonomia deles de, sozinhos, decidirem que querem reclamar com o jornal ou elogiar fora da atividade em sala?**

OF: Não, a menos que você incentive. Porque se eles assinassem o jornal, tivesse interesse em assinar, os pais, né? Os pais que assinam, isso pode até acontecer. Mas um dos nossos objetivos é fazer isso, começar a escrever para o jornal. Eles precisam praticar a escrita de cartas, a dar opinião deles, ler a matéria e opinar sobre aquilo lá, o que você achou, o que você não achou. Então por isso que é tão importante fazer a leitura das cartas de leitor, para eles entenderem como que é a estrutura da carta.

AO: **Você já recebeu alguma demanda do Joca do tipo "Otavio, preciso de três alunos com esse perfil para uma matéria" ou já chegou isso pela coordenação?**

OF: Eles têm um *podcast*. Quando a gente vai trabalhar o jornal, sempre. O *podcast* sempre convida um aluno ou dois para participar. [...] O *podcast* também é uma ferramenta que trabalha a oralidade, principalmente, para eles.

AO: **Algum aluno seu já participou do *podcast*?**

OF: Ainda não. Esse intercâmbio que a escola faz com o jornal, essa interação e essa importância que você dá para o jornal, que a escola demonstra, essa troca que tem que ser constante, isso que pode levar a esses convites. O próximo passo é incentivá-los a mandar cartinha porque eles podem ver a carta deles publicada no jornal e isso vai ser um incentivo muito grande. O jornal tem aquelas escolas-chaves, então quanto mais a escola dá *feedback* para eles, participa das ações que eles promovem, mais proximidade tem. A minha escola, a Adalgiza, já é conhecida por eles, porque tem muitas escolas, muitas mesmo. A gente já tem uns pontinhos meio que na frente lá.

APÊNDICE R. Transcrição editada da entrevista com a professora Telma Liberti

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, Osasco – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 18 de novembro de 2021

Telma conheceu o *Joca* em 2016 e passou a usá-lo em 2017 após criar o projeto pedagógico que envolvia o uso do jornal em sala. Ao conhecer o projeto, Stéphanie favoreceu a escola com uma senha do portal e 30 exemplares por edição. Segundo Telma, “no princípio, o jornal foi usado nas aulas de informática educacional, mas o sucesso foi tão grande que se espalhou pela escola, invadiu as salas e outras escolas do município”.

Alessandra Oliveira: Me fala um pouquinho da dinâmica na sala de aula. Quando é uma aula que envolve o *Joca*, quais são as atividades que vocês fazem, como você orienta as crianças a usarem o jornal online? No seu caso, usa só o online, né?

Telma Liberti: Não, uso o impresso também. A cada semana, tem um tema diferente. Quando é o *Joca* online, com certeza nós vamos ou ler uma reportagem ou assistir vídeo do *Joquices* ou assistir vídeo da *TV Joca* ou ouvir um *podcast*, enfim, vamos escolher uma das seções e trabalhar essa escolha. Depois de trabalhado e socializadas as aprendizagens que a reportagem trouxe, ou a entrevista, ou o vídeo, a gente tem um leque de atividades diferenciadas no computador. Quando é online, isso é legal, tem "comente a notícia". Então a gente também faz comentário das notícias. Primeiro e segundo aninho, eles comentam juntos. Cada um fala, faz sua observação, e eu sou escriba e posto o comentário. Quando é 4º e 5º ano, eles mesmo abrem o *Joca*, cada dupla no seu computador, e fazem o comentário da notícia lida.

AO: Essa é uma atividade passada por você ou algo que fazem naturalmente?

TL: Não, não, é direcionada. O *Joca* agora, já tem umas cinco edições, que vem com jogos online. Quando quero jogos online, trago o *Joca* impresso, lemos a reportagem do jogo que eu vou sugerir, e depois eles jogam o jogo online no site. O jornal impresso também vem para despertar a vontade de participar, né? Participar da coluna "*Você sabia que...*", participar daquela coluna que eles colocam algumas perguntas para os alunos...

AO: Canal Aberto?

TL: *Canal Aberto*. É isso mesmo. No *Canal Aberto*, muitas vezes os nossos alunos aparecem. Então depende da proposta da aula, mas vem tanto impresso como do online.

AO: Tanto no impresso quanto no portal, sempre tem atividade de enviar uma participação? Porque no impresso você não tem a facilidade do comentário.

TL: Sempre tem atividade para os alunos interagirem com o jornal. Claro que, no impresso, vou ter que pegar a questão do aluno e enviar via e-mail, via *WhatsApp*.

AO: E você recebe do *Joca* alguma demanda, tipo essa do *Canal Aberto*, em que eles te mandam a pergunta e pedem que você passe as perguntas para os alunos, pegue as respostas e passe para eles? Ou você só dá o contato ou faz o intermédio?

TL: Sim. Às vezes os alunos veem com alguma pergunta, então eu falo "vamos enviar para o *Joca*". Aí a gente envia. Antes do impresso chegar na escola, eles mandam o e-mail para todos os assinantes avisando da edição, o que e tem de mais relevante, inclusive, a pergunta do *Canal Aberto*. Aí eu já corro para responder, procuro alguns alunos para responder. Às vezes sai e às vezes não, às vezes é publicado no jornal e às vezes não.

AO: E eles já pediram para você o contato de alguém para alguma matéria?

TL: Não. Assim diretamente, não.

AO: Agora queria falar um pouco do *Diário de Myriam*, um sucesso nacional!

TL: Ah, olha ele aqui ó! [Aponta para capa da edição brasileira do livro que está compondo um mural sobre o *Joca* na sala de informática onde ela está].

AO: Pois é, eu vi.

TL: É o aniversário do *Joca*, né? Então tem um painel para ele hoje.

AO: Queria que falasse como foi a ideia do abaixo assinado. Precisamente, quem deu a ideia "quero fazer um abaixo assinado", como foi a organização das crianças.

TL: Foi em 2017. Um dos primeiros jornais *Joca* que chegou na escola falava sobre a Guerra da Síria. A guerra estava no seu auge, não que tenha terminado hoje, mas estava no auge e a manchete, a foto de capa, era um menino, de mais ou menos uns oito anos de idade, tatuado no braço: "crianças da Síria pedem paz". Ou estava tatuado "paz", eu não lembro direito. Aí as crianças quando veem outra criança, isso já desperta super a atenção, a curiosidade de saber. Aí começamos a falar sobre a Guerra da Síria. Tem vídeos no *TV Joca* sobre a guerra, essa reportagem, outras reportagens, crianças da Síria no Brasil sem estudar. Tiveram várias reportagens. Até que um dia eu abro o *Joca* online e está lá: "menina Síria escreve um diário contando o seu dia a dia na Guerra da Síria" e lança um livro. Nossa, eles ficaram malucos para ler o livro porque todo mundo já estava muito envolvido com esse tema. Mas como ler esse livro? Porque o livro tinha sido traduzido do árabe para o francês. Como é que vamos? Bom, a reportagem estava no online, então começaram a disparar perguntas nos comentários do *Joca* querendo a tradução.

AO: Eles mesmos tiveram essa iniciativa? Não foi uma atividade que você passou?

TL: Não, não. Ah, tem sempre uma dica, né? Eu disse assim "ah, eu tô louca para ler esse livro, mas como que eu vou ler o livro? *Tá* em francês. Alguém fala francês?" Aí não, né. "Então vamos pedir, vamos escrever para o *Joca*, pedir para traduzir". E foi o que aconteceu. Começaram a chegar vários comentários porque isso eu faço com todos os meus anos, eu tenho três primeiros, três segundos, três terceiros, uma média de 13 salas, cada uma com 30 alunos. São muitos e, geralmente, eu compartilho o trabalho com a professora do outro período. Então você pensa na escola toda, mais de 700 alunos falando isso. Aí logo o *Joca* viu, se mobilizou. Lembro que a Joana Cataldo, repórter do *Joca*, falou comigo, "Thelma, e se eles escrevessem cartinha física? Porque eles estão só mandando no site". Eu falei "tudo bem, vou propor". Eu propus para os alunos escreverem cartinha física e chegaram cartas maravilhosas, muitas cartas. Enviei todas para o *Joca*. Escolheram algumas, encontraram uma editora que pudesse traduzir o livro, a DarkSide, esse livro foi traduzido para o português e, em 2018, veio a grande notícia no *Fantástico*, que nos enche de orgulho, é claro. Foi super maravilhoso, sem palavras para dizer.

AO: Não podia deixar de perguntar, como uma fã do caso [risos]. Agora, você disse no questionário que não usa outros jornais, portais de notícias. Por que essa escolha?

TL: Porque é o único jornal para criança no Brasil.

AO: [Faço que não com as mãos]

TL: Não é o único? [risos]. Ah, tem o *Jornal da Criança*, né? Pois é. Eu me recuso a falar. Para mim, o *Joca* é o único [risos].

AO: *Tá* no seu coração, né?

TL: *Tá*. Muito, muito, muito. Olha, não é que eu não use outros sites, mas assim direcionado para criança de informação, só uso o *Joca* mesmo.

AO: Nenhum para adultos, né?

TL: Nunca usei não. Só para mostrar que a gente saiu, né? Saiu na *Folha*, no *Estadão*.

AO: Entendi. Fiquei só com uma dúvida de quando você falou que entram para ver vídeo do *TV Joca*. Tem anos que o *TV Joca* não publica vídeos. Fora os dois publicaram no ano passado, a maioria é de 2016, 2017. Você costuma voltar a conteúdos mais antigos ou se prende à edição do jornal?

TL: Com certeza volto nos antigos. Quando em maio eu trabalho, por exemplo, o Maio Amarelo, a atenção ao trânsito, volto lá no [vídeo] *Zebras no Trânsito* do *TV Joca*. Teve umas semanas que a secretaria de educação pediu para trabalhar *A Semana do Lixo Zero*, nem tinha saído reportagem no *Joca* sobre isso, então fui buscar dois vídeos legais sobre

lixo no *TV Joca*, *A Ilha do Lixo* e *Lixo e Desperdício*, acho que são esses dois. Então eu volto e uso sim. Mas tem os atuais também. Eles fazem... tem uma nova TV Joca...

AO: Tiveram dois vídeos no ano passado.

TL: Ah, então *tá*. Já ia até abrir no computador. [Mostra tela].

AO: Você também volta para conteúdo antigo que não seja do *YouTube*? Volta para matérias específicas do portal, por exemplo?

TL: Sim, volto. Quando é de interesse, volto sim. Por exemplo, esses dias uma professora me perguntou "tem alguma coisa no *Joca* do Dia da Consciência Negra?". Eu indiquei, pedi para ela colocar Dia da Consciência Negra no site e saiu... ah, é uma reportagem sobre Zumbi. É antiga, não é de agora não.

AO: Tem algum tema que eles gostam mais de comentar ou de mandar uma carta do leitor? Algum tema que mexe mais com eles.

TL: Essa seção, nós nunca participamos. Nenhum aluno meu mandou carta para participar de *Carta dos Leitores*. Uma das seções que meus alunos, por serem de 1º a 5º ano, de 6 a 10 anos, o que eles mais gostam é *Maluquices*, *Dúvida Animal*, esportes os meninos gostam bastante e.... acho que é isso que mais gostam. Se for para escolher, sim.

APÊNDICE S. Transcrição editada da entrevista com a leitora Rosângela, 11 anos, e sua mãe, Rosa

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, São Paulo – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 16 de outubro de 2021

Rosângela quer ser jornalista desde que fez uma apresentação no colégio e gostou de pesquisar e falar em público. A vontade se fortaleceu quando conheceu o *Joca* no 4º ano do Ensino Fundamental 1 — série na qual o jornal passa a entrar na lista de requisição de materiais da sua escola. Quando o *Joca* deixou de ser obrigatório no 6º ano, os pais fizeram a assinatura avulsa para recebê-lo em casa por conta do amor da menina pelo jornal. Hoje ela tem várias produções autorais, como jornais amadores [diagramados na ferramenta online do *Joca*], vídeos (que escreve, grava e edita sozinha) para o *Youtube* e trabalhos escolares e outros conteúdos. Em casa, consome notícias na *TV* junto com a família e sempre compartilha com a mãe o que lê no *Joca*.

Alessandra Oliveira: Vou começar pelos materiais que vocês enviaram. Como começou essa vontade de ser jornalista? Foi antes de conhecer o *Joca*, né?

Rosângela / Leitora: Sim, foi antes do *Joca*. Tudo começou com um trabalho escolar que era para a gente pegar uma matéria que gostasse e nós íamos ler para os colegas. Aí eu pesquisei, falei sobre o [brinquedo] *slime*, que era um risco porque vai algumas coisas tóxicas. Eu me senti muito à vontade falando e foi o primeiro passo. Depois veio a pandemia, eu estava no 5º ano, e a gente começou a trabalhar com o *Joca* no 5º ano. Eu sempre gostava muito de ler porque era muito legal, era uma forma de estar atualizada através do *Joca*. Sempre que vinha, eu lia e contava para os meus amigos, a gente lia juntos e era sempre uma diversão com o *Joca*. No final do ano, tivemos uma aula com a Carol, que é editora-chefe do jornal. Ela respondeu algumas perguntas e disse o e-mail do *Joca*. Eu fiquei muito ansiosa, peguei alguns textos que eu já tinha porque eu gostava muito de escrever, pegava algumas matérias do *Joca* como base, e eu misturei os textos, criei ali e mandei para *Magia de Ler* esperando uma resposta. É claro que na hora que eu pensei "nossa, não vou receber uma resposta", mas eu recebi uma resposta e eles publicaram no *Joca*. Foi um grande passo. Eu fiquei muito ansiosa, e, a partir daí, comecei a pensar "nossa, será que eu posso ser uma jornalista?".

AO: Saiu da ideia e você viu no jornal, né?

Rosângela / Leitora: É.

AO: E por que você achou que eles não iam responder?

Rosângela / Leitora: Bom, porque, assim, tinha muito jovens participantes, sempre tinha aba onde repórteres mirins escreviam algumas matérias, então eu pensei "nossa, muita gente manda", então eles não vão ver minha resposta, vão pegar de outra criança. Foi

mesmo na intuição. Eu queria, mas não sabia se ia dar. Quando eles disseram "a gente vai publicar", eu fiquei muito feliz. Também estava pensando, foi uma pequena reportagenzinha, um pequeno trecho, eu pensei "nossa, será que tá bom mesmo?", "será que eles vão aceitar?", "será que não tá muito infantil?". Por isso que eu fiquei meio insegura e pensando que eles não iam responder.

AO: Entendi. Antes dessa oficina que teve no seu colégio, você já lia o *Joca* e já pensava em participar? Ou só teve a ideia depois da oficina?

Rosângela / Leitora: No começo eu via as crianças participando, mas eu não tinha, assim, "nossa, eu quero participar". Não, às eu pensava "será que é legal participar?", bolar uma entrevista... eu sempre tive esse pensamento, mas nunca uma atitude.

AO: Então o *Joca* ter ido lá foi importante.

Rosângela / Leitora: Sim.

AO: No colégio, quando vocês usam ou usavam o *Joca* na sala, o professor estimula vocês mandarem mensagens além de ler as notícias?

Rosângela / Leitora: Eles pedem alguns trabalhos. Teve um muito legal. Foi em grupo, cada um com seu jornal. Nós tínhamos que escolher uma matéria, ler na frente dos colegas sem olhar para o jornal, [...] mentalmente, assim, o que você adquiriu lendo essa notícia. Cada um falou uma notícia, alguns fizeram repetido, mas falaram argumentos diferentes. Foi muito divertido, uma atividade que era para ler, adquirir. Muito importante.

AO: Pelo que você percebe, os seus amigos e colegas gostam das atividades com o jornal? Pode ser sincera se o pessoal não gostar [risos].

Rosângela / Leitora: Eles gostam. Porque você compartilha, você fala com seus amigos "ah, eu vi tal notícia", argumenta, debate.

AO: E quando você saiu no jornal e quando você participou de uma *live*, como foi isso no colégio? As pessoas ficaram animadas?

Rosângela / Leitora: Sim [risos]. Eu divulguei, o colégio divulgou. Os meus amigos assistiram. A professora compartilhou a tela com todo mundo do colégio.

Rosa / Mãe: O colégio liberou para os alunos verem. Era bem na hora da aula dela, então a professora mudou o esquema e todos participaram da *live*, fizeram comentários.

AO: Uma celebridade quase! E depois que você mandou o primeiro e-mail que foi publicado, você continuou mandando coisas, né? Você já carta ou costuma comentar no site, nas redes sociais? Como geralmente você conversa com eles?

Rosângela / Leitora: De todos os jeitos [risos]. Mandando no *Instagram*, respondendo alguns *posts* que eles fazem, mandando por e-mail, tendo contato com a Carol, a Joana...

Rosa / Mãe: A Helena.

Rosângela / Leitora: É, com a Helena. Com as jornalistas do *Joca*, com a editora-chefe. Mandando algumas coisas, participando de algumas campanhas, e vendo *lives* do *Joca* e comentando "oi, estou assistindo. É a Rosângela". Sempre tentando manter um contato.

AO: Você acha que seria possível uma relação assim, como essa que você tem o *Joca*, íntima, com um jornal que não fosse *Joca*?

Rosa / Mãe: Não sei ela, eu acho que não porque não é aberto assim do jeito que é o *Joca*. A Marina tem contato com a Carol por *WhatsApp*. Ela estava fazendo um vídeo e estava com muita dúvida. Aqui na nossa casa, meu marido é da área da saúde e eu também. Nós não temos nada a ver com jornalismo, a gente não entende realmente. Você pode pesquisar e tal, mas não é o mesmo que falar com alguém na área. Ela estava fazendo um vídeo e, no final, na hora que ela foi ver o vídeo, ela falou para mim "mãe, acho que eu falei besteira porque acho que tem uma informação que não é realmente correta". Aí eu falei "pesquisa". Mas continuou a dúvida. Aí ela falou "mãe, vou ligar para a Carol". Ela mandou uma mensagem de áudio para a Carol, Carol respondeu depois de 15 minutos e ela conseguiu terminar o vídeo no mesmo dia. A gente falou "não sei se a Carol vai te responder hoje, ela tem muita coisa para fazer", mas calhou de ela estar online. [...] Aí a Carol mandou um link e Rosângela fez o vídeo.

AO: Antes de postar os vídeos, ou quando você mandou o texto para o *Joca* que foi publicado, você costuma mostrar para alguém? Sua mãe, seus amigos...

Rosa / Mãe: Só para a mãe para ver se eu achei bom, mas eu não entendo. Ela procura porque ela não tem outra pessoa para mandar. Ela não gosta de ficar se expondo. Fala assim "ah, mãe, vê se tem muito erro, alguma coisa, se está fora de contexto, e tal". Isso a gente consegue ajudar, mas o texto é dela. Ela fala do jeito dela, com as palavras dela.

AO: Você não manda nem para suas colegas, como essas do trabalho da animação?

Rosa / Mãe: Ela manda depois que tiver postado.

AO: E suas amigas, quando veem você fazendo isso, postando vídeo, se animam em fazer as mesmas coisas? Teve alguém que começou a fazer parecido por sua causa?

Rosângela / Leitora: Não que eu saiba.

Rosa / Mãe: Acho que as amigas têm um pouco de vergonha. A Rosângela é totalmente desinibida. Todos os trabalhos é ela que vai apresentar. Vídeos ela grava sem vergonha. No começo ela fica meio tímida, mas como ela grava tantas vezes....

Rosângela / Leitora: Você começa nervoso e aí depois você está falando lá com a câmera, você não está nem mais sabendo direito que vai ter alguém vendo, ou que você está nervosa, que você não sabe as falas.

AO: Quando você está lendo coisas do *Joca*, ou até de outros locais da internet ou vendo o próprio *Jornal Nacional*, você acha que aparece muitas crianças nesses jornais ou falta mais criança e jovem aparecendo? Gostaria de ver mais?

Rosângela / Leitora: No *Jornal Nacional*, na TV, acho que tem uma linguagem totalmente diferente do *Joca*. Porque o jornal *Joca* é infantojuvenil, então ele tem uma linguagem para os jovens, para as crianças entenderem melhor. Já no *Jornal Nacional*, eles falam muito de coisas, como posso dizer...

Rosa / Mãe: Usam palavras difíceis, usam termos diferentes, difíceis para eles. Porque ela vai e pesquisa. Mas as crianças não se interessam dessa forma.

Rosângela / Leitora: Porque eles também falam de notícias mais avançadas para jovens e crianças. Já no *Joca*, eles fazem campanhas para ajudar outros jovens, como o *Mi Casa*, *Tu Casa*, e uma linguagem totalmente diferente. Falei um bocado de vezes essa palavra.

AO: Mas é diferente mesmo.

Rosângela / Leitora: Porque é diferente. Você consegue perceber. Se você pegar o jornal *Joca* e olhar o *Jornal Nacional*, você vai falar "nossa, não tem nada a ver".

Rosa / Mãe: E também vocês não têm interesse das notícias que passam lá como vocês têm interesse nas notícias do *Joca*. Eles realmente atraem os jovens.

Rosângela / Leitora: Sim, atraem. Com notícias atuais.

APÊNDICE T. Transcrição editada da entrevista com os irmãos leitores Isabel, de 7 anos, e Daniel, de 7 anos, acompanhados da mãe, Renata, e do pai, Ricardo

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, São Paulo – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 16 de outubro de 2021

Isabel e Daniel participaram de uma campanha/concurso do *Joca* em que tinham que produzir conteúdo. Eles conheceram o jornal na escola, que o coloca como material obrigatório no 1º ano do Ensino Fundamental. Ambas as crianças também passaram a consumir o *Joca* esporadicamente na versão online, assinada pelos pais. Segundo o pai, Ricardo, os filhos ficam animados quando recebem a versão impressa e vão logo conferir as seções de Maluquices e Caça-palavras. Depois do contato com o *Joca*, passaram a ler outros jornais, como o *Estadão* e *Folha de S. Paulo*. Na entrevista, os pais, que têm formação em jornalismo, falaram sobre a invisibilidade dos jovens nos noticiários e lembraram dos suplementos infantojuvenis impressos que, apesar de direcionados a crianças e adolescentes, quase não abordavam o ponto de vista desse público. A mãe Renata elogiou o *Joca* por ter vários formatos de produtos sem deixar de imprimir o impresso, cujas edições a família lê junto na varanda aos domingos. Durante a pandemia, deixaram de consumir notícias na TV e em podcasts porque os filhos estavam ficando afetados pelo teor negativo do conteúdo. O *Joca*, apesar de tratar de assuntos similares, continuou sendo consumido pois traz uma “leveza”, segundo Ricardo.

Alessandra Oliveira: Queria começar falando da campanha que vocês participaram. Por que vocês resolveram participar? Quem teve essa ideia?

Isabel / Leitora: A gente quis participar por causa do prêmio.

Daniel / Leitor: Não.

Isabel / Leitora: Eu quis.

Daniel / Leitor: Eu queria ser jornalista.

Renata / Mãe: Você quer ser jornalista? É mesmo?

Daniel / Leitor: [Concorda com a cabeça]

Isabel / Leitora: Eu quis participar para ter o prêmio.

AO: E o que do prêmio você queria? Porque tinha uma lista de coisa.

Isabel / Leitora: É, o de primeiro lugar.

Daniel / Leitor: Mochila...

Isabel / Leitora: Material do *Joca*!

Renata / Mãe: E a assinatura do *Joca*, né?

Daniel / Leitor: Assinatura do *Joca*, caderno, mochila...

Renata / Mãe: Como vocês conheceram a campanha? Quem falou para vocês que tinha a campanha? Foi na escola não foi?

Daniel / Leitor: Papai mostrou para a gente na internet.

Renata / Mãe: Papai mostrou para vocês na internet?

Daniel / Leitor: [concorda com a cabeça]

Renata / Mãe: E na escola também eles falaram, não falaram?

Isabel / Leitora: Falaram.

Renata / Mãe: Como é que foi lá na escola quando falaram da campanha do *Joca*?

[Ambos os leitores se distraem com outras coisas do ambiente]

Isabel / Leitora: Só minhas amigas [inaudível]

Renata / Mãe: A escola ajudou vocês a escrever? Foi até a escola que mandou a inscrição de vocês. Fala para ela.

Isabel / Leitora: Mas é porque eu só falei com as minhas amigas.

AO: Essa foi a primeira vez que vocês participaram de alguma coisa do *Joca*?

Isabel / Leitora: Sim.

AO: Você nunca mandou e-mail, carta, comentário?

Isabel / Leitora: E-mail só.... só para a gente fazer a [atividade da campanha].

AO: E o que vocês acharam do *Joca* na primeira vez que leram? Como foi?

Daniel / Leitor: Eu queria ser jornalista do *Joca* naquele mesmo dia.

AO: No dia que conheceu o *Joca*? Então você gostou muito?

Renata / Mãe: Por que [pergunta com informações pessoais]?

Daniel / Leitor: Unrum.

AO: Ah, entendi. É porque causa disso? E o que você leu você gostou?

Daniel / Leitor: [concorda com a cabeça]

Isabel / Leitora: Eu consegui! Eu consegui! [Mostra brinquedo que conseguiu encaixar].

Renata / Mãe: Agora não é hora. O que te fez querer ser jornalista do *Joca*, filho?

Daniel / Leitor: Eu? Porque a matéria que eu achei mais legal é do jornal *Joca*, que... [inaudível] a mamãe [inaudível] internet.

Renata / Mãe: Sobre o que era a matéria?

Daniel / Leitor: Inglês.

Renata / Mãe: Sobre inglês?

Daniel / Leitor: [concorda com a cabeça]

AO: Foi no colégio? Vocês olharam no computador ou pegaram o *Joca* em papel?

Ambos os leitores: Pegamos em papel.

AO: E você entram no *Joca* online também, no computador?

Isabel / Leitora: A minha [inaudível] preferida é a de *Maluquices*, que uma das *Maluquices* era que chamaram um bombeiro para tirar um tapete da árvore.

AO: E o que é que o tapete *tava* fazendo lá?

Ambos os leitores: [risos].

AO: Ninguém sabe, né?

Renata / Mãe: [inaudível] da mulher com os maiores cílios do mundo, não era do *Joca*? A mulher que tinha os maiores cílios do mundo, parecia um cabelo grande.

Isabel / Leitora: [Inaudível] fazia as unhas com casca de cebola.

AO: Ela faz as unhas?

Daniel / Leitor: Com casca de cebola [risos].

AO: E fica bonito?

Isabel / Leitora: Fica.

AO: Ah, então tá tudo certo. E, venha cá, fora do colégio, vocês gostam de ver o *Joca* em casa? Vocês levam o *Joca* para casa?

Isabel / Leitora: Levamos! Eu vou pegar um!

[Os pais dizem para a leitora não pegar].

AO: E quando vocês levam para a casa, quando vocês leem? De tarde, de manhã?

Daniel / Leitor: De noitezinha. Mas de tarde só às vezes.

Isabel / Leitora: De noite para a gente fazer lição de casa. [...] Tem que ler para a gente fazer a lição de casa.

AO: Agora me conta um segredo...

Isabel / Leitora: Gostamos muito de ler.

AO: Era isso que eu ia perguntar! Se a professora não mandasse, se vocês leriam.

Renata / Mãe: Se não tivesse a obrigação da lição de casa, vocês leriam também?

Isabel / Leitora: Sim.

AO: Quando vocês leem outros jornais, sem ser o *Joca*, vocês veem muita foto de criança? Muita matéria sobre criança?

[Leitores ficam em silêncio]

Renata / Mãe: Poderia ter mais? Ou você acha que tem bastante coisa para criança no jornal de adulto?

Daniel / Leitor: Não. Eu quero mais e mais e mais até ser mais infinito.

Isabel / Leitora: É. É tipo a [inaudível]

Renata / Mãe: Mais o que?

Isabel / Leitora: Mais matérias para criança.

Daniel / Leitor: [Inaudível] Se a pessoa coloca mais, você coloca mais. Se ela desistir, você começa tudo de novo [Parece estar explicando as regras de um jogo].

Ricardo / Pai: O que vocês estão falando?

AO: Isso é um jogo, né?

Daniel / Leitor: [concorda com a cabeça]

AO: Mas o que eu quero saber é se vocês querem mais crianças no jornal. No *Joca* também falta criança ou já tem muito?

Daniel / Leitor: Mais.

Isabel / Leitora: Não. No *Joca tá* bom pra mim.

Daniel / Leitor: Não. Eu quero mais e mais e mais e mais...

AO: Ave maria! Só vai ter criança. Vai faltar papel. Agora, assim, quando vocês estão lendo o *Joca*, por que vocês gostam de ver outras crianças lá, querem mais?

Daniel / Leitor: Porque eu não sei.

AO: Não sabe? E você sabe, Isabel?

Isabel / Leitora: Não, não sei.

Renata / Mãe: Não sabe se gosta ou não sabe porque você gosta?

Isabel / Leitora: É.

Renata / Mãe: É o que, filha?

Isabel / Leitora: É.... que eu não sei... ãn.... na verdade, eu não entendi nada.

Renata / Mãe: Quando você vê uma matéria no *Joca*, você gosta de ouvir histórias de outras crianças ou não? Ouvir opinião de outras crianças ou não?

Isabel / Leitora: Eu gosto, mas não sei por quê.

AO: Desses outros jornais que vocês assistem, leem, vocês já mandaram alguma mensagem para eles? Algum comentário, carta, e-mail?

Daniel / Leitor: A gente já mandou um e-mail para o *Joca*.

AO: Só para o *Joca*? Por que não mandam para os outros?

Isabel / Leitora: A gente manda. Eu mando *pro Joca* e mando *pro* papai, *pra* mamãe.

Renata / Mãe: Não, para o jornal. Você gostaria de mandar algum comentário sobre a notícia que você leu?

Isabel / Leitora: Sim.

Renata / Mãe: Mas nunca mandou. Nunca mandamos, né?

Isabel / Leitora: Eu queria falar que o que eu mais gostei foi... não, eu vou falar: por que vocês colocaram na *Maluquices*... porque um tapete estava pendurado na árvore? [risos].

Renata / Mãe: Você sabia que você pode mandar carta para o jornal ou e-mail para perguntar? Ou você nem sabia?

Isabel / Leitora: O tapete *tava* preso na árvore e precisavam... chamar um bombeiro.

AO: A gente tem que descobrir isso. Por favor, mande esse e-mail. Mas você sabia que podia mandar mensagens para outros jornais?

Isabel / Leitora: [Cara de pensativa]

AO: Tudo bem. Agora eu vou perguntar para sua mãe, *tá*? Quando vocês começaram a assinar o *Joca*? Ou eles só recebem no colégio?

Isabel / Leitora: Recebemos na escola.

Renata / Mãe: É. A gente, na verdade, conheceu o *Joca* através da escola. Eu não sabia que tinha um jornal exclusivo para crianças e adolescentes. [...] A gente hoje adora o *Joca*. Eles fizeram uma matéria sobre o desastre de Brumadinho, que eu achei super interessante porque abordou também o ponto de vista das crianças. Eles [os filhos] comentam as notícias e acho super bacana eles criarem esse hábito da leitura jornalística desde cedo.

AO: Antes do *Joca* vocês já incentivavam?

Renata / Mãe: Na verdade, a gente passou a estimular os outros jornais depois desse contato com o *Joca* porque a gente viu o interesse deles pelas notícias. Mas você tocou

em um ponto aí... acho que a gente nunca falou que eles podiam mandar uma carta para o jornal ou um e-mail para questionar alguma coisa. É legal essa interatividade. Mas isso a gente nunca estimulou não. Vamos passar a estimular a partir de agora [...] Acho que eles nem sabiam que podiam mandar. Tem que ser uma coisa, realmente, de mão dupla.

AO: Na campanha, vocês ajudaram a fazer o conteúdo? Como foi o processo?

Renata / Mãe: A primeira atividade que ele fez foi trabalhar com eles o que é o *lead*. Ele pegou o gancho da atividade da escola, sentou com eles para explicar o que é estilo jornalístico [...] Eles trouxeram um papel da escola. [...] Tinha um roteirinho. Eles tinham que escrever o conteúdo e a escola chegou a mandar para os entrevistados. A gente acabou fazendo o processo em casa porque a gente perdeu o prazo da escola.

[Ambos falam detalhes que podem identificar os filhos]

Renata / Mãe: Eu expliquei para eles o que faz [profissão da pessoa entrevistada pelos filhos] e a gente foi elaborando junto com eles as perguntas. Como é o formato ping pong, a gente mandou para ela por e-mail, ela respondeu por um áudio de *WhatsApp*. Ajudei eles também a transcrever porque isso é um processo que, se fossem fazer sozinhos, ia demorar uma semana [risos]. Aí a gente sentou com eles e trabalhou juntos, "o que você achou mais legal da entrevista?". A gente explicou para eles o que era um abre, o que era um título. Eles foram falando e a gente foi construindo o texto junto com eles.

AO: Vocês, como jornalistas, acham que falta criança no noticiário?

Renata / Mãe: Com certeza. A criança não tem o lugar de fala nos noticiários, nos pontos difíceis. Isso que eu acho muito legal do *Joca*. Não é só traduzir a notícia para criança. Mas é trazer a perspectiva da criança sobre as notícias. É uma coisa que eu acho que falta quando você até os antigos suplementos. Os suplementos infantis traziam pouco isso, esse lugar de fala da criança. Eles tentavam traduzir um tema ou pegavam um tema mais infantil. Mas jamais fariam da tragédia de Brumadinho do ponto de vista da criança que sofreu aquilo. É uma lacuna muito grande a ser preenchida porque a criança não tem os direitos expressos no jornalismo. Acho que é uma coisa a ser trabalhada. Nesse ponto, o *Joca* e os outros jornais, que eu gostaria de conhecer, estão começando a preencher isso.

AO: O que o jornalismo adulto pode aprender com a relação do *Joca* com leitores?

Ricardo / Pai: Acho que humanizar, talvez, as notícias. Coisa que o jornalismo diário talvez tenha muito mais dificuldade. Até porque é uma vazão muito grande, você tem que estar todo dia com notícias para preencher o jornal, e muitas vezes não tem tempo mesmo. O *Joca* sendo quinzenal, com certeza, tem mais tempo até que uma revista para fazer uma edição. Então consegue-se compor um texto com um pouco mais de sensibilidade.

APÊNDICE U. Transcrição editada da entrevista com a leitora Cibele, de 13 anos e com sua madrastra, Carla.

Entrevista realizada via *Google Meet*, com gravação de tela, Santa Luzia – Salvador

Entrevista concedida a Alessandra Oliveira

Data: 23 de novembro de 2021

O primeiro contato de Cibele com o *Joca* foi quando escreveu uma carta ao projeto *Mi Casa, Tu Casa* a pedido da escola. Depois disso, foi indicada por uma professora para dar entrevista em uma matéria do *Joca*. A partir daí começou a acompanhar o jornal. Em casa, há dois anos assiste a noticiários na televisão e na rádio com a família. A madrastra Carla não gosta de consumir notícias sobre violência e outros temas "negativos", como morte, e por isso evita o contato de Cibele com elas.

Alessandra Oliveira: Queria que você começasse me falando como você conheceu o *Joca*. Qual foi a primeira vez que você leu, o que você achou...

Cibele / Leitora: Fiquei conhecendo na hora da entrevista. A professora conversou comigo, aí eu fui procurar. Eu achei legal, as entrevistas são boas... [inaudível].

AO: Você nunca tinha lido antes de dar entrevista?

Cibele / Leitora: Não.

AO: E como foi a experiência de dar entrevista? Foi a primeira vez?

Cibele / Leitora: Foi a primeira vez. Eu fiquei muito ansiosa, mas foi legal, eu acho, A recebi o jornalzinho que saiu. Foi legal.

AO: Você mostrou esse jornal para alguém? Para uma amiga ou alguém da família?

Cibele / Leitora: Para a família toda, principalmente.

AO: No colégio você não mostrou?

Cibele / Leitora: Não porque, por enquanto, só foi pelo PDF e não tenho costume de levar o celular para a escola.

AO: Ah, entendi. E nenhuma amiga ou primo te viu no jornal e quis participar?

Cibele / Leitora: Não porque eles têm vergonha na hora de falar, esquece muito igual eu.

AO: Você está falando tudo normal aqui.

[Inaudível].

AO: Antes de ser convidada, você já tinha pensado em sair em um jornal?

Cibele / Leitora: Eu já tinha pensado. Aí quando a professora falou, foi uma surpresa. Assim, como será que vai ser? Eu fiquei ansiosa. Fiquei "gente, como é que vai ser?", "como é que eu vou falar?", perguntando essas coisas.

AO: A professora perguntou quem queria dar entrevista e você quis ou ela chamou você especificamente?

Cibele / Leitora: Ela me chamou.

AO: Ah, então já sabia que você tinha muita coisa para falar.

Cibele / Leitora: Sim.

AO: Não é verdade?

Cibele / Leitora: Deve ser [risos].

AO: E por que você já tinha pensado sobre isso? Já tinha visto alguma matéria que tivesse alguém da sua idade no jornal? Ou você tinha vontade porque é diferente?

Cibele / Leitora: Porque eu já vi muitas pessoas da minha idade participando.

AO: É? Aonde? No *Joca* mesmo?

Cibele / Leitora: Em jornal normal, em outros jornais mesmo. Teve entrevista lá na minha outra escola, teve de várias outras escolas, mas eu nunca participei não, aí eu ficava "será que é legal?", "como deve ser?".

AO: Entendi. Então, assim, você acha que tem muitas crianças em jornais ou você acha que poderia ter mais? Você vê muitas?

Cibele / Leitora: Poderia ter mais. Porque é muito poucas vezes que aparece pessoas da minha idade ou menores em jornais.

AO: Sim, eu concordo. E, depois que você deu a entrevista e passou a conhecer o *Joca*, você passou a ler o jornal impresso, site ou seguiu nas redes sociais?

Cibele / Leitora: Sim, segui nas redes sociais e o impresso também. *Tá* sendo um meio legal de saber o que está acontecendo.

AO: E depois que você começou acompanhar mais *Joca*, você já participou de um outro jeito? Por exemplo, mandou um e-mail para eles ou comentou em alguma matéria do site, participou de alguma campanha deles?

Cibele / Leitora: Não. Eu lembro que teve um projeto de escrever uma carta para mandar para a escola para eles mandarem, não entendi direito. Mas aí eu fiz essa cartinha. Mas não era do jornal *Joca*.

AO: Não era para mandar para refugiados em Roraima?

Cibele / Leitora: É. Mas era para mandar para escola, para a escola mandar.

AO: Sim. Esse é um projeto do *Joca*. Ele que pediu para as escolas fazerem isso. E quando você está vendo uma notícia e fica muito feliz ou irritada ou sente outra coisa, você não tem vontade de falar sobre isso? No e-mail, nos comentários. Ou prefere ficar de boa, só lendo?

Cibele / Leitora: Eu fico falando com a minha família sobre o que eu acho. Eu falo com mais com minha família, mas nunca enviei e-mail não, nem pelas redes sociais.

AO: Você não comenta também com suas amigas, suas colegas?

Cibele / Leitora: Não. Elas acham *cringe* [“vergonhoso”, em tradução livre], acham muito bobo ficar lendo os jornais.

AO: Gente! Você tem quantos anos?

Cibele / Leitora: Eu tenho 13 anos.

AO: Ah, já está mais adolescente.

Cibele / Leitora: Sim.

AO: Tudo bem, então. E você lê notícias em outro lugar ou assiste à TV com sua família ou ouve rádio no carro?

Cibele / Leitora: Sim. A gente assiste jornal da *Globo*, normal, da *Record*. A gente gosta muito de ficar sabendo das notícias que está acontecendo no mundo afora, na nossa cidade, e tudo. Tem uma rádio que fala notícias que a gente gosta também.

AO: Todo mundo aí gosta de ver notícias? Desde pequena você tinha esse costume?

Cibele / Leitora: Sim.

AO: Ah, isso ajuda. Talvez na casa das suas amigas não tenha isso, né?

Cibele / Leitora: Sim.

AO: Desses outros jornais que você assiste, ouve, você ou seus pais já participaram? Mandaram algo ou foram entrevistados?

Cibele / Leitora: Entrevistado não, mas quando a gente vê alguma coisa de errado na rua e acha muito errado mesmo, a gente manda para *Record* porque tem *WhatsApp*. A gente vai lá e manda o vídeo, tipo aquele poste que fica com a madeira amarrada. A gente tirou já várias fotos e mandou para a *Record* para eles mostrarem lá porque eles mostram.

AO: Eles responderam ou mostraram o vocês mandaram?

Cibele / Leitora: Sim, já responderam. Acho legal esse negócio de colocar alunos para falar, colocar a voz deles nas coisas, dar voz à criança e ao adolescente. Acho muito legal.

AO: Sim. De forma geral, a gente não é muito ouvido quando é menor, né? Mas, assim, você já lê outros jornais, já tem experiência. O você acha que poderia ter de legal no *Joca* que eles ainda não fazem. Pensa em algo assim?

Cibele / Leitora: Não. Tudo que tem lá eu acho legal.

AO: E quais são as coisas que você mais gosta de ler no *Joca*?

Cibele / Leitora: Sobre acontecimentos que acontece, como eu vou dizer, tipo um assalto que teve, que prenderam os ladrões, sobre vida das pessoas, sobre a escola, sobre vacinação... sobre famosos, de signos, essas coisas. Isso tudo eu gosto.

AO: De tudo um pouco.

Cibele / Leitora: Sim. De futebol um pouco.

AO: Você também gosta de futebol?

Cibele / Leitora: Um pouco.

[Agradeço a Cibele e peço para que chame Carla]

AO: Como foi ver ela no jornal após a entrevista? Mostrou para muitas pessoas?

Carla / Madrasta: Mostramos. Na realidade, o Marcos [coordenador do colégio] me ligou, perguntou se ela podia participar, que a professora tinha escolhido. Eu fiquei muito satisfeita, mas muito, muito. Ela falou "ai, eu vou ficar nervosa". Eu falei "você não vai

ficar nervosa. Você ouviu primeiro. Falei com ela isso agora também. Você estava falando, eu falei para ela assim "você ouviu primeiro, vê o que ela está perguntando para você responder. Não atropela. primeiro a gente ouve, põe na cabeça da gente o que ouviu para poder articular uma resposta". Para fazer uma prova, fazer qualquer coisa. [...] Agora, sobre o jornal que você me perguntou, eu fiquei muito satisfeita. O Daniel me ligou, eu estava trabalhando, perguntou para mim se eu liberava, eu falei que liberava. Eu fiquei muito satisfeita. Ela que mandou para mim porque ela recebeu em primeira mão. E na hora que ela mandou para mim, saí mostrando para todo mundo no serviço, mandei para a vó, mandei para tia, e fui falando "aqui ó, como que ela tá, como ela tá linda". Mostrei para todo mundo e eu tenho ali guardado no celular. Fiquei muito feliz mesmo. É muito gratificante para a gente. Não só do jornal, mas em tudo. Quando eu saio com ela, que as pessoas elogiam, fico muito satisfeita.

AO: Você lê as notícias do *Joca* com ela? Ou confia que não vai ter esse tipo de conteúdo “negativos” que você não aprova?

Carla / Madrasta: A parte do *Joca* que ela me mostrou, não teve nada demais não. Porque, na realidade, a gente não recebeu o jornal todo mês ou semanal. A gente não tá recebendo não. A Cibele falou aqui agora que tá tendo pelo celular e eu nem estava sabendo. Vou até olhar, vou ver o conteúdo dele. Eu estou sendo bem honesta com você, agora que eu estou sabendo que ela está recebendo no celular.

AO: Mas pela linha editorial deles, eles não publicam matérias de violência gratuita, como você estava falando. Essa é uma política deles, então pode ficar mais tranquila.

Carla / Madrasta: Sim, beleza.

AO: Mas vocês estão assinando para receber em casa para além do colégio?

Carla / Madrasta: Não, não me passaram nada não. O Daniel só me ligou pedindo autorização para o jornal *Joca* entrar em contato com ela. Não achei nada demais. Eu tenho que confiar nele.