

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Mayra Fernanda Ferreira

**WEBJORNALISMO INFANTIL:
POR UMA INTERAÇÃO INFORMATIVA**

BAURU

2009

Mayra Fernanda Ferreira

WEBJORNALISMO INFANTIL: POR UMA INTERAÇÃO INFORMATIVA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Campus de Bauru, como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre em Comunicação, sob orientação do Professor Doutor João Pedro Albino.

BAURU

2009

Mayra Fernanda Ferreira

WEBJORNALISMO INFANTIL: POR UMA INTERAÇÃO INFORMATIVA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Campus de Bauru, como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre em Comunicação, sob orientação do Professor Doutor João Pedro Albino.

Bauru, 21 de agosto de 2009

Profª Dra. Lucilene Cury
Membro da Banca Examinadora

Profº Dr. Francisco Sierra Caballero
Membro da Banca Examinadora

Profº Dr. João Pedro Albino
Orientador e presidente da Banca Examinadora

*Aos meus pais, Helena e Luiz Cláudio,
pela mágica infância que me
proporcionaram e por valorizarem a
criança que ainda vive em mim.*

*“Todas as pessoas grandes foram um dia criança – mas poucas se
lembram disso” Antoine Saint-Exupéry em *O pequeno príncipe**

Agradecimentos

Este é um trabalho fruto de muitas experiências e convívio com pessoas especiais, as quais devo minha gratidão e eterno carinho:

A Deus pelo sopro de vida, proteção constante e força imensurável. Afinal, “Tudo posso nAquele que me fortalece”.

Aos meus pais, Helena e Luiz Cláudio, por me ensinarem o que é o verdadeiro amor e a sabedoria necessária a partir da confiança inabalável em minhas escolhas.

Aos meus irmãos, Nathália e Victor, por alegrarem a minha existência e me mostrarem a intensidade de uma união fraterna. Ao cunhado Daniel que, ao integrar a família, agregou em felicidade.

A todos de minha família que sempre torceram pelas minhas conquistas. Aos meus avôs, presentes em espírito, por iluminarem meus passos e fortalecerem nossos laços familiares.

A minha eterna orientadora, Professora Loriza, pelos sábios conselhos e por acompanhar minha trajetória acadêmica. Sem dúvida alguma, esta dissertação é uma vitória nossa!

Às amigas queridas de infância e aos amigos unespianos (não é preciso citar nomes, pois vocês sabem o quanto são especiais), que cruzaram meu caminho nestes seis anos, pelo incentivo e cumplicidade.

Ao meu orientador, Professor João Pedro Albino (Black), pela parceria formada durante o mestrado, compartilhando os meus anseios e sempre acreditando nas minhas ideias. Obrigada pelo ânimo que me empolgava mesmo nos momentos mais instáveis da pesquisa.

Ao professor Maximiliano pelo exemplo de educador. À professora Ana Sílvia pela possibilidade de “lançar um site”. A ambos pelas gratificantes contribuições no exame de qualificação.

Às “nossas crianças” que deram vida a este trabalho e me acolheram como integrante da Geração Net durante as experiências aqui relatadas. À professora Filomena e à coordenação da escola por apoiarem a concretização deste estudo.

Ao amigo Murillo, que merece mais que um agradecimento especial, por ceder parte de seu tempo e conhecimento para mergulhar no universo infantil e construir o webjornal. Que você receba em dobro todo empenho durante esta jornada.

À estimada equipe colaboradora da pesquisa, ilustradores, câmeras, técnicos e designers gráficos: Érika, Geovana, Markus Ricardo, Diego, Cristiane, Fernando Dibb, Marcelo e Lara. Este trabalho é resultante da dedicação coletiva, muito obrigada!

Ao professor de psicologia Jair Lopes pelas reflexões de infância. Aos professores Adenil e Mauro pelo apoio ao tema. Aos demais professores da Unesp pelos ensinamentos. Em especial aos do Departamento de Ciências Humanas por me receberem também como parte integrante do corpo docente. E às secretárias, Keity e Cris, pela recepção e amizade construída.

Aos secretários da pós, Hélder e Sílvia, pela paciência em meio a tantas dúvidas no princípio e pelas conversas harmoniosas, essenciais. Às secretárias da Faculdade de Ciências, Eunice e Ana, por me receberem como uma de suas alunas. Aos demais funcionários da Unesp que participaram desta trajetória universitária.

Aos companheiros de mestrado (também não é preciso nomeá-los já que a lista é extensa, mas inesquecível) pela convivência e aprendizado mútuo. Ao amigo Lauro por me apresentar autores dessa “tal interatividade”. A “teacher” Cláudia pela companhia.

Aos formandos Jornalismo Unesp 2009 por ingressarem comigo na docência universitária e retribuírem com responsabilidade e carinho minha dedicação como professora e amiga.

Ao cursinho Princípios da Unesp pela oportunidade de transmitir conhecimentos e formar universitários.

Aos mais que colegas de redação da Editora Alto Astral por vivenciarem comigo esta etapa. Às companheiras de equipe pelas trocas de experiências e amizade.

Às inspiradoras e sábias canções e palavras do Padre Fábio de Melo por embalarem a elaboração deste trabalho.

Enfim, meus singelos agradecimentos à infância e ao jornalismo, mais que objetos de estudo, sujeitos de pesquisa apaixonantes!

*Em suma, sem paixão não há ciência,
ela não vinga, do mesmo modo que,
sem esse mistério, o da paixão, que é
sempre uma força estranha, não
vingam muitas outras coisas na vida”
(Lucia Santaella)*

*“Eu fico com a pureza das respostas
das crianças. É a vida! É bonita e é
bonita!” (Gonzaguinha)*

FERREIRA, Mayra Fernanda. **Webjornalismo infantil:** por uma interação informativa. 2009. 243f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Unesp, Bauru, 2009.

RESUMO

Tendo em vista a presença das tecnologias da informação e comunicação no cotidiano das crianças, o presente trabalho investiga as produções midiáticas para esse público na Internet, a fim de elaborar um webjornal infantil. Considerando as crianças como usuárias interativas das novas mídias, em especial da Internet, torna-se fundamental que tais produções correspondam aos seus interesses e necessidades. Para conhecer essa nova geração da infância, que já nasce com as tecnologias, realizamos uma pesquisa com crianças de 10 a 12 anos em uma escola pública em Bauru (SP), com a finalidade de verificar a relação que estabelecem com a Internet, com os sites infantis e com o webjornalismo. Diante das opiniões e questionamentos delas, direcionamos nossa análise para sites infantis, de forma a identificar sua adequação ao público-alvo. Frente às análises, definimos os elementos do webjornal, visando a sua usabilidade e interação com as crianças. Os resultados obtidos visam à promoção e valorização da infância enquanto público-alvo de mídia, além de pontuar a importância da participação infantil em relação a assuntos de seu interesse que, direta ou indiretamente, atuam em sua formação como cidadã e leitora crítica da realidade. Ao mesmo tempo, discutimos a produção jornalística para crianças na Internet, com a intenção de demonstrar sua viabilidade e contribuição social.

Palavras-chave: Webjornalismo. Infância. Tecnologias. Interação. Participação infantil.

FERREIRA, Mayra Fernanda. **Webjornalismo infantil:** por uma interação informativa. 2009. 243f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Unesp, Bauru, 2009.

ABSTRACT

Taking for granted technologies of information have been present in our day-by-day lives more and more frequently, mainly in our children's activities, this work traces an investigative study on media products developed toward a particular teenage gap (10-12 years old) using internet tools, in order to elaborate a childlike web-news site. Considering children as interactive users of new media, specially the Internet, it is essential that such products fulfill all their interests and necessities. To learn more about this generation, which was born literate for the technologies, we developed a research based on children aged 10 to 12 from a public school in Bauru, country side of São Paulo state. Our goal is to verify what kind of relationship those children set up concerning to the Internet, designed sites for children and the web-news sites. Taking the children's opinions and questionings into account, we will guide our research to the analysis of infant sites in order to identify their suitability to their targeted users. According to data obtained from the analyses, we define the elements of a web-news site, aiming its larger usability and interaction with the children. The results obtained take into consideration both better promotion and value of childhood whereas media targeted clients besides pointing out the importance of infant's participation as both citizens and critical readers of the reality they are inserted. We also discuss the web-news production for children on the internet aiming to demonstrate its viability and social contribution.

Keywords: Web-news sites. Childhood. Technologies. Interaction. Child Participation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Reprodução de sites	98
Figura 2: Desenho do site Google	99
Figura 3: Janela do MSN	99
Figura 4: Endereço personalizado de site	100
Figura 5: Sites de jogos	101
Figura 6: Orkut para crianças (Conta pessoal e página inicial)	102
Figura 7: Site com blog	103
Figura 8: Site com fotos	103
Figura 9: Site Atalhos	104
Figura 10: Site com relação com outras mídias	104
Figura 11: Site escolar	105
Figura 12: Site de jornalismo para crianças	106
Figura 13: Exemplos de webjornais infantis para as crianças	123
Figura 14: Exemplo de mascote para webjornal	123
Figura 15: Homepage	131
Figura 16: Atividades	131
Figura 17: Blog do Lelê	133
Figura 18: Blog da Folhinha	134
Figura 19: Brindes	135
Figura 20: Fotos	136
Figura 21: Histórias	136
Figura 22: Jogos	137
Figura 23: Lição de casa	138
Figura 24: Novidades	138
Figura 25: Para os pais	139
Figura 26: Passeios	140
Figura 27: Piadas	140
Figura 28: Revistas	141
Figura 29: Sites	141
Figura 30: Vídeos	142
Figura 31: Homepage	144
Figura 32: Blog Capivara Express	146

Figura 33: Câmera Kid	147
Figura 34: Jornal do Mingau	148
Figura 35: Jogos e lazer	149
Figura 36: Matérias da escola	151
Figura 37: Saiba mais	152
Figura 38: Ajude o mundo	153
Figura 39: Animais	154
Figura 40: Livraria do Mingau	155
Figura 41: Seja sócio	155
Figura 42: Prêmios	156
Figura 43: Pais e professores	156
Figura 44: Fale Conosco	157
Figura 45: Homepage	159
Figura 46: Notícias	160
Figura 47: Radar Cultural	162
Figura 48: Jogos	162
Figura 49: Mural	163
Figura 50: Bate-papo	164
Figura 51: Enquetes	165
Figura 52: Quiz	165
Figura 53: Cards	166
Figura 54: Brindes	165
Figura 55: Agenda	167
Figura 56: Personagens do webjornal: <i>Minha Cidade, Educação, Atualidades, Ciência e Esportes</i>	179
Figura 57: Casal jornalista	179
Figura 58: Personagem Espaço Criança	180
Figura 59: Ícones para as seções e da prática jornalística	180
Figura 60: Ilustração da pesquisadora	181
Figura 61: Logo do webjornal	181
Figura 62: Menu das seções	181
Figura 63: Layout do <i>Arthemias Premium</i>	182
Figura 64: Primeiro layout do <i>Jornalismo para Crianças</i>	183
Figura 65: Homepage	183

Figura 66: Exemplo de seção – página inicial	184
Figura 67: Seção de notícias e destaque das demais seções	184
Figura 68: Espaço para comentários, tags e rodapé (com últimas notícias, mais comentadas e mais populares)	185
Figura 69: Exemplo de matéria “Brasil será hexa?”, da seção <i>Esportes</i>	186
Figura 70: Indicações hipertextuais na matéria “Florestas e animais em risco”, da seção <i>Ciência</i>	187
Figura 71: Interface do <i>Socialnetwork</i> : membros e grupos em destaque	187
Figura 72: <i>Espaço Criança</i> – página inicial	188
Figura 73: <i>Espaço Criança</i> – perfil Mayra	188
Figura 74: <i>Jornalismo Mirim</i> – página inicial	189
Figura 75: <i>Jornalista Mirim</i> – Conteúdo enviado pelas crianças	189
Figura 76: Nosso site	190

LISTA DE TABELAS

Tabela 1a: Questão 1 - Você tem acesso ao computador? Onde?	91
Tabela 1b: Local do acesso	91
Tabela 2: Questão 2 – Quantas vezes por semana você usa o computador?	91
Tabela 3: Questão 3 – Para que você usa o computador?	92
Tabela 4a: Questão 4 – Você tem acesso à Internet? Onde?	92
Tabela 4b: Local do acesso	92
Tabela 5: Questão 5 – O que você gosta de fazer na Internet?	93
Tabela 6: Questão 6 – O que falta na Internet para as crianças?	93
Tabela 7: Questão 7 – Você participa de alguma atividade na Internet? Qual?	94
Tabela 8: Questão 8 – O que você acha das informações que a Internet tem?	94
Tabela 9: Questão 1 - Em qual site você entrou?	109
Tabela 10: Questão 2 - Por que você escolheu esse site?	110
Tabela 11: Questão 3 - O que você mais gosta nesse site?	111
Tabela 12: Questão 4 - O que você não gosta nesse site?	111
Tabela 13: Questão 5 - Você não entendeu alguma coisa nesse site? O quê?	112
Tabela 14: Questão 6 - Faltou alguma coisa nesse site? O quê?	112
Tabela 15: Questão 7 - Como você participou desse site? O que fez nele?	113
Tabela 16: Categorias dos sites visitados	114
Tabela 17a: Questão 1 - Você lê algum jornal ou revista?	117
Tabela 17b: Quais?	117
Tabela 18: Questão 2 - O que você gosta de ler?	117
Tabela 19: Questão 3 - Se fosse fazer um jornal infantil na Internet, o que você gostaria de ler nele?	118
Tabela 20: Questão 4 - Como deveria ser a participação das crianças nesse jornal infantil?	119
Tabela 21: Questão - O que você achou do webjornal infantil?	193
Tabela 22: Questão 1 - O que mais chamou sua atenção? Por quê?	194
Tabela 23: Questão 2 - O que você achou das páginas?	194
Tabela 24: Questão 1 - Como são os assuntos do webjornal?	194
Tabela 25: Questão 2 - Os textos são:	195
Tabela 26: Questão 3 - Como é a linguagem dos textos:	195

Tabela 27: Questão 4 - O que você achou da relação entre os personagens e os conteúdos do site?	195
Tabela 28: Questão 5 - O que você achou dos espaços para você participar?	196
Tabela 29: Questão 1 - Como foi usar o site?	196
Tabela 30: Questão 2- Como foi encontrar as informações?	197
Tabela 31: Questão 4a – O que você achou de: Educação	198
Tabela 32: Questão 4b – O que você achou de: Ciência	198
Tabela 33: Questão 4c – O que você achou de: Esportes	198
Tabela 34: Questão 4d – O que você achou de: Atualidades	198
Tabela 35: Questão 4e – O que você achou de: Minha Cidade	199
Tabela 36: Questão 4f – O que você achou de: Jornalista Mirim	199
Tabela 37: Questão 4g – O que você achou de: Espaço Criança	199
Tabela 38: Questão 4h – O que você achou de: Nosso site	200
Tabela 39: Questão 5 - Você gostaria de ser um jornalista mirim?	200
Tabela 40: Sugestões	201

SUMÁRIO

Capítulo 1 – Introdução	17
1.1 Antecedentes da pesquisa	18
1.2 Proposta temática	19
1.2.1 Aos objetivos: problema e hipóteses	20
1.3 Caracterização da dissertação	21
 Capítulo 2 – Comunicação, Tecnologia e Jornalismo	 24
2.1 Sociedade da Comunicação Tecnológica	25
2.1.1 Em busca de comunicação	26
2.1.2 Aspectos de uma cultura tecnológica	31
2.2 Internet: um novo espaço comunicacional	33
2.2.1 A rede	34
2.2.2 O ciberespaço	36
2.2.3 As linguagens	37
2.2.4 O usuário	40
2.3 Pelos caminhos da interação	42
2.3.1 Possibilidades interativas	45
2.3.2 Interação em rede	48
2.4 Jornalismo na web: perspectivas	49
2.4.1 Elementos do webjornalismo	52
 Capítulo 3 – A infância na era digital	 56
3.1 Concepções de infância	57
3.2 Nova geração: crianças em rede	61
3.2.1 Navegação da infância	64
3.2.2 Cibercultura infantil	68
3.2.3 Aprendizado virtual	70
3.3 Comunicação infantil: possibilidades interativas	73
 Capítulo 4 – “Nossas crianças” digitais	 80
4.1 Notas metodológicas	81
4.2 Diagnóstico do grupo	83
4.3 Relação criança e computador	85
4.3.1 Síntese dos resultados	95
4.4 Expressividade infantil	96
4.5 Sites infantis e “nossas crianças”	107
4.5.1 Resultados preliminares	115
4.6 Webjornalismo infantil: perspectivas	116
4.7 Considerações sobre “nossas crianças”	124
 Capítulo 5 – Sites infantis: análise e (des)construção	 128
5.1 UOL Crianças	130
5.2 Mingau digital	144
5.3 RadarKids	158
5.4 Considerações sobre os sites infantis	169

Capítulo 6 – Webjornal infantil experimental	173
6.1 Processo de construção	174
6.1.1 Linha editorial	175
6.1.2 Definição dos elementos visuais	178
6.1.3 Relato da criação	182
6.2 Verificação da eficiência	191
6.2.1 Participação infantil: avaliação e resultados	192
6.2.2 “Nossas crianças” e <i>Jornalismo para Crianças</i>	202
6.3 Infância digital, informação e interação	207
 Capítulo 7 – Considerações Finais	 211
 Referências	 214
Apêndice A – Blog <i>Jornalismo para Crianças</i>	221
Apêndice B – Orkut <i>Tia Mayra Ferreira</i>	223
Apêndice C – Carta de Apresentação	224
Apêndice D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	226
Apêndice E – Questionário Sócio-Econômico	227
Apêndice F – Questionário 1	228
Apêndice G – Questionário 2	229
Apêndice H – Autorização	230
Apêndice I – Questionário 3	231
Apêndice J – Questionário 4	232
Apêndice K – Esboço do webjornal infantil	234
Apêndice L – Webjornal experimental	237
Anexo A – Sites infantis	237
Anexo B – Lista dos 100 sites visitados pelas crianças	238
Anexo C – Parecer Comitê de Ética – Unesp	241
Anexo D – Parecer Diretoria de Ensino de Bauru	242



A viagem pelo universo

infantil começa...

*Nosso primeiro
encontro*

Capítulo 1 – Introdução

O cenário da sociedade atual é construído e transformado a partir das revoluções tecnológicas, principalmente, ao que se refere à informação e à comunicação, e das relações humanas com tais tecnologias. Embora haja outros processos sociais e culturais, como também políticos e econômicos, que ajudam a definir e denominar a sociedade contemporânea, a discussão central é sobre como se estabelecem as relações mediadas pelas tecnologias da informação e da comunicação.

Com diferentes denominações, a saber Sociedade em Rede, Sociedade da Informação, Sociedade do Conhecimento e Sociedade da Aprendizagem Telemática¹, é perceptível como se articulam os fenômenos sociais com as ferramentas tecnológicas, sendo que estas não devem ser vistas apenas como suportes, mas como mediadoras das relações homem-máquina e homem-homem. Partindo dessas mediações, verificamos como as tecnologias se transformam em extensões de seus usuários², como já preconizaram McLhuan (2002) e Kerckhove (1999), visto que o cotidiano está permeado de tais inovações, caracterizando um novo mundo, o digital.

As constantes transformações nesse cenário digital são, em grande medida, acompanhadas pelas pessoas, que vão se apropriando e se adaptando a esse universo, cada vez mais veloz, múltiplo e diverso. Apesar das disparidades de produção e consumo das tecnologias devido ao nível de desenvolvimento entre os países e regiões - discussão que não nos cabe aqui -, reconhece-se que a presença dos aparatos tecnológicos pode interferir de forma singular nos processos informativos e comunicativos de qualquer sociedade. Desde a invenção da imprensa até as atuais mídias digitais, os veículos de comunicação tornam-se, então, exemplos maiores dessa dinâmica, que atinge os segmentos sociais, de diversas classes e faixas etárias.

¹ Com o surgimento das tecnologias da informação e da comunicação e sua apropriação pela sociedade, muitos teóricos e estudos passaram a nomear a sociedade a partir de sua relação com as tecnologias. Dessa forma, as denominações em Rede, da Informação, do Conhecimento e da Aprendizagem Telemática se referem a essa relação, com suas diferenças e complexidades, devido às transformações e reconfigurações do cenário social. Uma observação *a priori* nos permite identificar um percurso entre essas nomenclaturas, visto que partimos da conexão mundial por meio das tecnologias [Sociedade em Rede – Castells (2002)] e atingimos a totalidade das relações sociais permeadas pelas tecnologias [Sociedade da Aprendizagem Telemática – Sierra (2002), entremeados pela difusão das informações [Sociedade da Informação – Mattelard (2002); Soares (1996)] e do valor dessas informações para os sujeitos sociais [Sociedade do Conhecimento – Squirra (2005)].

² Usuário é o termo utilizado por muitos autores para definir quem está em contato com as mídias digitais. Segundo Gosciola (2003), o termo engloba as ações de uso, utilização e comunicação com as obras das novas mídias. Neste trabalho, adotamos essa nomenclatura, associando-a às possibilidades interativas das mídias, o que nos leva à denominação “usuário interativo”.

Pensando nesse cenário, a presente pesquisa adotou como objeto de estudo a produção midiática para crianças na Internet, tendo como foco o webjornalismo infantil, uma vez que não podemos ignorar as crianças como parte dessa dinâmica social em um universo digital.

1.1 Antecedentes da pesquisa

O norte para a discussão aqui proposta foram as pesquisas “Olhar da infância: um relato da mídia impressa” e “Infância em papel: o jornalismo infantil no interior”, realizadas entre 2004 e 2006, na graduação em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, nas quais investigamos os jornais impressos infantis e sua receptividade com as crianças. Dentre os resultados obtidos, verificamos que elas têm interesse pelas informações da realidade (notícias factuais ou não) e não encontram essa necessidade atendida em mídias específicas para o público infantil e, principalmente, que estejam adequadas a suas características e linguagem.

A análise de três suplementos infantis (*Folhinha*, *JCCriança* e *Tribuninha*) revelaram que os jornais impressos têm a tendência de valorizar o entretenimento e o serviço em detrimento do caráter informativo e educativo que tais mídias poderiam ter. Ao mesmo tempo, percebemos a presença de crianças em fotos e depoimentos de forma que haja uma identificação com o público-alvo, além de fomentar a participação das crianças em um jornal feito para elas. No entanto, não percebemos a existência de um diálogo efetivo com a audiência o que, a nosso ver, possibilita um distanciamento com o público, isentando-se de atuar na formação de leitores enquanto cidadãos mais críticos.

Somado a essa perspectiva, o contato com grupo de 122 crianças de 10-12 anos, alunos da 5ª série do Ensino Fundamental em quatro escolas particulares e públicas, mostraram a relação que elas estabelecem com esses jornais. Enquanto preferência de conteúdo, elas valorizam o entretenimento por meio das histórias em quadrinhos e passatempos oferecidos pelos suplementos. No entanto, apontam que gostariam de mais informações sobre a realidade de forma a entender o que acontece com o mundo ao seu redor. Como têm contato com esse conteúdo informativo em outras mídias, que não pensadas para o público infantil, reconhecemos que há uma lacuna na produção midiática infantil ao que se refere ao jornalismo para crianças.

Considerando o dado, obtido em pesquisa realizada em 2006, de que 59% do grupo de 122 crianças têm contato com informações pela Internet, em sites voltados para o público adulto, percebemos que essa mídia digital poderia também promover um jornalismo infantil.

Assim, a proposta do presente trabalho é articular os interesses informacionais infantis na mídia digital, tendo como pressuposto a não valorização das crianças como público-alvo do jornalismo na Internet, ao mesmo tempo em que não se conhece, satisfatoriamente, as características e interesses delas nessa mídia.

1.2 Proposta temática

Conforme já enunciado, o presente trabalho versa sobre a relação da infância com a mídia digital, em especial a Internet, de modo a identificar as características que permeiam o contato das crianças com as tecnologias, bem como suas expectativas, interesses e necessidades, articulando-as com a possibilidade jornalística para o público infantil nesse meio de comunicação. Para pontuar tal relação, é importante que se conheçam as crianças e os produtos midiáticos aos quais elas têm contato quando navegam na Internet.

Nesse sentido, uma das questões centrais que permeiam nossa discussão é como aliar as necessidades informacionais das crianças e corresponder às suas características enquanto usuárias interativas da web. É importante frisar que, quando nos referimos a esse público na Internet, reconhecemos que a relação criança e tecnologia se torna interdependente, visto que a nova geração da infância³, a do século XXI, nasce junto com as tecnologias de mídia digital. Assim, é natural para o desenvolvimento infantil a vivência com tais ferramentas, já que não conseguimos dissociá-los. Sendo assim, é importante que as mídias voltadas para o público infantil estejam preocupadas com os interesses das crianças enquanto usuárias interativas, uma vez que elas se tornam mais autônomas nesse cenário.

Ao mesmo tempo, ao nos preocuparmos com a veiculação de informações para esse público, é necessário que se discutam conteúdos e formatos/design que estejam adequados às características infantis, especialmente ao que se refere à linguagem e à visão crítica de mundo. Isso se torna essencial, visto o potencial da mídia enquanto educadora⁴, ao socializar informações e, conseqüentemente, saberes, além, de certa forma, favorecer a comunicação entre seus usuários e a construção coletiva do conhecimento. Devido a isso, suscita-se um

³ Neste trabalho, definimos infância como a fase da vida de um indivíduo, desde o seu nascimento até a adolescência. Adotamos o Estatuto da Criança e do Adolescente como parâmetro para nosso conceito de criança, que, no artigo segundo, postula: “considera-se criança, para efeitos desta Lei, a pessoa até 12 (doze) anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre 12 (doze) e 18 (dezoito) anos de idade” (BRASIL, 1991).

⁴ “A mídia e a escola formam, em nosso tempo, duas grandes agências de socialização. Ao que parece, tal papel de mediador e importante definidor do espaço público, antes muito circunscrito aos ambientes educativos formais, foi crescentemente sendo transferido para os dispositivos comunicacionais, sejam os ‘antigos’ como o rádio e a televisão, sejam os novos construídos à base dos *sistemas digitais, da informática, do computador, da Internet*. [...]” (CITELLI, 2005, p. 87) [grifo nosso].

questionamento: como o jornalismo está no mundo digital, por que não pensar no webjornalismo infantil, visando à interação com esse público?

A partir da pesquisa-ação com um grupo de crianças relatada ao longo do trabalho, será possível mensurar como o jornalismo infantil pode se comportar em uma mídia digital de forma a conquistar sua audiência e permitir que ela seja coautora de uma proposta informativa e interativa para o público infantil.

1.2.1 Aos objetivos: problema e hipóteses

Diante da investigação proposta sobre a relação infância e mídia digital, entremeada pelo jornalismo, julgamos ser imprescindível contar com a participação de crianças, para que possamos conhecer seu universo e suas expectativas em relação aos sites infantis e ao webjornalismo. Diante da existência de sites infantis com diferentes formatos e conteúdos disponibilizados, fato empiricamente comprovado, é necessário compreender de que forma as crianças se relacionam com tais mídias, a fim de que possamos articular teorias e estudos com a real dinâmica da navegação infantil na Internet.

Esses passos de nosso estudo se articulam de modo a corresponder aos objetivos da pesquisa a fim de que se alcance a ação final de elaborar um webjornal infantil experimental. Ao explicitá-los, vale ressaltar que eles não se cumprem apenas com a pesquisa realizada, mas também com a proposta de construção e veiculação desse produto midiático:

- Conhecer os interesses e expectativas da infância em meio às tecnologias, em especial a Internet;
- Atender aos interesses de informação sobre a realidade das crianças;
- Informar e educar o público infantil por meio do jornalismo;
- Promover a interação das crianças com a informação jornalística e com outras crianças;
- Incentivar a participação das crianças em um site infantil;
- Estimular a formação de um cidadão e leitor crítico.

Ao estipular tais objetivos, partimos da problemática de que os produtos midiáticos infantis não estão concatenados integralmente com seu público, ao mesmo tempo em que não encontramos um caráter informativo, que se refere ao jornalismo factual, disponibilizado para crianças, considerando suas particularidades. Nessa perspectiva, levantamos mais alguns questionamentos: quais os interesses, expectativas e necessidades das crianças na mídia digital? Como se comportam os sites infantis em relação ao conteúdo e formatos propostos?

Como pensar em uma prática jornalística na web que agrade às crianças?. Esses são os três pontos a serem respondidos ao longo da pesquisa.

Somado a isso, não se pode ignorar que reconhecemos que as mídias infantis, em especial, têm um papel formador para seu público, já que lidam com uma audiência em formação, além de ser curiosa e atenta, particularmente devido a sua familiaridade com as tecnologias da informação e da comunicação, a partir das quais desbravam um mundo informativo e interativo.

1.3 Caracterização da dissertação

Diante dessa explanação sobre a temática, o presente trabalho se encontra articulado em sete capítulos que pretendem de forma hipertextual e interativa reportar os estudos, as análises, os resultados e as reflexões sobre os nossos sujeitos de pesquisa: infância digital e jornalismo infantil.

O primeiro capítulo se refere a esta **Introdução** na qual apresentamos o tema sobre o qual nossa investigação se debruça, elencando os objetivos e questionamentos que permeiam o trabalho. Não se esquecendo, é claro, de explicitar o ponto de partida dessa pesquisa, concatenada com estudos anteriores.

Um panorama sobre a sociedade contemporânea mediada pelas tecnologias da informação e da comunicação, tendo como foco a interação e o jornalismo na Internet, ou melhor, o webjornalismo, constitui o segundo capítulo, **Comunicação, Tecnologia e Jornalismo**. Mesmo sem esgotar a temática, é possível observar as relações que se estabelecem em meio à Internet, ao elencarmos suas características.

A **infância na era digital** é o recorte do capítulo 3, ao pontuar quem e como são as crianças que vivem nessa era tecnológica, de forma a valorizar esse público como potencial para as mídias digitais. Ao conhecermos essa nova geração, pode-se entender suas particularidades, anseios e contribuições sociais.

A participação infantil é evidenciada no capítulo 4, **“Nossas crianças” digitais**. Com a finalidade de cumprir eficazmente nossa ação final de construir um webjornal concatenado com o público infantil, é fundamental que nos relacionemos com representantes da geração da infância, que se encontram em contato com as mídias digitais, a fim de pontuar se realmente é do interesse deles contar com um produto jornalístico infantil. Para verificar essa questão e responder a nossa hipótese de que o jornalismo é uma necessidade infantil, propomos uma

pesquisa-ação com um grupo de crianças. E o percurso desse contato com elas e os resultados obtidos são relatados neste capítulo 4.

Como continuidade dessa discussão, **Sites infantis: análise e (des)construção**, enquanto capítulo 5, apresenta uma análise exploratória de sites infantis, de forma a apontar suas características e relacioná-las com o universo infantil, ao mesmo tempo em que fornece subsídios para a construção do webjornal experimental.

A produção desse webjornal, o *Jornalismo para Crianças*, é o foco do capítulo 6, **Webjornal infantil experimental**. Nele, elencamos as políticas editoriais adotadas e apresentamos a relação que as crianças estabeleceram com esse produto midiático, por meio de um teste de verificação de eficiência. A partir desses apontamentos, é possível acentuar a discussão sobre a proposta informativa e interativa para a infância digital.

Por fim, **Considerações Finais** fecha o capítulo 7 e as reflexões deste trabalho.

Face a essa apresentação, o **Webjornalismo infantil: por uma interação informativa** convida para uma viagem ao universo da infância digital, no qual a informação e a interação se fazem presentes, especialmente na proposta final de um webjornal infantil experimental.



*... como é a relação
das crianças*

com a Internet?...

*Nossa primeira
tentativa*

Capítulo 2 – Comunicação, Tecnologia e Jornalismo

Caracterizar um cenário social é uma tarefa complexa, visto que abarca os aspectos econômicos, políticos, culturais e técnicos da sociedade. Ao analisar esse contexto, em fins do século XX e prenúncio ao século XXI, Castells (2002) determinou as características do novo paradigma social, ou seja, da sociedade que se desenvolve em meios às tecnologias da informação e da comunicação.

Segundo o autor, a primeira característica desse cenário é o poder que a informação adquire, sendo considerada a matéria-prima das tecnologias. “São tecnologias para agir sobre a informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia, como foi o caso das revoluções tecnológicas anteriores” (CASTELLS, 2002, p. 108). O segundo aspecto versa sobre os efeitos das novas tecnologias, visto que a informação e a comunicação estão presentes em toda atividade humana. A lógica das redes é o terceiro ponto nomeado, já que as relações pessoais e técnicas se desenvolvem em meio a complexos de tecnologia interligados. A flexibilidade nessas redes é outra característica necessária a fim de que seja possível reconfigurar informações, sistemas e redes. E a quinta, e última, é a convergência tecnológica. “Assim, a microeletrônica, as telecomunicações, a optoeletrônica e os computadores são todos interligados” (CASTELLS, 2002, p. 109).

Observa-se, então, que as tecnologias são parte definidora do atual cenário, sendo importante pontuar suas implicações. Entende-se que a tecnologia é um elemento chave para o desenvolvimento e o crescimento das sociedades, desde o início das civilizações⁵.

Ela é mais do que computadores e aviões: tecnologia é a combinação de conhecimentos, técnicas e conceitos; tecnologia é a combinação de ferramentas e máquinas, machambas e fábricas – é, na verdade, uma complexa organização social, de processos e de pessoas. O contexto organizacional e cultural em que a tecnologia é desenvolvida e aplicada constitui a chave para seu sucesso ou fracasso (NAMBURETE, 2003, p. 235).

Tendo em vista as imbricações quando nos referimos às tecnologias, compreende-se que elas se estruturam e são estruturadas conforme as necessidades e potencialidades dos indivíduos. Rushkoff (1999) afirma que, embora a tecnologia assuma vida própria em alguns

⁵ Em contrapartida a uma visão integrada e, em alguns momentos, ufanista a respeito das potencialidades das tecnologias, autores, como Ramonet (1998) e Baudrillard (1978), pontuam a questão da sociabilidade em meio às tecnologias. Porém, tal discussão não cabe neste trabalho, embora reconheçamos sua importância devido à penetrabilidade tecnológica no cotidiano social, transformando ritmos de vida e, em alguns aspectos, contribuindo para o aumento da disparidade social e, conseqüentemente, da exclusão digital e social.

momentos, ela é sentida como criação humana. “Nós a desenvolvemos intencionalmente, e é por isso que sentimos a obrigação de avaliar seu objetivo e eficácia no atendimento dos objetivos da natureza e da humanidade” (RUSHKOFF, 1999, p. 227). Nesse sentido, cabe conhecer como se desenvolve essa relação entre indivíduos e tecnologias, sem esquecer a comunicação como processo mediador das relações humanas, visto que comunicar é uma característica inerente ao ser humano.

2.1 Sociedade da Comunicação Tecnológica

“Tecnologizar a comunicação ou humanizá-la é um dos maiores desafios do século XXI” (WOLTON, 2003, p. 23)

A inter-relação entre comunicação e tecnologia é a característica que permeia a definição da sociedade em todos os aspectos. De acordo com Wolton (2003), a tarefa de tecnologizar a comunicação decorre da visão materialista que privilegia a dimensão técnica e a performance da comunicação, ou seja, a valorização dos dispositivos técnicos para que os indivíduos possam se comunicar. Em contrapartida, ao se valorizar a dimensão social e cultural da comunicação, ou seja, a relação entre os indivíduos e a contribuição cultural dos mesmos, a tendência é a humanização da comunicação, visto que ela retoma a sua etimologia, de tornar comum, de partilha e de trocas significativas.

Freire (2002) aponta que a formação técnico-científica pode não ser antagônica ao caráter humanista, “desde que ciência e tecnologia na sociedade revolucionária devem estar a serviço de sua [dos indivíduos] libertação permanente, de sua humanização” (FREIRE, 2002, p. 157). No entanto, Belloni (2005) considera que as tecnologias, enquanto dispositivos técnicos organizados de acordo com uma lógica, assumem um estatuto social de suma importância, devido à passagem de uma simples aplicação técnico-científica a um paradigma de conhecimento em uma sociedade que está deixando de ser humana. Percebe-se, então, que é o uso desses dispositivos tecnológicos que pode determinar como se comporta dada sociedade, uma vez que é possível, e até mesmo necessária, a convivência harmônica entre a “tecnologização” e a humanização da comunicação para que os indivíduos possam usufruir das tecnologias sem ter que abrir mão de sua formação humanista e do seu relacionamento interpessoal.

Considerando, dessa forma, a relação que os indivíduos estabelecem com as tecnologias, cabe apontar a relação homem-máquina como uma das diretrizes para se pensar quem é o sujeito social da comunicação tecnológica. Santaella (2000) caracteriza essa relação em três níveis. No primeiro, advindo com a industrialização, as máquinas se comportam como

músculos, imitando a força humana. Já no segundo, perde-se um pouco desse caráter rude, pois elas se tornam mais sensórias, convertendo-se em produtoras de signos. E no terceiro, o atual, essa relação é cerebral.

É a própria noção de máquina que está sendo definitivamente substituída por um agenciamento instável e complicado de circuitos, órgãos, aparelhos diversos, camadas de programas, interfaces, cada parte podendo, por sua vez, decompor-se em redes de interfaces. De fato, dentro deste novo universo, a palavra máquina deixou de ser a palavra de ordem, para ser substituída pelas conexões mais fluidas das interfaces, através das quais os computadores vão crescentemente se potencializando para novas interações (SANTAELLA, 2000, p. 205).

Ao reconhecer o imbricamento cerebral, nas palavras da autora, entre homem e máquina, retomam-se as teses de McLuhan (2002) e de Kerckhove (1999). Para o primeiro, “contemplar, utilizar ou perceber uma extensão de nós mesmos sob a forma tecnológica implica necessariamente em adotá-la” (MCLUHAN, 2002, p. 64). E o segundo autor afirma que as tecnologias se transformam em extensões do homem e o homem as inclui em sua psicologia social. Complementando, Negroponte (2001) acena sobre a construção de máquinas.

[a interface dos computadores pessoais] não diz respeito apenas à aparência e ao manuseio do computador. Trata-se, na verdade, da criação de uma personalidade, do design da inteligência e da construção de máquinas capazes de reconhecer a expressão humana (NEGROPONTE, 2001, p. 91).

Assim, os homens e as máquinas têm uma relação tanto exterior quanto internamente, complementando-se em qualquer atividade social. E, é por isso, que Silveira (2001) afirma que a comunicação fundamental dos dias atuais é aquela mediada pelo computador, que se comporta como uma mídia ao fornecer e comunicar informações ao público, conforme sinaliza Santaella (2000).

2.1.1 Em busca de comunicação

Como as tecnologias da comunicação são uma das responsáveis pela formação das civilizações, McLuhan (apud MATTELART, 2002) divide a história da humanidade em três idades. A primeira é caracterizada pela comunicação natural, oral e gestual em uma idade de pensamento mágico e tribalismo. A segunda se inicia com a escrita alfabética e a imprensa, formando um cenário de racionalismo e nacionalismo. Já a terceira idade é a da transmissão

eletrônica que retoma os sentidos tribais, mas de forma planetária, o que altera, de certa forma, o status da comunicação.

Nessa perspectiva, Wolton (2004) aponta a existência de dois sentidos para a palavra comunicação. Na dimensão normativa, retoma sua origem etimológica. Do latim *comunicare*, significa partilhar, colocar em comum. Assim, a comunicação normativa remete ao ideal de partilha, de intercâmbio autêntico entre as pessoas. Já a segunda dimensão, a funcional, surge a partir do século XVII, com a ideia da difusão.

Remete mais para as necessidades de trocas no seio das sociedades complexas, para a difusão do trabalho e para a abertura das sociedades umas em relação às outras. Desde que haja especialização, há intercâmbio, logo, desenvolvimento de comunicações funcionais que preenchem uma função prática sem ter, por isso, outros significados. Mas a sociedade ocidental continua a valorizar, simultaneamente, o ideal da partilha. Compreende-se que o desenvolvimento da comunicação funcional se faça por referência à comunicação normativa (WOLTON, 2004, p. 504).

Sendo assim, os dois tipos de comunicação coexistem, embora, para Wolton (2004), as condições para uma partilha ideal sejam subjugadas quando se está em um cenário, no qual há uma grande difusão de bens e serviços destinados a um grande número de pessoas que não compartilham os mesmos valores. Nesse sentido, o autor defende uma volta à prática normativa a fim de que a comunicação contribua para uma emancipação e uma maior igualdade social. Enquanto um dos direitos individuais, comunicar apresenta o desafio de reforçar o “eu”, no sentido de se expressar, sem ignorar o “outro”, que ao se expressar favorece a troca, a partilha.

Comunicar é *ser*, isto é, buscar sua identidade e sua autonomia. É também *fazer*, ou seja, reconhecer a importância do outro, ir ao encontro dele. Comunicar é também agir. Mas igualmente admitir a importância do outro, portanto, aceitar nossa dependência em relação a ele e a incerteza de ser compreendido por ele (WOLTON, 2006, p. 15) [grifos do autor].

Para que haja essa intercompreensão entre o “eu” e o “outro”, há necessidade de interação, sendo que esta define a comunicação, segundo o autor. Como as possibilidades interativas estão crescendo na passagem da comunicação direta à comunicação técnica e à comunicação social funcional, pode-se acreditar, a princípio, que há mais comunicação. No entanto, ocorre o contrário, pois, a partir das técnicas, difunde-se uma grande quantidade de informações que não é absorvida e compreendida por todos.

Quanto mais fáceis se tornam as trocas do ponto de vista técnico, mais se torna essencial e difícil satisfazer as condições culturais e sociais para que a comunicação seja algo diferente de uma transmissão de informação [...] Em outras palavras, quanto mais mensagens estiverem em circulação, mais nos confrontamos com dois problemas. Aquele das condições a satisfazer para um mínimo de comunicação autêntica. E aquele do respeito, que vai além da técnica e da economia, à diversidade cultural (WOLTON, 2006, p. 17-18).

Considerando a relação entre comunicação e informação apontada acima, cabe diferenciar tais conceitos. Segundo Pasquali (2005), esta está relacionada à causalidade entre um transmissor ativo de uma mensagem (causa) que busca provocar um comportamento/efeito em um receptor passivo. Já a comunicação representa a mensagem enquanto diálogo, não produzindo respostas programadas, mas visando à reciprocidade, consenso e decisões partilhadas. “Informação categoricamente expressa um relacionamento comunicativo menos perfeito ou equilibrado do que a comunicação, e tende a produzir mais verticalidade do que igualdade, mais subordinação do que reciprocidade” (PASQUALI, 2005, p. 27).

Já a comunicação contempla “o conjunto das tecnologias, da televisão às novas mídias, e suas implicações econômicas, culturais e sociais. Mas também os valores culturais, as representações e os símbolos ligados ao funcionamento da sociedade aberta e da democracia” (WOLTON, 2003, p. 208). Frente a essa diferenciação, observa-se que não é a livre difusão de informações que vai garantir a comunicação em seu sentido pleno, ou melhor, normativo, uma vez que este visa à humanização das relações.

Ao mesmo tempo, embora haja a técnica em prol da informação, deve-se considerar seu conteúdo e recepção. “Quanto mais fácil é, tecnicamente, fazer informação, mais difíceis são a seleção e a construção da informação e, por outro lado, a recepção dessa última” (WOLTON, 2004, p. 304). Isso ocorre porque o importante não é o acesso à informação, mas o uso que se faz dela.

Ninguém consome ‘informação’ em si, e essa existe apenas *em relação* a uma capacidade de interpretação, seleção e reorganização que varia de um indivíduo a outro e de uma atividade a outra. O indivíduo nunca está só com uma máquina; ele está sempre em sociedade, em interação com outros problemas, outras lógicas, outras referências, que inelutavelmente interferem nas tarefas cognitivas. Enfim, não existe *nenhuma relação* entre o crescimento do volume de informação disponível e o crescimento de sua utilização. Quanto mais há informação, mais os filtros dos saberes e dos instrumentos culturais necessários a sua utilização são importantes (WOLTON, 2004, p. 375) [grifos do autor].

Devido a isso, Soares (1996) já pontuava a necessidade de se trabalhar em prol de uma sociedade da comunicação, na qual os indivíduos soubessem receber crítica e ativamente as mensagens dos meios de comunicação, estivessem vigilantes frente às políticas de comunicação, uma vez que elas afetam diretamente seu cotidiano, e buscassem um uso dos meios de acordo com os interesses da cidadania. Nesse sentido, a dimensão normativa da comunicação seria posta em prática, visto que seriam valorizados seus aspectos culturais e sociais e não apenas o econômico e político no cenário da globalização.

Diante desse cenário global, Wolton (2006) ressalta que de nada adianta a informação em grande escala, se os indivíduos não reconhecem a diversidade cultural e social para viverem em coabitação, além de valorizarem o outro, em um processo que o autor denomina de incomunicação. “A sociedade da comunicação não é aquela em que ‘tudo se comunica’. Este é o esquema da sociedade da informação. É, ao contrário, aquela em que entre a informação e a comunicação reconhece-se a importância da incomunicação e da coabitação” (WOLTON, 2006, p. 151). A valorização dessa dimensão social e cultural da comunicação tende a favorecer a democracia em um movimento de inclusão social.

Nesta facilidade da comunicação manifesta-se também uma certa capacidade de inteligência e ação. Saber fazer uso dessas técnicas é, para milhões de indivíduos, o sinal de emancipação e de uma maior igualdade social. [...] Este domínio e este uso são valorizados, tanto mais porque muito frequentemente dizem respeito àqueles que têm o sentimento de serem os excluídos da sociedade (WOLTON, 2006, p. 14).

Complementando essa visão humanística da comunicação, o autor ressalta que há necessidade de valorizar as identidades e a diversidade cultural em níveis locais e globais, favorecendo, então, a prática de uma coabitação que permita o intercâmbio e o diálogo entre os cidadãos. E essa prática seria, na visão de Wolton (2006), uma terceira globalização, já que abrigaria o triângulo - identidade, cultura e comunicação - sob uma base democrática.

De acordo com Soares (1996), uma comunicação democrática e participativa é “uma proposta de inter-relacionamento - direto ou mediado pelas tecnologias – permeado pelo sentido ético, pelo reconhecimento das diversidades, pelo pluralismo, pela confiança e abertura aos grandes fatores e espaços de unidade” (SOARES, 1996, p. 71-72). Tendo em vista a presença das tecnologias, em especial do computador, Lèvy (1996) afirma que a comunicação mediada por computador surge como proposta democrática.

O desenvolvimento da comunicação assistida por computador e das redes digitais planetárias aparece como a realização de um projeto mais ou menos bem formulado, o da construção deliberada de novas formas de inteligência coletiva, mais flexíveis, mais democráticas, fundadas sobre a reciprocidade e o respeito das singularidades (LÉVY, 1996, p. 96).

Embora haja essa proposta, sua prática encontra-se, de certa forma, obstaculizada, uma vez que ocorre em um ambiente não físico, no qual diferentes identidades se cruzam, sem, no entanto, relacionarem-se. Nas palavras de Lévy (2004), o espaço interativo no ambiente virtual tende a ser desterritorializado porque se comunica com diversas partes do mundo instantaneamente, ao mesmo tempo em que se redefinem os palcos políticos e econômicos.

As mídias interativas e as comunidades virtuais desterritorializadas abrem uma nova esfera pública em que floresce a liberdade de expressão. A Internet propõe um espaço de comunicação inclusivo, transparente, universal, que dá margem à renovação profunda das condições da vida pública no sentido de uma liberdade e de uma responsabilidade maior dos cidadãos (LÉVY, 2004, p. 367).

Entretanto, essa liberdade de expressão ainda não se faz democrática. São poucos os atores e autores sociais que têm sua voz valorizada e reconhecida satisfatoriamente nesse ambiente. Muitos ainda estão subjugados aos interesses de quem controla a informação. É claro que, nos ambientes virtuais, a autonomia de discursos e a pluralidade de vozes são maiores, promovendo, assim, de certa forma debates sociais e podendo evitar a manipulação.

O objetivo de qualquer política democrática será possível para que essa nova tecnologia seja usada a serviço dos interesses de todas as pessoas, e não das elites econômicas. Lutará para que a mídia seja usada com o fim de informar e esclarecer, e não de manipular. Ensinará como usar as tecnologias, como expressar novas experiências e interesses e como promover o debate e a diversidade democrática, permitindo que um grande número de ideias e opiniões passe a fazer parte da ciberdemocracia do futuro (KELLNER, 2001b, p. 427).

Somado a isso, Wolton (2006) aponta outra característica que obstaculiza a prática democrática das tecnologias da comunicação: a fragmentação social. Segundo o autor, essa fragmentação da sociedade é uma contradição, visto que as novas mídias contribuem para a abertura, ou seja, para conhecer novos espaços e pessoas – o mundo, mas, ao mesmo tempo, reforçam o individualismo e a segmentação dos espaços. “Quando o mundo inteiro está em rede interativa, é preciso justamente *voltar a sair* dessas relações individuais para encontrar o coletivo e o heterogêneo” (WOLTON, 2006, p. 90). Essa busca do coletivo é a já citada

coabitação, na qual os sujeitos sociais possam se reconhecer e se relacionar, apesar da diversidade.

As novas tecnologias são performáticas do lado da liberdade, mas muito menos do lado da coesão social. São tanto individualistas quanto comunitárias, mas pouco coletivas e sociais. [...] Diante de uma sociedade mais fragmentada, mais desigual que há cinquenta anos, com menos fatores de integração e ascensão social, as novas tecnologias correspondem às aspirações de liberdade das novas gerações, mas também corre o risco de se tornar ferramentas de reificação das desigualdades e das diferenças (WOLTON, 2006, p. 90-91).

Como as tecnologias comportam essas possibilidades de liberdade e individualismo, cabe abrir um parêntesis para a questão da identidade. Canclini (1999) afirma que, nesse cenário de globalização, a identidade passa a se formar pela interação com referentes culturais transnacionais, já que a circulação de bens, informações e serviços entre os países e as relações de consumo desenvolvem formas heterogêneas de pertencimento. “A identidade surge como construção imaginária que se narra por meio de repertórios textuais e iconográficos dos meios eletrônicos de comunicação e pela globalização da vida urbana” (CANCLINI, 1999, p, 148).

Nesse sentido, reorganizam-se os hábitos culturais que passam a ser, majoritariamente, permeados pelas mensagens audiovisuais que expressam códigos internacionais de elaboração simbólica. Há, então, um aparente “reaproximamento” entre os cidadãos que colabora para o enfraquecimento das identidades nacionais e locais a favor de identidades globais. No entanto, Canclini (1999) defende a importância do conflito e da negociação para que a cultura identitária seja valorizada pelo seu potencial híbrido. E essa é a defesa de Wolton (2006) ao citar a coabitação e a incomunicação como ferramentas para a democracia. Dessa forma, entender o comportamento da cultura nesse cenário é de suma relevância.

2.1.2 Aspectos de uma cultura tecnológica

Assim como a comunicação faz parte do indivíduo, a cultura é responsável pelos hábitos, valores e atitudes dos cidadãos, sendo construída e reconstruída continuamente a partir das ações e cenários sociais. Nesse contexto de tecnologias, ela é transformada.

Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. [...] O surgimento de um novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e

interatividade potencial está mudando e mudará para sempre nossa cultura (CASTELLS, 2002, p. 414).

Baccega (2005) analisa que o contato com diferentes culturas, via novas tecnologias, implica uma atualização constante de nossa cultura, instaurando-se uma reconfiguração das instituições e uma discussão de valores. Devido a isso, os meios de comunicação - a mídia - conquistam um papel singular na forma como as pessoas se relacionam em um ambiente global, desterritorializado e simultâneo.

As relações entre as pessoas são marcadas por um espaço que é comprimido (compressão), pela representação, globalidade e interdependência. Precisa ser multilíngue. Precisa-se ‘apenas’ do acesso à rede (reticularidade). Na percepção, há predominância do visual (bisensorialidade). A mobilidade, o acesso à informação e à rapidez se instauram como novos valores (SEIXAS, 2003, p. 85-86).

A descrição acima é perfeitamente condizente com a Internet, o novo artefato comunicacional da cultura tecnológica. Lévy (1996, p. 187) afirma que esses artefatos, chamados de tecnologias inteligentes, são ferramentas que influem na constituição da cultura e inteligência dos grupos. “A sociedade estabelece uma relação dialética com a internet, permitindo a criação e o desenvolvimento do conteúdo da rede, ao mesmo tempo em que se produzem transformações substanciais na cultura da sociedade” (RODELLA, 2005, p. 42).

Ao se referir ao conteúdo em rede, Castells (2002) afirma que a integração potencial entre texto, imagem e sons, que podem interagir em rede global a partir de múltiplos pontos e no tempo escolhido, altera o caráter da comunicação. No entanto, Wolton (2004) assinala que os indivíduos convivem com três tipos de comunicação. O primeiro é a intersubjetiva que é condição para a existência da sociedade, embora seja a menos sofisticada, a mais lenta e a menos eficaz. A comunicação midiática é a segunda forma que permite o laço social. E a Internet é o terceiro tipo, caracterizada como a mais eficaz, apesar de depender das questões antropológicas para o seu resultado.

A escolha? Não escolher, mas buscar as três formas de comunicação. A primeira porque dá sentido à vida, a segunda porque está ligada à sociedade e à democracia de massa, e a terceira porque está em sintonia com a abertura das sociedades e do lugar cada vez maior dos fluxos imateriais (WOLTON, 2004, p. 394).

Considerando essa terceira forma de comunicação, que se relaciona com a abertura da sociedade e com o fluxo intenso das informações, Matellart (2002) elenca as características

que estariam presentes no cerne do que denomina sociedade da informação global, a saber: horizontalidade, transparência, fluidez, flexibilidade, autonomia dos atores e civismo. O autor assinala que esses pontos seriam responsáveis por moldar as relações sociais e, assim, consequentemente, a cultura.

A respeito da flexibilização, o primeiro aspecto a ser alterado são as distâncias. Negroponte (2001) ressalta que, no mundo digital, as distâncias significam cada vez menos. Ao exemplificar que recebe respostas mais rápidas de e-mail de locais distantes, o autor pontua que o fuso horário colabora para que haja a impressão de proximidade, pois as pessoas podem responder à mensagem quando ele está dormindo. Além disso, Lèvy (1996) acrescenta que, quando se está presente no ambiente das tecnologias, ou seja, no mundo virtual, uma pessoa ou uma informação se virtualizam, desterritorializam-se. Elas não mais pertencem a um espaço físico ou geográfico ou à demarcação do calendário e do relógio.

Essa desterritorialização, na visão de Lèvy (1996), permite que se escape dos lugares comuns realistas, já que o que prevalece é a ubiquidade, a simultaneidade, a distribuição irradiada ou massivamente paralela.

De ahora en adelante, nos encontramos en un presente indefinido del cual Internet, con la supresión del tiempo y el espacio, con la velocidad de circulación de los mensajes y la interacción constante, es, por así decirlo, el símbolo. En otras palabras, para mí Internet es la metáfora de una sociedad que rechaza el envejecimiento y el tiempo (WOLTON, 2000, p. 50).

Tendo em vista esse novo símbolo social, é importante caracterizá-lo, elencando suas potencialidades. A essa tarefa nos direcionamos, no entanto, sem esgotá-la, visto que as potencialidades se avolumam e são recriadas constantemente, conforme afirma Leão (2001) ao defender a capacidade de autogênese da Internet.

2. 2 Internet: novo espaço comunicacional

“A internet encarna a presença da humanidade a ela própria, já que todas as culturas, todas as disciplinas, todas as paixões aí se entrelaçam. Já que tudo é possível, ela manifesta a conexão do homem com a sua própria essência, que é a aspiração à liberdade” (LÈVY apud LEMOS, 2002, contracapa)

Considerada a rede das redes, a Internet⁶ surgiu como uma ferramenta de comunicação para facilitar as trocas de informação entre pesquisadores e estrategistas norte-americanos por meio de computadores de forma interligada. “Com o risco de a ‘guerra fria’ vir a ‘esquentar’, era preciso conceber e pôr em funcionamento uma rede de comunicação que sobrevivesse a um ataque nuclear. [...] uma rede em que todos os nós são equivalentes sem que se possa detectar um comando central” (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p. 157).

Esses objetivos militares prevaleceram por, aproximadamente, duas décadas, juntamente à utilização científica e acadêmica. A partir da difusão para o uso comercial nos anos 90, a Internet chegou às empresas e aos lares, oferecendo inúmeros serviços. Como abrange uma diversidade de tecnologias de computação, telecomunicações, entretenimento e conteúdo editorial, essa rede permite transferência de arquivos, correio eletrônico e acesso e produção de informações por meio de ferramentas interativas.

Segundo Tapscott (1999), esse novo meio de comunicação difere-se das revoluções tipográficas e das mídias de massa, ao ser interativo, maleável e distribuído em seu controle. Dizard Júnior (2000) corrobora com essa afirmação, já que pontua a Internet como a terceira grande transformação nas tecnologias da mídia nos tempos modernos. Essa transformação avolumou-se com a criação da Worl Wide Web (WWW) que, segundo Pinho (2003), é a parte mais importante da Internet, sendo sinônimo desta para muitas pessoas. No entanto, a WWW é o modo de organização da informação e dos arquivos na rede por meio de sites – locais nos quais se hospedam os conteúdos.

Observa-se, então, que a Internet é constituída por partes, enumeradas por Lessig (apud PISCITELLI, 2005). A primeira é a infraestrutura, composta pelos computadores, satélites, cabos e hardwares; já a segunda é a parte lógica, na qual se encontram os softwares e os aplicativos; e a terceira é caracterizada pelos conteúdos que circulam nas redes de informação. Cabe destacar, portanto, que ao longo deste trabalho o foco das discussões reside no material e no formato em que ele circula na rede.

2.2.1 A rede

Conforme já apontamos, a Internet se diferencia dos demais meios de comunicação, embora abarque alguns fundamentos das mídias anteriores. O primeiro aspecto a ser ressaltado quando essa rede está em debate é a constatação de Manovich (2006): de uma

⁶ Em relação ao significado da palavra Internet, Pinho (2003) apresenta as definições: “1. Com inicial maiúscula significa a ‘rede das redes’, originalmente criada nos Estados Unidos, que se tornou uma associação mundial de redes interligadas em mais de 70 países [...]. 2. Com inicial minúscula, significa genericamente uma coleção de redes locais e/ou de longa distância interligadas por pontes, roteadores e/ ou gateways” (PINHO, 2003, p. 244).

enorme base de dados dos demais meios de forma distribuída a uma superabundância de dados de todo tipo. A circulação das informações pela Internet é, a princípio, o que fascina, tanto que elas tornaram-se bem econômico, nas palavras de autores como Lèvy (1996) e Wolton (2000).

Em relação a essas informações, reside a questão da responsabilidade pelo que é divulgado na rede, que, de acordo com Wolton (2000), envolve os emissores e os receptores. Além disso, “la naturaleza de los mensajes heterogêneos de los que se ocupa plantea un verdadero problema legal, sobre todo de protección de autores. Esto obligará a todo el mundo a reflexionar sobre lo que es la información y sobre cómo protegerla” (WOLTON, 2000, p. 69).

Enquanto um sistema tecnológico, essa rede telemática⁷ permite aumentar a comunicação individual, já que é mais rápido, interativo e disponibiliza mais informações. Entretanto, Wolton (2000) destaca que, embora a Internet seja um progresso em relação à TV e ao rádio, ela não substitui a dimensão coletiva desses meios.

Levando em consideração tais características e a rede em si, Piscitelli (2005) cita as mudanças que a Internet ocasiona nos níveis tecnológico, social e cultural. O primeiro é marcado pela intensificação dos fluxos de informação não territoriais, visto que recupera a informação textual e pode transmiti-la de forma multimidiática⁸ em tempo real. O nível social vive uma erosão dos limites, já que, em tese, é possível o contato com qualquer lugar, a qualquer tempo e com qualquer pessoa, ao passo em que possibilita a construção de mundos, como as comunidades virtuais⁹. A respeito da cultura, a Internet intensifica a substituição das estruturas lógicas e lineares, voltadas para a tradição, o passado e a coerência interna, pela não linearidade.

Ao possibilitar a desterritorialização e o intercâmbio de informações em nível global, a Internet, para Wolton (2000), apresenta uma vantagem, a de promover a reflexão sobre a igualdade e a diferença, as tribos e o universalismo. Porém, tal ação perde em destaque para a lógica econômica da mundialização, que prega o mundo como um mercado no qual se deve circular de tudo, embora haja certo controle hegemônico por aqueles que dominam os

⁷ O termo telemática também se refere à Internet, uma vez que interliga os serviços de informática aos de telecomunicações.

⁸ “Multimídia, portanto, é uma forma procedente e oportuna de se designar a convergência tecnológica que capacita a rápido acesso qualquer tipo de informação (escrita, sonora, visual), a qualquer momento que se deseje e recorrendo a qualquer suporte de que se disponha (televisor, microcomputador, dispositivos de ‘banda larga’ e outros mais)” (POLISTCHUCK; TRINTA, 2003, p. 158).

⁹ De acordo com Rheingold (apud TAPSCOTT, 1999), comunidades virtuais são agregações sociais que surgem na Internet quando pessoas mantêm debates no espaço virtual, formando teias de relacionamento pessoal.

artefatos tecnológicos. Assim, a rede vive essa contradição entre a prática da mundialização e a possibilidade do universalismo, a partir do mundo sem fronteiras.

Diante desses apontamentos iniciais, cabe descobrir em qual espaço poderiam se dar essas manifestações.

2.2.2 O Ciberespaço

A possibilidade de virtualização de qualquer informação e atos é o que caracteriza o ciberespaço, ou seja, o espaço do ambiente virtual. Segundo Lèvy (1996), o virtual não é oposto ao real. Ele existe de forma potencial, atualizando-se para que as pessoas possam acessar o que está disponível, independentemente do tempo e do espaço. No entanto, o ciberespaço não é palpável, como diz Santaella (2004): “consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração e acesso” (SANTAELLA, 2004, p. 40). Johnson (2001) completa:

Vivemos numa sociedade cada vez mais moldada por eventos que se produzem no ciberespaço, e apesar disso o ciberespaço continua, para todos os propósitos, invisível, fora de nossa apreensão perceptiva. Nosso único acesso a esse universo paralelo de zeros e uns se dá através do conduto da interface do computador, o que significa que a região mais dinâmica e mais inovadora do mundo contemporâneo só se revela para nós através dos intermediários anônimos do design de interface (JOHNSON, 2001, p. 20-21).

Como é o computador que permite o acesso e a navegação¹⁰ pelo ciberespaço, Lèvy (2000) define esse espaço como novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores, abrigando não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo de informações e os usuários. A partir dessa concepção, Santaella (2004) pontua a relação simbiótica entre os humanos e os computadores nesse sistema de comunicação eletrônica global, o qual permite o acesso, a movimentação e a troca de dados e informações até a imersão no ambiente, como é chamada a realidade virtual¹¹.

¹⁰ Pode-se entender a navegação como o movimento virtual por meio de espaços cognitivos de informações e conhecimentos (AGNER; MORAES, 2003).

¹¹ Realidade virtual é um “sistema informático capaz de criar um mundo simulado paralelo dentro do qual o usuário tem a impressão de estar, quando navega manipulando seus objetos. Trata-se de um sistema que permite simular as percepções humanas, gerando um ambiente virtual que produz a sensação de realidade” (SANTAELLA, 2004, p. 44).

Esse novo meio tem a vocação de colocar em sinergia e interfacear todos os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação. A perspectiva da digitalização geral das informações provavelmente tornará o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do início do próximo século (LÉVY, 2000, p. 93).

Na mesma linha de raciocínio, Squirra (1998) aponta o ciberespaço como um cenário eletrônico que representa um eficiente instrumento de comunicação entre os indivíduos e a oferta de inúmeros serviços. Acessar à distância os recursos de computador, transferir dados ou atualizá-los, fazer pesquisas, trocar mensagens, realizar conferências eletrônicas são algumas das funções do ciberespaço, citadas por Lèvy (2000). O autor ainda acrescenta que, ao estar na rede, o indivíduo tem em mãos essas possibilidades, mesmo que não seja um verdadeiro expert em tecnologias para usufruí-las.

Durante a navegação por esse novo espaço informacional e de comunicação, o usuário depara-se com uma nova fase cultural, a cibercultura. Para Lévy (2000), ela é conjunto de técnicas materiais e intelectuais, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. Já Lemos (2002) a define como a forma sócio-cultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática.

Essa nova cultura que emerge nesse cenário passa, então, a configurar a relação que os indivíduos estabelecem quando estão na rede. Para pensar em tais relações, é necessário pontuar como se estrutura a Internet, ou seja, compreender suas linguagens, já que, para Santaella (2004), essa é uma das faces fundamentais da cibercultura.

2.2.3 As linguagens

Ao afirmar que o contato do indivíduo com o ciberespaço é possível por meio de uma interface, Johnson (2001) considera-a como uma linguagem formada por palavras, conceitos, imagens, sons e associações que, ao serem apresentadas aos usuários, são compreendidas pelos mesmos. “[Interface] se refere a softwares que dão forma à interação entre usuário e computador. A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível para a outra” (JOHNSON, 2001, p. 17). Na visão de Manovich (2006), a interface de um computador atua como um código que transporta mensagens em uma diversidade de suportes.

Cuando usamos Internet, todo a lo que accedemos – texto, música, vídeos, espacios navegables – pasa a través de la interfaz del navegador y luego, a su vez, por la del sistema operativo. [...] La interfaz moldea la manera en que el usuario concibe el próprio ordenador. Y determina también el modo en que piensa en cualquier objeto mediático al que accede a través del ordenador (MANOVICH, 2006, p. 113).

Aliada à interface, está a linguagem hipermidiática que explica a organização das mensagens no ciberespaço. Ao considerá-la como exemplo máximo de hibridismo das linguagens, já que mescla textos, imagens fixas e animadas, vídeos, sons, ruídos em um todo complexo, Santaella (2004) explica seu potencial.

O primeiro grande poder definidor da hipermídia está na hibridização das matrizes de linguagem e pensamento, nos processos sígnicos, códigos e mídias que ela aciona, conseqüentemente, na mistura de sentidos receptores, na sensorialidade global, sinestesia reverberante que ela é capaz de produzir, na medida mesma em que o receptor ou leitor imersivo interage com ela, cooperando na sua realização (SANTAELLA, 2001a, p. 393).

Como a autora considera que há apenas três matrizes do pensamento e da linguagem - verbal, visual e sonora -, a hipermídia seria o ponto auge de imbricamento delas, constituindo uma nova linguagem. “Uma linguagem inaugural em um novo tipo de meio ou ambiente de informação no qual ler, perceber, escrever, pensar e sentir adquirem características inéditas” (LANDOW apud SANTAELLA, 2001a, p. 390).

Para exemplificar, Lèvy (2004) aponta que um website pode propor ao mesmo tempo e de maneira complementar textos, imagens – fixas ou animadas – e som na transmissão de um determinado conteúdo. Isso é possível por meio da digitalização, que possibilita a compressão dos dados, permitindo a circulação de uma grande quantidade de informação, independentemente do meio de transporte. Além disso, a linguagem hipermidiática proporciona um processo de comunicação dialógico.

A hipermídia é uma linguagem eminentemente interativa. O leitor não pode usá-la de modo reativo ou passivo. Ao final de cada página ou tela, é preciso escolher para onde seguir. É o usuário que determina que informação deve ser vista, em que sequência ela deve ser vista e por quanto tempo. Quanto maior a interatividade, mais profunda será a experiência de imersão do leitor, imersão que se expressa na sua concentração, atenção e compreensão da informação. O desenho da interface é feito para incentivar a determinação e tomada de decisão por parte do usuário (SANTAELLA, 2001a, p. 394).

Para, então, apresentar essa possibilidade de interação, o ciberespaço conta com a estruturação hipertextual das mensagens. Para Lèvy (1996), o hipertexto é composto de nós de informações ligados por conexões, sendo que cada nó é um texto – podendo ser apenas uma palavra, uma página, imagens, gráficos ou sequências sonoras. Além dessa diversidade de formatos, o diferencial está na forma de articulação dos mesmos. “Os itens de informação não são ligados linearmente, como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. [...] Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira” (LÈVY, 1996, p. 33).

Funcionalmente, um hipertexto é um tipo de programa para a organização de conhecimentos ou dados, a aquisição de informações e a comunicação, com as funções de “hierarquizar e selecionar áreas de sentido, tecer ligações entre essas zonas, conectar o texto a outros documentos e arrimá-lo a toda uma memória” (LÈVY, 1996, p. 37). Como esse tipo de texto se define pelas interligações, associações e remissões, que consegue efetuar entre as informações, sua estrutura quebra com o fluxo linear que é próprio da linguagem nos demais meios de comunicação.

Hoje, a informação on-line ou no ciberespaço, em geral, compreende não apenas o ‘estoque’ desterritorializado de textos, de imagens e de sons habituais, mas igualmente pontos de vista hipertextuais sobre esse estoque, bases de conhecimentos com capacidades de inferência autônoma e modelos digitais disponíveis para todas as simulações (LÈVY, 1996, p. 115).

Essa não linearidade na conexão entre os hipertextos, por meio dos links, caracteriza a interatividade da linguagem hipermidiática, uma vez que, ao armazenar as informações e organizá-las em nós, instauram-se percursos de navegação que variam de usuário a usuário, conforme os links que forem clicados. “Isso só é possível devido à estrutura hiper, não sequencial, multidimensional que dá suporte às infinitas opções” (SANTAELLA, 2004, p. 49).

É necessário destacar, no entanto, que a hipermídia, ao concentrar tanta informação, pode desorientar o usuário se este não formar um mapa cognitivo sobre o documento. Santaella (2001a) aponta que este deve fornecer pistas sem cair no mero didatismo ou na entropia.

Transitar pelas infovias pode se tornar extremamente frustrante se o programa estrutural do documento não estiver ajustado ao potencial pretendido. Vem daí a necessidade de criar roteiros e programas que sejam capazes de guiar o receptor no seu processo de navegação. Todo sistema-

guia, entretanto, é uma faca de dois gumes. A opção pelo didatismo pode tolher a curiosidade e a vontade da descoberta que deve impulsionar as ações do leitor, pois o fácil enfada a inteligência (SANTAELLA, 2001a, p. 395).

Tendo em vista que, em tese, é o usuário que assume o percurso de sua navegação no ciberespaço, Santaella (2004) afirma que o receptor se torna coautor, ou melhor, um novo tipo de leitor, que a autora considera imersivo. Concomitantemente, a rede prega uma maior liberdade e autonomia dos usuários devido ao fluxo de informações que têm à disposição, bem como as possibilidades de manipular, modificar e construí-las segundo seus interesses. “As novas tecnologias, mesmo que isso seja falso na realidade, dão a impressão de uma liberdade maior do que as mídias de massa. Com o computador, o usuário tem a impressão de ser ator do que ele faz” (WOLTON, 2004, p. 336). Mas, enfim, quem é esse usuário que se apropria das linguagens e da estrutura do ciberespaço?

2.2.4 O usuário

Estar na frente de um computador e navegando na Internet é o que, a princípio, caracteriza o termo usuário. No entanto, o contato com as novas mídias implica características diferenciadas nesse indivíduo que aprende a lidar com ferramentas que estimulam seu raciocínio. A tese da Curva do Dorminhoco, presente na obra de Johnson (2005), revela que as plataformas tecnológicas são mais exigentes do ponto de vista intelectual, o que permite um desenvolvimento cognitivo potencial de seus usuários.

No caso da Internet, o autor afirma: “não apenas porque o mundo on-line propicia recursos que ajudam a sustentar a programação mais complexa que em outros meios de comunicação, mas porque o processo de acostumar-se à nova realidade das comunicações em rede teve efeito salutar em nossas mentes” (JOHNSON, 2005, p. 92). E, esse desafio cognitivo possibilitado pela Internet ocorre de três modos inter-relacionados, devido ao seu potencial participativo, às interfaces, que constantemente se tornam mais complexas, e aos canais de interação.

Frente a essas novas possibilidades aos quais os indivíduos têm que se adaptar e apropriar, Johnson (2005) acrescenta o papel das mídias digitais para o relacionamento social.

As ferramentas como o Google realizaram o sonho original das máquinas digitais de se tornarem extensões de nossa memória, mas os novos aplicativos de rede social fizeram algo que os visionários jamais imaginaram: eles também estão ampliando as habilidades de nosso povo, expandindo nossas redes sociais e criando novas possibilidades para estranhos compartilharem ideias e experiências (JOHNSON, 2005, p. 98).

Toda essa rede de contatos e experiências inicia-se, porém, com a manipulação do teclado e da tela dos computadores. Segundo Wolton (2004), é por meio do teclado que o usuário tem a impressão de agir individualmente e até dialogar com outra pessoa, o que proporciona um sentimento de responsabilidade e ação. A partir dessas sensações, é que se afirma a atividade na rede. E a primeira ação ativa é a do leitor. “O leitor em tela é mais ‘ativo’ que o leitor em papel: ler em tela é, antes mesmo de interpretar, enviar um comando a um computador para que projete esta ou aquela realização parcial do texto sobre uma pequena superfície luminosa” (LÈVY, 1996, p. 40).

Além disso, Santaella (2004) destaca a agilidade e a prontidão das respostas na interação desse leitor familiarizado com a máquina, uma vez que une as informações disponíveis, de modo a-sequencial, construindo um tipo de comunicação multilinear e labiríntico. De acordo com a autora, esse leitor é do tipo imersivo, já que navega entre nós e conexões não lineares em um ambiente virtual, o que exige maior apreensão perceptiva e maior iniciativa, pois sem ela a imersão não se realiza. O leitor, então, tem a liberdade para escolher qual caminho no labirinto de informações vai seguir.

Considerando essa liberdade de escolha na Internet, verifica-se uma mudança no consumo e emissão de informações. “Por permitir a difusão democrática da informação, a Internet cria uma nova categoria de usuário, consumidor e emissor da informação, livre para escolher o tipo de mensagem a qual quer ter acesso e que deseja ele mesmo veicular” (RODELLA, 2005, p. 43).

Los nuevos medios son interactivos. A diferencia de los viejos medios, donde el orden de presentación viene fijado, ahora el usuario puede interactuar con el objeto mediático. En ese proceso de interacción puede elegir qué elementos se muestran o qué rutas seguir, generando así una obra única. En ese sentido, el usuario se vuelve coautor de la obra (MANOVICH, 2006, p. 96-97).

Concomitantemente, Lèvy (1996) ressalta que, no ciberespaço, cada um é potencialmente emissor e receptor, realizando trocas conforme seus interesses e não mais em relação à posição geográfica e social.

O ciberespaço é por excelência o meio em que atos podem ser registrados e transformados em dados exploráveis. Por isso, o consumidor de informação, de transação ou de dispositivos de comunicação não cessa, ao mesmo tempo, de produzir uma informação virtualmente cheia de valor. O consumidor não apenas se torna coprodutor da informação que consome, mas é também

produtor cooperativo dos “mundos virtuais” nos quais evolui, bem como agente de visibilidade do mercado para os que exploram os vestígios de seus atos no ciberespaço (LÈVY, 1996, p. 63).

Independentemente da oferta ou da demanda por programas e/ ou mensagens nesse ambiente, Wolton (2004) enfatiza que o usuário é ativo, visto que ele pode decodificar, filtrar, recusar ou aceitar uma informação no primeiro caso; enquanto pode escolher quando a demanda prevalece. Somado a isso, Castells (2002) acredita que a audiência não é um elemento passivo, mas reage aos símbolos e significados que a mídia constrói e, portanto, precisa de um meio interativo para expressar o grau de satisfação à mensagem que lhe é passada.

Na busca por esse meio, o autor constata que a Internet caracteriza-se como “o meio de comunicação interativo universal via computador da Era da Informação” (CASTELLS, 2002, p. 433). Tal afirmação é ratificada por Lèvy (2004): “a Internet é o primeiro sistema de comunicação multimídia interativo intrinsecamente transfronteira” (LÈVY, 2004, p. 376). O autor ainda relaciona esse potencial com o papel dos cidadãos que vivem em meio a essa mídia digital.

As mídias interativas e as comunidades virtuais desterritorializadas abrem uma nova esfera pública em que floresce a liberdade de expressão. A Internet propõe um espaço de comunicação inclusivo, transparente e universal, que dá margem à renovação profunda das condições da vida pública no sentido de uma liberdade e de uma responsabilidade maior dos cidadãos (LÈVY, 2004, p. 367).

Nessa perspectiva da interação enquanto propulsora de um cenário de liberdade de expressão, direcionamo-nos para a discussão desse termo e de suas implicações para o novo ambiente informacional e comunicacional.

2. 3 Pelos caminhos da interação

“A interatividade é o pão cada vez mais cotidiano de uma sociedade inteira” (SILVA, 2001, p. 24)

“Reduzir a interação a aspectos meramente tecnológicos, em toda e qualquer situação interativa, é fechar os olhos para o que há além do computador” (PRIMO, 2007, p. 142)

A partir das discussões sobre as tecnologias da informação e da comunicação difundidas no ciberespaço e como o usuário se comporta nesse cenário, os termos interação e

interatividade são recorrentemente citados¹². E as possibilidades interativas das mídias digitais são apresentadas como a grande revolução tanto técnica quanto social. “A interatividade não emerge somente na esfera técnica. Emerge também na esfera social. A pregnância das tecnologias interativas ocorre não apenas por imposição técnica e do mercado, mas também porque contemplam o perfil comunicacional do novo receptor” (SILVA, 2000, p. 4).

Ao considerar o papel desse receptor, Primo (2007) destaca que o estudo da interação deve recuperar a formação dessa palavra, ou seja, a junção dos vocábulos *inter* e *ação*, que se refere à *ação entre* os participantes de dada relação. No contexto das mídias digitais, esses participantes são tanto os usuários quanto às máquinas. No entanto, o autor considera que o termo usuário não contempla as especificidades da ação dele no ambiente virtual, preferindo, então, o termo *interagente*¹³. Já Silva (2001) ressalta que o receptor das mídias digitais tem o poder de exigir as informações que o interessam, além de ir em busca de uma interação com a mensagem. Completando, Tapscott (1999) afirma que a nova mídia pede pela participação ativa, informada e inteligente do usuário.

Como a comunicação deve ser entendida como uma ação compartilhada entre os sujeitos, em relação à comunicação interativa, Silva (2001) reconhece o caráter múltiplo, complexo, sensorial e participativo do receptor, visto que este pode intervir diante dos dados e informações disponíveis. “A comunicação interativa pressupõe que haja necessariamente intercâmbio e mútua influência do emissor e receptor na produção das mensagens transmitidas” (SANTAELLA, 2004, p. 160). Tal possibilidade emergiu a partir de uma evolução da mídia.

A mídia evoluiu de um fórum unidirecional, imposto de cima para baixo, para se tornar o sistema interativo aberto a todos que é hoje. Alguns [analistas de mídia] explicam que a mídia era “um para muitos”, o que significa que algumas emissoras controlavam o que milhões de espectadores absorviam, e exultam porque hoje a mídia é “muitos para muitos” porque qualquer um com um modem ou com uma câmera de vídeo pode contar suas histórias para o resto do mundo usando a televisão de acesso público ou a Internet (RUSHKOFF, 1999, p. 58-59).

Retomando alguns aspectos das mídias tradicionais, observa-se que, mesmo de forma incipiente, a participação se apresentava como um elemento interativo. Ao se referir à

¹² Não nos cabe aqui confrontar tais conceitos ou adotar uma perspectiva fechada sobre os mesmos, visto que a área de Comunicação ainda não os acordou de forma consensual. Porém, julgamos pertinente levantar algumas questões teóricas de estudiosos que se debruçam sobre essa temática, a fim de direcionarmos o que consideramos interativo neste trabalho.

¹³ Embora concordemos com a visão de Primo (2007) sobre a redução do termo usuário, preferimos trabalhar com o termo usuário interativo.

interação humana com os meios de comunicação, McLhuan (2002) diferenciava os meios devido ao seu impacto em relação ao receptor. O autor caracterizou como meios quentes aqueles que não necessitavam de muita participação, como a fotografia e o rádio, uma vez que ao receptor era apenas possível admirar ou ouvir as mensagens. Já os meios frios, como o telefone e a televisão, exigiam um maior envolvimento, visto que a audiência precisava interagir com o meio para completar as mensagens. Entretanto, essas colocações do autor vislumbravam o impacto dos meios na percepção humana e não as possibilidades comunicativas com e entre os receptores.

Esse foco comunicacional é alvo, então, na teoria de Thompson (2004). Segundo ele, os meios de comunicação proporcionaram novos tipos de interação, além do face-a-face, no qual os indivíduos compartilham o mesmo espaço físico. A partir do surgimento dos aparelhos tecnológicos, como o telefone, passa a existir a interação mediada, na qual há um deslocamento espacial dos indivíduos na situação de comunicação, visto que um meio técnico a viabiliza. Já em relação aos meios massivos, como a televisão e o rádio, há uma interação quase mediada. Tal tipo de interação é um processo de comunicação e intercâmbio simbólico, no qual os produtores das mensagens se dirigem para pessoas que não estão fisicamente presentes, enquanto os receptores recebem as mensagens sem poder respondê-las diretamente aos produtores. Dessa forma, essa interação não se efetua como uma proposta dialógica, na qual os sujeitos comunicativos participam e intervêm com a mesma potencialidade.

Já Lemos (2002) classifica a interação em dois níveis. O primeiro refere-se às relações interpessoais, isto é, homem-homem, no que o autor chama de interação social; e o segundo, à interação técnica (homem-técnica). Nesse nível é que se encontra a interatividade enquanto ação dialógica entre o homem e a máquina. Para o autor, a interatividade ocorre também em dois tipos: analógica-mecânica (interação com a máquina em si) e eletrônico-digital (interação também com o conteúdo), o que permite que a interação também aconteça em níveis. Considerando a evolução tecnológica da televisão, o autor os classifica de 0 a 4.

O nível 0 é a TV em preto e branco, na qual o telespectador dispunha apenas de dois botões para ligá-la e alterar volume/brilho ou contraste e mudar de canal. No primeiro, as cores chegam à TV, assim como o controle remoto e a disponibilização de mais canais devido ao aumento no número de emissoras, o que possibilita o “zapping” do telespectador. O nível seguinte caracteriza-se pela inserção de aparelhos à televisão, como o vídeo, câmeras e videogame, garantindo mais atividades ao telespectador que pode definir a temporalidade em que vai assistir a determinado programa, visto que, a partir de então, pode gravá-lo. O 3 refere-se à interferência do usuário no conteúdo por meio do telefone, fax ou e-mail. O quarto

nível seria o da televisão interativa, a qual permitiria a participação em tempo real, visto que os usuários teriam à disposição a escolha de ângulos e conteúdos, além de viabilizar uma interação social ao tornar possível o contato virtual entre os usuários.

Tendo em vista esses apontamentos, percebe-se que “a pregnância da cultura informática e a emergência da interatividade vêm desde o controle remoto, desde o vídeo game até a multimídia interativa que permite ‘modificar conteúdos’, que permite o aleatório e a ficção em interfaces amigáveis” (SILVA, 2001, p. 41). Dentre essas interfaces, o computador se comporta como uma mídia interativa, especialmente devido à Internet.

2.3.1 Possibilidades interativas

Na perspectiva da interação mediada por computador, Primo (2007) ressalta que interagir não é só apontar e clicar, por isso, que não se pode confundir interatividade com diálogo. “Se o diálogo humano não é uma relação automática, nem previsível, por que então supor que toda e qualquer utilização do computador seja comparada a um diálogo ou a uma conversação?” (PRIMO, 2007, p. 47). Tal indagação do autor nos permite visitar o significado da palavra interatividade.

A palavra interatividade está nas vizinhanças semânticas das palavras ação, agenciamento, correlação e cooperação, das quais empresta seus significados. Na ligação com o termo ação, a interatividade adquire o sentido de operação, trabalho e evolução. Da sua ligação com agenciamento vem o sentido de intertrabalho. Na vizinhança com o termo correlação, a interatividade ganha o sentido de influência mútua e com o termo cooperação adquire os sentidos de contribuição, coagenciamento, sinergia e simbiose (SANTAELLA, 2004, p. 153).

Reconhece-se, então, que tal polissemia permite que a interatividade seja explorada em várias nuances, sendo que sua inserção em um processo comunicativo, segundo a autora, manifesta-se por meio do diálogo e da conversação, uma vez que estes caracterizam a interação. Assim, o modelo de comunicação interativa pressupõe relações dialógicas, desde que haja trocas substanciais entre os sujeitos, uma vez que Freire (2002) define o diálogo como o encontro ativo e reflexivo dos homens.

Interatividade é a disponibilização consciente de um *mais comunicacional* de modo expressivamente complexo, ao mesmo tempo atentando para as *interações* existentes e promovendo mais e melhores *interações* – seja entre usuário e tecnologias digitais ou analógicas, seja nas relações “presenciais” ou “virtuais” entre seres humanos (SILVA, 2001, p. 20) [grifos do autor].

Como essa interação mediada por computador torna possível o diálogo dos usuários interativos entre si e com as máquinas, Primo (2007) alerta para que as possibilidades interativas não sejam consideradas inteiramente dialógicas, possibilitando a construção coletiva do conhecimento. Para assinalar tais diferenciações, o autor caracterizou a interação enquanto reativa e mútua. A primeira é que depende da previsibilidade e automatização das trocas, pois se leva em consideração a configuração das mesmas, como elas estão organizadas e o que podem ofertar. Nesse sentido, o estado inicial de dado programa interativo já carrega todas as possibilidades de relacionamento pré-definidas, pois pelo menos um dos interagentes estabeleceu as relações de estímulo e resposta.

“Para cada *input* reconhecido deve haver uma reação pré-contida. Assim, o resultado gerado só pode ser aquele e não outro. Toda vez que o cálculo for repetido, o mesmo resultado será gerado” (PRIMO, 2007, p. 151). No entanto, a interação se estabelece porque os interagentes têm a possibilidade de escolher entre os *inputs* pré-configurados e finitos, o que acarreta em determinados *outputs* previsíveis. Caso não haja essa escolha, a interação reativa não é viabilizada e o sistema interativo é interrompido. Na contramão dessa interação pré-determinada, Primo (2007) apresenta outro tipo interativo. “A interação mútua é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada do relacionamento, afetando-se mutuamente” (PRIMO, 2007, p. 57).

Esse efeito mútuo é denominado pelo autor de tríplice impacto simultâneo das ações dos interagentes, uma vez que estes se modificam ao passo em que o relacionamento entre eles também sofre uma alteração em um processo de recursividade, chegando a afetar relações futuras. Além disso, a comunhão, o diálogo, a cooperação e o conflito estão presentes para que os interagentes estejam em constantes problematizações a fim de se relacionarem em busca de soluções.

Devido a essa dinâmica, e em virtude dos sucessivos desequilíbrios que impulsionam a transformação do sistema [podemos considerar a comunicação enquanto um sistema], a interação mútua é um constante vir a ser, que se atualiza através das ações de um interagente em relação à(s) do(s) outro(s), ou seja, não é mera somatória de ações individuais. As interações reativas, por sua vez, são marcadas por predeterminações que condicionam as trocas (PRIMO, 2007, p. 228).

Além disso, vale destacar, assim como faz o autor, que em dado contexto podem ocorrer interações mútuas e reativas simultaneamente. É a multi-interação¹⁴. Como exemplo, têm-se a comunicação em um chat, na qual a interação mútua se estabelece durante a conversa, enquanto a reativa está presente no contato dos interagentes com a interface da tela, do teclado, do mouse e do programa de conversação.

O princípio que rege a interatividade nas redes é o da mutabilidade, da efemeridade, do vir-a-ser em processos que demandam a reciprocidade, a colaboração, a partilha. A interatividade ciberespacial não seria possível sem a competência semiótica do usuário para lidar com as interfaces computacionais. Essa competência semiótica implica a vigilância, receptividade, escolha, colaboração, controle, desvios, reenquadramentos em estados de imprevisibilidade, de acasos, desordens, adaptabilidade que são, entre outras, as condições exigidas para quem prevê um sistema interativo e para quem o experimenta (SANTAELLA, 2004, p. 166).

O conceito acima, apresentado por Santaella (2004), articula-se, especialmente, com o princípio da interação mútua, reconhecendo a competência dos usuários diante das possibilidades interativas oferecidas no ciberespaço, diante das quais se alteram os papéis de emissor e receptor. Segundo Silva (2001), a modalidade comunicacional interativa a partir das novas tecnologias informáticas representa uma mudança significativa na natureza da mensagem, no papel do emissor e no estatuto do receptor.

A mensagem torna-se modificável na medida em que responde às solicitações daquele que a consulta, que a explora, que a manipula. Quanto ao emissor, este assemelha-se ao próprio *designer* de *software* interativo: ele constrói uma rede (não uma rota) e define um conjunto de territórios a explorar; ele não oferece uma história a ouvir, mas um conjunto de territórios abertos a navegações e dispostos a interferências e modificações, vindas da parte do receptor. Este, por sua vez, torna-se “utilizador”, “usuário” que manipula a mensagem como coautor, cocriador, verdadeiro conceitor (SILVA, 2001, p. 11) [grifos do autor].

Dessa forma, o autor considera uma nova recepção, a qual permite a participação, a intervenção, a bidirecionalidade e a multiplicidade de conexões. E o marco desse paradigma é o hipertexto. “Ele democratiza a relação do indivíduo com a informação, permitindo que este ultrapasse a condição de consumidor, de espectador passivo, para a condição de sujeito operativo, participativo e criativo (SILVA, 2001, p. 15). Assim, as relações hipertextuais, por

¹⁴ Na proposta de nosso webjornal infantil, consideramos a multi-interação, a fim de proporcionar às crianças interações reativas e mútuas por meio do webjornal experimental.

meio da Internet, corroboram para mais interações e, conseqüentemente, para um mais comunicacional, nas palavras do autor.

2.3.2 Interação em rede

Concatenado com o estudo da interação mediada por computador, Wolton (2003) considera a net como o paraíso da interação de tal forma que nenhuma mídia tradicional pode se comparar. E Manovich (2006) completa afirmando que a Internet é especialmente propícia para permitir novos tipos de produção em colaboração, distribuição democrática e participação.

Estamos descobrindo que o computador não se destina apenas à leitura e ao consumo, mas à comunicação e à participação. [...] A World Wide Web deixa as pessoas participarem online de uma forma mais compatível com a rede física. [...] Como essas páginas são interligadas entre si, os usuários passeiam de um local a outro, explorando a Web da mesma forma que explorariam um ambiente natural (RUSHKOFF, 1999, p. 206).

Nesse sentido, a exploração na Internet viabiliza a interação reativa, ao apresentar caminhos exploráveis, e a interação mútua, ao favorecer as trocas por meio de canais interativos, tanto na divulgação de mensagens quanto no relacionamento entre os usuários. Para isso, deve-se conhecer as possibilidades dos programas interativos. Santaella (2004) explica que a mensagem é interativa a partir do modo em que é consultada, manipulada, modificando-se para atender às necessidades de quem a acessa. “Essas manipulações se processam por meio de uma tela interativa ou interface que é lugar e meio para o diálogo. Por intermédio de instrumentos materiais (tela, mouse, teclado) e imateriais (linguagem de comando), o receptor transforma-se em usuário e organiza sua navegação” (SANTAELLA, 2004, p. 163). Esse é, pois, um exemplo de interação reativa.

Além disso, há programas interativos que oferecem ao usuário a possibilidade de revelar e mudar sua identidade. “Os programas são formas de elaborar pensamentos e levam o usuário a incorporar identidades geradas no ciberespaço” (SANTAELLA, 2004, p. 163). Essa construção identitária é viabilizada pelo contato entre os usuários, mediados pela rede. A soma dessas possibilidades revela a cultura da interação, em uma perspectiva mútua.

Usuários da Internet, participantes da cultura da interação, adquirem conhecimento e poder através de sua interação com outros usuários. A cultura interativa da Internet é não hierárquica e não é distribuída; é uma verdadeira “Teia de poderes”. Todos os participantes podem ter suas

homepages, seus próprios endereços eletrônicos, sua própria identidade ou identidades interativas. Na Internet, todos são produtores de cultura, todos são participantes (TAPSCOTT, 1999, p. 76).

Desse modo, a participação é uma das palavras-chave quando se pensa na interação mediada por computador e, ao participar, as pessoas trazem consigo seu universo cultural, o que, em tese, seria substancial para a troca de experiências e a coabitação, retomando Wolton (2006). “O interesse dos públicos em participação, em intervenção, aliado às possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias é uma feliz coincidência que pode resultar na construção de uma nova história da comunicação” (SILVA, 2000, p. 6). Devido à inter-relação entre as possibilidades interativas para a comunicação, é importante pontuar como se comporta uma das práticas comunicativas cujo foco está nas informações, o jornalismo¹⁵, visto que os usuários interativos, independente de sua idade, como nos fala Rushkoff (1999), devem receber qualquer informação e instrumentos para analisá-las.

2.4 Jornalismo na web: perspectivas

“Esse é precisamente o objectivo do webjornalismo: um jornalismo participado por via da interacção entre emissor e receptor” (CANAVILHAS, 2001, p. 4)

Tendo em vista que a Internet apresenta uma diversidade de conteúdos, o jornalismo enquanto uma forma social de veicular informações sobre assuntos, em tese, de interesse público, também se apresenta no ambiente virtual. Wolton (2003) elenca os quatro tipos de informação que a web veicula. A primeira é o serviço, que diz respeito, principalmente, aos sites de busca e de divulgação. As do tipo lazer pertencem à segunda categoria, referindo-se aos jogos e vídeos, que se avolumam devido à convergência multimidiática. A informação-notícia é o terceiro tipo, especializando-se na divulgação de fatos do cotidiano social. Já a informação-conhecimento é a existente nos bancos de dados, que podem ser de livre acesso ou paga.

Devido à disponibilização desses tipos de informação na rede, o autor pontua que a oferta tem superado a demanda, embora a web apresente a urgência de satisfazer as necessidades de informação do público a qualquer hora. Canavilhas (2007) afirma que a web é a maior fonte de informação do mundo, já que ao aumento do número de usuários acresce

¹⁵ O jornalismo pode ser entendido como uma prática social na qual se evidencia a relação entre organizações e coletividades por meio de canais de difusão de informações (MELO, 1994). Além disso, a prática jornalística se apresenta a partir da produção de notícias, relatos da realidade, conforme as regras e os códigos da profissão, tendo como objetivo informar com objetividade, clareza e simplicidade, e, em alguns momentos, visando também ao entretenimento (CANAVILHAS, 2007).

também as informações disponíveis. Para resumir esse sucesso, o autor sintetiza que na web há: “o que quero, cuando quiero y en todas las partes” (CANAVILHAS, 2007, p. 80).

Pensando na relação entre a quantidade de informação e as necessidades dos usuários, é importante se pensar no papel dos sujeitos da comunicação, emissores e receptores, que como já vimos têm a possibilidade de compartilhar e trocar de papéis nas mídias digitais.

No mundo digital, o problema do volume versus profundidade desaparece, de modo que os leitores e autores podem mover-se com maior liberdade entre o geral e o específico. Na verdade, a ideia de “querer saber mais sobre o assunto” é parte integrante da multimídia, e está na base da hipermídia (NEGROPONTE, 2001, p. 71).

Como a linguagem hipermidiática é o que caracteriza a construção das informações em rede, cabe ao usuário interativo buscar, selecionar e definir seu percurso de leitura, realizando a imersão, nas palavras de Santaella (2004). Dessa forma, são o hipertexto e a multimídia que caracterizam os conteúdos na web, perpassando-os em todas as suas dimensões, incluindo, assim, a prática jornalística na rede.

Canavilhas (2007) acredita que, ao se considerar a Internet apenas como um suporte, ela não apresenta uma linguagem própria para o jornalismo, reduzindo a informação à mera difusão de conteúdos nos formatos originais dos demais meios de comunicação. No entanto, para o autor, a Internet tem potencialidades enquanto meio de informação e comunicação.

La utilización de la web como un simple soporte es negarle su esencia mediática. El periodismo en este medio puede ir más allá del actual periodismo on line si sacamos partido de sus características, incorporando en la noticia diferentes elementos multimedia como sonido e imágenes en movimiento en un entorno hipertextual (CANAVILHAS, 2007, p. 2).

No entanto, Palácios (2003) destaca que as características do jornalismo na web aparecem, em grande parte, como continuidades e potencializações, e não enquanto rupturas em relação ao jornalismo em outras mídias. Ao estabelecer esse vínculo entre a prática jornalística nos veículos impresso, radiofônico e televisivo e, agora, na web, cabe apontar as características do jornalismo na rede e o melhor termo que o define.

De acordo com Gonzalez (apud CANAVILHAS, 2007), o jornalismo na web apresenta quatro fases de evolução. A primeira pode ser denominada de *fác símile*, uma vez que corresponde à reprodução da versão impressa de um jornal em formato digital. Já a segunda, a do modelo adaptado, refere-se à utilização da web como suporte informativo, já que os conteúdos dos demais veículos jornalísticos eram apresentados em um layout da web. Essa fase pode ser nomeada de jornalismo on-line. A terceira fase é a do jornalismo digital,

que apresenta um layout pensado e criado para a web, tendo o hipertexto e a possibilidade de comentar os conteúdos como referências. E a quarta fase, a do webjornalismo, é caracterizada pela adoção de uma nova linguagem, a da multimídia.

Essa distinção das fases da produção jornalística em rede também é apresentada nos estudos de Mielniczuck (2003). A autora classifica o webjornalismo em três gerações. A primeira é marcada pela transposição de conteúdos para a web, sem que este representasse todas as notícias veiculadas em outros meios e com atualização a cada 24 horas. O webjornalismo de segunda geração apropria-se de algumas características oferecidas pela rede, como os links, o e-mail, os hipertextos. E, por último, a terceira geração contempla a produção jornalística não mais vinculada ao meio impresso, ou seja, reconhecem-se as potencialidades da web para produzir as notícias.

Considerando tal produção, Palácios (2003) elenca as seis características que a definem: multimídia/convergência; interatividade; hipertextualidade; customização do conteúdo/personalização; memória; e, instantaneidade/atualização contínua. O caráter multimídia refere-se à convergência das mídias tradicionais de texto, imagem e som na narração do fato jornalístico. Já a interatividade permite que o usuário participe do processo ao enviar e-mails e comentários sobre uma notícia, além das possibilidades de participar de um fórum de discussão e de um chat sobre um determinado assunto com outros usuários ou com os jornalistas.

A característica da personalização permite que os produtos jornalísticos estejam afinados com os interesses de dado usuário, ou seja, as notícias a que tem acesso são de sua preferência, uma vez que ele pode configurar o jornal na web para recebê-las. Outro aspecto, a memória, diferencia essa produção jornalística, tendo em vista que é possível armazenar as informações por meio dos nós em rede, disponibilizando-as a usuários e produtores de notícias. “A possibilidade de ligar uma nova notícia aos seus antecedentes permite o enriquecimento do jornalismo graças à contextualização dos fenômenos” (CANAVILHAS, 2006, p. 5). Como último elemento do jornalismo na web, têm-se a atualização contínua, visto que tanto a facilidade de produção quanto a de disponibilização possibilitam que as informações sejam atualizadas quase que no instante em que os acontecimentos noticiosos ocorrem.

Aliado a essa diferença na apresentação e elaboração do conteúdo informativo, encontramos a diversidade de termos que definem o jornalismo no ciberespaço: jornalismo on-line, jornalismo digital ou webjornalismo.

Nos parece que la palabra webperiodismo es la que mejor se adecua al periodismo hecho en y para Internet, más específicamente, en la parte de Internet denominada World Wide Web. Por lo tanto, lo que entendemos por webperiodismo es el periodismo que utiliza las herramientas de Internet para investigar y producir contenidos periodísticos difundidos por la Web, y que tiene un lenguaje propio compuesto por textos, sonidos, imágenes y animaciones, conectados entre si a través de enlaces (CANAVILHAS, 2007, p. 6-7).

2.4.1 Elementos do webjornalismo

Ao investigar o webjornalismo, Canavilhas (2007) afirma que sua linguagem e prática efetiva ainda estão em construção. No entanto, o autor pontua alguns conceitos necessários para consolidá-lo, e o hipertexto é o conceito-chave.

Lo que realmente cambia la naturaleza de la noticia es que esa hipertextualidad desencadene una acción, el clic en un enlace. Desde ese momento, cambia el sentido de la noticia porque el usuario reacciona, toma una decisión en función de una percepción y opta por una ruta de lectura diferente de la que han tomado otros usuarios (CANAVILHAS, 2007, p. 81).

Dentro desse contexto, não é mais o jornalista que define o que é o mais importante da notícia porque o usuário pode fazer uma leitura muito pessoal dela. Nas palavras do autor, é a passagem do modelo de pirâmide invertida ao de notícia horizontal, uma vez que ela se organiza em blocos de informação conectados entre si por meio de enlaces.

Enquanto marca original, o webjornalismo também apresenta a multimidialidade, uma linguagem que incorpore elementos do jornalismo de outras mídias. Canavilhas (2007) ressalta que pensar na multimidialidade na web não é apenas trazer sons e vídeos de outras mídias, pois, assim, haveria apenas uma justaposição de conteúdos e não uma integração, um valor informativo agregado à notícia. Desse modo, as produções multimídias devem considerar a linguagem do meio em que serão veiculadas.

En el caso de la webnoticia, los clips de vídeo deben asumir únicamente el carácter sincrónico, porque su función en la noticia es legitimar el texto escrito y/o contextualizar una determinada información que resulta más fácil mostrar que describir. Cada clip no es una unidad lógica, es más bien un elemento integrado en una estructura textual escrita (CANAVILHAS, 2007, p. 172).

Além disso, o caráter multimídia exige maior decodificação por parte do usuário, porque ele passa a lidar com diferentes formatos e linguagens de informação que se

complementam. Ao mesmo tempo, há a possibilidade de rever ou escutar determinado conteúdo, o que não acontece nas mídias apenas sonoras e visuais.

Já a grande diferença da prática jornalística no ambiente virtual é a interatividade. “La interactividad permite al usuario dirigir la toma de contacto con la información y administrar la forma de acceder a los contenidos de acuerdo con sus expectativas” (CANAVILHAS, 2007, p. 90). A partir dessas possibilidades, o autor apresenta os níveis de interatividade na web. O primeiro é a simples busca de conteúdos. O segundo é a navegação por meio de nós. Já o terceiro é a participação, pois o usuário pode entrar em contato com o jornalista por e-mail e participar de um fórum sobre dada notícia.

Un webperiódico con alta interactividad debe tener diferentes formas de acceder a las noticias y permitir múltiples recorridos de lectura, debe ofrecer al usuario un ranking con las noticias más visitadas y más comentadas, tener herramientas que permitan agregar (recortar) las noticias preferidas y ofrecer foros de discusión sobre el acontecimiento noticiado (CANAVILHAS, 2007, p. 92).

Ao se apropriar dessas características, surge um novo produto jornalístico: a webnotícia. Segundo o autor, esse texto deve ter um sentido e uma coerência apesar das possibilidades de enlace, de disponibilização de conteúdos em diferentes formatos e de livre navegação. Como a webnotícia se destina a um público heterogêneo, é importante que ela se estruture de forma a cativar a diversidade de interesses, de modo a atendê-los de forma eficaz. A partir dos estudos de Nielsen (apud CANAVILHAS, 2001), podem-se ainda elencar algumas características da webnotícia: destacar palavras por meio de hiperligações ou cores; utilizar subtítulos; possuir uma ideia por parágrafo; ser conciso; e usar listas de notícias. Somado a isso, deve-se respeitar as características do texto em rede. Moura (2002) cita algumas delas, como frases curtas, ordem direta e pontuação, linguagem coloquial como se fosse uma conversa com o leitor, objetividade no trato com as fontes de informação e contextualização por meio de links.

Embora, em tese, não seja complexo observar as diferenciações do webjornalismo para sua prática nos meios tradicionais, Canavilhas (2007) acredita que ele ainda se encontra em fase incipiente, tendo como desafio se apropriar da linguagem hipertextual, multimidiática e interativa. Tal fato ocorre porque a adoção dessas características requer uma preparação e infraestrutura por parte das redações de jornalismo. Segundo o autor, são poucos os jornais que possuem uma equipe web, dedicando-se exclusivamente à produção de um webjornal,

sendo que tanto a elaboração hipertextual e multimídia exigem mais técnica e tempo de produção, fatores, muitas vezes, inexistentes na rotina jornalística.

Ferrari (2006) acrescenta que o trabalho jornalístico na web não é apenas produzir ou colocar reportagens na Internet, mas pensar na enquete, enquanto uma pesquisa de opinião com o usuário, no tema do chat e do bate-papo digital, nos vídeos e áudios e reunir o maior número de assuntos e serviços relacionados ao tema central da notícia. Em síntese, o jornalismo na web visa à satisfação do usuário, que cada vez mais busca interagir com os conteúdos disponíveis.

Para usuarios acostumbrados a navegar en la Web, la hipertextualidad les ofrece sensación de control, lo que se refleja directamente en la satisfacción y en la percepción de credibilidad del sitio Web. La integración de nodos de diferentes tipos mediáticos en la noticia, la multimidialidad, está relacionada con los índices de comprensión y de satisfacción de los usuarios. También la interactividad tiene impacto directo en la recepción, al mejorar el recuerdo de los contenidos informativos como consecuencia de la necesaria intervención del usuario para desencadenar una determinada acción (CANAVILHAS, 2007, p. 204).

Nesse sentido, o webjornalismo deve considerar as características de seu público, tendo em mente que o usuário, conforme destaca Canavilhas (2007), busca serviços na web para vigiar constantemente o planeta, para facilitar a compreensão do entorno em que vive e para possibilitar o entretenimento. Por fim, enquanto uma prática comunicativa, o jornalismo na web, além de permitir o contato com as informações, torna-se um canal de comunicação por meio das possibilidades interativas dos usuários entre si, com os produtores de notícias e com os conteúdos.

“O acesso à comunicação mediada por computador tornou-se sinônimo de direito à comunicação [...] Comunicar na sociedade pós-moderna é poder interagir nas redes de informação” (SILVEIRA, 2001, p. 30). Então, debruçemo-nos na busca de uma interação informativa, por meio do webjornalismo, para um determinado segmento de público, o infantil.



Capítulo 3 – A infância na era digital

A definição do atual cenário da comunicação, permeado pelas novas tecnologias e suas possibilidades interativas, apresentada no capítulo anterior, permite-nos pensar nos diferentes segmentos da sociedade que se apropriam e utilizam as ferramentas digitais, midiáticas ou não, em seu cotidiano. Seja para a produção de uma nova cultura, para atuar na transformação social ou para se incluir no contexto nas novas mídias, os indivíduos, de diferentes faixas etárias e classes sociais, vivenciam uma nova realidade, que, de certa forma e em diferentes níveis, alteram suas relações pessoais com seu entorno, pois coabitam em uma interface real e virtual. Devido a isso, quando direcionamos a produção midiática para determinado público, é importante (re)conhecer em seu contexto as características que o definem como audiência, a fim de conquistá-lo com os conteúdos e formatos propostos por aquela mídia específica.

Considerando que as tecnologias interativas, principalmente com o advento da Internet, são um fenômeno recente, do fim do século XX e deste século, pensar a infância em sua relação com as novas mídias é pertinente, visto que essa fase da vida encontra-se em formação, desenvolvendo-se ao mesmo tempo em que descobre um mundo, não apenas restrito ao ambiente familiar e escolar. Nesse sentido, pensar a criança como um ser inexperiente, frágil e dependente, que precisa ser protegida de tudo e de todos, já não se articula com o novo cenário social, ou melhor, com o ambiente tecnológico, já que ambos surgem concomitantemente na esfera cultural.

No entanto, entender o que significa ser criança no atual contexto, o da era digital, exige uma valorização dessa fase da vida, que perpassa a superação da etimologia da palavra infância. Originada do latim *infante*, ausência de fala, a infância costuma ser definida de fora em muitos estudos, como aponta Lajolo (2003)¹⁶. No entanto, essa fase da vida é marcada por sentimentos, conquistas e culturas próprios que a definem como uma estrutura social com condições físicas e psicológicas de falar e agir por si. “Estamos tratando DE e COM crianças capazes de atuar socialmente e de influenciar definitivamente no rumo das transformações das sociedades em que vivem, enquanto aprendem a apreender o mundo” (PACHECO; TASSARA, 2001, p. 193).

¹⁶ “Não se estranha, portanto, que esse silêncio que se infiltra na noção de infância continue marcando-a quando ela se transforma em matéria de estudo ou de legislação. Assim, por não falar, a infância não se fala e não se falando, não ocupa a primeira pessoa nos discursos que dela se ocupam. E, por não ocupar essa primeira pessoa, isto é, não dizer eu, por jamais assumir o lugar de sujeito do discurso, e, conseqüentemente, por consentir sempre um ele/ela nos discursos alheios, a infância é sempre definida de fora” (LAJOLO, 2003, p. 230).

Tendo como ponto de partida essas considerações, iniciamos a investigação pela infância digital, termo que adotamos para nos referirmos a essa geração de crianças que vivem no contexto das novas tecnologias da informação e da comunicação. Cabe ressaltar que para compreender quem é essa infância, faz-se necessário um resgate histórico para apreender quando surge a noção de infância, assim como uma explanação sobre a relação dessa geração com as tecnologias e as possibilidades que tem diante das ferramentas digitais. Ao traçarmos esse panorama histórico, social e cultural das crianças digitais, embora não tenhamos a pretensão de concluí-lo uma vez que a infância está se formando, teremos em mãos um perfil do público que pretendemos para o webjornalismo infantil.

3.1 Concepções de infância

“As crianças são plantas jovens que é preciso cultivar e regar com frequência: alguns conselhos dados na hora certa, algumas demonstrações de ternura e amizade feitas de tempos em tempos as comovem e as conquistam”(ARIÈS, 1981, p. 163)

Uma viagem pela história da criança revela que nem sempre o conceito de infância esteve cristalizado na sociedade. Postman (1999) afirma que:

A ideia de infância é uma das grandes invenções da Renascença. Talvez a mais humanitária. Ao lado da ciência, do estado-nação e da liberdade de religião, a infância, como estrutura social e como condição biológica, surgiu por volta do século dezesseis e chegou refinada e fortalecida aos nossos dias (POSTMAN, 1999, p. 12).

Diante desse marco histórico, a infância começa a ser reconhecida como uma importante fase da vida, separada da dos adultos, que precisa de cuidados e educação, além de ser digna de respeito. Durante o surgimento desse sentimento da infância, as crianças conquistaram representações na iconografia e no vestuário, pois até então elas não se distinguiam do mundo adulto. Áries (1981, p. 65) aponta que a descoberta da infância e sua evolução podem ser acompanhadas na história da arte e da iconografia, já que os retratos de crianças sozinhas se tornaram numerosos e comuns e os familiares se organizavam em torno da criança, a partir do século XVII. O autor também lembra que “no fim do século XVI, o costume decidiu que a criança, agora reconhecida como uma entidade separada, tivesse também seu traje particular” (ARIÈS, 1981, p. 78).

Além dessas alterações, a atitude moral para com as crianças tornou-se elemento fundamental dos ciclos familiares, uma vez que os adultos tinham a intenção “de preservar

sua moralidade e também de educá-la, proibindo-lhe os jogos então classificados como maus, e recomendando-lhe os jogos então reconhecidos como bons” (ARIÈS, 1981, p. 104). Tal fato ocorreu porque se considerava como característica inerente à infância uma inocência infantil, que a coibia de reconhecer o mundo livremente a partir de suas descobertas particulares, sendo necessária a educação para guiar as crianças. Porém, ao mesmo tempo, prevalecia, segundo Áries (1981), um sentimento terno e egoísta em relação à infância, no sentido de proteção em demasia e paparicação. “O sentimento da inocência infantil resultou portanto numa dupla atitude moral com relação à infância: preservá-la da sujeira da vida, e especialmente da sexualidade tolerada – quando não aprovada – entre os adultos; e fortalecê-la, desenvolvendo o caráter e a razão” (ARIÈS, 1981, p. 146).

Pensando no desenvolvimento das crianças, as famílias, então, passaram-se a se preocupar com sua educação, carreira e futuro; e as escolas conquistaram um lugar central dentro da sociedade, deixando de ser reservada aos clérigos para se tornar um instrumento normal de iniciação social, marcando a passagem do estado da infância ao adulto, uma vez que isolava as crianças durante um período de formação moral e intelectual. “A criança, enquanto durava sua escolaridade, era submetida a uma disciplina cada vez mais rigorosa e efetiva, e essa disciplina separava a criança que a suportava da liberdade do adulto. Assim, a infância era prolongada até quase toda a duração do ciclo escolar” (ARIÈS, 1981, p. 191).

Ao mesmo tempo, a escola tinha a intenção de preparar a criança para a vida adulta, ou seja, oferecer-lhe condições de se desenvolver no mundo letrado, pois o marco da idade adulta era a competência de leitura. “Ser adulto implica ter acesso a segredos culturais codificados em símbolos não naturais. Num mundo letrado, as crianças precisam transformar-se em adultos” (POSTMAN, 1999, p. 27). É nessa perspectiva que o teórico destaca o papel da escola: “a escola se destinava a formar adultos instruídos, os jovens passaram a ser vistos não como miniaturas de adultos, mas como algo completamente diferente: adultos ainda não formados. A aprendizagem na escola identificou-se com a natureza especial da infância” (POSTMAN, 1999, p. 55).

Devido a isso, pode-se considerar que o sentimento da infância também está associado ao acesso a informações, a partir do contato com os livros e com a imprensa, que se difundiram a partir de 1450 com a invenção da prensa tipográfica por Gutenberg.

A partir daí a idade adulta tinha que ser conquistada. Tornou-se uma realização simbólica e não biológica. Depois da prensa tipográfica, os jovens teriam de se tornar adultos, e, para isso, teriam de aprender a ler, entrar no mundo da tipografia. E para realizar isso precisariam de educação. Portanto a

civilização europeia inventou as escolas. E, ao fazê-lo, transformou a infância numa necessidade (POSTMAN, 1999, p. 50).

Esse florescimento da infância, como aponta o autor, marcou nitidamente a separação entre adultos e crianças, visto que nem todas as informações estavam disponíveis a elas. O acesso infantil ao conhecimento era realizado a partir do livro escolar. “Ao sujeitá-las à psicologia do erudito livresco e à supervisão dos professores e pais, a tipografia fechou o mundo dos assuntos cotidianos [...] À medida que as crianças avançavam para a idade adulta nós lhe revelávamos esses segredos” (POSTMAN, 1999, p.63). Dessa forma, os adultos se responsabilizavam por prepará-las para o mundo simbólico deles, a partir do qual poderiam compartilhar a linguagem, o aprendizado, os gostos e a vida social adulta.

Para elucidar essa noção de infância que surge com a tipografia, Freud e Dewey (apud POSTMAN, 1999) postulam o seguinte paradigma:

A criança como aluno ou aluna cujo ego e individualidade devem ser preservados por cuidados especiais, cuja aptidão para o autocontrole, a satisfação adiada e o pensamento lógico devem ser ampliados, cujo conhecimento da vida deve estar sob o controle dos adultos. Ao mesmo tempo, contudo, a criança é entendida como detentora de suas próprias regras de desenvolvimento e de um encanto, curiosidade e exuberância que não devem ser sufocados – na verdade são sufocados – com risco de não alcançar a maturidade adulta (FREUD; DEWEY apud POSTMAN, 1999, p. 77).

Percebe-se, então, que as crianças viviam um ambiente informacional restrito, ao mesmo tempo em que eram preparadas psicologicamente e moralmente para enfrentar os desafios da vida adulta, uma vez que as informações eram transmitidas conforme o desenvolvimento infantil. No entanto, esse cenário transformou-se com o advento do telegráfo. Postman (1999) explica que esse meio de comunicação iniciou o processo de retirar o controle informacional das mãos da escola e da família. “Alterou o tipo de informação a que as crianças podiam ter acesso, sua qualidade e quantidade, sua sequência, e as circunstâncias em que seria vivenciada” (POSTMAN, 1999, p. 86).

Tal realidade informacional acentuou-se com as revoluções eletrônicas dos meios de comunicação, com o surgimento do rádio e da televisão. Na visão de Postman (1999), a TV não precisa fazer distinção entre adultos e crianças, pois ela não exige habilidades específicas, além de não permitir mais que se guardem segredos. Nesse sentido, as noções tradicionais da infância como inocência e dependência do adulto foram minadas pelo acesso das crianças à cultura popular.

A mudança na realidade econômica [no fim dos anos 90], associada ao acesso das crianças à informação sobre o mundo adulto, transformou drasticamente a infância. O “gênio” da infância saiu da garrafa e não consegue voltar. Textos recentes sobre o assunto, tanto na imprensa popular quanto na escolar, falam em “perda da infância”, “crianças crescendo muito rápido” e “terror das crianças no isolamento dos lares e comunidade fragmentados” (KINCHELOE; STEINBERG, 2001, p. 13).

Ao considerar essa modificação do conceito de infância, Postman (1999) fala em desaparecimento dessa fase da vida, pois há uma fusão entre o mundo adulto e o das crianças, já que compartilham o mesmo ambiente informacional, o que influencia nas práticas cotidianas. “Como a linguagem, o vestuário, o gosto, os hábitos alimentares, etc, tornam-se cada vez mais homogeneizados, há um declínio correspondente tanto na prática como no sentido de civilidade, que está arraigado na ideia de hierarquia social” (POSTMAN, 1999, p. 148). No entanto, o autor indaga por que, mesmo com a perda de autoridade do mundo adulto, a curiosidade das crianças por aquilo que ainda tem por conhecer faz com que a crença delas na racionalidade adulta, em um mundo ordenado e em um futuro cheio de esperança, ou seja, na representação do mundo como ele é, não enfraqueça.

Diante dessa fé e curiosidades infantis, aliadas ao acesso ao mundo das informações, a infância passa, então, a formar uma nova geração, a da informação e da comunicação, que comprova o porquê de sua necessidade. Ao responder se haverá tecnologias de comunicação que tenham potencial para sustentar a necessidade de infância, Postman (1999) destaca o papel do computador.

Se se considera imprescindível que todos saibam como os computadores funcionam, como eles impõem sua especial visão de mundo, como alteram nossa definição de julgamento – isto é, se se considera imprescindível haver capacitação universal em informática –, é concebível que a escolarização do jovem aumente de importância e que se possa manter uma cultura jovem diversa da cultura adulta (POSTMAN, 1999, p. 163).

Como os computadores alcançaram um alto patamar em nossa sociedade nos últimos anos, associados aos avanços da rede telemática, essa “teoria” de Postman se confirmou. A infância não desapareceu e, em vez de disso, as crianças, imersas nessas tecnologias, estão se diferenciando do mundo adulto, que, muitas vezes, ainda não se familiarizou nesse novo cenário tecnológico, com a mesma velocidade e habilidades infantis. Assim, consolida-se uma nova concepção de infância, a de infância digital.

3.2 Nova geração: crianças em rede

“[A vida digital] é quase genética em sua natureza, pois cada geração vai se tornar mais digital do que a anterior. Os bits de controle desse futuro digital estão mais do que nunca nas mãos dos jovens. Nada seria capaz de me deixar mais feliz do que isso” (NEGROPONTE, 2001, p. 219)

Uma geração que nasce respirando tecnologias e é autora do mundo digital, é assim que Tapscott (1999) define a infância do século XXI, ou melhor, a Geração Net, que é a primeira a nascer cercada pela mídia digital.

O termo Geração Net ou N-Gen refere-se à geração de crianças que, em 1999, tem entre 2 e 22 anos de idade, não apenas aquelas que são ativas na Internet. A maioria dessas crianças ainda não tem acesso à Internet, mas tem algum grau de fluência no meio digital. A vasta maioria dos adolescentes afirma saber usar um computador. Quase todo mundo tem experiência com videogames. A Internet está entrando nos lares tão rapidamente quanto a televisão o fez na década de 50 (TAPSCOTT, 1999, p. 03).

Embora essa definição esteja completando dez anos, essa geração continua conquistando um espaço singular no ambiente tecnológico, utilizando a mídia digital, especialmente o computador conectado à Internet, para seu entretenimento, aprendizado, consumo e sua comunicação. Segundo Wolton (2004, p. 336), a geração Internet é a pioneira da primeira sociedade do imaginário, pois tem a impressão de estar criando seu próprio terreno de aventuras, de poder inventar alguma coisa e diferenciar-se das gerações anteriores, sem ter que se justificar.

Como portadoras de uma cultura singular, essas crianças vêm construindo um novo percurso de ações, visto que agem com certa autonomia e independência devido a sua relação intrínseca com as tecnologias. De acordo com Tapscott (1999), os N-Geners consideram os computadores e as novas tecnologias como uma verdadeira extensão natural de si mesmos, o que dialoga com a tese de McLuhan (2002) dos meios de comunicação como extensões do homem, e a de Kerkhove (1999), de que as tecnologias se transformam em extensões do homem e este as inclui em sua psicologia social. Como disse McLuhan (2002), a adoção dessa tecnologia é resultado dela enquanto extensão. E, é exatamente isso que essa geração vem fazendo, apropriando-se do mundo digital de tal forma que os adultos perdem o controle. Na concepção de Thompson (2004, p. 101), apropriar é tornar próprio algo que lhe é alheio ou estranho; é encontrar um meio de se relacionar com ele e de incorporá-lo na própria vida. Porém, não podemos dizer que as tecnologias são estranhas às crianças da Geração Net. A

imagem que temos é que elas já nascem com um “chip” que as conecta às tecnologias, diferentemente dos mais adultos que precisam se familiarizar com o mundo digital para, então, apropriá-lo.

Como já nascem com as tecnologias, as crianças da Geração Net a assimilam¹⁷. Os adultos precisam adaptar-se a um processo de aprendizado diferente e bem mais difícil. Com assimilação, as crianças veem a tecnologia como apenas mais uma parte de seu ambiente e a assimilam juntamente com as outras coisas. Para muitas crianças, usar a tecnologia é tão natural quanto respirar. [...] Assimilar a mídia digital é fácil em comparação com os outros desafios da vida (TAPSCOTT, 1999, p. 38-39).

Nesse sentido, as possibilidades desse ambiente tecnológico não são nada estranhas às crianças, uma vez que “a adesão a essas ferramentas é atribuída ao fato de que as novas gerações nasceram em um mundo digital e têm interesses diversificados e multifacetados. Como eles próprios, esses programas são velozes, interativos e de fácil acesso” (SOARES, 2007, p. 35). Ou seja, elas se aventuram em um mundo novo no qual “essa separação entre o real e o virtual é imperceptível. Eles nasceram e cresceram na rede – e, mais importante, em rede” (GERAÇÃO, 2006, p.24). Devido a essa relação, Tapscott (1999) pontua que a base na nova geração é a interatividade, pois ela busca ser usuária e não apenas espectadora ou ouvinte.

Na Internet, ao contrário, as crianças controlam grande parte de seu mundo. É uma coisa que elas mesmas fazem; elas são usuárias e são ativas. Não observam apenas, mas participam. Perguntam, discutem, argumentam, brincam, compram, criticam, investigam, ridicularizam, fantasiam, procuram e informam (TAPSCOTT, 1999, p. 24)

Considerando essa autoria infantil na rede, reconhece-se que a infância digital demonstra um desenvolvimento diferenciado, visto que as mídias digitais podem acelerar ou não esse processo. Tapscott (1999) lembra que o desenvolvimento infantil inclui a evolução de habilidades motoras, sociais e de linguagem, assim como da cognição, inteligência, raciocínio e personalidade. E, a partir do contato com um mundo interativo, esse desenvolvimento tende a ocorrer mais rapidamente, visto que as crianças assumem mais efetivamente o controle do seu meio, pois dominam as ferramentas digitais.

¹⁷ Ao utilizar o termo assimilação, o autor faz referência à teoria de Jean Piaget, segundo a qual a inteligência das crianças se desenvolve a partir do equilíbrio entre a assimilação de novas informações e as estruturas cognitivas e a acomodação das próprias estruturas sempre em transformação para incorporar as novas informações (TAPSCOTT, 1999, p. 95).

Entretanto, ao mesmo tempo em que a infância torna-se autônoma no ambiente virtual, ela pode se envolver em uma relação de fascínio que beira a dependência, “na medida em que as pessoas se desligam facilmente da realidade física e socioafetiva circundante para se ligar em alguma dessas realidades virtuais, propiciadas por uma dessas máquinas maravilhosas” (BELLONI, 2005, p.7). Dessa forma, deve-se considerar os diferentes níveis de interatividade que a criança estabelece com as tecnologias. Ao falar das características da nova geração, Tapscott (1999) ressalta o forte senso de autonomia e independência dessas crianças devido ao papel ativo que elas desempenham na busca de informações. Rushkoff valida essa afirmativa, ao considerar que determinadas mídias “intimidam os adultos porque exaltam a capacidade de as crianças fazerem uso da tecnologia e de reconhecer o próprio papel como agentes da evolução” (RUSHKOFF, 1999, p. 89).

Aliado a essas características que diferenciam a infância digital, Tapscott (1999) elenca outros nove temas que pertencem à cultura N-Gen. Como são autores, as crianças se autoexpressam e, ao fazerem isso, demonstram uma abertura intelectual e emocional, já que “não apenas mostram seu trabalho a uma vasta plateia, mas a malha de comunicação abre esse trabalho, sua vida e sua identidade on-line à crítica” (TAPSCOTT, 1999, p. 66). Concomitante a essa exposição e expressão, elas vivem em comunidades virtuais, o que abre a possibilidade de uma maior inclusão social com a tecnologia e da passagem de uma abordagem nacional para global. E é o imediatismo que rege tais ações na rede, pois as crianças da era digital vivem em um mundo em tempo real, no qual tudo acontece rapidamente.

A livre-expressão e as convicções firmes também fazem parte desse cenário, uma vez que consideram o acesso à informação e a expressão de opinião direitos fundamentais, articulando-se com a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Crianças (ONU, 1989), discussão que será aprofundada mais adiante. Além disso, a inovação é a palavra-chave dessa geração, assim como a investigação.

Na hora de usar a tecnologia, o foco inicial dos N-Geners não é saber como funciona, mas como fazer funcionar – como enviar uma mensagem, usar um programa de simulação, pesquisar um banco de dados [...] Tudo indica que a cultura N-Gen contenha uma forte característica de curiosidade, investigação e *empowerment*¹⁸ para mudar as coisas (TAPSCOTT, 1999, p. 69) [grifo do autor].

¹⁸ O autor esclarece que “*empowerment* é a habilidade de permitir que os outros assumam as responsabilidades, os riscos e as recompensas associadas à tomada das próprias decisões” (TAPSCOTT, 1999, p. 69).

Como tem senso investigativo e curioso, a sensibilidade aos interesses corporativos se manifesta, visto que essa geração também é consumidora e percebe, de certa forma, as promoções realizadas por determinadas mídias. Nesse sentido, desenvolve-se uma preocupação com a autenticidade e a confiança, além da maturidade. “De modo geral, os N-Geners ressentem-se do fato de que suas ideias e atividades são colocadas sob suspeita pela simples razão de serem crianças. Esse ressentimento influencia a preferência que eles têm pela Internet, em vez de pelas tecnologias de difusão” (TAPSCOTT, 1999, p. 68).

Como buscam que sua voz seja reconhecida no ambiente virtual, as possibilidades interativas agradam as crianças. No entanto, elas também se preocupam com a veracidade do que veem na web, uma vez que precisam confiar em determinado serviço para continuar navegando.

A percepção da necessidade de autenticação e habilidades para averiguar e estabelecer relacionamentos de confiança mútua e fontes confiáveis será muito útil aos N-Geners mais tarde. Boa parte de seu aprendizado e trabalho será on-line. Mais importante, em um mundo cada vez mais complexo e incerto, essas habilidades serão valiosas à medida que a cultura da interação tornar-se dominante (TAPSCOTT, 1999, p. 74).

Diante das características da Geração Net, é importante descobrir, de forma mais pontual, o uso que ela faz das mídias digitais, em especial da Internet, além da construção de uma nova cultura infantil nesse ambiente tecnológico e como isso influi em seu desenvolvimento e processo de aprendizagem.

3.2.1 Navegação da infância

Na rede, as atividades disponíveis são múltiplas, e as crianças usam a mídia digital para seu entretenimento, para aprender, comunicar-se e comprar. Dessa forma, a relação da infância com a Internet está vislumbrada nas possibilidades oferecidas e no interesse que elas despertam, sendo que a criança está em busca de oportunidades para interagir.

Os jovens não falam em novas tecnologias, falam do que fazem com elas, como criar um site, enviar um e-mail, teclar num chat ou no ICQ, jogar e brincar em rede com amigos virtuais localizados em partes diferentes do mundo, baixar músicas e clipes, enfim, utilizar naturalmente a capacidade máxima de seus computadores para interagir e criar juntos (KENSKI, 2007, p. 52).

Nessa perspectiva, o papel da criança enquanto agente de suas ações, ao escolher onde e como navegar, é que define se uma mídia digital será atrativa ou não para esse público. Segundo Melo (2003), a Internet tem modificado a maneira como as crianças vivem e aprendem e, por isso, seus ambientes para o público infantil precisam deixar de ser criados como extensões de padrões que se aplicam aos ambientes para os adultos. Tal preocupação é condizente com a afirmação de Perrotti (1990) sobre os produtos culturais para a infância.

O fato de essa produção ser feita *por* adultos *para* crianças impõem-lhe certas direções das quais não se pode escapar. Por exemplo, não se pode negar que essa produção expressa uma visão de mundo filtrada sempre pelos interesses dos adultos produtores. Na realidade, a produção cultural preparada *para* a criança mostra-lhe não aquilo que ela, criança, seleciona, mas no máximo o que o aparelho produtor julga ser do interesse dela. Em tais condições, o olhar da criança sobre o mundo acha-se desviado, dirigido para objetos tidos pelos adultos produtores merecedores de suas atenções (PERROTTI, 1990, p. 98) [grifos do autor].

Frente à autonomia infantil diante das tecnologias, especialmente a Internet que lhe é familiar, é importante que ela defina seus produtos culturais na rede, assim como o que deve fazer com as informações obtidas. “[Os jovens] criam sua própria lógica de utilização das tecnologias, adentrando pelos seus próprios caminhos e construindo conhecimentos. Por meio de ações como recortar, copiar, colar, simular, tudo se modifica, novas possibilidades vão surgindo e conceitos estão sendo ressignificados” (FERREIRA; LIMA; PRETTO, 2005, p. 248).

Nesse processo de ressignificação, a nova geração aprende a pensar com a nova mídia, como nos fala Tapscott (1999), uma vez que estão mais informados do que qualquer geração anterior, preocupando-se, assim, com questões sociais, especialmente ao que se refere aos direitos individuais, como a privacidade e o direito à informação.

Efectivamente, existe una generación Internet, la cual inventa nuevos terrenos de aventura. Ha restablecido el optimismo que hacía falta a la generación precedente, desbaratada por el paro. En Occidente, esta generación se beneficia de la paz, de un nivel de vida elevado y de todas las adquisiciones de la comunicación desde hace cincuenta años. Internet es el soporte de este salto cultural. Sin embargo, mucho más que el rendimiento de las tecnologías, lo que es realmente interesante es el regreso de las utopías, ese deseo de cambiar las cosas (WOLTON, 2000, p. 32).

Diante dessa preocupação com o futuro social, a nova geração, além de assumir, de certa forma, o controle pela própria vida, também torna-se atuante na sociedade a qual integra.

“Uma geração que deseja interagir, tecendo novos fios, amarrando outros nós e conectando diferentes links como possibilidades para a transmissão e a construção de conhecimentos, visando a um planeta justo e solidário” (FERREIRA; LIMA; PRETTO, 2005, p. 251). Seja exercendo esse papel social ou como uma ação individual e coletiva, é inegável que a infância digital está atuando diretamente na Internet.

Dados de pesquisa recente sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil¹⁹ (BALBONI, 2008) apontam que o país já tem 45 milhões de usuários na rede (34% da população), sendo que 65% destes têm entre 16 e 24 anos. Esse valor corrobora o potencial jovem na utilização de uma nova mídia, visto que a pesquisa apontou o uso do computador e da Internet. Em relação às crianças, observou-se que 68% dos entrevistados na faixa etária de 10 a 15 anos utilizaram o computador nos últimos três meses e destes 53% acessaram um computador com Internet. Sobre a periodicidade de acesso, 39% das crianças/jovens usam a rede diariamente; 43%, uma vez por semana; 15%, uma vez por mês. Os locais de acesso são: 68% em centro público de acesso pago; 23% em casa; e, 21% na escola. O tempo de uso é de 1h a 5h por semana para 48% deles.

Frente a essas estatísticas, comprova-se a presença dos usuários infantis na rede, porém como eles definem seu uso? 82% utilizam o ambiente virtual para se comunicar, sendo que as atividades de comunicação são variadas: 64% para enviar e receber e-mail; 40% para enviar mensagens instantâneas; 11% para trocar mensagens de voz; 71% participam de sites de relacionamento; 3% participam de listas de discussão ou fóruns; e 11% para criar ou atualizar blogs ou websites. Os dados revelam o interesse infantil pela interação com outras pessoas a partir da rede, visto que valorizam seu potencial comunicativo ao se relacionar com indivíduos, distantes fisicamente, mas, em muitos casos, presentes em tempo real. Ao mesmo tempo, essas possibilidades de comunicação interativa permitem que eles se expressem, fato valorizado pelas crianças nas novas mídias, uma vez que são autoras no mundo virtual, como já pontuamos anteriormente.

Outra ação comum para essa faixa etária na Internet é a busca de informação e serviços on-line (73%). Dessa percentagem, 13% procuram informações sobre bens e serviços; 11% sobre saúde; 56% sobre diversão e entretenimento; 5% sobre viagens; 5% para buscar emprego; e 32% procuram outras informações. Percebe-se, então, que esse público reconhece o potencial informativo da Internet, visto que abriga mecanismos de busca que

¹⁹ A “Pesquisa sobre os Usos das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil 2007” foi realizada em 17 mil domicílios em todas as cinco regiões brasileiras de setembro a novembro de 2007, com indivíduos de mais de 10 anos.

possibilitam a navegação por um universo quase ilimitado de informações. Cabe ressaltar o valor conferido ao entretenimento pelas crianças (56%), ao buscarem conteúdos que versam sobre essa temática. Assim, a exploração do universo de informações perpassa o interesse infantil na rede em determinado tema e para uma dada finalidade. Além da diversão como alvo, a educação também é pauta para as crianças, já que 87% usam a Internet para esse fim, sendo a maioria (84%) para pesquisas escolares.

Como é associado majoritariamente à infância, o lazer tem seu espaço garantido na rede para 90% das crianças/jovens. Entre as atividades realizadas estão: ler jornais e revistas (21%); jogar ou fazer download de jogos (64%); assistir a filmes ou vídeos (46%); fazer download de filmes, músicas ou softwares (24%); ouvir rádio ou ver televisão (33%); participar de ambiente de simulação ou realidade virtual (10%); e, outras atividades (32%). Verifica-se que há uma multiplicidade de ações que eles relacionam ao lazer, desde a diversão (jogos) a conteúdos informativos (leitura de jornais e revistas), sem ignorar a potencialidade de multimídia da Internet.

Corroborando com os estudos sobre infância digital, os dados da pesquisa acima citados, demonstram a relação que as crianças estabelecem na e com a rede, diferenciando-se, em alguns aspectos, dos adultos, uma vez que esses, em determinados casos, apropriam-se das tecnologias pela necessidade de “sobreviver” no cenário tecnológico. No entanto, é claro, que se deve considerar aqueles que se familiarizam com as novas mídias pelo prazer de estar online e, de certa forma, onipresente.

Hoje em dia, as crianças conseguem acessar com muita rapidez várias formas de mídia. Envolvidos com tudo, do videogame à Internet, nossos jovens passam a esperar maneiras ativas de buscar o conhecimento e o entretenimento. No entanto, os adultos incluindo os educadores são em sua maioria novatos nesse mundo tecnológico. Como resultado está surgindo algo como uma lacuna entre as gerações (PALLOFF; PRATT, 2002, p. 38).

Essa realidade se agrava, tendo em vista que muitos adultos não estão predispostos a se relacionar com as tecnologias com a mesma intimidade que fazem as crianças. Além disso, consideram negativa a influência da mídia tecnológica. A principal queixa é que as tecnologias tornam as crianças solitárias, confinadas em lares e instituições atrás de uma simples tela. Capparelli (2002) e Tapscott (1999) discordam dessa afirmação. Para os autores, a infância, no ciberespaço, está se relacionando com novas realidades e pessoas, já que a configuração espaço-temporal é modificada na rede. Ao mesmo tempo, as crianças retomam

brincadeiras no ambiente virtual e são estimuladas a buscar informações sobre aquilo que as interessam.

Hoje, as crianças estão tendo a oportunidade de exercitar essa esperteza de rua na Internet, onde elas não são vistas, mas ouvidas. Por ironia, a leitura e a escrita vão se beneficiar disso. Na Internet, elas vão ler e escrever para se comunicar, e não apenas para completar algum exercício abstrato e artificial. O que estou defendendo aqui não deve ser entendido como anti-intelectualismo ou como desdém pelo raciocínio abstrato – é o contrário. A Internet oferece um novo veículo para se sair em busca de conhecimento e sentido (NEGROPONTE, 2001, p. 192).

Ao considerar as atividades infantis na rede e sua contribuição para o desenvolvimento, há uma reconfiguração da cultura das crianças, devido às possibilidades interativas das novas mídias, conforme sintetizam os autores:

Essa geração de jovens e adolescentes, incluindo crianças em tenra idade, cria comunidades virtuais, desenvolvem softwares, fazem amigos virtuais, vivem novos relacionamentos, simulam novas experiências e identidades, encurtam as distâncias e os limites do tempo e do espaço e inventam novos sons, imagens e textos eletrônicos. Enfim, vivem a *cibercultura* (FERREIRA; LIMA; PRETTO, 2005, p. 247) [grifo nosso].

3.2.2 Cibercultura infantil

Concatenada com o perfil dessa nova geração, está a cultura na Internet, ou melhor, a cibercultura. Com as Novas Tecnologias presentes no cotidiano dessas crianças, observa-se uma alteração nos valores e costumes, construindo assim o que Capparelli (2002) denomina de cibercultura infantil²⁰.

Compartilhamos igualmente a ideia da construção e reconstrução da cultura infantil bem como da própria infância, na medida em que essas construções e reconstruções se baseiam em tecnologias originadas na cultura, conformadas por ela, e que, por sua vez, ajudam a criar novas situações sociais e culturais para essa mesma infância (CAPPARELLI, 2002, p.131).

²⁰ A cultura infantil deve ser considerada, segundo Florestan Fernandes (apud PRADO, 2002, p. 101), como aquela que se expressa por pensamentos e sentimentos que emergem na dinâmica social, na capacidade das crianças de transformar a natureza, e no interior das relações sociais, tanto com seus companheiros de idade quanto com os adultos.

Como a cultura popular possibilita às crianças experiências emocionais singulares que, muitas vezes, não se repetirão em outra fase de suas vidas (KINCHELOE; STEINBERG, 2001, p. 20), o contato com as novas mídias representa a consolidação de uma nova cultura, na qual predomina a interação. Ao navegar na Internet e interagir com as mensagens e entre si, elas constroem, então, novos tipos de relações sociais e culturais.

Ao considerarmos as características da rede, especialmente no que se refere à liberdade/autonomia, o domínio do espaço e do tempo e a velocidade, como aponta Wolton (2000), questiona-se se a liberdade da Web opõe-se ao confinamento das crianças em lares e instituições e à privatização das relações sociais. “Outra questão é saber se nessa cibercultura infantil, a relação com a diversidade/uniformidade, com a autonomia e controle em rede, emergem nesses espaços públicos virtuais. E ainda mais, se é alterada a tendência da transformação das relações humanas e sociais em mercadorias” (CAPPARELLI, 2002, p.139). As respostas para essas questões não podem ser respondidas categoricamente, pois as relações que as crianças estabelecem no ambiente virtual são múltiplas. Porém, já se verifica a autonomia com que navegam pela rede, ao mesmo tempo em que exploram o potencial interativo da mídia digital.

Referindo-se à questão econômica, a nova geração também é vista a partir do seu potencial de compra, já que interferem diretamente nas compras da família. Os novos consumidores têm no mundo digital uma gama de opções que os levam a relacionamentos e compras on-line. “Sua vida existe em torno da mídia: do relacionamento com amigos no Orkut ao telefone celular” (GERAÇÃO, 2006). Nesse contexto, a tecnologia digital permite que o mundo de informações se fragmente cada vez mais a fim de atender ao interesse individual de cada consumidor. E, a infância vem conquistando espaço como consumidora e produtora de informações no ambiente virtual.

Pensando nessa nova relação cultural, visualizamos que a cibercultura infantil será responsável por moldar a sociedade no futuro, uma vez que está formando os futuros líderes tanto no âmbito econômico e político quanto social e cultural.

Esta nova cultura está arraigada na experiência de ser jovem e também de fazer parte da maior geração de todos os tempos. Porém, mais importante, é a cultura que está se originando do uso da mídia digital interativa por parte dos N-Gens. Devemos ficar atentos, porque a cultura que flui dessas experiências no ciberespaço prenuncia a cultura que criará futuros líderes no mercado de trabalho e na sociedade (TAPSCOTT, 1999, p. 53).

Segundo Litto (arquivo digital), essa geração que cresce com a rede tem características estupendas para o futuro da sociedade, já que está acostumada a ambientes interativos e à liberdade na criação do seu próprio conhecimento. Tal liberdade está associada à linguagem hipertextual e à estrutura em rede, que propiciam a interação. “São mais próximas das crianças devido às características próprias do hipertexto, com a convergência de linguagens e, especialmente, com a interatividade. Esse conjunto de características leva o aprendizado a adquirir características cada vez mais lúdicas” (CAPPARELLI, 2002, p. 143).

Tendo em vista que a criança aprende na medida em que realiza suas trocas com o mundo exterior, ao mesmo tempo em que se constrói a cultura infantil, sua atuação na rede vem moldando a geração da cibercultura. E como aponta Tapscott (1999), é uma cultura que se define a partir da transmissão e do compartilhamento de comportamento, atitudes, crenças, conhecimento e formas sociais. Nesse sentido, a forma em que se dá o aprendizado infantil também se altera. No ambiente virtual, as crianças se deparam com outras realidades e possibilidades, que lhes permitem interagir enquanto aprendem.

3.2.3 Aprendizado virtual

Como uma das características inerentes à infância, está a curiosidade. “O cérebro da criança está constantemente avaliando o mundo ao redor em busca de novos estímulos, justamente porque explorar e entender coisas novas são exatamente o que define o aprendizado” (JOHNSON, 2005, p. 146). E no ambiente virtual, o senso curioso é instigado, proporcionando novas aprendizagens.

A infância gira em torno da exploração, descoberta e investigação [...] Basicamente as crianças têm um mundo novo a explorar. Esse mundo virtual contém muito do conhecimento do mundo real, milhões de colegas, incontáveis lugares virtuais para explorar e emocionantes, encantadoras e bizarras novas experiências, inimagináveis quando a geração TV estava crescendo. À medida que a realidade virtual e a inteligência artificial amadurecem, este novo mundo continuará a seduzir com mais fascínio (TAPSCOTT, 1999, p. 84).

Navegando ao longo desse universo fascinante, as crianças têm a possibilidade de construir seu conhecimento, a partir “da experimentação, exploração, manipulação e teste de ideias da realidade. A interação e o retorno que os outros dão ajudam a determinar a exatidão e a pertinência das ideias. Colaboração, objetivos em comum e trabalho de equipe são forças poderosas no processo de aprendizagem” (PALLOFF; PRATT, 2002, p. 38). Assim, percebe-se que o modelo interativo de aprendizado permeia as relações na rede.

Eles [a Geração Net] dependem um dos outros para o aprendizado. Eles discutem tudo on-line. São críticos. Admitem a diversidade em sua colaboração. E comunicam-se formando frases – eles estão criando seus mundos. Através de um novo meio de comunicação, a Geração Net está se transformando no que Postman aspira para eles [transformar-se em indivíduos com senso crítico, que reconhecem a diversidade e compreendem seu papel para proteger cooperativamente o planeta]. As palavras de McLuhan estão se transformando em realidade através da Geração Net; seu meio tornou-se a mensagem. Não é o caso de fins antes dos meios. Os meios estão começando a criar novos resultados de aprendizado (TAPSCOTT, 1999, p. 130).

Ao se deparar com as possibilidades do meio, no que se refere à construção individual e coletiva de sua rede de informações e conhecimentos, essas crianças entram em um mundo no qual são estimuladas a pensar, raciocinar e refletir antes de tomar qualquer decisão, seja para mera diversão ou não. “Como têm ferramentas para questionar, desafiar e discordar, essas crianças estão se tornando uma geração de críticos” (TAPSCOTT, 1999, p. 85). E essa criticidade só tende a aumentar, uma vez que o autor considera que a nova geração vai vivenciar e exigir um ambiente de aprendizagem permanente.

Na busca por práticas que alimentem os interesses dessa infância digital, encontra-se a dualidade exposta por Negroponte (2001, p. 189): crianças menos incapazes de aprender e ambientes mais incapazes de ensinar. Nesse cenário, as novas tecnologias da informação e da comunicação podem se tornar aliadas para se chegar às crianças com diferentes estilos cognitivos e de aprendizagem.

Engana-se quem defende que as mídias digitais nada trazem de benéfico para a formação das crianças. Como já pontuamos, a tese da Curva do Dorminhoco, de Johnson (2005), aponta que o entretenimento de massa, principalmente os videogames e a televisão, contribuem no processo cognitivo, estimulando os indivíduos - as crianças inclusive - na resolução dos problemas, apontados nas narrativas de mídia. “Suas salas de aula podem estar superlotadas, seus professores mal pagos, mas no mundo fora da escola, seu cérebro está sendo desafiado a todo momento por novas formas de mídia e de tecnologia que cultivam aptidões sofisticadas de resolução de problemas” (JOHNSON, 2005, p. 117).

Considerando esse estímulo, o autor acredita que as crianças estão mais inteligentes, propensas a um raciocínio mais ágil, rápido e complexo, além de conseguirem se concentrar mais facilmente. Isso ocorre porque a apresentação de uma narrativa em mídia digital permite que elas construam seu percurso dentro da mesma. “A criança com capacidade de se desligar de um argumento linear durante sua apresentação, reavaliar seu conteúdo e relevância, e

depois voltar a ele ou passar para frente, é uma criança com capacidade para surfar o espaço moderno da mídia” (RUSHKOFF, 1999, p. 62).

A nova geração mostra que tem habilidades para se aventurar nesse ambiente virtual, desenvolvendo sua inteligência, tanto intelectual quanto emocional. E a contribuição das mídias digitais pode ser sentida na fala das próprias crianças, como no depoimento de uma menina de 15 anos: “Acho que fiquei mais inteligente com a Internet, porque ela me deu um conhecimento mais amplo das coisas ...perguntei a minha mãe se ela achava que fez muita diferença na minha maneira de me comunicar e ela diz que agora falo mais” (TAPSCOTT, 1999, p. 96).

Nessa perspectiva, as experiências vivenciadas em meio digital são transpostas para o cotidiano, interferindo no processo de aprendizado e no convívio interpessoal. Torna-se, então, válido considerar essa mídia como fonte preciosa de informações e comportamentos, uma vez que as crianças estão fascinadas frente às possibilidades e diversidades apresentadas nesse ambiente.

Quando ficamos extasiados com a sabedoria tecnológica de crianças de 10 anos, o que deveríamos estar celebrando não é seu domínio de determinada plataforma – Windows XP, digamos, ou o Game Boy – mas, sim, sua capacidade para compreender novas plataformas rapidamente, aparentemente sem esforço, em ao menos folhear um manual. O que eles aprenderam não são apenas regras específicas intrínsecas a um sistema particular; eles aprendem princípios abstratos que podem ser aplicados ao se aproximarem de *qualquer* sistema complicado (JOHNSON, 2005, p. 142) [grifo do autor].

Dessa forma, o domínio que essa geração tem sob as tecnologias, especialmente a Internet, não pode ser ignorado pelos sistemas formais de educação e pela educação familiar. Se, em alguns momentos, observamos um abismo entre as gerações, mediadas pelas mídias digitais, é fundamental que ele deixe de existir ao menos como confronto, visto que o compartilhar essa cultura inteligente, nas palavras de Jonhson (2005), é o que caracteriza esse novo cenário.

Além disso, o desafio cognitivo que as crianças enfrentam nessa mídia é que deve ser considerado pelos pais e educadores, visto que é quase impossível dissociar essa geração do convívio com as mídias digitais. Ou melhor, tal convívio também está presente nas relações entre os adultos. Porém, quando nos direcionamos às crianças, a preocupação é fortemente marcada pelos modelos educativos e formativos apresentados. “É preciso que se organizem novas experiências pedagógicas em que as TICs possam ser usadas em processos

cooperativos de aprendizagem, em que se valorizem o diálogo e a participação permanente de todos os envolvidos no processo” (KENSKI, 2007, p. 88).

3.3 Comunicação infantil: possibilidades interativas

“A criança tem direito à liberdade de expressão. Este direito compreende a liberdade de procurar, receber e partilhar informações e ideias de toda a espécie, sem considerações de fronteiras, sob forma oral, escrita, impressa ou artística ou por qualquer outro meio à escolha da criança” (ONU, 1989, artigo 13)

Pensando na interação enquanto característica do novo meio e que um dos usos das crianças é para se comunicar, o diálogo e a participação são necessários para que a nova geração sinta que realmente tem seu papel ativo reconhecido na nova mídia e, conseqüentemente, na sociedade. “A interação ajuda as crianças a crescer, exigindo que desenvolvam valores, exercitem o discernimento, analisem, avaliem, critiquem ou saiam em auxílio à outra pessoa” (TAPSCOTT, 1999, p. 54).

Ao promover essa relação interpessoal e estimular o senso crítico²¹ das crianças, a mídia digital favorece um processo dialógico, na concepção de Freire (2002)²², visto que os sujeitos dialogam para trocar informações e construir conhecimento, em meio a práticas comunicativas e educativas. “Somente o diálogo, que implica um pensar crítico, é capaz, também, de gerá-lo. Sem ele não há comunicação e sem esta não há verdadeira educação” (FREIRE, 2002, p. 83).

Nesse sentido, as crianças ao interagirem entre si, e até mesmo com adultos, no ambiente virtual, fazem uso de uma práxis comunicativa, na qual o diálogo se faz presente. Kaplún (1984) declara que uma comunicação verdadeira só se efetiva quando os sujeitos comunicantes, ou seja, emissores e receptores dialogam, mesmo que seja por meios artificiais e à distância. Assim, a Internet, ao encurtar as distâncias e promover uma comunicação em tempo real, possibilita que a nova geração exerça seu papel enquanto sujeito comunicativo, dialogando com seus pares.

Acreditamos que um diálogo interativo ocorre quando socialmente temos a possibilidade de intervir e modificar nossa mensagem a partir da mensagem

²¹ Tapscott (1999) afirma que as possibilidades oferecidas pela Internet exigem que a criança desenvolva seu senso crítico, uma vez que precisam selecionar informações e raciocinar sobre elas. Segundo ele, nunca foi tão necessário que se aprendesse a ler, escrever e pensar com senso crítico.

²² Embora os estudos de Paulo Freire tenham foco na educação libertária de adultos, tal experiência pode ser aplicada às crianças, como propomos de certa forma neste trabalho.

do outro e vice-versa. Nesse sentido, ambos se informam e constroem conhecimento de forma dialógica (FERREIRA; LIMA; PRETTO, 2005, p. 250).

Complementando, Kaplún (1999) afirma que a apropriação de determinado código se dá a partir da comunicação do mesmo, quando é usado e pronunciado, ou seja, por meio do diálogo no espaço cultural. “A construção do conhecimento e sua comunicação não são, como costumamos imaginar, duas etapas sucessivas através das quais primeiro o sujeito se apropria dele e depois o enuncia. São, isso sim, o resultado de uma interação” (KAPLÚN, 1999, p. 73). Mas, para que essa interação seja bem-sucedida, é importante que os sujeitos encontrem espaço para se expressar e construir novas mensagens de acordo com seus interesses e com a situação de comunicação. Como a liberdade de expressão é um direito dos indivíduos, mecanismos que favoreçam essa manifestação são imprescindíveis.

Ao considerar que a nova geração está preocupada com questões sociais, Tapscott (1999) afirma que ela valoriza os direitos individuais, ao buscar a validação dos mesmos, especialmente a liberdade para ter e expressar suas opiniões, conforme está exposto no artigo 13 da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança (ONU, 1989), apresentado no início desta seção. Dessa forma, a criança pode procurar, receber e partilhar informações e ideias em qualquer meio, e devido à presença da mídia digital em seu cotidiano, ela é um dos espaços para permitir essa exploração e participação infantis.

Para os garotos de hoje, a espiritualidade ou mesmo a simples ligação à realidade elementar (o que pode ser a mesma coisa) só pode ser sentida por meio de atividades participativas [...] A tecnologia empurrou os garotos para a espiritualidade ao inspirar a necessidade de se religar mais romântica e ao provocar a vontade de participar mais diretamente dos jogos e rituais (RUSHKOFF, 1999, p. 142).

Essa participação por meio das tecnologias, nas palavras de Sierra (2002), é um processo coletivo, de aprendizagem ativa, na qual as pessoas interagem para um bem comum. “O screenager²³ percebe como todo o espaço de mídia é um sonho cooperativo, formado pelas projeções combinadas de todos os participantes” (RUSHKOFF, 1999, p. 203). Assim, o modelo de Comunicação Participativa, apresentado por Kaplún (1983a), articula-se com essa necessidade da infância digital em fazer parte do processo comunicativo, mediado pelas novas tecnologias.

²³ Screenager é o termo que Rushkoff (1999) utiliza para se referir aos jovens que estão imersos em tecnologias, ou seja, é a geração da tela da televisão, do videogame e do computador.

Nesse modelo, os grupos e as comunidades assumem suas vozes para emitir mensagens e interferir no processo comunicativo. A comunicação, então, comporta-se como um processo horizontalizado, no qual há diferentes interlocutores, visto que não há mais distinção entre emissores e receptores, o que favorece uma prática democrática. Kaplún (1983a), então, defende uma concepção de comunicação como participação, interação e diálogo.

A través del medio, los grupos pueden dialogar, intercomunicarse; y entablar asimismo una relación de diálogo – una comunicación de doble vía – con los educadores-comunicadores. El medio interconecta a los grupos, los une a distancia y permite el intercambio y confrontación de mensajes y la construcción entre todos de un nuevo mensaje común (KAPLÚN, 1983b, p. 52).

A partir dessa troca e construção de mensagens, os grupos se autovalorizam, uma vez que reconhecem a importância de sua voz, devido à autoexpressão, e sua contribuição para a sociedade a qual pertence. Esse potencial para o desenvolvimento social é exaltado por Kaplún (1984), já que ele considera que sem participação não há desenvolvimento porque, por meio dela, os indivíduos assumem seu papel de protagonistas e criam as soluções para os próprios problemas.

O direito à participação implica aceitar o desafio de criticar e transformar os obstáculos culturais, políticos, econômicos ou sociais, para que a participação tenha o sentido moral de direito ao desenvolvimento humano. [...] Pressupõe o desenvolvimento da capacidade de dialogar, comunicar e incidir tanto no âmbito político como em todas as esferas da vida (KLAINER; LÓPEZ; PIERA, 2004, p. 161).

Como um dos princípios da Comunicação Participativa é basear-se nas necessidades e interesses dos participantes, a mídia, nesse modelo, deveria considerar seu público em suas produções. Em relação à infância, tal reconhecimento ganha um status singular, visto que as crianças, especialmente da nova geração, buscam participar ativamente de suas relações sociais e da mídia. “Se as crianças e os jovens passarem a participar de atividades que sejam tanto significativas para eles quanto importantes para o processo decisório da sociedade, eles então, automaticamente, estarão mais protegidos e melhor representados e ouvidos na mídia” (BUCHOT; FEILITZEN, 2002, p. 232).

Essa participação deve ser valorizada, já que, segundo as autoras, as crianças querem aprender, divertir-se, construir relações sociais e criar sua própria identidade também por

meio da mídia. Exemplos de práticas participativas com a infância em produtos midiáticos apontam sua contribuição.

As crianças, por meio de sua participação criativa, adquiriram poder – que essa participação fortaleceu seu orgulho, senso de poder e autoestima, uma vez que elas sentiram que suas vozes valiam a pena ser ouvidas, que elas faziam parte de uma comunidade e que elas haviam alcançado melhor compreensão de si mesmas e de sua própria cultura (BUCHOT; FEILITZEN, 2002, p. 127).

Diante das possibilidades interativas a partir das novas tecnologias da comunicação, que, conforme sinaliza Lèvy (2000), promovem uma comunicação comunitária, transversal e recíproca, as crianças têm oportunidade de encontrar mais ferramentas para fomentar o modelo de Comunicação Participativa e tornarem-se protagonistas no ambiente virtual. Kenski (2007) exemplifica uma situação na qual os jovens assumiram o controle na emissão e difusão de informações sobre os livros e filmes da série *Harry Potter*²⁴.

Um exemplo dessa transformação é a que vem sendo coordenada por uma adolescente americana, Heather Lawver. Quando tinha 13 anos, Heather leu o livro *Harry Potter* e adorou. Um ano depois, criou *The daily prophet*, um site diferente para os fãs do pequeno mago, que funciona como um jornal de Hogwarts, a escola dos jovens bruxos da ficção. No jornal, atualmente, Heather conta com uma equipe de 102 colaboradores, crianças e jovens de todo o mundo, que semanalmente encaminham suas matérias. [...] Essa atividade informal, conduzida por uma adolescente, representa contribuição significativa para que outros jovens se animem a escrever corretamente sobre assuntos que são de seu interesse, no caso, sobre coisas que a imaginação deles considera que poderiam estar acontecendo na escola ficcional de Hogwarts (KENSKI, 2007, p. 49).

Esse exemplo mostra que as crianças têm potencial para realizarem uma ação-reflexão-ação, nas palavras de Freire (2002), sobre questões que as interessam de forma interativa. No entanto, se pensarmos no papel da mídia enquanto educadora²⁵, ela poderia fornecer mais subsídios para essa ação infantil, desde que envolvesse a criança em sua produção, como em um processo educativo ideal.

²⁴ A série *Harry Potter* é um fenômeno mundial da escritora britânica Joanne Kathleen Rowling. Além da venda dos setes livros da série, as aventuras do bruxinho foram transpostas para o cinema, conquistando milhares de fãs ao redor do mundo, desde o lançamento do primeiro filme em 2001.

²⁵ Essa questão é apontada por Kellner (2001a, p. 135) que observa a cultura de mídia como educadora, substituindo a escola e a família e tornando-se instrumento de socialização e fornecedora de elementos formadores de identidade das crianças. Ao mesmo tempo, Buchot e Feilitzen (2002) ratificam essa afirmação, pois consideram as funções socioeducativas da mídia.

Todo processo de ensino/aprendizagem deve, então, dar lugar à manifestação pessoal dos sujeitos educandos, desenvolver sua competência linguística, propiciar o exercício social através do qual se apropriarão dessa ferramenta indispensável para sua elaboração conceitual. Em lugar de confiná-los a um mero papel de receptores, é preciso criar condições para que eles mesmos gerem suas mensagens próprias, pertinentes ao tema que estão aprendendo (KAPLÚN, 1999, p. 73).

Tal visão tem como base a proposta de educação libertária de Paulo Freire (2002), na qual educadores e educandos tornam-se sujeitos do processo educativo e dialogam para promover a liberdade e a humanização. Nesse processo, o importante é que “os homens se sintam sujeitos de seu pensar, discutindo o seu pensar, sua própria visão do mundo, manifestada implícita ou explicitamente, nas suas sugestões e nas de seus companheiros” (FREIRE, 2002, p. 120). Porém, para que as crianças efetivamente assumam esse papel dialógico, ativo e participativo na mídia, alguns autores consideram a educação para as mídias uma alternativa cabível.

De acordo com Belloni (2005), essa forma de educação visa “formar o cidadão competente para a vida em sociedade o que inclui a apropriação crítica e criativa de todos os recursos técnicos à disposição desta sociedade” (BELLONI, 2005, p.06-07). Ao se relacionar com a mídia, os cidadãos deveriam conhecer seus mecanismos, apropriar-se deles, para, então, utilizá-los a seu favor, não no sentido de um individualismo, mas como um bem coletivo. Para Kellner (2001b, p. 425), a pedagogia crítica da mídia ensina a ser crítico em relação às suas representações e discursos, também ressaltando a importância do aprender a usar a mídia como modalidade de autoexpressão e ativismo social.

Ajudar as crianças a aprenderem a usar a mídia como um instrumento para o seu próprio desenvolvimento, a serem usuários críticos e inteligentes dos vários meios de comunicação, em vez de serem totalmente hipnotizados ou de ficarem indefesas em relação à mídia, é o melhor investimento. Elas precisam aprender a explorar as melhores possibilidades que a mídia pode oferecer, ao mesmo tempo em que também se protegem dos efeitos negativos ou potencialmente prejudiciais, simplesmente aprendendo a ser seletivas e conscientes e a ‘ler’ todas as formas de mídia (BAUTISTA, 2002, p. 312).

Como são autônomas e independentes no uso das mídias digitais, o contato com essa prática educativa e, ao mesmo tempo, comunicativa possibilitaria às crianças estabelecer uma relação mais dialógica com o meio. Pois, os objetivos da educação para a mídia “dizem respeito à formação do usuário ativo, crítico e criativo de todas as tecnologias de informação e comunicação” (BELLONI, 2005, p. 12). Dessa forma, como a nova geração já é autora no

mundo digital, suas oportunidades de atuação só tendem a aumentar, desde que se reconheçam o diálogo, a interação e a participação próprios das crianças.

Em síntese, a participação crítica das crianças na mídia pode ser um instrumento para o desenvolvimento da cultura infantil na era digital. Como estão familiarizadas com as novas tecnologias, é importante que elas vivenciem um processo cada vez mais dialógico a fim de contribuir com o cenário social. “E é através da mídia digital que a Geração Net desenvolverá e imporá sua cultura à sociedade [...] Elas [as crianças] são a força para a transformação social” (TAPSCOTT, 1999, p. 02), tendo como meta a consolidação de uma democracia efetiva. Considerando, então, o potencial da infância digital descrito ao longo deste capítulo, é importante destacar alguns questionamentos finais:

a grande questão que permanece para as gerações anteriores é se nós vamos participar desse poder com gratidão ou será a Geração Net obrigada a tomá-lo de nós? Teremos a sabedoria e coragem de aceitar os N-Geners, sua cultura, sua mídia e dar-lhes oportunidades de cumprir seu destino? Ouçam as crianças (TAPSCOTT, 1999, p. 293).

Atendendo a esse pedido do autor, nossa pesquisa visa conhecer, a partir de uma relação interativa, o universo infantil a partir do contato com crianças de 10-12 anos, que, ao menos devido à faixa etária, são integrantes da Geração Net. Suas demais características são desvendadas a seguir.



Nossa navegação

Capítulo 4 – “Nossas crianças” digitais

“Olhar o mundo das crianças não é rever o nosso próprio passado – é olhar para frente. Os meninos são o futuro evolutivo” (RUSHKOFF, 1999, p. 8)

Conforme já enfatizamos, as crianças estão mergulhadas no universo digital, interagindo com as tecnologias de um jeito bem peculiar e familiar. Para ampliar as discussões iniciadas nos capítulos anteriores, partimos para uma pesquisa com crianças, visando conhecer a relação que estabelecem com a mídia digital, especificamente com os sites infantis e, conseqüentemente, com nossa proposta de webjornalismo infantil.

Tendo em mente que o mundo da infância possui características bem singulares, adotamos como metodologia a pesquisa-ação, visto que pretendemos conhecer e participar da realidade infantil, de forma a compartilhar informações e construir, em conjunto, o que definimos como uma mídia condizente com os interesses e necessidades das crianças. Desse modo, temos como sujeitos da pesquisa²⁶, 35²⁷ alunos de 10-12 anos, cursando a 5ª série do Ensino Fundamental, em uma escola estadual em Bauru.

É importante salientar que a escolha por essa faixa etária de infância não é aleatória. Crianças de 8 a 12 anos estão na fase do raciocínio operatório- concreto, seguindo os estudos de Jean Piaget (1967). Segundo o autor, nesse período, a criança começa a parecer racional e organizada em suas adaptações, aplicando conceitos aos objetos que a rodeia. “A criança mais velha parece ter sob seu controle um *sistema* cognitivo coerente e integrado, com o qual organiza e manipula o mundo que a cerca” (PIAGET apud FLAVELL, 1988, p. 168). Somado a isso, Sampaio (2004) afirma que:

É uma fase em que ela está interessada no porquê das coisas e faz experiências para testar suas hipóteses. A criança amplia, nessa fase, o horizonte de seus interesses, antes focalizado no âmbito da família, e desloca sua atenção para descoberta do mundo que se constitui para ela num grande

²⁶ De acordo com a metodologia da pesquisa-ação, os sujeitos-objetos se tornam sujeitos-sujeitos, já que interagem com a pesquisa.

²⁷ Cabe esclarecer que quando iniciamos a pesquisa, em abril de 2008, a classe tinha 34 alunos. No entanto, em maio, um dos alunos foi transferido de escola e dois novos alunos, de outra 5ª série da escola, passaram a integrar essa turma. Desse modo, fechamos o grupo com 35 alunos. Segundo a concepção de sondagem dessa metodologia, a pesquisa é realizada com um pequeno número de unidades, representando o conjunto da população, escolhida de forma aleatória. Em nosso grupo, as crianças, alunas da 5ª série B, foram selecionadas em conjunto com a direção da escola. Cabe ressaltar que quando nos referimos à 5ª série do Ensino Fundamental adotamos a antiga nomenclatura do ciclo educacional, visto que o Ensino Fundamental de 9 anos não foi implantado até o momento (2009) nessa escola. A seleção da Escola Estadual Mercedes Paz Bueno levou em consideração a sua participação em pesquisas anteriores sobre a temática infância e mídia.

mistério e onde ela pretende vivenciar inúmeras aventuras (SAMPAIO, 2004, p. 183).

Além disso, de acordo com Postman (1999, p. 08), alunos de quinta e sexta séries estão numa idade em que não sofrem apenas os efeitos da vida adulta precoce, mas são capazes de falar e refletir sobre esses efeitos de um modo direto e econômico, sem serem estimulados a usar a linguagem para mascarar sentimentos. Diante disso, constituímos nosso grupo com crianças dessa idade, uma vez que visamos à espontaneidade e curiosidades típicas delas durante nossa pesquisa.

4.1 Notas metodológicas

Como um dos nossos objetivos é estreitar os laços com o universo infantil, a pesquisa-ação nos permite estabelecer uma relação entre pesquisador e pesquisados, de modo que estes possam participar ativamente da pesquisa, visando a uma ação final, ou seja, à construção do webjornal. Os pressupostos básicos de tal metodologia a definem como:

Um tipo de pesquisa social com base empírica que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou resolução de um problema coletivo e no qual pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo (THIOLENT, 2007, p. 16).

Ao permitir a imersão na realidade de um grupo e propor questionamentos sobre uma situação, esse tipo de pesquisa aumenta o conhecimento dos pesquisadores e o nível de consciência do grupo selecionado, já que ambos podem expressar uma aprendizagem coletiva “tanto na sua tomada de consciência como no seu comprometimento com a ação coletiva” (THIOLENT, 1992, p. 45). Concomitantemente, os resultados almejados com tal pesquisa não se limitam apenas à coletividade das crianças selecionadas, mas também a um conhecimento a ser produzido e compartilhado com o público infantil a partir de um webjornal.

Somado a isso, deve se considerar que o pesquisador tem uma atitude de escuta frente à situação, sem impor, de forma unilateral, suas concepções, o que colabora para que a pesquisa seja uma troca e, até mesmo, um diálogo. Como Freire (2002) afirmou que somente o diálogo comunica, em pesquisas de Comunicação, “trata-se de fazer que aqueles que não têm voz possam gerar informações significativas sobre suas condições ou sobre seus próprios relacionamentos com outros interlocutores” (THIOLENT, 1992, p. 79).

Nosso papel não é falar ao povo sobre a nossa visão de mundo, ou tentar impô-la a ele, mas dialogar com ele sobre a sua e a nossa. Temos de estar convencidos de que a sua visão de mundo, que se manifesta nas várias formas de sua ação, reflete a sua situação no mundo em que se constitui. [...] Esta investigação implica, necessariamente, uma metodologia que não pode contradizer a educação libertadora²⁸. Daí que seja igualmente dialógica. Daí que, conscientizando também proporcione, ao mesmo tempo, a apreensão dos ‘temas geradores’ e a tomada de consciência dos indivíduos em torno dos mesmos (FREIRE, 2002, p. 87).

Nesse sentido, ao trabalharmos com crianças, pretendemos garantir, de algum modo, seu direito à informação, tanto na perspectiva de ter acesso aos meios de comunicação quanto de expressar suas opiniões, conforme postula a Convenção sobre os Direitos da Criança (ONU, 1989). Dessa forma, procuramos, com essa metodologia, garantir o direito de participação das crianças, a fim de que elas expressem suas opiniões sobre as mídias digitais, em especial a Internet.

Ao mesmo tempo, a partir de técnicas de pesquisa, como a observação, os questionários e os desenhos, visamos verificar o que elas entendem e esperam dos sites infantis. “O que se pretende investigar, realmente, não são os homens, como se fossem peças anatômicas, mas o seu pensamento-linguagem referido à realidade, os níveis de sua percepção desta realidade, a sua visão do mundo, em que se encontram envolvidos seus ‘temas geradores’” (FREIRE, 2002, p. 88).

Para cumprir com esses objetivos, definimos as fases da pesquisa, levando em consideração o caráter exploratório de tal metodologia. A partir do contato com a escola e a apresentação de nossa proposta à direção (Apêndice C), que prontamente foi aceita em conjunto com a professora de Língua Portuguesa da 5ª série B, partimos para o diagnóstico (fase 1) dos sujeitos da pesquisa a fim de conhecê-los e identificar como nossa problemática se relacionava com suas características. Cabe ressaltar que as atividades programadas com os alunos seriam realizadas durante as aulas de Língua Portuguesa, uma vez que não havia a possibilidade de contarmos com a participação de toda a classe ou grupo de alunos em horário extracurricular.

A fase 2 teve com objetivo verificar a relação que as crianças estabelecem com o computador e com a Internet, a partir de uma dinâmica, na qual se discutiu nosso problema e a ação da pesquisa, e da aplicação de um questionário para que mensurássemos como se estabelece o contato delas com o meio digital. Como tivemos alguns contratempos de

²⁸ Cabe retomar que Freire (2002) denomina educação libertadora aquela na qual educador e educandos aprendem mediatizados pelo mundo, dialogando e se conciliando, uma vez que se supera a dicotomia entre esses sujeitos do processo educativo, de tal forma, que ambos são educadores-educandos.

infraestrutura, que são relatados a seguir, a fase 3 foi redefinida e partimos para uma atividade de expressão, a partir de desenhos²⁹, na qual os alunos manifestaram mais uma vez como é o seu contato com a Internet. Com a finalidade de verificar, de forma mais presencial, como se desenvolve essa relação, a fase 4 englobou uma dinâmica de navegação na Internet, em que as crianças demonstraram sua familiaridade com alguns sites. E, para finalizar esta etapa da pesquisa, a fase 5 apresentou um questionário para se discutir o jornalismo infantil na Internet.

Apresentamos, a seguir, os resultados e as análises das atividades realizadas em cada uma das fases enumeradas acima, uma vez que apenas o processamento estatístico dos dados obtidos não é suficiente. “Trata-se de ‘trabalhar’ sobre o discurso por meio de análises e interpretações. Isto supõe que seja ultrapassado o simples registro de informação espontaneamente gerada pelos interlocutores implicados na pesquisa” (THIOLLENT, 2007, p. 85). Dessa forma, os resultados dos questionários serão apresentados de forma quantitativa e qualitativa, mensurando os dados que permitem uma tabulação, além de considerar as respostas mais recorrentes. Nas demais atividades, descreveremos nossa observação com base nos dados, acompanhada de um caráter interpretativo.

Entretanto, nossa pesquisa-ação não termina com os apontamentos e argumentações sobre esta etapa de nosso trabalho, visto que a ação e a problematização finais, o webjornal infantil experimental, deverão ser analisadas, de forma argumentativa, também com esse grupo de crianças, o que explicitamos no capítulo 6.

4.2 Diagnóstico do grupo

No primeiro contato com os sujeitos da pesquisa, o objetivo era explicitar nossa proposta e pontuar como seria o desenvolvimento da pesquisa no decorrer do ano (2008), assim como diz nossa metodologia: “o grupo não apenas sabe que está sendo investigado, mas também conhece os objetivos da pesquisa e participa do processo de sua realização” (PERUZZO, 2005, p. 138). Desse modo, enfocamos qual seria a participação delas, uma vez que visamos a uma ação coletiva, a elaboração de uma mídia jornalística para as crianças, e contamos com as opiniões delas para a construção do webjornal experimental.

Em seguida, entregamos os termos de consentimento (Apêndice D) para que os responsáveis pelas crianças autorizassem sua participação na pesquisa, conforme resolução

²⁹“O desenho infantil tem, não pelos seus resultados, mas por seu processo constitutivo, papel fundamental na compreensão e na análise crítica da sociedade por parte da criança” (LEITE, 2001, p. 140).

196/96 do Conselho Nacional da Saúde (CNS), quando se trabalha com pesquisas envolvendo seres humanos. Em anexo a essa autorização, elaboramos um questionário sócio-econômico (Apêndice E) para os pais responderem, com a intenção de conhecer algumas características mais particulares do grupo com o qual estamos trabalhando. Como a escola selecionada pertence à rede estadual de ensino, abrigando, a princípio, diferentes realidades³⁰, é importante traçar um panorama do cotidiano dessas crianças, em especial no que se refere a nossa problemática – o acesso a sites infantis. Nesse sentido, os responsáveis são as fontes ideais para fornecer informações que contribuam para que nossas análises e interpretações não estejam díspares do universo vivenciado por esses alunos. Cabe ressaltar que obtivemos o retorno de 33 questionários dos 35 enviados.

Tendo em mãos as respostas, podemos definir a princípio quem são nossas crianças. Considerando a região geográfica dos bairros onde os responsáveis indicaram morar, verificamos dez bairros de classe baixa, sete de classe média alta, três de média e um de classe média baixa. Totalizando o número de alunos em relação aos bairros citados, temos: 44,1% que moram em bairros de classe média alta; 41,2% em classe baixa; 11,8% em classe média; e, 2,9% em classe média baixa. Há, então, uma disparidade entre a localização sócio-geográfica da maioria dos alunos, já que os maiores índices oscilam entre a classe média alta e a classe baixa.

No quesito renda, aproximadamente 67% das famílias têm uma renda de um a cinco salários mínimos³¹ (R\$ 415,00 a R\$2.075,00), 24% têm uma renda de mais de R\$ 2.075,00 (mais de cinco salários mínimos) e 6%, uma renda de até um salário mínimo (R\$ 415,00). Com esses valores, as famílias sustentam de duas a cinco pessoas (85% das respostas), até duas pessoas (9%) e mais de cinco pessoas (6%). Em relação ao grau de escolaridade dos responsáveis, encontramos as respostas: 45,5%, Ensino Médio Completo; 21%, Ensino Superior Incompleto; 15%, Ensino Superior Completo; 12%, Ensino Médio Incompleto; 3%, Ensino Fundamental Completo; e, 3% Ensino Fundamental Incompleto. A respeito da nossa mídia digital em análise, o computador e a Internet, verificamos que 94% dos alunos têm computador em casa e, destes, 88% têm acesso à Internet. Os demais alunos têm acesso à Internet no trabalho dos pais (6%) ou em casa de parentes (3%) e amigos (3%).

³⁰ Neste ponto reside a questão da inclusão social e, até mesmo, digital da escola pública. No entanto, essa escola, em particular, está localizada em um bairro de classe média, destacando-se no município como uma instituição pública de nível educacional superior às demais. Além disso, a escola integra o Projeto Intragov do governo estadual (SP), o qual disponibiliza o acesso em rede à Internet em um laboratório de informática na própria escola. Em Bauru, desde 2000, o Intragov permite, em cada escola, acesso em banda larga em seus 10 computadores, conectados a um servidor, em uma velocidade de 512 Kbs (a partir de julho de 2008).

³¹ Ao nos referirmos ao salário-mínimo, levamos em consideração os valores do mês de abril de 2008.

Embora os dados sobre faixa etária e divisão por gênero não tenham interferência na pesquisa, já que nossa discussão não permeia tal categorização, apresentamo-la para elucidar mais características pontuais do grupo. Com relação à faixa etária, temos aproximadamente 23% crianças com 10 anos; 65,7% com 11 anos; e, 11,4% com 12 anos. Já, a respeito do gênero, o grupo é formado por 54,3% de meninas e 45,7% de meninos.

Considerando as características estatisticamente apresentadas, observamos que as crianças são de famílias com renda mensal razoável, visto que o número de integrantes está na faixa média da população brasileira. O nível de escolaridade da maioria dos responsáveis atinge o Ensino Médio Completo, sendo que 36% ingressaram no Ensino Superior. Esse fato pode denotar que os responsáveis valorizam a educação para a formação dos indivíduos. Ao mesmo tempo, identificamos a presença do computador e do acesso à Internet no cotidiano familiar desse grupo, o que confirma o cenário social apresentado nos capítulos anteriores. No entanto, não se pode fazer informações categóricas ou generalizantes porque há necessidade de outros dados – não pertinentes a este trabalho -, a serem interpretados para categorizar a realidade sócio-econômica dessas crianças.

Diante dessas informações gerais sobre os sujeitos da pesquisa, verificamos que o universo digital, em relação ao computador e à Internet, faz parte da realidade dessas crianças, o que já as ratifica como integrantes da Geração Net. Para corroborar essa afirmação, contamos com as demais fases da pesquisa.

4.3 Relação criança e computador

Tendo em mãos um panorama das características do nosso grupo de pesquisa, adentramos na fase 2, a fim de conhecer as crianças por elas mesmas, ou seja, dar voz para que elas demonstrem como é o seu contato como nossa temática. Com a finalidade de registrar as atividades realizadas e promover nossa interação com os sujeitos da pesquisa, construímos o blog *Jornalismo para Crianças*³² (Apêndice A), no qual realizamos postagens sobre nossa problemática ao longo de toda a pesquisa.

Conforme nos apresenta Piscitelli (2005), os weblogs, ou simplesmente blogs, são uma nova ferramenta de comunicação para distribuir notícias, atividades e ideias. Além disso,

³² O título do blog, *Jornalismo para Crianças*, articula-se com a nossa proposta de construção de um webjornal para o público infantil, sendo que tal nome se repetirá no webjornal, como veremos no capítulo 6. Apesar da preposição *para* poder ser interpretada como uma produção de alguém para outra pessoa, o que de certa forma contradiz com nossa pesquisa com base na construção coletiva, julgamos que, em nosso trabalho, tal denominação (*Jornalismo para Crianças*) é funcional devido à relação de troca que estabelecemos com as crianças e à proposta de produção de um webjornal infantil.

Primo (2008) ressalta que os blogs vieram reestruturar a estrutura midiática tradicional, uma vez que se consolidam como ferramenta de publicação, expressão, debate e escrita coletiva. Nesse sentido, os blogs devem ser vistos além de seus aspectos técnicos e de conteúdos, mas de seu potencial relacional, já que possibilita a conversação.

Essa proposta de diálogo e participação é que torna o blog um instrumento interativo. A partir das atualizações de um blog, isto é, novas postagens, uma cadeia de relações se desencadeia por meio da opinião e interação de diferentes atores. “Porque lo más interesante y reconfortante de los blogs es que generan conversaciones que (nos) importan, conversaciones en las que ser parte del juego es una recompensa que ninguna moneda (vil o no) podría sustituir jamás” (PISCITELLI, 2005, p. 91).

Ao mesmo tempo, devemos reconhecer o potencial do blog na construção coletiva do conhecimento. Para o autor citado acima, os blogs constituem uma poderosa ferramenta para formar comunidades virtuais baseadas no conhecimento compartilhado. De certa forma, nosso blog tem esse objetivo, visto que é uma ferramenta que articula as indagações e resultados de nossa pesquisa com uma problemática infantil.

Direcionando-nos à fase 2 propriamente dita, com o contato presencial junto às crianças, como primeira atividade, realizamos uma dinâmica, na qual discutimos os meios de comunicação, o jornalismo e a Internet, já promovendo o intercâmbio de informações entre pesquisador e pesquisados. Os objetivos da dinâmica foram explicitados para as crianças, assim que começamos a atividade, a saber: conhecer o que elas sabem e gostam na Internet para construirmos, juntos, um jornal na Internet para crianças. Mas, o que é o jornalismo para elas? Essa foi a indagação que iniciou nossa dinâmica. Como ficaram em silêncio, perguntamos: o que faz um jornalista?

A partir dessa pergunta, as crianças começaram a debater sobre as atividades de um jornalista: entrevistar e fazer manchete. Definiram manchete como o título de uma notícia, e a notícia? “É a história que o jornalista vai contar!”. E, o que ele faz para contar essa história? Quase em coro, os alunos responderam: “entrevistas”. Percebemos, então, que a atividade jornalística exerce um fascínio nas crianças, principalmente pelo contato com outras pessoas por meio das perguntas em uma entrevista. Um dos alunos lembrou o dia de um exercício escolar, no qual foram entrevistar os bombeiros da cidade. Eles levaram algumas perguntas já prontas em um caderno e conversaram com esses profissionais. Ressaltamos que o jornalista também leva algumas perguntas já prontas quando ele vai fazer uma entrevista. E, “como isso chama?”. Roteiro de perguntas. Porém, explicamos que o jornalista tem liberdade de fazer

novas perguntas, afinal, quando ele escolhe a pessoa para entrevistar faz uma pesquisa sobre ela.

Alguns alunos, que não participaram da atividade com os bombeiros, lembraram que já fizeram entrevista com a mãe para outro trabalho escolar. “Mas isso é entrevista?”. Se havia perguntas para serem respondidas e se houve uma conversa entre mãe e filhos, podemos considerar uma entrevista sim. Essas lembranças infantis nos mostraram que parte do exercício do jornalismo³³ está presente no dia a dia deles e, que, mesmo sem saber, eles já foram jornalistas por um dia. Uma das crianças também disse que aprenderam com a professora de português o que deve ter em uma notícia. “Temos que responder algumas perguntas: O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê?”. Embora não saibam os termos técnicos do jornalismo, eles já sabem como construir uma notícia. Explicamos que essas seis perguntas clássicas do jornalismo formam o lead, que é o primeiro parágrafo de uma notícia, que conta os fatos mais importantes.

E, onde se fazem as notícias? As crianças enumeram: jornal, revista, televisão, rádio e Internet. Mas, onde vocês veem notícias? A grande maioria responde: “na televisão”. A Internet também aparece em algumas respostas. Mas, que notícias vocês leem, de criança ou de adulto? “Ah, algumas de adultos também”. Um exemplo dado foi a entrevista com o pai e a madrasta da menina Isabella no *Fantástico*³⁴. Como vocês veem muitas notícias, de quais vocês gostam? Depois de um silêncio, algum aluno responde: “não gosto de notícia triste!”. “Tragédia, eu também não gosto”. “Eu só assisto aquilo que me chama a atenção”. E vocês lembram as notícias que viram? “Só de vez em quando”. E, o que gostam? As crianças respondem: brincadeiras, piadas e quadrinhos.

Devido a esse contato infantil com uma diversidade de conteúdo, considerado notícia para esses alunos, apontamos uma diferenciação. O que vocês veem são notícias sobre crianças ou para crianças? Retomando o caso da menina Isabella, eles afirmam que têm muita coisa sobre criança. Nesse ponto, entramos em nossa problemática: o jornalismo para

³³ A prática jornalística envolve diversos exercícios, além do fazer entrevistas. Escrever, editar e revisar textos (notícias) para jornais, revistas, rádio, televisão e Internet são algumas das funções, sem contar o contato com as fontes, as reuniões editoriais, os processos burocrático-administrativos, especialmente quando se trabalha em uma redação. Porém, jornalista também exerce cargos em assessorias de comunicação, tanto em órgãos públicos quanto em instituições privadas e organizações não-governamentais. Sousa (2006) apresenta um estudo substancial sobre a teoria do jornalismo a fim de que se compreendam suas práticas.

³⁴ Na época em que realizamos esta atividade com as crianças, um caso de grande repercussão em toda a mídia foi a morte da menina Isabella Nardoni, de 5 anos. No dia 29 de março de 2008, a menina foi encontrada ainda viva no gramado do prédio onde o pai morava, depois de ser jogada do sexto andar. Com a morte de Isabella, a comoção nacional pediu pelas investigações policiais e punições aos culpados. Durante as investigações, as suspeitas recaíram sobre o pai e a madrasta da menina, já que naquele fim de semana ela estava na casa do pai. A prisão preventiva do casal foi decretada, mas, em seguida, foram liberados. E no dia 20 de abril de 2008, o casal, ainda suspeito do assassinato, foi entrevistado, com exclusividade, pelo programa *Fantástico*, da Rede Globo.

crianças. Elucidamos, mais uma vez, qual é o nosso objetivo final, construir um webjornal infantil. E, para isso, durante toda a pesquisa, conversaremos sobre como deve ser esse jornal, uma vez que contamos com a colaboração e opinião dessas crianças para concretizar nosso objetivo.

Um aluno comenta que tem vergonha de dar entrevista, porque um jornalista da cidade já tentou entrevistá-lo. Como nosso gravador estava em cima da mesa da professora para registrar este encontro, perguntamos se eles estavam com vergonha de responder a nossas indagações. Percebemos que alguns responderam que sim com a cabeça. Outros apenas ficaram em silêncio. Deixamos claro que ninguém ouviria a gravação, a não ser a pesquisadora. Frente a esse posicionamento das crianças, verificamos que, apesar de deixarmos claro que nossa pesquisa é construída em conjunto, elas ainda estão inibidas para se expressarem abertamente. Devido a isso, nossa observação será ainda mais fundamental para extrair alguns dados sobre a relação infantil com nossa temática.

Ressaltamos que, além dessas atividades na sala de aula e no laboratório de informática da escola, temos mais um canal de comunicação. “Qual é?” O blog *Jornalismo para Crianças* é a resposta. Mas, o que é um blog? Algumas crianças afirmam que têm um blog, mas não sabem bem o que é. Explicamos que o blog é um registro, como um diário, por isso, pode ser utilizado por jornalistas para escrever algumas notícias ou fazer comentários. “Mas, meu blog só tem foto”. Quando o blog possui apenas fotos, podemos também chamá-lo de fotolog. E, o que é legal em um blog? “Ah, conversar com outras pessoas porque mandamos mensagens”. Observamos, então, que as crianças buscam a interação interpessoal por meio dessas ferramentas, sendo que a janela de comentários do blog é o que mais agrada. Porém, como será o nosso blog, o *Jornalismo para Crianças*? Enfatizamos que será o passo a passo de nossa pesquisa e que elas podem participar enviando comentários sobre nossas atividades e dando dicas para o webjornal infantil.

Como esse jornal será na Internet, precisamos saber se vocês gostam da Internet? A resposta foi um grande e alto sim. Mas, o que vocês gostam de fazer na Internet? A grande maioria responde: “mexer no Orkut, no MSN.” Perguntamos quem tinha Orkut e MSN³⁵, apenas três alunos responderam que não têm. E-mail? “A gente não usa muito, não.” E, com

³⁵ Orkut é um site de relacionamento com o objetivo de agregar membros e estreitar os laços de amizades, formando um tipo de rede social. A princípio, sua criação nos EUA não vislumbrava se expandir por todo o mundo, nem atingir o público infantil. Porém, hoje o Brasil é o país com mais adeptos a esse site, de crianças a adultos. Já o MSN (MSN Web Messenger) é um programa que permite o envio de mensagens instantâneas entre seus usuários, desde que ambos estejam conectados em um navegador Web, no qual o programa esteja instalado (e a instalação é gratuita). Além disso, o MSN também é uma forma de rede social, já que há cadastro e classificação dos contatos de cada usuário, sem restrição de faixa etária.

quem vocês conversam? “Com meus amigos, minha família e também com pessoas de outros lugares”. Uma das alunas disse que as amigas até fizeram um Orkut para ela, mas que o pai não a deixa entrar. Aproveitamos essa resposta para perguntar se os pais os deixam usar a Internet para qualquer coisa e a qualquer hora. “Se eu não tiver tarefa, eu fico o dia todo”. Como a grande maioria do grupo tem acesso à Internet na própria casa, verificamos que elas têm um contato diário com essa mídia, especialmente com o Orkut, visto que deixam claro que entram todo dia para ver recados e conversar com os amigos.

Conforme já pontuamos, essas crianças fazem parte da infância digital e, quando questionadas se poderiam nos dar uma aula sobre como funciona o computador e a Internet, não se esquivaram de dizer “sim”. Essa relação familiar que elas têm com essa mídia é reforçada pelo interesse que demonstraram pela construção de um site para crianças. Algumas dúvidas sobre programação foram levantadas por alguns alunos, mas logo esclarecidas por outros colegas. Elas também entraram na discussão sobre os perigos da Internet. “A gente recebe um monte de ‘recado de mulher’ no Orkut”. “O perigoso mesmo são os hackers”. Nesse momento, a exaltação entre os alunos foi grande. Eles começaram a falar que uma das alunas estava passando vírus pelo Orkut. Ela se defendeu: “eu recebi o recado de outra moça, não é culpa minha”.

Nossa interferência nesse debate teve a intenção de alertá-los sobre os riscos da Internet, como crimes, violação de senhas, informações falsas e divulgação de fotos de crianças, sem a autorização dos responsáveis. “Nossa, meu pai nem sabe que eu tenho um fotolog com um monte de fotos minhas”. De certa forma, ficamos preocupados com essa liberdade que as crianças têm na Internet, uma vez que não mensuram os riscos aos quais podem se submeter. Mas, deixamos nosso alerta.

Analisando esta atividade com as crianças, evidenciamos a relação que elas têm com a Internet, principalmente com alguns programas, cujo foco está na interação e na conversação, como o Orkut, o MSN e os blogs/fotologs. Observamos ainda a familiaridade com que lidam com tais mídias e a afetividade expressa no contato quase diário, uma vez que observamos a empolgação com que falam dessa mídia. A curiosidade, natural da infância, também se faz presente nessa relação, visto que demonstraram interesse pela nossa problemática. O blog *Jornalismo para Crianças* foi recebido com grande entusiasmo porque percebemos que elas têm afinidade com esse canal de comunicação e gostam de interagir por meio dos comentários. Ao mesmo tempo, a possibilidade de ter um jornal para crianças na Internet as agrada.

A discussão sobre o jornalismo trouxe subsídios para que ratificássemos a necessidade informacional infantil, já que os alunos têm contato com as notícias e revelam certa criticidade frente ao que, principalmente, assistem na televisão. Considerar as informações que os agradam é um dos nossos objetivos na construção do webjornal, por isso, são válidas nossas conversas e questionamentos. Nesse primeiro contato mais efetivo, já percebemos que temáticas de violência não são a preferência da turma, prevalecendo o gosto pelo que é inerente à infância como a diversão, a partir de brincadeiras, piadas e quadrinhos. Além disso, podemos inferir que, para que um assunto desperte a atenção infantil e possa se tornar um conhecimento adquirido, há necessidade de um algo a mais que conquiste a criança. Nas próximas fases da pesquisa, precisaremos investigar esse algo, de forma a atender às expectativas infantis, além de promover seu contato com as temáticas do cotidiano, estimulando sua visão crítica.

Consideramos, ainda, que o interesse dessas crianças pela prática jornalística pode ser um grande aliado para o webjornal infantil experimental, o que pretendemos observar com mais profundidade. Embora tenhamos nos deparado com certa inibição delas para participar ativamente dessas discussões iniciais, os apontamentos acima nos revelam interesses, gostos e necessidades infantis que precisam ser reconhecidos de forma mais pontual, e, para isso, contamos com as outras atividades da nossa proposta de pesquisa-ação.

Em conjunto com a dinâmica, elaboramos um questionário (Apêndice F) para obter informações sobre a relação das crianças com o computador e com a Internet. As questões tinham a intenção de verificar o acesso das crianças a essa mídia digital, bem como a sua periodicidade, funcionalidade e atratividade para esse público. Como nossa proposta também envolve a participação infantil, uma pergunta, em particular, discutia esse assunto, a fim de observar como as crianças interagem na e com a Internet. As informações que estão disponíveis nesse meio foram alvo de outra questão, tendo em vista que o foco de nossa ação final será um webjornal, sendo, então, importante verificar qual a percepção infantil sobre as mesmas.

Como o questionário contém perguntas abertas e fechadas, os resultados foram tabulados de forma quantitativa, apresentando o índice percentual das alternativas, além das respostas mais recorrentes nas questões em que não havia opções. A partir da tabulação das respostas, podemos interpretar os dados e identificar a relação desse grupo com a Internet,

especialmente ao que se refere a sua utilização e finalidade. É importante frisar que obtivemos o retorno de 33³⁶ questionários.

Tabela 1a: Questão 1 - Você tem acesso ao computador? Onde?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
SIM	33	100%
NÃO	00	00

Tabela 1b: Local do acesso

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
CASA	29	87,9%
CASA DE FAMILIARES	04	12,1%
TRABALHO DOS PAIS	02	6%
SESC	02	6%
LAN HOUSE	01	3%

Esses dados demonstram a presença do computador no cotidiano diário desse grupo, visto que aproximadamente 88% têm a “máquina” em sua casa. Além disso, podemos verificar que o acesso ao computador se efetiva em outros ambientes também familiares aos alunos, como a casa de parentes e o trabalho dos pais, somando 18%. Dessa forma, ratificamos a inclusão desse grupo na Geração Net, visto seu acesso a uma mídia digital.

Tabela 2: Questão 2 – Quantas vezes por semana você usa o computador?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
TODO DIA	20	60,6%
TRÊS VEZES POR SEMANA	11	33,3%
FINAIS DE SEMANA	02	6%

Em relação à periodicidade de utilização do computador, verificamos o contato diário de 60% dos alunos, o que reforça os laços infantis com essa mídia em seu cotidiano. Apesar de 40% não usarem-no diariamente, verificamos que o acesso existe, sendo que a utilização deve estar relacionada à restrição familiar, disponibilidade ou interesse da própria criança. No entanto, podemos afirmar que não é a utilização diária que dita a relação infantil com o computador, mas sim a finalidade do uso, o que pontuamos na questão abaixo.

³⁶ No dia da atividade, a classe ainda era formada por 34 alunos e dois haviam faltado. Porém, um dos alunos que faltaram respondeu a esse questionário, somando 33 respostas tabuladas.

Tabela 3: Questão 3 – Para que você usa o computador?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
DIGITAR TRABALHOS DE ESCOLA	23	69,7%
FAZER PESQUISA PARA A ESCOLA	30	90,9%
BRINCAR	27	81,8%
MANDAR E-MAILS/ CONVERSAR COM AMIGOS	28	84,8%
BUSCAR INFORMAÇÕES	19	57,6%

As respostas nos revelam que a utilização do computador está estreitamente relacionada às atividades escolares, já que 90% o utilizam para pesquisas e quase 70% para digitar os trabalhos. Denota-se, então, que a escola exerce certo estímulo para a relação infantil com essa mídia. Ao mesmo tempo, a diversão e a interação com outras crianças também são valorizadas, uma vez que mais de 80% assinalaram essas alternativas. Nesse sentido, verifica-se que questões inerentes à infância como a diversão e a troca de experiências com seus “companheiros de idade” também estão presentes nesse universo digital. A busca por informação, a partir do computador, existe para 57%, o que revela que as crianças têm interesses informacionais e procuram satisfazê-los também nessa mídia.

Tabela 4a: Questão 4 – Você tem acesso à Internet? Onde?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
SIM	32	96,9%
NÃO	01	3%

Tabela 4b: Local do acesso

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
CASA	29	87,9%
CASA DE FAMILIARES	01	3%
TRABALHO DOS PAIS	02	6%
SESC	01	3%
LAN HOUSE	01	3%

Embora as alternativas das questões anteriores já apontassem algumas atividades para as quais o uso da Internet é necessário, julgamos válido verificar o acesso à mesma, a fim de corroborar com a assertiva da Geração Net. No grupo, apenas um aluno não tem acesso à Internet, mesmo contando com a presença do computador em seu cotidiano. Confirmando os dados da tabela 1, o acesso também ocorre no ambiente doméstico, para 88% das crianças, e em outros locais próximos a elas.

Tabela 5: Questão 5 – O que você gosta de fazer na Internet?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
MSN/CONVERSAR	24	72,7%
ORKUT	17	51,5%
JOGAR	16	48,5%
PESQUISA/INFORMAÇÕES	10	30,3%
FAZER TRABALHOS	04	12,1%
BRINCAR	03	9%
SITES	03	9%

Frente ao contato das crianças com a Internet, observamos quais as atividades que gostam de realizar no ambiente virtual. A interação com os amigos e com outras pessoas agrada muito por meio de programas com o Messenger e o Orkut, que possibilitam o diálogo e a presentificação do outro, por meio das fotos. Os jogos on-line também estão entre a preferência infantil, o que destaca a importância que as crianças dão para o divertimento na Internet. A possibilidade de pesquisar e buscar informações se destaca para 30%, articulando-se com o interesse informacional infantil já apontado, assim como a relação com as atividades escolares. Somado a isso, temos a navegação em sites, como de bate-papo, de vídeos e músicas e de blogs, que foram exemplificados por algumas crianças. Em linhas gerais, percebe-se que o gosto infantil na Internet reside na possibilidade de se divertir e interagir.

Tabela 6: Questão 6 – O que falta na Internet para as crianças?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
JOGOS	07	21,2%
NOTÍCIAS/INFORMAÇÕES	07	21,2%
NADA	06	18,2%
JOGOS EDUCATIVOS	03	9%
MAIS SEGURANÇA	03	9%
DIVERSÃO	03	9%
SITES	02	6%
ATIVIDADES	02	6%

Além dos gostos infantis que são atendidos pela Internet, há algumas queixas sobre o que está ausente e, que segundo as crianças, deveria ter. O entretenimento é elencado por quase 40% dos alunos, sendo que 9% consideram o potencial educativo que os jogos poderiam ter. Tal fato nos leva a pontuar que parte do grupo reconhece, de certa forma, a educação a partir de atividades lúdicas, o que chamamos de “ensinar brincando”. As informações foram assinaladas com 21%. Entre as respostas dessa categoria, encontramos: “jornalismo de crianças”, “assuntos só de crianças”. Observa-se, assim, que a dinâmica ao discutir nossa problemática pode ter interferido nessas respostas. Além disso, verificamos que eles sentem a ausência de programas/atividades e sites específicos, ou seja, para crianças. A

questão da segurança, também levantada na dinâmica, foi retomada por alguns, indicando que o problema da privacidade faz parte da preocupação infantil na Internet. Apesar dessas ausências, 18% deixaram claro que não falta nada nesse ambiente, sendo que um aluno explicitou: “na Internet tem coisas variadas para adultos e para crianças”. Devido a isso, devemos assinalar que a Internet exerce grande atratividade para esse público.

Tabela 7: Questão 7 – Você participa de alguma atividade na Internet? Qual?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
NÃO	06	18,2%
MSN	18	54,5%
ORKUT	16	48,5%
JOGOS	06	18,2%
FOTOLOG	04	12,1%

Para estreitar ainda mais os laços infantis com a Internet, essa questão tinha a intenção de verificar o que as crianças fazem efetivamente na rede. Diante das respostas, verificamos que a maioria dos alunos participa dos programas que promovem a interação com os outros usuários, como os já citados MSN e Orkut. A diversão por meio dos jogos também é expressiva, aliada ao fotolog, que também são ferramentas interativas. Cabe ressaltar que observamos que as crianças que participam de uma atividade interativa, como o Orkut, também participam do MSN, o que nos leva a afirmar que as ferramentas ou programas interativos que agradam a esse público não se excluem, mas se complementam. Embora 18% afirmem que não participam de nenhuma atividade específica na Internet, isso não significa que eles não utilizam a rede, fato verificado nas respostas anteriores sobre o acesso.

Tabela 8: Questão 8 – O que você acha das informações que a Internet tem?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
NADA	01	3%
BOAS	13	39,4%
INTERESSANTES/LEGAIS	09	27,3%
ALGUMAS BOAS, OUTRAS RUINS	05	15,1%
ALGUMAS LEGAIS	02	6%
ALGUMAS MENTIROsas	02	6%

Como já pontuamos o interesse informacional desse grupo, é importante observar o que elas acham das informações disponíveis. Diante da categorização das respostas, verificamos a atribuição de valores a essas informações como boas, ruins, interessantes e mentirosas. Embora a maioria não expresse a mesma opinião, as respostas nos indicam a diferenciação da percepção infantil, uma vez que estamos lidando com um grupo heterogêneo.

Para elucidar as categorias da tabela acima, reproduzimos algumas respostas infantis. Na classificação “algumas boas, outras ruins”, um aluno exemplificou: “as boas são as brincadeiras e sites de relacionamento, as ruins, a pornografia e os hackers”. Percebe-se, então, que há uma leitura e senso críticos das crianças frente ao que veem na Internet ou, simplesmente, sabem que existe na rede. Ao considerar as informações “boas”, assinalaram: “para aprender mais”, “podemos saber de várias coisas que não vimos na TV”, “notícias que interessam as crianças”. Essas respostas ratificam o interesse informacional, especialmente com a informação de qualidade que possa contribuir para a formação e repertório infantis. Já na categoria “interessantes/legais”, obtivemos as respostas: “você pode colocar qualquer palavra para ele achar que ele pesquisa” e “ficamos sabendo de tudo que acontece”. Observa-se que o mecanismo de busca e pesquisa é reconhecido positivamente pelas crianças, além da importância das informações para o conhecimento infantil sobre a realidade.

4.3.1 Síntese dos resultados

Os dados obtidos com essa fase da pesquisa-ação confirmam a inclusão desse grupo na Geração Net, uma vez que a maioria tem contato diário e doméstico com o computador e a Internet. Vale destacar que observamos que as crianças estabelecem uma relação de complementaridade entre Internet e computador, ou seja, consideram a Internet como algo próprio do computador. De certa forma, o questionário corrobora para essa constatação, visto que as atividades a serem desempenhadas no computador estão vinculadas ao uso da Internet. Além disso, verificamos que a questão do acesso, na opinião das crianças, é ligada à visita/navegação em um site ou programa da Internet.

Nesse sentido, percebe-se que a finalidade do uso do computador e da Internet é o mais importante para o grupo, o que corresponde aos objetivos de nossa pesquisa. A relação da escola com a utilização dessa mídia digital é inegável, visto que os alunos apontam que realizam várias atividades escolares na rede. No entanto, o interesse infantil reside no entretenimento, que deve ser entendido pela possibilidade de diversão e interação. Ao citarem jogos on-line e programas como Orkut e MSN como preferências, destaca-se a importância do brincar e das trocas, tanto com a máquina quanto com as outras pessoas, com as quais estão conectadas direta ou indiretamente, principalmente em comunidades virtuais.

A presença de outros usuários nessa mídia é um dos pontos que agrada a essas crianças, visto que participam de muitos programas, cuja possibilidade de interação com os amigos é grande. Observamos que eles gostam de estar disponíveis no ambiente virtual para

encontrar e conversar com os amigos, mesmo que não seja em tempo real, o que acontece com os recados no Orkut e com os comentários nos blogs e fotologs, nos quais muitos têm o seu perfil.

O interesse informacional infantil também é um dado relevante já constatado nessa etapa da pesquisa. Ao demonstrarem interesse pela prática do jornalismo, estreitam-se os laços com nossa temática, além de as crianças já apontarem alguns assuntos que não as agrada. O contato infantil com uma diversidade de conteúdos, em especial na rede, possibilita uma certa criticidade, já que conseguem categorizar as informações, as quais têm acesso. Como discutimos a questão das informações para e sobre crianças, percebemos que elas mostraram interesse nessa relação e que gostariam de ter contato com mais informações para elas, afinando-se com nossa proposta de jornalismo para crianças.

Face a essas considerações, mesmo sem pontuar de forma mais direta o interesse informacional das crianças, o fato de que ele existe e de que o grupo já denota certa criticidade em relação àquilo que já tem contato valida nossa problematização. A curiosidade e a disposição infantis para conhecer e compreender o que acontece, sem se esquecer de se relacionar com os outros, é indispensável quando pensamos no jornalismo factual para crianças na Internet. Sendo assim, podemos afirmar, a caráter inicial, que o webjornal infantil, nossa ação final, condiz com a realidade desse grupo. Nas demais etapas, as atividades podem validar, ou não, essa afirmativa.

4.4 Expressividade infantil

O objetivo da fase 3 era verificar presencialmente e virtualmente como as crianças se relacionam com a Internet, a partir de uma oficina de navegação no laboratório de informática da escola³⁷. Para essa atividade contávamos com o apoio de um técnico de informática, visto que “o papel dos especialistas que intervêm consiste em facilitar a aprendizagem dos participantes de diferentes maneiras: pela restituição de informações, pelos modos de discussão que conseguem promover” (ORTSMAN apud THIOLLENT, 2007, p. 72). Pretendíamos, assim, observar os sites navegados e as relações estabelecidas entre as crianças na rede, ao mesmo tempo em que o especialista poderia sanar dúvidas sobre programas da Internet e problemas de infraestrutura. Anteriormente ao dia da atividade, checamos o

³⁷ O laboratório de Informática da escola conta com 10 computadores, conectados em rede e com acesso à Internet, permitido pelo programa Intragov do governo do Estado de São Paulo.

funcionamento e a conexão das máquinas a fim de que não nos deparássemos com nenhuma variável durante a dinâmica.

No entanto, um problema de conexão na data da pesquisa, já com parte das crianças no laboratório, impossibilitou que realizássemos o exercício programado. Conforme nos coloca a metodologia da pesquisa-ação, as variáveis não são isoláveis e interferem diretamente na observação, além de propor uma forma de experimentação, na qual se pode mudar aspectos das ações pré-definidas. “Da observação e da avaliação dessas ações, e também pela evidenciação dos obstáculos encontrados no caminho, há um ganho de informação a ser captado e restituído como elemento de conhecimento” (THIOLLENT, 2007, p. 24). Nessa perspectiva, entendemos a necessidade de reformular as atividades programadas até que conseguíssemos resolver essa variável, ou seja, o problema de infraestrutura.

Com a finalidade de nos aproximar da relação das crianças com a produção midiática na Internet, verificando o que atrai as crianças nesse universo, realizamos uma atividade de representação, na qual os alunos expressaram, por meio de desenhos, sua ligação com os sites. Como buscamos a livre manifestação infantil, apenas pontuamos que eles deveriam desenhar como é um site ideal para eles, tanto em relação ao visual/layout quanto ao conteúdo. Diante dos desenhos infantis, podemos categorizá-los em dois grupos, que direcionam nossa análise e interpretação. De acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo permite inferências de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção de dada mensagem, a partir de sua descrição e categorização quantitativa e/ou qualitativa. Ao adotarmos a categorização como técnica de pesquisa, trabalhamos a classificação dos desenhos infantis de forma a revelar a representação infantil nos mesmos.

No primeiro grupo, enquadramos os desenhos que fazem uma representação literal de uma página na Internet, reproduzindo a configuração da tela e todas as ferramentas e ícones que estão presentes no site que costumam visitar. Nesse grupo de reprodução, contamos com oito desenhos infantis. Já no segundo grupo, o da reconfiguração, incluímos os desenhos que, embora utilizem a mesma estrutura da tela, demonstram certa originalidade ao proporem uma reconfiguração de forma e conteúdo. Essa reformulação indica algumas características que essas crianças valorizam nos sites. No total, temos 22 desenhos nessa categoria. Para elucidar essa categorização, apresentaremos uma breve descrição dos desenhos, acompanhados de alguns exemplos ilustrativos.

Em relação ao primeiro grupo, encontramos a reprodução do site do Google, da homepage do Orkut, de uma janela de conversação no MSN e de jogos infantis. Alguns desenhos, na apresentação da página, ilustraram todos os ícones do cabeçalho e rodapé da

página, como os de minimizar, maximizar, fechar, as setas para avançar e voltar, histórico, favoritos, iniciar e as janelas de outros programas, que possivelmente estavam sendo usados. Ao observarmos essas janelas, podemos verificar os conteúdos que as agradam, como o Orkut e o MSN, que também foram isoladamente reproduzidos em desenhos.

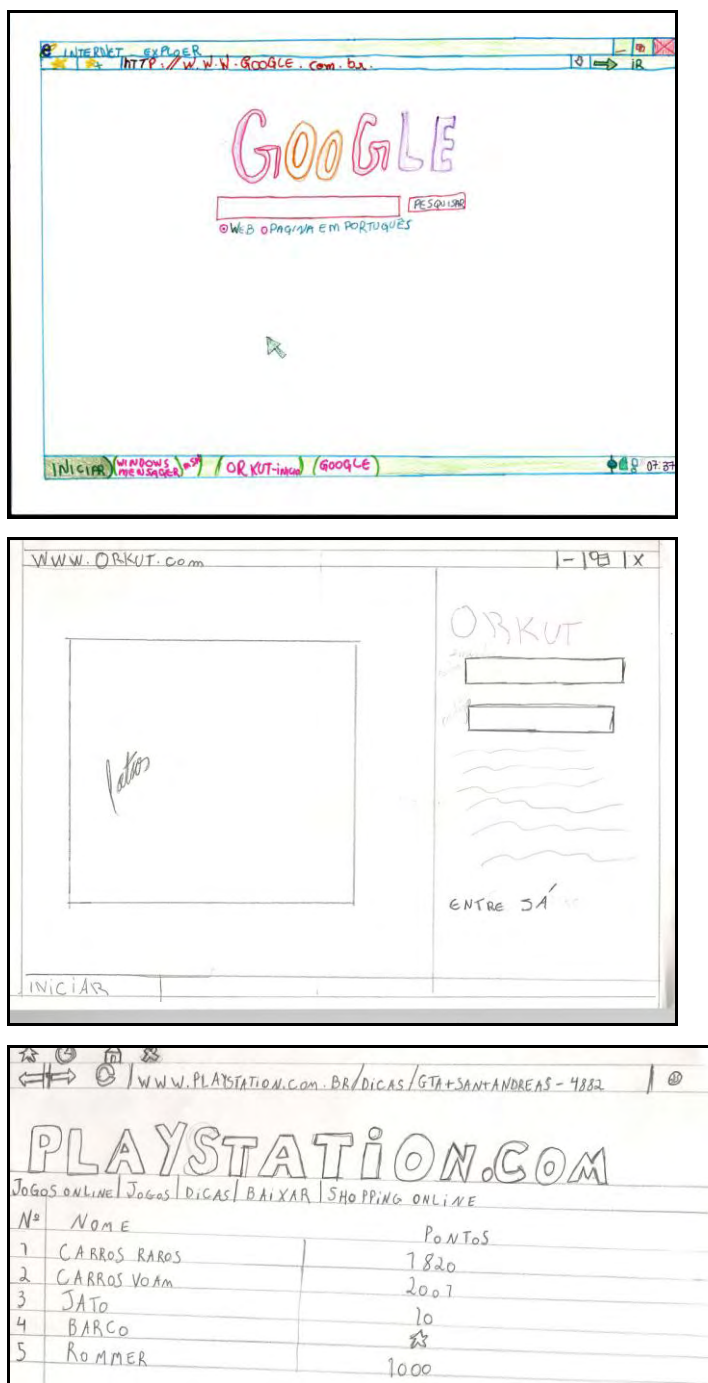


Figura 1: Reprodução de sites

Diante dessa representação, observamos a proximidade que as crianças estabelecem com alguns sites, de forma que os ícones ficam gravados em sua memória e elas conseguem

fazer uma cópia fiel sem estarem conectadas à Internet. A respeito dos sites reproduzidos, verificamos que eles revelam as preferências infantis para o entretenimento, a interação e a possibilidade de busca/pesquisa. Mesmo quando os programas interativos não eram a ilustração principal do desenho, observamos sua presença. Em um dos desenhos do site do Google, a representação do MSN aparece com o ícone do boneco do Messenger na cor verde, simbolizando o status online, além da janela do MSN minimizada.



Figura 2: Desenho do site Google

Apesar de pertencer a essa categoria de reprodução, no desenho de uma janela de conversação do MSN, verificamos a intervenção da criança na elaboração de um conteúdo: um alerta para nunca se revelar a senha e o número de cartão de crédito numa conversa. Essa informação denota a preocupação infantil com a privacidade e a segurança nesse canal de comunicação, não apenas para as crianças, mas para todos os usuários, já que o cartão de crédito é um elemento que podemos considerar do universo adulto.

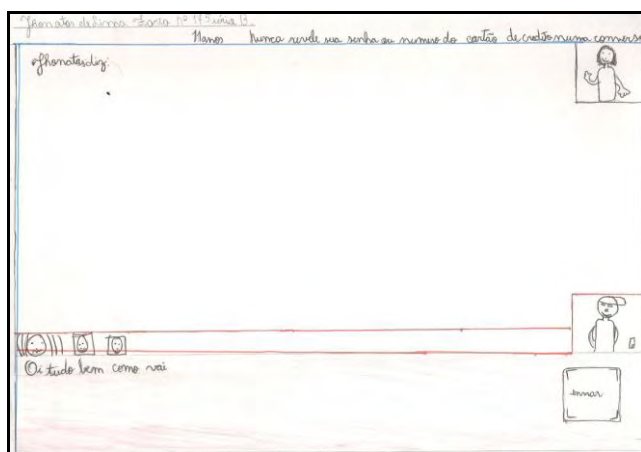


Figura 3: Janela do MSN

Em síntese, essa categoria reforça a relação de familiaridade que as crianças têm com alguns sites, especialmente com aqueles nos quais elas podem se divertir e interagir. A reprodução do Google indica a importância que esse site tem no cotidiano delas, o que se ratifica pelo índice de alunos que usam o computador para fazer pesquisas escolares (ver questionário 1, p. 92). Além disso, identificamos a importância dos ícones da tela para a representação infantil, o que significa que elas os consideram como parte integrante de um site, já que cada qual tem uma função específica que é conhecida por seus usuários infantis.

Na segunda categoria, a da reconfiguração, alguns desses elementos icônicos no cabeçalho do site também foram reproduzidos, no entanto, o que prevalece é a intervenção infantil para construir um site que atenda aos seus interesses, especialmente ao que se direciona ao conteúdo e à forma em que este pode ser oferecido. Entre os endereços que as crianças colocaram como dos sites que desenharam, alguns condizem com a realidade, mas os desenhos não são uma cópia fiel das páginas dos sites, já que se observa a interferência infantil para reconfigurá-los. Ao criarem endereços de sites, elas revelam seu potencial criativo, mesmo seguindo a formatação de domínio – .com.br. Cabe exemplificar essa criatividade com os endereços que são nomes de alunos, o que indica à personalização dos sites, além do endereço “www.quintaserie_b_domercedao.com.br”, que se refere à série e à escola desse grupo.

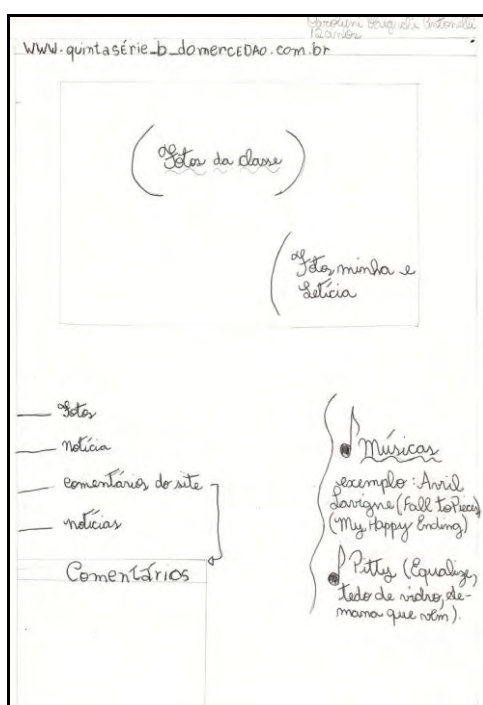


Figura 4: Endereço personalizado de site

Nos desenhos dessa categoria, encontramos uma diversidade de representações que estão relacionadas às possibilidades de entretenimento e diversão na Internet. Exemplos de jogos foram citados, com temáticas variadas que os separam por gêneros – para meninas e meninos -, relacionados a esporte, animais, personagens infantis e, até mesmo, à proposta de serem educativos. Cabe ressaltar que mais uma vez a questão da segurança em sites aparece, já que um desenho abordou a questão de jogos sem vírus.

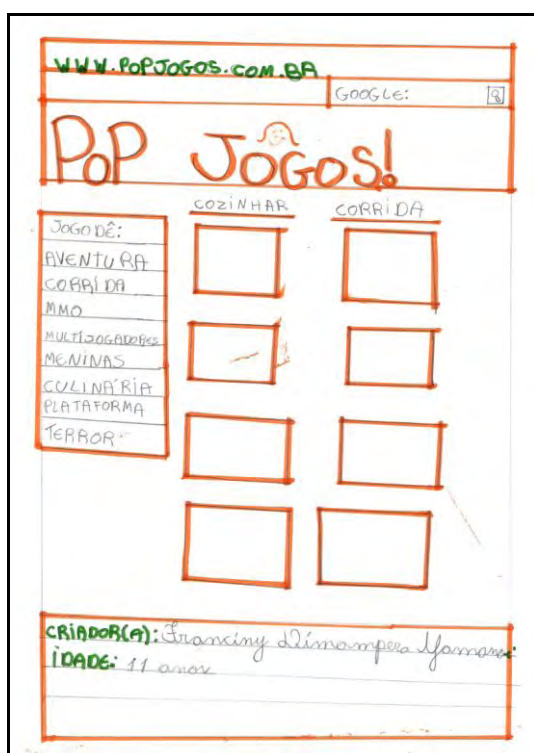


Figura 5: Sites de jogos



Figura 7: Site com blog

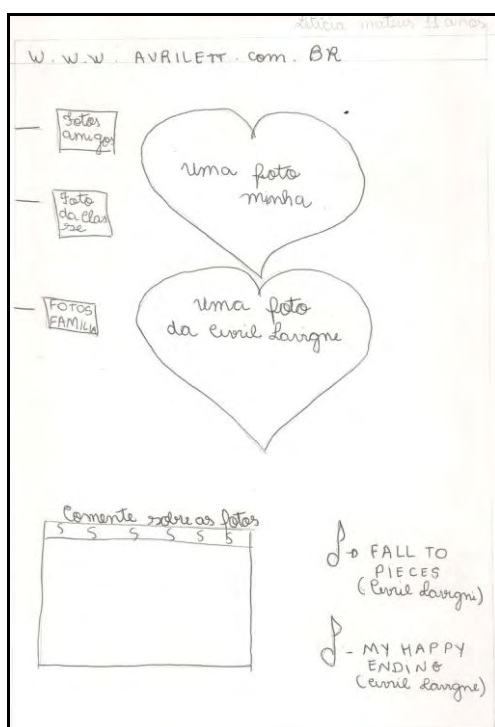


Figura 8: Site com fotos

Como as crianças demonstram ainda uma gama de preferências, os sites desenhados apresentam diversificadas opções de conteúdo, seja como seções do próprio site ou pela possibilidade de links com outros sites. Nesse sentido, percebemos que elas estabelecem uma relação de hipertextualidade e multimídia nos e com os sites. Um exemplo bastante elucidativo dessa representação é o desenho de um site chamado “atalhos”, no qual a criança

ilustrou apenas links que a direcionariam aos sites que gosta de visitar e utilizar. A expressão “clique aqui” demonstra essa relação. E, ao verificar a oferta desses links, encontramos o interesse infantil pelos mecanismos/programas de interação, busca e entretenimento.



Figura 9: Site Atalhos

A interlocução com outras mídias também aparece em alguns desenhos, principalmente ao fazer referência a programas e séries de televisão. É importante destacar que conhecer mais sobre ídolos teens da cultura pop atual também estão entre os interesses desse grupo na Internet. Percebe-se, então, que as crianças procuram construir uma relação entre as mídias presentes em seu cotidiano, de forma que elas se complementem na oferta daquilo que é de agrado infantil. A relação escolar também se destaca em algumas propostas, uma vez que, conforme já pontuamos, a Internet é utilizada com finalidades educativas. No entanto, verificamos que a proposta escolar se relaciona com as possibilidades de interação e entretenimento que utilizam na rede, tanto que há sugestões de jogos educativos on-line e chat com professores e colegas.

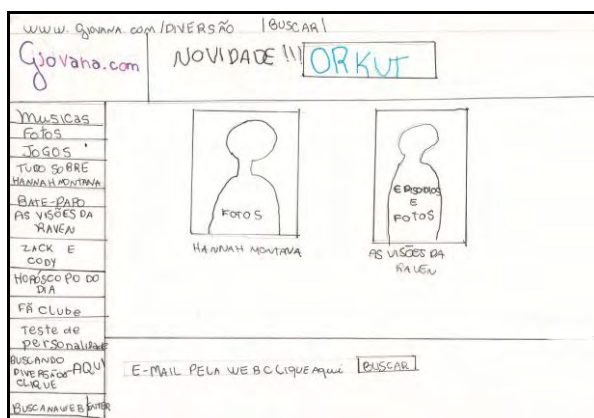


Figura 10: Site com relação com outras mídias

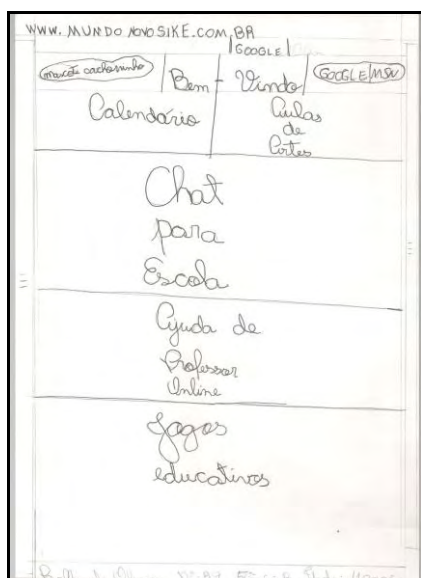


Figura 11: Site escolar

A questão da identidade do site é outro aspecto de relevância para as crianças. Além das indicações de perfis, contas pessoais e comunidades, a produção do site também instiga, visto as interferências para que o site tenha uma seção sobre quem fez o site/contato. Reforça, assim, a relação interpessoal que buscam estabelecer na Internet, já que a presença de um contato ou um nome já indica a possibilidade de se iniciar um relacionamento/interação, mesmo que apenas virtual. Outra forma de se estabelecer essa relação é por meio dos mascotes ou símbolos que o site deveria trazer, de modo a constituir uma maior identidade, mesmo que só visual, para o site. Reconhece-se, nesse ponto, a importância dos elementos visuais para as crianças, sendo que a presença de imagens (desenhos, fotos e ilustrações), além das cores, aparece em muitos desenhos. No entanto, o visual não deve ser entendido apenas como um suporte, visto que eles têm uma funcionalidade para as crianças que acessam, mesmo que hipoteticamente, tal site reconfigurado.

Concatenados com nossa proposta, a do webjornalismo infantil, alguns desenhos indicaram a presença das informações e notícias em seu site. Um desenho em particular se destaca devido a sua proximidade com nossa ação final. “Webjornalismo Kids” é o nome do site criado, no qual há destaque para o símbolo do site com um jornal nas mãos, para uma notícia central com foto, além de variadas seções que perpassam o caráter informacional e o entretenimento que as crianças buscam. Devido a isso, já observamos algumas características e indicações de conteúdos que elas gostariam de ver articuladas à proposta jornalística.

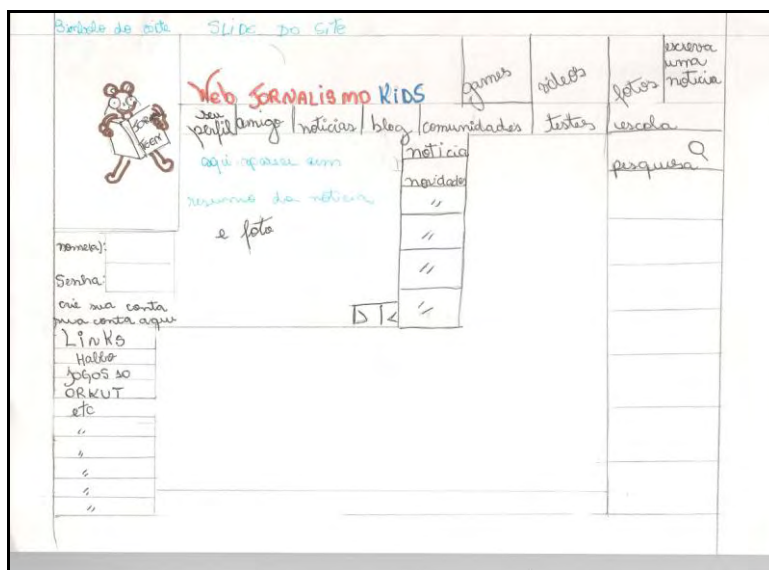


Figura 12: Site de jornalismo para crianças

De forma sintética, os desenhos dessa categoria ressaltam as especificidades do conteúdo que as crianças buscam nos sites, como a diversidade de opções, já que sinalizam sites com ofertas múltiplas, desde o entretenimento à informação; o conteúdo diverso, representado pelas seções que abrangem assuntos diversificados; a possibilidade de expressão, visto que valorizam o potencial e a personalização do usuário; e mecanismos de interação, exemplificados pelos programas como Orkut, MSN e blogs. Em relação ao aspecto visual/layout dos sites, verificamos a importância da delimitação dos conteúdos, por meio da disposição das seções, geralmente na parte superior e à esquerda das páginas, e padronizações das janelas e possibilidades de links, que são apresentados ora com ilustrações ora com palavras-chave.

Nesse sentido, cabe ressaltar que as crianças demonstraram seus interesses sem se distanciar do formato de sites com os quais já estão familiarizadas. Isso denota que elas sabem muito bem o que querem e como gostariam de receber aquilo que as agrada dentro de um contexto já pré-determinado. Entretanto, diante da possibilidade de intervenção e expressão do que seria um site ideal para elas, os alunos conseguiram manifestar seus interesses e indicar porque a relação com a Internet é tão próxima e significativa para seu cotidiano, já que permeia muitas de suas atividades, do lúdico ao aprendizado.

Diante dos resultados apresentados sobre essa atividade de expressividade infantil, observamos quão estreita e familiar é a relação das crianças com os sites disponíveis, uma vez que conhecem seus elementos, seja reproduzindo-os ou reconfigurando-os. A potencialidade da maioria das crianças para direcionar, principalmente o conteúdo a ser ofertado pelos sites,

é exemplificada em muitos desenhos, o que ratifica a tese da criança enquanto usuária interativa de mídia, uma vez que elas reforçam sua vontade de participar/interagir por meio dos conteúdos, além de se relacionar com outros usuários. A valorização do entretenimento, dos mecanismos de interação e busca e da oferta de informações/notícias também fica evidenciada nesse exercício de expressão dos alunos.

4.5 Sites infantis e “nossas crianças”

Com o objetivo de verificar a identificação das crianças com alguns sites e suas características, realizamos uma dinâmica de livre-navegação, na qual o grupo visitou sites de sua escolha, possibilitando que reconhecessemos a relação que estabelecem com esse ambiente, além de observarmos seu comportamento individual e coletivo diante dessa mídia digital. A infraestrutura do laboratório³⁸ com 34 computadores conectados em rede possibilitou que os alunos individualmente fizessem sua exploração pelos sites. A única recomendação feita foi sobre a não navegação em sites com programas para baixar músicas e vídeos, visto que a conexão em rede poderia ser afetada com a sobrecarga das máquinas. Como a atividade era de livre-navegação, não houve, a princípio, mais instruções às crianças. Para esse exercício, contamos mais uma vez com o apoio de um técnico em informática que resolveu os contratempos de conexão que, inevitavelmente, ocorreram ao longo da navegação infantil.

Antes de apresentar os resultados obtidos com essa dinâmica, faremos um breve relato de nossa observação sobre o contato das crianças com essa mídia digital. Levando em consideração a infraestrutura tecnológica da escola, elas se surpreenderam com a estrutura do laboratório, já que puderam sentar sozinhas em uma máquina e se conectar rapidamente a um site de sua preferência. A primeira pergunta que nos fizeram foi: “Podemos entrar no Orkut?”. Ao acessarem esse site de relacionamento, percebemos que alguns colegas não tinham os outros em sua conta pessoal, o que gerou uma movimentação no laboratório para que conhecessem o perfil do colega e o adicionasse. Observando a exploração das crianças nesse site, o importante era aumentar a rede de amigos e ler e responder os recados, além de ver as fotos que os colegas têm em suas páginas.

³⁸ Devido ao problema anterior com a conexão do laboratório da escola, realizamos a atividade em um dos laboratórios da Unesp, campus de Bauru. Para tanto, solicitamos a autorização dos pais dos alunos (Apêndice H), visto que eles se ausentariam da escola para ir à universidade. Cabe explicar que no dia desta atividade um dos alunos faltou à escola. Por isso, realizamos a pesquisa com 34 crianças.

Diante da solicitação infantil por uma conta no Orkut da pesquisadora e, como nossa metodologia de pesquisa-ação evidencia o compartilhar entre pesquisador e pesquisados, criamos um perfil, *Tia Mayra Ferreira*³⁹ (Apêndice B), para construir mais um canal de comunicação da pesquisa. “A ideia de participação ou de ação coletiva relacionada com a pesquisa evoca, para certos pesquisadores, a possibilidade de ‘comungar’, de estabelecer uma comunicação efetiva, cultural e social que é transponível com bastante facilidade nos planos simbólicos, afetivo ou até místico” (THIOLLENT, 1999, p. 86). Desse modo, além do blog *Jornalismo para Crianças*, estreitamos o laço afetivo com os sujeitos da pesquisa, a fim de participar de seu universo de uma forma que está presente em seu cotidiano e exerce grande atratividade.

Além do acesso a esse site de relacionamento, confirmamos o interesse infantil pelo entretenimento on-line, já que muitas crianças navegaram por sites de jogos, estabelecendo uma relação virtual entre si ao participarem do mesmo jogo, no qual, muitas vezes, não havia uma competição explícita. Quando elas não estavam virtualmente se relacionando, observamos o intercâmbio de informações presencialmente, uma vez que muitas crianças se uniam para ver um site no computador do colega ou solicitar uma ajuda. Mesmo com a presença no técnico de informática, muitas dúvidas foram sanadas entre as próprias crianças, o que indica a autonomia que têm frente à rede.

Como o programa MSN não está instalado nas máquinas utilizadas para a dinâmica, alguns alunos não gostaram de saber, a princípio, que não poderiam conversar entre si e com outros amigos. No entanto, o técnico explicou outra forma de acessar essa ferramenta, agradando ao grupo que, rapidamente, acessou o site indicado e começou a estabelecer suas conversas instantâneas. Aquelas crianças que perderam a primeira explicação, logo pediram auxílio aos colegas para também participar dessa forma de interação. Percebemos, então, que muitas crianças, em vez de conversarem face a face, preferiram dialogar virtualmente.

Cabe destacar ainda que lidaram com essa fase da pesquisa como uma atividade que não exigia nenhum compromisso efetivo delas com a pesquisadora, visto que tinham total liberdade para utilizarem os computadores. Porém, a responsabilidade estava presente, porque

³⁹ O perfil *Tia Mayra* recebeu tal denominação devido à forma como as crianças se dirigem à pesquisadora. Freire (2003) discorda do uso do termo “tia” em substituição ao “professora”, considerando que ambas, tia e professora, têm papéis diferentes diante das crianças (sobrinhos e alunos). “Ensinar é profissão que envolve certa tarefa, certa militância, certa especificidade no seu cumprimento enquanto ser tia é viver uma relação de parentesco” (FREIRE, 2003, p. 11). Ao identificar professora como tia, pode haver uma distorção no papel profissional de educar e de lutar por seus direitos, ao mesmo tempo em que uma tia pode não gostar de ser tia, ao passo que, segundo Freire (2003), é impossível ser uma professora sem gostar da profissão e amar os alunos. Mesmo concordando com a ideia de Freire (2003), não consideramos problemática a nomenclatura de *Tia Mayra* neste trabalho, visto que nosso papel em sala não é efetivamente de professora.

estiveram atentas a todas as nossas recomendações, auxiliando os colegas com dúvidas, além de solicitarem ajuda e explicações quando necessário. Como as crianças se divertiram muito com essa atividade, consideramos que esse clima descontraído foi fundamental para pontuarmos mais objetivamente a relação delas com essa mídia digital. Apesar da afetividade estabelecida, reconhecemos as contribuições dessa etapa para os apontamentos que faremos a seguir.

Para mensurar as características do acesso das crianças e pontuar estatisticamente parte da relação que estabeleceram com os sites visitados, o grupo respondeu individualmente um questionário (Apêndice G), também utilizando o computador e suas ferramentas para essa atividade. Desse modo, verificamos ainda o contato delas com outras possibilidades do computador, além da navegação na Internet e exploração dos sites. Elas digitaram suas respostas no questionário, que já estava disponível em uma pasta na área de trabalho de seu computador e depois salvaram o questionário respondido, modificando o nome do arquivo na mesma pasta. Com a mesma familiaridade e autonomia com que entram na Internet e navegam, realizaram esse exercício, o que evidencia o domínio que têm das ferramentas digitais.

Os dados obtidos estão na tabulação abaixo, que considera a recorrência das respostas, e, quando necessário, conta com a reprodução literal do “escrever/digitar/dizer” infantil. Vale enfatizar que as questões foram elaboradas com a intenção de verificar o que as crianças buscam nos sites que visitam, suas opiniões em relação ao que encontram nesses sites e a sua forma de participação. Posteriormente, articulamos os dados estatísticos com as análises até aqui realizadas, a fim de delinear o perfil de sites que interessam a esse grupo.

Tabela 9: Questão 1 - Em qual site você entrou?

SITES	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
ORKUT	24	70,5%
OJOGOS	07	20,6%
HABBO	05	14,7%
DRAGONFABLE	05	14,7%
JOGOS10	05	14,7%
RUNESCAPE	04	11,7%
CARTOON	03	8,8%
MSN/MEEBO	03	8,8%
DISNEY	02	5,9%
OUTROS SITES DE JOGOS	09	26,4%
OUTROS SITES DE COMUNIDADE	02	5,9%

Diante dos dados acima, comprovamos nossas observações sobre o acesso ao Orkut e a sites de jogos on-line. Cabe esclarecer que algumas crianças nesta questão apontaram mais

de um site que visitaram. Dentre os sites citados na tabulação, o site Habbo é um site que alia jogos em uma comunidade virtual. Embora o site Meebo, que foi a alternativa apresentada para se acessar o MSN, tenha a indicação de menos de 10%, observamos que mais crianças estavam conectadas a ele, o que nos revela que essa atividade foi realizada concomitantemente à navegação em outros sites, especialmente de jogos. A relação com outras mídias foi estabelecida pelo site do Cartoon, que é um canal de desenhos da TV paga, no qual se apresenta informações sobre os desenhos e também jogos on-lines. Como mais de 70% dos alunos apontaram o Orkut, as respostas das próximas questões estão, em sua grande maioria, relacionadas a esse site e à experiência infantil de navegação nele. Em nossa observação, verificamos que as crianças navegaram em outros sites que não foram destacados no questionário, como sites de revistas (Todateen e Net), de fofocas de artistas e de futebol. Alguns portais, como o do Terra, foram visitados como forma de link para informações específicas. O site do Google também foi utilizado para direcionar, na maioria dos casos, a páginas de jogos. Há, então, interesse infantil por determinadas informações que são buscadas na medida em que despertam a atenção e a curiosidade infantis.

Tabela 10: Questão 2 - Por que você escolheu esse site?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
É DIVERTIDO/LEGAL	11	32,3%
GOSTO DE CONVERSAR	08	23,5%
GOSTO DE JOGAR	07	20,6%
PORQUE GOSTO DO SITE	06	17,6%
COSTUMO ENTRAR NESSES SITES	04	11,7%
É UM DOS MEUS PREFERIDOS	02	5,9%
VER RECADOS	02	5,9%
TÊM VÁRIAS NOVIDADES	01	2,9%

A justificativa das crianças aponta para a diversão que encontram nesses sites, o que assinala a preferência para o entretenimento na rede. As explicações “gosto de jogar” e “gosto de conversar” se articulam com os sites mais visitados, conforme Tabela 9. Em relação à conversa on-line, verificamos que as crianças consideram o Orkut como canal de comunicação, no qual conversam com os amigos a partir dos recados, questão explicitada por dois alunos em suas justificativas. Aproximadamente 12% afirmaram que estão acostumados a entrar nesses sites, o que indica a presença frequente da rede em seu cotidiano. Observamos, então, que as crianças buscam a interação e a diversão na rede, e é isso que motiva a escolha e a navegação em determinado site. Assim, quanto mais possibilidades de interação e diversão um site oferecer, maior é sua chance em conquistar esse público.

Tabela 11: Questão 3 - O que você mais gosta nesse site?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
JOGAR	15	44,1%
CONVERSAR	15	44,1%
RECADOS	04	11,7%
TUDO	03	8,8%
ENCONTRAR MEUS AMIGOS	02	5,9%

Observamos que há muita relação entre as respostas desta questão com a anterior, reforçando o motivo pelo qual as crianças navegam no site. O que as atrai é exatamente a possibilidade de se divertir e interagir. Essa interação também é indicada pelo índice de crianças que pontuaram a questão dos recados, tanto para lê-los quanto para enviá-los, e também pela presença dos amigos, já que a rede é uma forma de estabelecer contato com os colegas da escola fora dela, além de construir uma comunidade. Percebemos que, muitas vezes, o importante é aumentar essa rede de contatos, mesmo sem estabelecer uma relação efetiva, no que se refere a trocas de recados periódicos com eles, já que ver as fotos e os vídeos postados pelos amigos é mais atrativo. Nesse sentido, o “encontrar meus amigos” é sinônimo de vê-los e tê-los como uma comunidade, apontando a importância da presentificação e identificação infantil com o que está na rede.

Tabela 12: Questão 4 - O que você não gosta nesse site?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
NADA	14	41,1%
ASPECTOS DOS JOGOS	07	20,5%
CONTEÚDOS DE COMUNIDADES E RECADOS	04	11,7%
ABUSOS	03	8,8%
VÍRUS	02	5,9%

Como já comprovamos o que as crianças buscam nesses sites infantis, esta questão tem a intenção de nos revelar o que não agrada as crianças nos sites que visitam. Embora mais de 40% tenham indicado que não há nada de que não gostem, as demais respostas levantam pontos importantes, que demonstram a percepção crítica das crianças frente àquilo que encontram na rede. Os jogos enquanto preferência infantil são alvo de alguns questionamentos no que se referem ao nível de dificuldade de alguns jogos, à contagem dos pontos (“não gosto quando me roubam”), ao tempo das jogadas (“tempo limitado para jogar”) e a jogos inadequados (“jogos que não têm nada a vê”). Essas respostas nos revelam que as crianças têm discernimento mesmo quando estão em busca de diversão, ao mesmo tempo, os jogos também promovem um senso de conquista, já que o roubar e o tempo limitado impedem a continuidade de vitórias. Em relação aos conteúdos aos quais têm acesso nos sites de

relacionamento que visitam, as crianças questionam as “besteiras” que estão nas mensagens. Nesse aspecto, elas sabem discernir sobre aquilo que é próprio ou não para sua idade e também sobre o que não lhes acrescenta em nada. Somado a isso, reconhecem os abusos na rede, já que apontam a questão da pornografia como presente na rede e a falta de privacidade: “as pessoas que a gente não conhece podem mexer no nosso Orkut, enviar recados, mas eu preferia que tivesse mais privacidade no Orkut.” Essa fala infantil revela que elas estão preocupadas com sua exposição na rede e estão cientes de que há pessoas com má intenção, circulando pelos mesmos ambientes virtuais que elas. A existência dos vírus também é alvo de preocupação, especialmente com a troca de arquivos e jogos que realizam on-line. Mesmo sem categorizar esta resposta infantil, é cabível apresentá-la de forma a elucidar a diferenciação que as crianças fazem entre o mundo virtual e o real. “Algumas coisas devemos pagar com dinheiro de verdade” indica que muitas relações que se estabelecem no ambiente virtual se transpõem para a realidade, e a questão econômica, principalmente para adquirir jogos e conteúdos, incomoda pelo menos essa criança que assinalou a resposta.

Tabela 13: Questão 5 - Você não entendeu alguma coisa nesse site? O quê?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
NÃO	26	76,5%
TERMOS EM INGLÊS	02	5,9%

Apesar de que nem todas as crianças responderam a essa questão, podemos observar que os sites que elas visitam não trazem nenhum impedimento à compreensão infantil, sendo de fácil acesso e navegação. Como muitas crianças acessam jogos e alguns termos utilizados estão na língua inglesa, esse foi o único entrave para o entendimento em casos específicos, já que a representatividade percentual é baixa. Mesmo em sites que não foram criados para esse público, como o Orkut, as crianças os dominam com facilidade e, quando se deparam com algum empecilho, aventuram-se e testam as possibilidades até sanar a dificuldade.

Tabela 14: Questão 6 - Faltou alguma coisa nesse site? O quê?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
NÃO	20	58,8%
MAIS ATIVIDADES	03	8,8%
JOGOS MAIS DIVERTIDOS	02	5,9%

Para aproximadamente 60% dos alunos, os sites visitados estão completos, confirmando sua satisfação com o que é oferecido. No entanto aparecem algumas indicações para complementar alguns sites, que não fogem da preferência infantil pelo entretenimento, o

que observamos na solicitação de mais atividades e jogos divertidos. Embora o site Orkut seja o mais visitado e atrativo para esse grupo e promova a interação, em especial a partir da conversa e presença dos amigos, cabe registrar uma opinião infantil: “o que faltou no Orkut é alguma coisa que a pessoa não só entrasse para ver os recados ou se comunicar mas fazer coisas interessantes”. Reconhece-se, assim, mais uma vez a criticidade infantil, mesmo sem apontar alternativas para o site. Além desses apontamentos, algumas respostas infantis estiveram relacionadas a colocações em questões anteriores, como “tempo indeterminado para jogar”, “jogos sem vírus”, “ser em português” e “fazer mais amigos”.

Tabela 15: Questão 7 - Como você participou desse site? O que fez nele?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
CONTA PRÓPRIA	12	35,2%
BRINCAR/JOGAR	12	35,2%
RELAÇÃO COM AMIGOS	08	23,5%
RECADOS	04	11,7%
INDICAÇÃO AMIGOS	03	8,8%

Com a finalidade de verificar mais pontualmente como as crianças interagem com os sites que visitam, esta questão corroborou para a importância do jogar/brincar para as crianças, além do site Orkut, no qual as crianças têm uma conta própria, o que representa sua participação nesse site: “eu entrei no site e cliquei em participar e fiz meu orkut, adicionei amigos, parentes, coloquei fotos, mandei recados, etc.”. Como algumas apontaram que o Orkut é proibido para menores, muitos indicaram que um irmão/irmã criou o seu login e perfil nesse site. Tal fato já acentua a cadeia de relacionamento que se estabelece, visto que o desejo de se integrar nessa comunidade é estimulado pela participação de conhecidos, parentes e amigos, o que fica evidenciado na categoria “indicação de amigos”. Ao mesmo tempo as possibilidades de se relacionar com as pessoas nessa rede são destacadas como forma de participação, além do envio e recebimento de recados, o que caracteriza a conversação em sites como o Orkut. Há ainda nesses ambientes a troca de informações: “eu entrei em um site e acabei descobrindo que havia um site soh para meninas. No Orkut me mandaram um convite”. Essa fala infantil nos mostra que as crianças exploram esse ambiente, seja por indicação de amigos ou não, por meio dos links que encontram nos sites que já costumam navegar.

Aliada aos resultados obtidos com os questionários e nossa observação, a lista dos 100 sites mais visitados na pesquisa (Anexo B) nos mostra quantitativamente as preferências infantis, uma vez que podemos categorizar os sites conforme o conteúdo proposto em sua

página. A tabela abaixo apresenta um panorama da livre-navegação infantil, a partir da indicação percentual de acessos a determinadas categorias.

Tabela 16: Categorias dos sites visitados

	ACESSOS	PERCENTUAL
JOGOS	31	31%
IMAGENS	16	16%
PESQUISA/INFORMAÇÃO	14	14%
COMUNIDADES	06	6%
BLOG	06	6%
CONVERSA INSTANTÂNEA	04	4%
E-MAIL	04	4%
COMPRAS	02	2%
SITE RELACIONAMENTO	01	1%
MÚSICA	01	1%
PORTAL TEEN	01	1%
INFORMAÇÕES DE PROGRAMAS	14	14%
TOTAL	100	100%

As categorias na tabela acima confirmam o acesso a sites de entretenimento e de interação. A diversidade de sites de jogos acessados é ratificada nessa classificação, ao mesmo tempo em que pontuamos o interesse infantil por comunidades virtuais e blogs, nos quais estabelecem suas relações interpessoais e trocas de experiências, além de se divertirem nos mesmos. Os programas de conversa instantânea também são representativos, assim como o e-mail que é um canal de comunicação para os usuários. Percebe-se ainda a presença de imagens em alguns acessos, os quais estão relacionados a imagens do Orkut ou promocionais de alguns sites. Na classificação dos sites em informação/pesquisa encontramos os acessos ao Google e a portais de conteúdo como o *Terra* e o *Globo*. A relação com outras mídias e ao caráter de multimidialidade da rede se verifica nos acessos a sites de artistas teens e de músicas. Também não se pode ignorar o potencial de consumo, evidenciado no acesso a sites de compras. Cabe destacar que, na categoria informações de programas, consideramos os sites que trazem a configuração de programas, sendo, na maioria, páginas em inglês que explicam determinado domínio do site.

Apesar da diversidade de sites acessados, esse panorama dos 100 mais visitados é essencial para elucidar as características infantis, delineadas nas respostas ao questionário, já que este pontuava o acesso a um site específico. Mesmo com algumas crianças indicando mais de um site como navegado, houve acesso a outros sites que são indicativos das preferências infantis, ajudando-nos a traçar o perfil desse grupo. Como a atividade era de

livre-navegação, todos os indícios, da observação, dos questionários e da listagem dos sites, foram essenciais para compor nossa análise da experiência dessas crianças na rede.

4.5.1 Resultados preliminares

Os dados obtidos na dinâmica, fase 4 da pesquisa, corroboram os resultados das atividades realizadas nas fases anteriores, apontando o interesse infantil por sites que promovem o entretenimento e a interação. Escrevendo, desenhando, navegando e digitando, os alunos explicitaram suas preferências por sites de jogos e de relacionamentos. Como tais sites são familiares às crianças, observamos como se efetivam sua autonomia e independência na rede, o que as caracterizam como integrantes da Geração Net.

Tendo em vista que a liberdade também é uma característica valorizada na rede, essas crianças fazem suas escolhas dentre as inúmeras possibilidades oferecidas e mantêm suas preferências no acesso cotidiano, que são compartilhadas com seu grupo de amigos. Os programas interativos prevalecem nas indicações, diretas ou indiretas, infantis, visto que grande parte de suas relações ocorre virtualmente. É grande o fascínio que essas ferramentas exercem sobre elas e, por isso não há queixas infantis diante dessa atratividade. Elas compreendem o que é oferecido e se mostram satisfeitas com essa oferta. No entanto, não se pode negar a percepção infantil frente a algumas características. A segurança e a privacidade na rede são também suas preocupações, assim como os conteúdos impróprios aos quais têm acesso.

Retomando a questão da realização infantil com as ofertas da rede, embora as crianças adorem o entretenimento oferecido, especialmente por meio dos jogos on-line, elas ainda consideram que há espaço para novas possibilidades de diversão. Aliado a isso, as trocas infantis são permeadas pelas tecnologias, já que estabelecem muitas relações pessoais na rede, em sites de relacionamento e de mensagens instantâneas e nas comunidades virtuais. Elas buscam interagir com os colegas, amigos e parentes, sendo que a atratividade desses canais de comunicação foi evidenciada ao longo das etapas da pesquisa até aqui realizadas.

Ao sentirem que participam das atividades em tais sites e programas, elas se identificam. Mesmo não sendo elaborados para o público infantil, é inegável a familiaridade e interesse infantil sobre eles, uma vez que as crianças demonstraram sua disponibilidade para aprender novos caminhos para acessá-los, novas formas de interagir por meio deles, além de considerá-los como parte de sua vida, já que muitos podem representar seu usuário a partir da conta própria e de um perfil. Como essas relações virtuais se efetuam em cadeia, precisamos

estreitar nossos laços com o grupo, ao criar um perfil da pesquisadora no Orkut. Assim, pudemos observar ainda mais quão gratificante e fascinante é para as crianças manter essas formas de relacionamento nessa mídia digital. Afinal, se ela faz parte do cotidiano infantil, como excluir as crianças dela? Muitas respostas infantis apontam para o sentimento de inclusão que têm em relação às possibilidades de diversão e interação da Internet.

Diante dos interesses infantis manifestados até agora, percebemos a importância que as crianças dão para os sites que as agradam, sendo que a ludicidade é o caminho explorado para atraí-las para a rede, seja por mecanismos de interação, especialmente com os amigos, ou pelo brincar. Como elas também indicaram seu interesse pelas ferramentas de busca e informações na Internet, buscamos na próxima fase conhecer de forma mais pontual essa relação, a fim de delinear as características do webjornal infantil.

4.6 Webjornalismo infantil: perspectivas

Como as fases anteriores da pesquisa-ação tinham a intenção de conhecer a relação que as crianças estabelecem com a rede a partir de seus interesses, e constatamos a informação como um dos elementos dessa relação, o que dialoga com nossa proposta final de um webjornal, a fase 5 da pesquisa se direcionou para essa problemática, contando com a participação dos 35 alunos. A partir de um questionário (Apêndice I), as crianças manifestaram suas opiniões ao que se refere a seus interesses de leitura e ao jornalismo, além de suas expectativas em relação à construção do webjornal.

Os dados obtidos se apresentam em duas partes. Primeiro, a tabulação das respostas mais recorrentes das crianças, seguidas de uma síntese do que tais apontamentos revelam. Já na segunda parte, contamos com alguns desenhos infantis ou indicações textuais das crianças sobre a elaboração do webjornal. Dessa forma, essa fase visa traçar um perfil do que seria ideal para crianças a partir de suas próprias considerações sobre o jornalismo.

As questões elaboradas tinham o objetivo de verificar a relação que as crianças têm com o universo jornalístico, a partir da leitura ou não de jornais e revistas em qualquer mídia. Além disso, o importante era reconhecer os gostos, interesses e necessidades infantis ao que se refere a informações da realidade, as quais se caracterizam como notícias. Diante da nossa proposta de jornalismo para crianças, as sugestões e opiniões infantis são fundamentais para que o produto final esteja concatenado com sua realidade e expectativa. Nesse sentido, as perguntas abertas possibilitaram a livre manifestação dos alunos frente à temática, já que defendemos a participação infantil em nossa pesquisa.

Tabela 17a: Questão 1 - Você lê algum jornal ou revista?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
SIM	31	88,5%
NÃO	04	11,4%

Tabela 17b: Quais?

JORNAL/REVISTA	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
JORNAL DA CIDADE	18	51,4%
JCCRIANÇA	02	5,7%
BOM DIA BAURU	05	14,3%
VEJA	05	14,3%
TODATEEN	03	8,5%
LEVEL UP GAMES	03	8,5%
CARAS	02	5,7%
RECREIO	02	5,7%

Diante das respostas das crianças, verificamos que a leitura de material jornalístico está presente em seu cotidiano, sendo que apenas 11,4% dos alunos não costumam ler jornais ou revistas. Considerando as publicações citadas, percebe-se o contato de grande parte do grupo com as mídias locais (*Jornal da Cidade*, *JCCriança* e *Bom Dia Bauru*), o que revela sua familiaridade com os jornais que mais circulam em suas cidades, representando um caráter de identificação. Cabe destacar que o *JCCriança* é o suplemento infantil do *Jornal da Cidade*, com periodicidade semanal. Além desse suplemento, a revista *Recreio* também é um produto midiático para o público infantil, uma vez que as demais mídias têm como público-alvo adolescentes ou leitores adultos. A revista *Level up games* é um exemplo de mídia segmentada, a qual o grupo tem contato devido ao seu interesse por jogos on-line. Embora não estejam exemplificadas na tabela acima, algumas crianças também citaram outras revistas de fofocas e adolescentes como fontes de leitura. Nesse sentido, é válido pontuar que nem sempre a criança tem contato com mídias específicas para sua faixa etária e características, uma vez que as mídias de adultos perpassam seu cotidiano e, de alguma forma, atraem a sua atenção. Ao mesmo tempo, esse grupo de 10 a 12 anos já não se considera tão criança, visto seu interesse por publicações adolescentes e que têm como foco as outras mídias, em especial os artistas e programas da TV. Dessa forma, há o desafio em produzir uma mídia infantil que atraia as crianças como leitoras assíduas.

Tabela 18: Questão 2 - O que você gosta de ler?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
HISTÓRIAS	15	42,8%
HQ	15	42,8%
NOTÍCIAS	09	25,7%

INFORMAÇÕES DE OUTRAS MÍDIAS	08	22,8%
ESPORTES	03	8,5%
ENTRETENIMENTO	03	8,5%
ENQUETES	02	5,7%

As respostas a essa questão nos indicaram as preferências de leitura das crianças, ou seja, quais os assuntos despertam sua atenção em um material midiático ou não. Na categoria histórias, estão presentes os livros infantis e demais textos, cujo foco central não é o jornalismo, assim como acontece com as HQs. Cabe ressaltar que tais materiais podem apresentar um caráter informativo e educativo para seu público, no entanto, diferem-se dos apontamentos das crianças sobre as notícias. Conforme já destacamos, há um interesse informacional infantil sobre o que acontece ao seu redor, e o índice de quase 26% que leem os acontecimentos do dia a dia, como eles mesmos classificam, é expressivo para nossa tese de que o jornalismo factual deve se voltar também para esse público. E uma das temáticas factuais que se destacam como preferência é o esporte. A interlocução com outras mídias também é significativa, visto que as crianças têm interesses sobre filmes, novelas e artistas e buscam leituras que os satisfaçam. Embora as HQs e os livros infantis também sejam leituras voltadas para o entretenimento, nessa categoria, estão assinaladas as piadas, charadas e as brincadeiras que muitas mídias apresentam. A importância da participação se revela por meio da indicação de enquetes como uma das preferências de leituras. Cabe enfatizar que muitas enquetes nas mídias estão relacionadas à opinião dos leitores sobre determinado assunto, cujo viés informativo é o mais representativo. Desse modo, complementa-se ao interesse informacional das crianças sobre assuntos que as circundam.

Tabela 19: Questão 3 - Se fosse fazer um jornal infantil na Internet, o que você gostaria de ler nele?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
ACONTECIMENTOS DIÁRIOS	17	48,5%
ENTRETENIMENTO	08	22,8%
HQ	08	22,8%
JOGOS	07	20%
CULTURA	06	17,1%
ACONTECIMENTOS COM CRIANÇAS	05	14,3%
PARTICIPAÇÃO	03	8,5%
EDUCAÇÃO	03	8,5%
NOTÍCIAS DE ESPORTES	02	5,7%
FICÇÃO	02	5,7%

Já direcionando a manifestação infantil para nosso objetivo final, as respostas a essa questão trouxeram as opiniões das crianças sobre seus interesses em relação a um jornal para

elas no ambiente ao qual estão conectadas, a rede. Percebemos que elas reconhecem o papel informativo de um jornal, já que aproximadamente 50% do grupo assinalaram que os acontecimentos diários fariam parte desse webjornal. Em relação à especificação do conteúdo, o entretenimento como preferência infantil também não poderia se ausentar nessa proposta, assim como a HQ e os jogos. Pensando na criança como público, alguns alunos indicaram que acontecimentos com crianças também deveriam ser relatados, o que revela sua preocupação com sua categoria de infância e também denota a presentificação e identificação que teriam com tais relatos. Ao pensarmos nas editorias de um jornal, as crianças seguiram essa estrutura ao elencar assuntos voltados à cultura, educação, esportes como integrantes desse jornal. Elas até citaram temas mais específicos como exposições, shows, passeios, filmes, teatro, músicas, novelas infantis (cultura); dicas escolares, notícias da escola, livros didáticos (educação); além de apontarem informações ficcionais como fábulas e histórias. Para se integrarem ao jornal, algumas crianças indicaram a importância da participação infantil por meio de textos de crianças no jornal, de cadastros de usuários, além de uma área específica para elas.

Tabela 20: Questão 4 - Como deveria ser a participação das crianças nesse jornal infantil?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
JOGOS	14	40%
ENVIO DE MATERIAL	12	34,2%
NOTÍCIAS DE CRIANÇAS	07	20%
INSTRUÇÕES/ATUALIZAÇÕES	06	17,1%
CANAL DE COMUNICAÇÃO	06	17,1%
FOTOS	03	8,5%
ENTREVISTAS	02	5,7%

Como já comprovamos que as crianças gostam de se sentir integradas a produtos voltados a elas, é importante saber quais suas expectativas em relação ao webjornal. Diante dos apontamos infantis, verificamos que gostariam de participar por meio de jogos, ou seja, o entretenimento deveria estar presente no jornal para também garantir sua diversão. Já que muitas crianças já apontaram sua familiaridade com o jornalismo, o fato de poder enviar algum texto, desenho ou vídeo sobre as notícias seria fundamental para se sentirem parte da equipe jornalística. O envio de recados e opiniões sobre o que têm no jornal também é uma forma de participação reivindicada pelas crianças. Ao mesmo tempo, assinalaram a possibilidade do jornal ser um canal de comunicação, com o qual poderiam conversar com os amigos. Além disso, a categoria “notícias de crianças” se relaciona com o fato de buscarem se identificar com o material do site e poder exercer seu papel enquanto um pequeno jornalista. Somado a isso, há a indicação do fazer entrevistas e aparecer nas fotos. Como elas já

demonstraram sua atração e conhecimento sobre o exercício da profissão de jornalismo, muitas formas sugeridas de participação se relacionam à prática jornalística por elas, além, é claro, do papel do jornalismo na rede, que tem como uma das características as atualizações que também foram mencionadas pelas crianças. Tal fato é corroborado pela resposta infantil: “entrando todo dia, porque cada dia seria uma reportagem diferente”. Como fonte de informação, esse jornal também enviaria instruções para que elas pudessem construir sites e blogs próprios, os quais gostariam de “linkar” a esse jornal. Observa-se, então, que o grupo reconhece que o jornal para crianças poderia apresentar diversas possibilidades, nas quais ele poderia se expressar e se sentir como parte fundamental da produção do jornal.

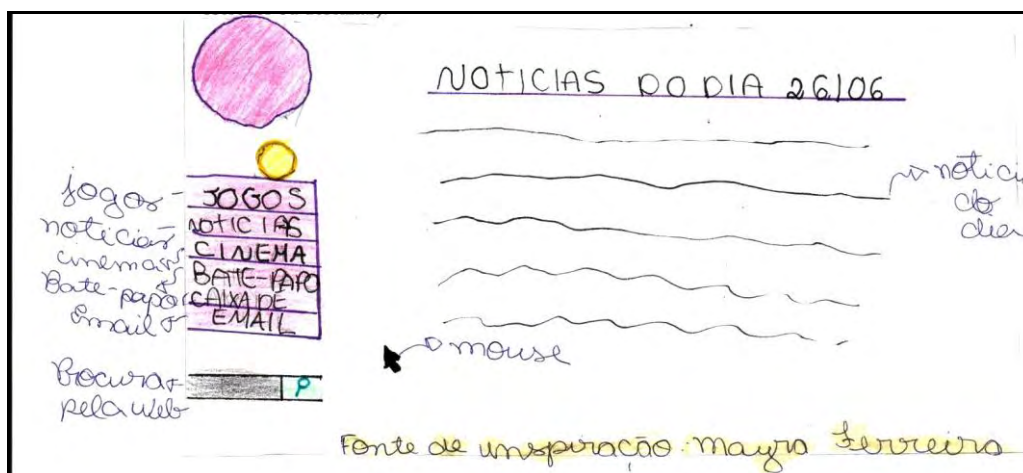
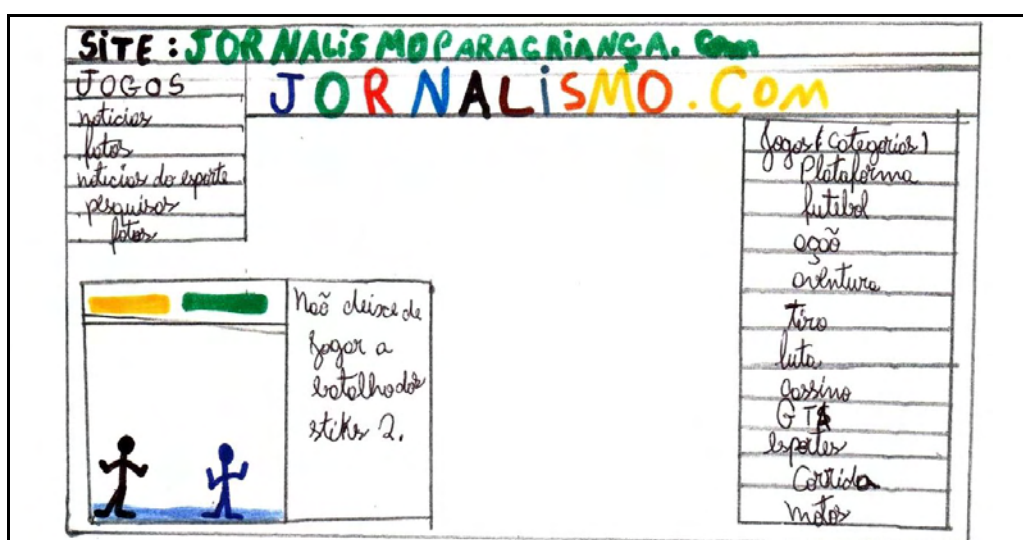
Como também acreditamos nas contribuições infantis para a construção do webjornal, tendo esse ponto como um de nossos objetivos da pesquisa-ação, a questão 5 do questionário solicitou a expressão infantil no que se refere à apresentação do webjornal, ou seja, o seu visual. Dentre as manifestações infantis contamos com 13 desenhos da página principal desse webjornal, além de 22 respostas com indicações de forma e conteúdo para o mesmo. Nesse sentido, as contribuições das crianças perpassam também os conteúdos que o webjornal deve trazer, o que reforça aquilo que as interessa.

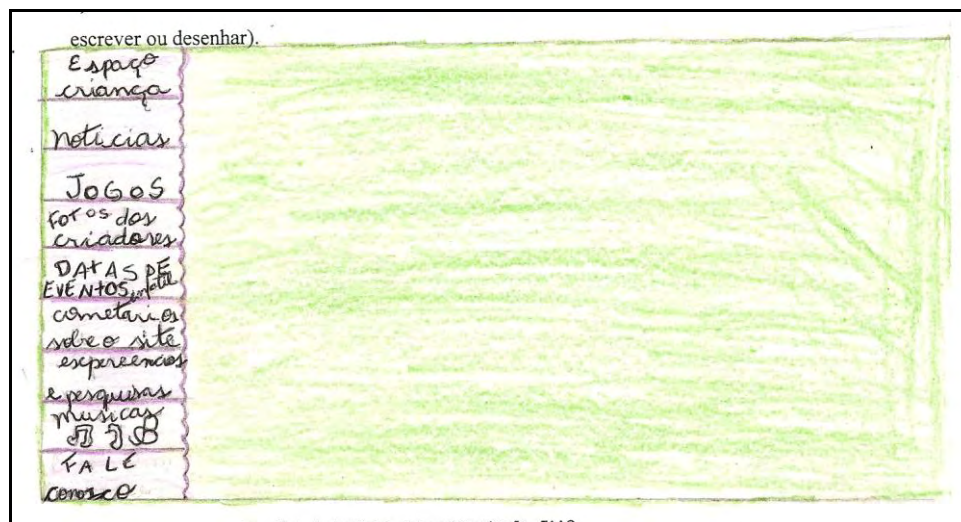
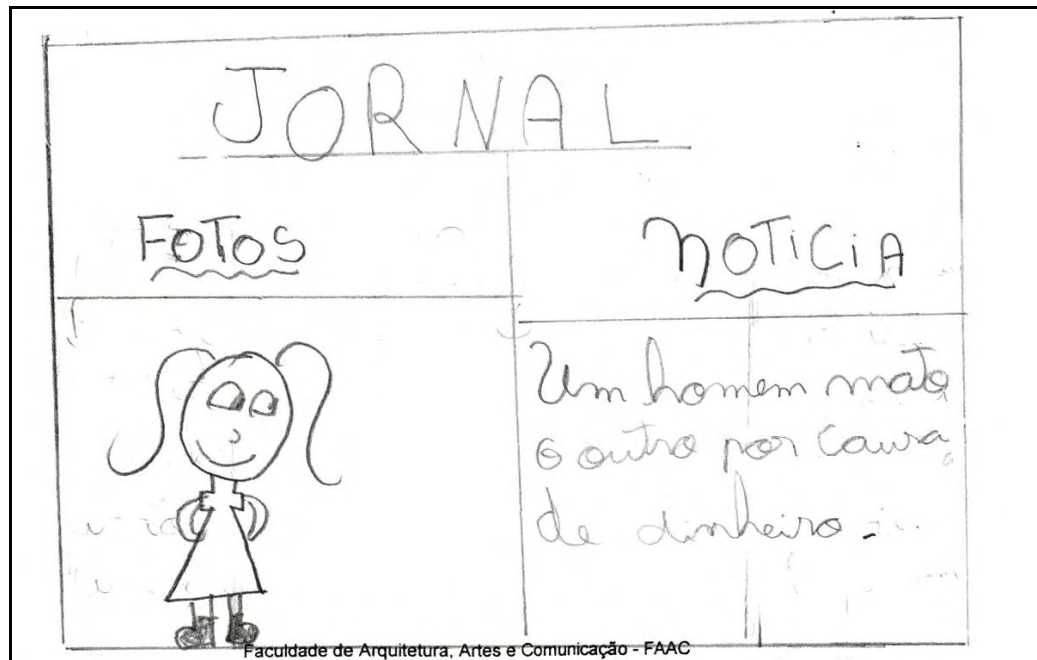
Para que possamos pontuar essas opiniões infantis, reproduzimos algumas respostas que, de certa forma, sintetizam os interesses dos demais colegas. “Devia ser um visual bem atraente e o que não poderia faltar coisas que crianças gostam”; “Um jornal com cara de ser para crianças com tudo que uma criança gosta: jogos, notícias infantis, uma sala de bate papo e mais que isso”; “Não poderia faltar textos, várias coisas para fazer no site, notícias, novidades, um modo de se comunicar, fotos sobre a pesquisa, um modo de fazer um comentário sobre o site”; “Jogos educativos, notícias (informações), explicação de como se faz um site, músicas”; “Deveria ser bem colorido para chamar a atenção, com vários detalhes. Não poderia faltar um mascote para o site, porque se é infantil tem que chamar a atenção de todos, e a maioria gosta de mascotes”; “Manchetes para a gente clicar e saber mais sobre aquela notícia”; “Não poderia faltar jornalismo sobre escolas e crianças”; “Eu gostaria que as crianças pudessem se comunicar para tirar as dúvidas, trocar ideias e bater papo para fazer novas amizades”.

Face às respostas, percebemos que as crianças entendem a proposta de um webjornal de veicular notícias e informações, principalmente aquelas que as interessam, referindo-se ao seu cotidiano, à infância. Observamos ainda a interferência do universo escolar, visto que manifestaram a importância de ter assuntos e jogos educativos, além das brincadeiras, já que os jogos são elementos que devem estar presentes, até como “jogos sobre jornalismo”, como

um dos alunos sugeriu. Ao mesmo tempo, um canal interativo de comunicação é solicitado, uma vez que elas querem um espaço para comentar os assuntos do site, seja em forma de blog, enquetes ou testes, e também fazer amizades, relacionar-se com outras pessoas por meio do webjornal.

Como elas reconhecem sua participação na construção do webjornal, verificamos que elas querem se sentir presentes também na página do mesmo: “teria que ter no início fotos da sala de aula [5ªB]”. Além dessa indicação, outras crianças apontaram a presença de fotos, inclusive da pesquisadora na página do novo site. Em relação a essa integração no site, há também indicações para a necessidade de um cadastro do usuário no site. Já sobre o visual do site, há indicações para a atratividade que é exercida por meio de cores, possibilidades de links e a presença de uma mascote. Os desenhos infantis sobre o visual do webjornal elucidam todas as características apontadas pelas crianças até o momento.





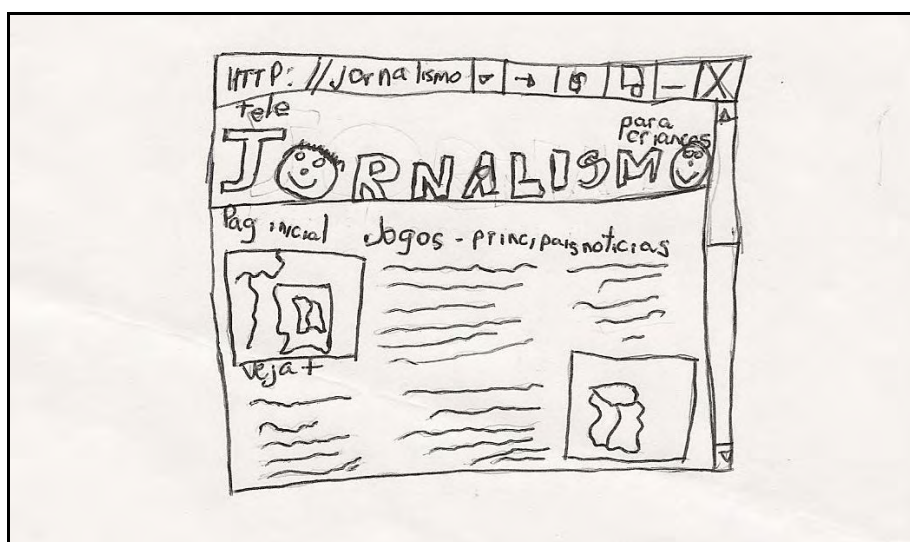
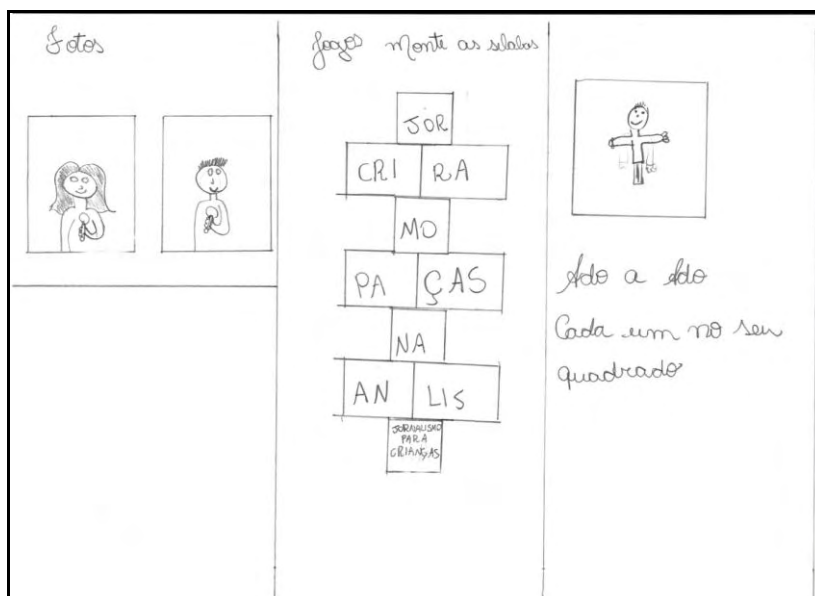


Figura 13: Exemplos de webjornais infantis para as crianças



Figura 14: Exemplo de mascote para webjornal

Conforme já pontuamos, esses desenhos ilustram os interesses infantis em um webjornal. Os elementos apontados textualmente pelos colegas aparecem como seções do site, com jogos, músicas, fotos e notícias, além dos canais de comunicação, como bate-papo, comentários, e-mails. Em relação ao layout, verifica-se que as crianças mantêm a estrutura tradicional, com as janelas à esquerda ou à direita ou no cabeçalho da página. Cabe destaque também às fotos na homepage, às principais notícias e à mascote, proposta por um aluno, com objetos da prática jornalística: o bloco de notas e a máquina fotográfica. Dessa forma, os interesses infantis no webjornal são retratados a partir da forma e dos conteúdos dos sites que costumam visitar e estão entre suas preferências, aliados às características jornalísticas, ao veicular as notícias.

Ressalta-se, nas opiniões infantis, sua criticidade em relação à proposta do webjornal estar relacionada às suas características, ou seja, para atrair a atenção delas, o site infantil precisa trazer aquilo que ela gosta de uma forma atrativa. E, em síntese, esse interesse está na elaboração de um visual colorido com mascotes, de conteúdos que versem sobre entretenimento, em especial com jogos; e interação, com canais de comunicação que promovam seu relacionamento interpessoal e possibilitem sua participação na produção do conteúdo, e de elementos que permitam sua identificação, a partir das fotos e músicas.

4.7 Considerações sobre “nossas crianças”

O panorama construído sobre os interesses infantis na rede durante essa fase da pesquisa-ação nos revela como as crianças estão familiarizadas com alguns sites e suas propostas, tanto que buscam articular tais características com a construção de um novo site. O aspecto visual é reproduzido com grande independência, isto é, já faz parte da memória infantil a forma como um site se apresenta na tela do computador e por que não dizemos que há um certo condicionamento nessa reprodução, visto a relação próxima que estabelecem com o meio. Os conteúdos também se assemelham, uma vez que os interesses infantis convergem para o entretenimento e a interação on-line.

Ao mesmo tempo, esse universo integra sua realidade, tanto que o ambiente virtual é quase sinônimo do real, visto que a maioria das relações pessoais se estabelece nessa rede telemática. Essas crianças compartilham seu “mundinho” com os amigos no ambiente virtual, reforçando a tese da presentificação e representação infantil na Internet. Elas querem se ver e ser vistas na rede. As comunidades virtuais, nas quais são membros ativos, são uma transposição de seu cotidiano para um novo suporte, englobando todas as suas características,

até mesmo as mais subjetivas. Embora algumas crianças denotem sua preocupação com a segurança e privacidade na rede, o que as instiga é esse potencial de identificação e integração que a rede permite. Dessa forma, a relação que estabelecem com esse ambiente é permeada de trocas e experiências que contribuem para seu aprendizado, que se dá na maior parte do tempo de forma coletiva.

A questão da linguagem é influenciada por essa relação tão próxima e fiel. Observamos a simplificação/abreviação de palavras nas respostas dos questionários, especialmente nas que foram digitadas. “Soh, eh, q, vc, pq” são alguns dos exemplos. O “Internetês” é mais um repertório linguístico que elas dominam com facilidade. Termos como baixar, login, link, clicar são utilizados em diversos contextos e não apenas quando estão diante dessa mídia digital.

Como o lúdico é uma característica inerente à infância, percebe-se a atratividade que os sites que possibilitam a diversão e a interação na rede exercem sobre essas crianças. Devido à autonomia com que navegam, elas se aventuram por novos caminhos a fim de explorar as possibilidades da rede. A presença de jogos, de interlocuções com amigos e, até mesmo, com pessoas desconhecidas, de personagens/mascotes, do entretenimento relacionado a outras mídias são as preferências infantis nesse ambiente. No entanto, elas também reconhecem o potencial informativo desse meio, tanto que o visualizam pelo seu mecanismo de busca e de pesquisa escolares ou para trazer novidades. O jornalismo também integra o interesse dessas crianças, seja pelo fascínio do exercício da profissão ou pela curiosidade natural da infância, no que se refere à exploração do mundo ao seu redor. E, com a Internet, pode ser mais fácil e mais rápido ter contato com tais informações.

Nesse sentido, para a proposta do webjornalismo infantil, eles articulam elementos do seu cotidiano, seja do seu contato com outras mídias jornalísticas ou não, visto que suas sugestões e opiniões sobre o jornalismo infantil versam sobre o que as interessa diretamente. Como elas bem pontuaram se não for atrativo e não trazer tudo de que as crianças gostam, elas não vão acessar o site. O desafio, então, de construir um webjornal adequado às características do público infantil torna-se ainda maior, devido à variedade de assuntos que integram a preferência das crianças, sendo que muitos fogem da função primária do jornalismo de veicular informações da realidade.

Como o interesse infantil reside, em sua maioria, no que promove o entretenimento, cabe casar a proposta do jornalismo factual com aquilo que agrada as crianças, como os jogos e as possibilidades de interação. Outro aspecto relevante, que elas apontam, é a importância da participação delas, não apenas como usuárias do site. Elas querem fazer um cadastro e

poder interagir de forma mais efetiva, enviando suas contribuições (comentários, textos, entrevistas, desenhos). Já que também estabelecem grande parte de seus relacionamentos no ambiente virtual, um canal de comunicação é imprescindível para que a criança se integre a um site, de forma a compartilhar seus interesses com amigos, parentes e novos colegas a serem conhecidos nesse ambiente.

Embora ainda se tenha muito que desvendar sobre o universo infantil dessa Geração Net, as considerações obtidas com essa fase de nosso trabalho trazem os subsídios necessários para a construção do webjornal infantil, conforme os interesses e expectativas desse grupo. Para complementar essa investigação, partimos para a análise exploratória de alguns sites infantis, de forma a relacioná-los com as características do público infantil, já pontuadas neste capítulo.



Capítulo 5 - Sites infantis: análise e (des)construção

“Os cadernos infantis precisam zelar por suas matérias se desejam ‘olhar’ seus leitores a partir de uma visão contemporânea - que priorize seus direitos, expectativas e necessidades” (ANDI, 2002, p. 29)

No ambiente virtual, circulam uma diversidade de sites para diferentes segmentos de público, inclusive para o infantil. A pesquisa com crianças, apresentada no capítulo anterior, pontua a relação desses usuários com a rede, elencando alguns dos sites mais visitados. Ao observarmos tais sites, verificamos que alguns não foram criados especificamente para esse público, enquanto os que são direcionados para o mesmo fornecem apenas jogos on-line e atividades de entretenimento. Dessa forma, com a intenção de conhecer e analisar, qualitativamente, algumas propostas de sites infantis, este capítulo tem como base a (des) construção de três sites infantis, selecionados aleatoriamente. Cabe ressaltar que nossa análise não visa esgotar as possibilidades do site, mas sim obter um direcionamento em relação à apresentação visual e de conteúdo dos sites, de forma a construir um panorama da produção para crianças, disponível na Internet.

Conforme aponta Wimpsett (1998), os sites infantis são diferentes dos adultos, sendo necessário observar alguns guidelines para se construir melhores sites para crianças. Diante disso, adotamos os 10 guidelines propostos pelo autor na investigação exploratória deste capítulo, ao passo que eles também serão retomados durante a construção e análise do webjornal. A seguir, apresentamos, sumariamente, os pontos que devem ser observados na elaboração de um site infantil, segundo Wimpsett (1998).

- a) **Conhecer sua audiência:** os sites infantis tendem a ser definidos pela faixa etária de sua audiência, uma vez que pode haver disparidade de interesses entre as idades. Sendo assim, o recomendável é realizar uma pesquisa inicial com a faixa etária a que se destina, a fim de não se basear em dados genéricos sobre crianças.
- b) **Incluir interação:** Wimpsett (1998) afirma que ninguém aprecia mais interatividade do que crianças, visto que adoram deixar sua marca, retornando ao site no qual é possível ver seu nome on-line e postar sua opinião. Além disso, os sites podem oferecer um nível de interação que elas não vão obter em outras mídias.
- c) **Ter cuidado com as informações particulares:** ao solicitar dados pessoais das crianças em um site, lida-se com uma questão legal e uma responsabilidade moral, por isso é importante saber exatamente quais informações solicitar e por quê. A

transparência, até mesmo com os pais, é o melhor caminho para se evitar problemas na divulgação de nomes completos e endereços de e-mail.

- d) **Testar com crianças:** como não é garantia que um site que agrada um adulto será interessante para uma criança, o autor sugere a realização de um teste com possíveis usuários do site para verificar o que gostaram ou não, de forma a identificar o que é ideal para tal público antes de colocá-lo no ar.
- e) **Usar personagens:** essa é uma forma de manter a criança entretida em um site, uma vez que ela se interessa pelos personagens, pela animação, além de ter sua imaginação estimulada. No entanto, os personagens também devem ser considerados como uma forma de levar o conteúdo do site de um modo interessante para os usuários.
- f) **Não ter defeitos:** segundo o autor, as crianças percebem rapidamente os erros em sites e, devido a isso, é fundamental que elas encontrem os elementos bem definidos para que considerem um site bom.
- g) **Não confiar em metáforas:** as crianças esperam encontrar diretamente o que procuram em um site, por isso, os ícones e o design precisam ser mais objetivos, o que não significa que devam ser óbvios demais, desencorajando a exploração delas pelo site.
- h) **Não negligenciar seu conteúdo:** a atualização constante de um site é um dos pontos a ser considerado devido à sua importância em relação ao processo educativo e para encorajar novas visitas. Além disso, as crianças buscam coisas novas quando retornam a um site.
- i) **Não começar se não gosta de crianças:** para Wimpsett (1998), a elaboração de um site para crianças só se inicia se os criadores tiverem a certeza de que as amam, porque o site tende a refletir esse sentimento e será mais fácil atrair a atenção delas, assim como descobrir do que elas não gostam.
- j) **Não se esquecer de verificar outros materiais para crianças:** depois da definição do público-alvo de um site, as pesquisas com essas audiências ajudam a conhecer o que elas gostam. Mas observar outros sites, assim como filmes e DVDs, para crianças também é fundamental para saber o que eles estão fazendo para esse público.

Tendo como base, especialmente, esse último guideline, justificamos a proposta deste capítulo, uma vez que pretendemos investigar alguns sites infantis. Para fundamentar nossa análise, estabelecemos categorias para apresentar o conteúdo e o visual dos sites, conforme algumas características que devem ser observadas quando nos direcionamos às mídias infantis

e digitais. Em relação às primeiras, adaptamos os parâmetros do estudo da Agência de Notícias dos Direitos da Infância - Andi (2002) em sua pesquisa sobre suplementos infantis. Dessa forma, nossa análise versa sobre: conteúdo (temas abordados, conforme as categorias: informação, entretenimento, serviço e publicidade); forma e linguagem (cores, ilustrações e vocabulário empregados); e, seções (homepage, espaço para participação dos usuários, atividades, jogos, publicidade, entre outros).

Para verificar as peculiaridades de mídia digital dos sites infantis, adotamos as características do jornalismo na web, apontadas por Palácios (2003): multimídia/convergência (disponibilização de texto, imagem e som); interação/interatividade – termo preferido pelo autor (mecanismos que permitem a participação efetiva do usuário); hipertextualidade (presença de links); customização do conteúdo/personalização (oferta de acordo com os interesses dos usuários); memória (banco de informações); e, instantaneidade/atualização contínua (atualização do material disponível).

Considerando as características elencadas acima, partimos para a análise dos sites infantis selecionados, conforme o conteúdo, a forma e a linguagem, as seções e as características de mídia digital. Cabe ressaltar que, devido à proximidade de algumas categorias com os guidelines de Wimpsett (1998), nossa análise pode se comportar de forma hipertextual.

5.1 UOL Crianças

O site <http://criancas.uol.com.br> é veiculado no portal UOL e apresenta em sua homepage uma barra de links no cabeçalho e no rodapé da página que o vinculam ao mesmo, com informações sobre assinante UOL, bate-papo, e-mail UOL, SAC, e-mail grátis, serviço Voip, shopping UOL com as ofertas de diversos produtos e uma janela que funciona como índice do portal, no qual o usuário pode acessar as demais páginas do mesmo. Abaixo, há a ferramenta de busca UOL, que oferece as possibilidades de pesquisa na web, notícias, imagens, vídeo e shopping. A partir da presença desses elementos, podemos considerar a relação que se estabelece entre um portal e seus produtos, embora haja uma segmentação de público e interesses para cada site. A fim de conhecer as particularidades do “UOL Crianças”, apontamos as características de sua página inicial.

“Homepage”

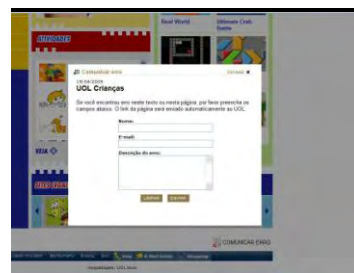


Figura 15: Homepage

Direcionando-nos para o conteúdo e a apresentação visual para o público do site “UOL Crianças”, observamos o menu das seções em uma coluna à esquerda, sendo que cada seção dispõe de uma palavra-tema e um ícone ilustrativo que se refere à temática abordada nesse espaço. No centro da página, encontram-se os destaques do site, retomando algumas das seções, com a palavra-tema, chamadas e imagens, além de outros conteúdos. É importante assinalar que a primeira chamada apresenta-se como uma animação, sendo que os destaques são rotativos, com a possibilidade de o usuário pausar, retornar ou avançar para saber quais são as quatro chamadas principais. Na parte inferior da homepage, encontramos dicas de sites infantis, com links que direcionam ao site, seja pela ilustração ou nome do site. Há ainda o link “Comunicar erro” que abre uma janela sob a homepage, com um formulário no qual o usuário pode preenchê-lo para informar algum erro que tenha encontrado nos textos ou na página ao UOL. Cabe destacar que na parte superior da página, há links publicitários que também são animados, e não estáticos.

Em relação ao conteúdo, observamos que o site apresenta uma diversidade de temáticas para as crianças em suas seções. Para agrupá-las nas categorias, informação, entretenimento, serviço e publicidade, apresentamos sucintamente de forma descritiva o que se encontra em cada seção, o que já nos permite analisar a linguagem e a forma e as características de mídia digital do site como um todo.

“Atividades”



Figura 16: Atividades

Navegando a partir do menu de seções, a seção “Atividades” apresenta como ícones uma tesoura e lápis de cor, o que já define o que será encontrado, majoritariamente, nesse espaço: atividades para colorir, imprimir e recortar. Cabe ressaltar que há três subseções que se apresentam com ícones ilustrativos e textos sobre o conteúdo de cada espaço. A partir deles, observamos a proposta de entretenimento, já que são atividades para divertir a criança, além de permitir a interação dela com a máquina, uma vez que são os clicks no mouse que possibilitam a realização da atividade escolhida. No entanto, a interação, na maioria dos casos, é apenas reativa, visto que as possibilidades de respostas nos jogos e quiz, cores para pintar nos desenhos, entre outros, são pré-definidas. A intervenção, mais efetiva, da criança ocorre na possibilidade de escrever uma carta ou recado para os pais e imprimi-los.

Em relação à forma e à linguagem, predomina o aspecto visual, visto que as atividades são ilustradas, de forma bem colorida. Na apresentação da seção, há chamadas para algumas atividades, sendo que o destaque é para a imagem da mesma. O texto verbal visa chamar a atenção da criança, uma vez que emprega perguntas e verbos no imperativo, como: “Quer um desafio? Resolva as contas”. Dessa forma, o vocabulário e a construção com imperativos denotam um caráter de diálogo, como se o site “falasse” com a criança.

Retomando as possibilidades de interação, a seção possibilita o envio das atividades por e-mail, a impressão e o comunicar erro, assim como aparece na homepage do site. Dessa forma, a interação é uma característica de mídia digital presente nesse espaço, assim como verificamos um princípio de multimidialidade, visto que há possibilidade de transformar as atividades em um slideshow, que se aproxima do movimento de um vídeo. Embora compreendamos que a proposta da seção é o entretenimento, em alguns momentos, observamos o caráter informativo de algumas atividades, como o quiz sobre mamíferos e direitos das crianças. Nesse sentido, o site, a partir do estímulo à diversão em um jogo, apresenta informações para os usuários, que aprendem brincando. No entanto, cabe observar que em um dos textos há um erro de regência verbal: “não esqueça de pedir autorização do pai ou da mãe para usar a impressora”, sendo que o certo seria: “não se esqueça de pedir autorização do pai ou da mãe para usar a impressora”. É válido ressaltar esse ponto, visto a importância da ausência de erros em sites infantis, como aponta Wimpsett (1998).

“Blog do Lelê”



Figura 17: Blog do Lelê

A próxima seção é um blog, que se comporta com as características dessa página da web, já elencadas no capítulo anterior quando nos referimos ao blog desta dissertação. Nesse espaço, que se diferencia das demais seções, já no endereço, uma vez que ele se apresenta como um blog UOL, e não apenas como uma seção do “UOL Crianças”, os usuários encontram o diário de um menino fictício, o Lelê, escrito por José Roberto Torero. Além do texto verbal, as postagens apresentam ilustrações e/ou fotos, conforme a história da semana. Em relação ao caráter de mídia digital, observamos o item atualização sendo cumprido, visto que o blog é atualizado semanalmente.

Em relação ao conteúdo do blog, observamos a presença das categorias informação, entretenimento e serviço, visto que nas postagens há textos com abordagens culturais, sobre autores da literatura brasileira e cidades históricas, além de dicas de exposições e museus, e textos com o relato das aventuras de infância do Lelê, focando, na maioria das histórias, suas relações familiares e de amizade. A linguagem verbal não apresenta vocabulário culto, já que as postagens se comportam como narrativas, nas quais se reproduzem os diálogos em discurso direto, e quando há palavras e/ou informações que o autor julga não pertencentes ao repertório infantil, as explicações e os significados aparecem ao longo do texto. Quanto às imagens, elas têm uma proporção adequada tanto para ilustrar as postagens, como também para representar alguns elementos da infância.

Além das postagens, cabe salientar outros elementos presentes no blog no menu à esquerda, que o caracterizam como uma mídia digital. Destaca-se, em primeiro plano, o perfil do menino Lelê e o link para o perfil do autor do blog, o Torero, que é hipertextual. Há também a ferramenta de busca para informações no blog ou na web, como uma das formas de interação. Os links para os sites “UOL Crianças” e Portal UOL, enquanto recomendação do Lelê, dimensionam também a hipertextualidade no blog. A memória se apresenta no “Histórico” das postagens, que podem ser facilmente acessadas. Outras formas de interação

são propostas em links para indicar o blog para outro usuário, pela possibilidade de lê-lo por meio do celular e pelo formato RSS⁴⁰.

Além dessa interação com o blog como um todo, em cada postagem, o link para os comentários dos usuários se faz presente, uma vez que se encontram em cada postagem diversos comentários sobre a mesma. Ao observar tais comentários, verifica-se que se estabelece uma relação da criança com o “Lelê”, visto que, em alguns casos, “ele” responde e interage com os usuários nesse espaço. Além da interação com o blog por meio dos comentários, os usuários podem indicar a postagem e enviá-la por e-mail a outro usuário, o que caracteriza a interação humano-humano por meio da web.

Como Wimpsett (1998) nos alerta sobre as informações particulares das crianças em um site, para comentar nesse blog, é preciso preencher um formulário com nome, e-mail e cidade/estado ou país. Embora apareça, ao lado do link para comentários, o link para as regras do uso do blog, nele encontramos as políticas para os autores dos blogs e apenas um indicativo para os visitantes, no qual não se explica o porquê de solicitar tais dados. Dessa forma, pode-se dizer que não há informações direcionadas à audiência específica do blog do Lelê nem aos seus responsáveis, como defende o teórico citado em seus guidelines.

“Blog da Folhinha”



Figura 18: Blog da Folhinha

Semelhante à seção anterior, esta também é um blog externo ao site “UOL Crianças”, uma vez que é relacionada ao suplemento infantil do jornal *Folha de S. Paulo*, a *Folhinha*. Dessa forma, o blog se comporta como um dos “Blogs da Folha”. A proposta do blog, cuja equipe que o produz é a mesma do suplemento, volta-se para assuntos do universo infantil, especialmente ao que será publicado no jornal. Assim, observa-se que as postagens têm um conteúdo voltado, majoritariamente, ao serviço.

⁴⁰ Conforme define o portal UOL, RSS “é um formato de distribuição de informações pela Internet, como notícias. Ao usar RSS, você fica sabendo imediatamente quando uma informação do seu interesse é publicada, sem que você tenha de navegar até o site de notícias” (UOL, arquivo digital).

Essa prestação de serviços também é verificada na coluna à direita, na qual se divulgam livros infantis da livraria da Folha. Ao clicar em cada capa de livro, direciona-se à página do catálogo da “PubliFolha”. À direita dessa coluna, apresentam-se alguns links para alguns conteúdos, como sites recomendados, blogs da Folha, últimas notícias da “FolhaOnline”, sistema de busca, arquivo das postagens, o que denota o caráter de memória dessa mídia digital. Em relação às postagens, observa-se o caráter de multimidialidade, já que abrigam textos, imagens e vídeos. A interação também é possível a partir do link para se comentar a postagem, enviá-la por e-mail e pelo permalink, que direciona o clique para o topo da postagem. Apesar desse potencial interativo, os comentários são esparsos e concentrados apenas nas postagens que estimulam a participação das crianças, como em enquetes. Já a periodicidade não é definida, pois há dias sem postagens e alguns, especialmente sexta-feira (dia anterior à publicação do suplemento *Folhinha*), com mais de duas postagens.

A respeito do aspecto visual, o blog não apresenta muitas cores e imagens. Um dos destaques é o logo do blog, no qual a palavra *Folhinha* vem como ilustrações em suas letras, utilizando elementos da tecnologia, como fone, microfone e estilo das letras na web. A linguagem verbal predomina nos textos curtos, que ao serem, especialmente, de divulgação, não apresentam problemas de vocabulário e construção sintática, além de, é claro, interagir com o usuário por meio de frases interrogativas e uso do pronome “você”.

“Brindes”

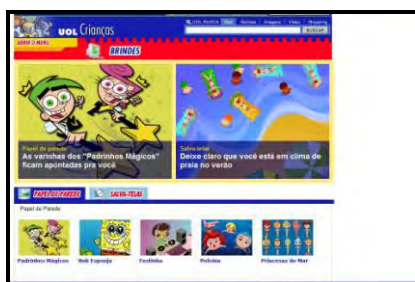


Figura 19: Brindes

Esta é uma seção que também permite que o usuário utilize seu conteúdo de forma personalizada, uma vez que disponibiliza imagens para serem o papel de parede ou o salva-telas do computador da criança. A proposta de personalização, que também permite a interação com o computador, efetiva-se ainda pela escolha do usuário no tamanho e no formato da imagem a ser salva. Para que isso ocorra, acompanhando-a, há um texto que

explica como salvá-la. Assim como nesse texto, o da página inicial, dialoga com o usuário, a partir de palavras como “você”, “deixe”.

“Fotos”

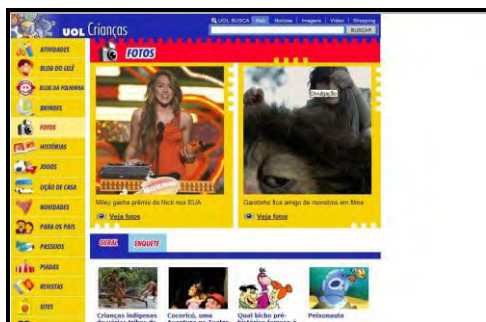


Figura 20: Fotos

Enquanto ícone representativo, esta seção possui uma máquina fotográfica, já que seu conteúdo são álbuns fotográficos relacionados a assuntos do universo infantil, como brinquedos, desenhos e filmes. Nesse sentido, predomina-se o aspecto visual (fotos grandes e coloridas), embora estejam acompanhadas de legendas, cujo texto traz informações para completar o sentido da imagem em linguagem compreensível.

A partir da seleção de um álbum, o usuário tem disponíveis ferramentas interativas, já que pode enviar a foto por e-mail, selecionar a foto que quer ver e em qual sequência, além de exibí-las como slideshow. Ao mesmo tempo, a seção traz links para seções do site que têm conteúdo relacionado a determinado álbum, sendo que tal conteúdo é multimidiático, podendo ser mais imagens, vídeos e/ou textos.

“Histórias”



Figura 21: Histórias

O conteúdo de “Histórias” é formado por narrativas, tanto que o ícone são livros, voltadas para o entretenimento infantil. Na página inicial, encontram-se uma chamada,

acompanhada de ilustrações, para oito histórias. O texto direciona-se para alguma curiosidade da narrativa, de forma a atrair o usuário: “desvende este segredo junto com Wallace”.

Essa atração também ocorre pela interação com as histórias, uma vez que a criança-usuária pode continuar alguma narrativa, montar seu personagem e, até mesmo, contar a sua história. Dessa forma, percebe-se que essa seção possibilita certa personalização do conteúdo. Essa participação infantil garante que o texto verbal seja de fácil compreensão, especialmente pela forma de discurso direto (diálogos entre os personagens). Para garantir ainda mais o interesse, a história também é narrada por meio de animações, com ilustrações, sons e movimento.

Em relação ao layout das páginas, o menu do site, na coluna à esquerda, é fixo, assim como um menu à direita com os capítulos da história e informações adicionais (personagens, locais, autores) da narrativa selecionada pelo usuário.

“Jogos”

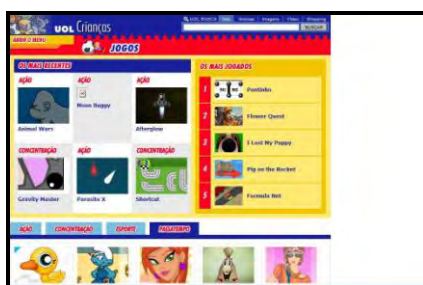


Figura 22: Jogos

O nome dessa seção já define seu conteúdo, são jogos on-line para o entretenimento do usuário. Os ícones que a representam são brinquedos infantis. Como os jogos são animações, predomina o aspecto visual, a partir das ilustrações em movimentos, e, em alguns casos, com sons. A página inicial da seção traz uma lista dos mais recentes e os jogados. Embora jogos já sejam associados a entretenimento, encontramos algumas propostas informativas/educativas, por exemplo sobre alimentação e coleta seletiva de lixo, nesta seção.

A possibilidade interativa está no próprio ato de jogar, por meio da máquina (interação reativa), e também de enviar a indicação de determinado jogo por e-mail. Além da lista da seção, há ainda indicações (links) para sites externos que possuem jogos. Ao se selecionar um jogo, o usuário se depara com um curto texto de abertura que explica sua proposta de um modo fácil. No entanto, a maioria dos jogos é em inglês, o que muitas vezes impede que se

compreenda perfeitamente a sua dinâmica, a não ser que esteja familiarizado com essa proposta de brincadeira.

“Lição de casa”



Figura 23: Lição de casa

Com relação com o dia a dia escolar dos usuários, esta seção tem como ícone um ônibus que pode ser associado ao transporte escola-casa, sendo a casa o local em que o usuário fará uso do conteúdo aqui disposto. Na página inicial, tal conteúdo já é explicitado, com chamadas para algumas temáticas, além de citar implicitamente algumas disciplinas curriculares. No entanto, alguns temas remetem a matérias de um site da UOL que não obrigatoriamente foi escrito apenas para o público infantil. Isso faz com que esta seção possa se diferenciar do restante do conteúdo do site, uma vez que se modifica a apresentação visual do conteúdo. Um exemplo a ser ressaltado é o tamanho dos textos verbais, que nesses sites são maiores, em relação aos do site em análise. No entanto, não vamos nos deter na análise dos sites linkados.

Percebe-se, então, que esta seção tem um papel diferente das demais, já que funciona como uma ponte para sites externos, nos quais as crianças vão encontrar o conteúdo informativo e/ou de entretenimento propriamente dito. Assim, torna-se uma fonte de consulta para pesquisas escolares, já que apresenta fontes de informações específicas para determinadas temáticas.

“Novidades”



Figura 24: Novidades

Tendo como ícone um megafone, esta seção comporta-se como um canal de notícias, de atualização constante (com data e hora indicadas), sobre assuntos do universo infantil, especificamente TV, esportes, curiosidades, filmes, desenhos, personagens infantis. Nesse sentido, o conteúdo versa sobre o serviço, já que se divulgam informações sobre promoções, estreias, e também de entretenimento. Devido às abordagens, a linguagem verbal é simples, sem problemas de vocabulário.

Enquanto um canal de notícias, a página inicial traz apenas as chamadas para os textos enquanto links apenas verbais. Ao clicar em um deles, o usuário é direcionado para a página UOL, na qual se lê a notícia, embora algumas páginas sejam exclusivas para assinantes, ou para uma página da seção, em que se encontra texto verbal, imagens e vídeos. Nesse sentido, observa-se o caráter hipertextual e multimidiático desta seção. Ao mesmo tempo, pode-se retornar a qualquer seção do site, já que o menu à esquerda permanece fixo em todas as páginas. Entre as possibilidades interativas da seção, há a opção de imprimir a notícia, enviar por e-mail e comunicar erro.

“Para os pais”



Figura 25: Para os pais

Esta seção volta-se para os pais dos usuários, tanto que os ícones são uma ilustração de um casal mais velho, com conteúdo informativo, já que disponibiliza textos sobre pesquisas que dizem respeito a filhos, educação, saúde, entre outros temas. Na parte superior da página principal, há chamadas para alguns textos, que ao serem clicadas direcionam os usuários para notícias do portal UOL ou de outros sites. Também se retomam alguns textos da seção “Novidades”, mostrando que, em alguns casos, não há diferença na elaboração de um texto para o público infantil e para o adulto. Ao apresentar uma lista de notícias, como chamadas-links, verifica-se a hipertextualidade, acompanhada da atualização, já que se marcam data e hora da publicação daquela chamada.

“Passeios”



Figura 26: Passeios

Como divulga eventos culturais, a seção é predominantemente de serviço. As chamadas são links para o Guia UOL, no qual se encontra os dados completos de tal divulgação em uma linguagem de fácil compreensão. Na coluna à direita, há dicas para se conferir a programação cultural para São Paulo e Rio de Janeiro. Como há essa concentração e delimitação regional, pode-se dizer que esta seção é de certa forma personalizada para usuários que moram nessas capitais. A atualização ocorre devido à rotatividade da programação cultural. A presença do menu do site à esquerda possibilita que se retome ou visite outros conteúdos do site.

“Piadas”



Figura 27: Piadas

Visando ao entretenimento do usuário a partir da diversão com piadas e adivinhas, esta seção, cujo ícone é uma lona de circo, traz em sua página inicial os temas das piadas, muitas vezes por meio de frases interrogativas. Ao selecionar um dos temas, aparecem todas as piadas e adivinhas relacionadas. A interação também acontece no envio de piadas por parte do usuário, ao utilizar o sistema Outlook de envio de mensagens.

seção anterior. Isso nos faz pensar que tais seções se tornam complementares, já que têm função semelhante de conteúdo de prestação de serviço.

A relação tecnológica, com a web, está presente no ícone da seção: post-it com a ilustração de uma arroba (@). O menu do site de forma fixa na coluna à esquerda, recorrente nas seções anteriores, mantêm-se nessa. Não se observam nesta seção, assim como na anterior, as características elencadas em nossa análise para mídia infantil nem digital.

“Vídeos”



Figura 30: Vídeos

A seção valoriza um formato de conteúdo que se difere das anteriores, uma vez que apenas vídeos compõem-na como material de destaque. Como há um número expressivo de vídeos publicados, essa página é a que mais demora para carregar em todo site, assim como a exibição do vídeo é mais lenta devido ao tamanho do arquivo. Os vídeos versam sobre divulgação de desenhos, filmes e outras temáticas infantis. Além das imagens, há títulos, textos de abertura e palavras-chave que se comportam como sínteses dos vídeos, identificando-os em uma linguagem verbal sem dificuldades de compreensão.

A proposta interativa já está presente na página principal da seção com um sistema de busca para vídeos, além da localização pelos mais recentes, populares, mais votados e favoritos. Essas três possibilidades interativas favorecem a participação do usuário assim que seleciona um determinado vídeo, somado à opção de indicar o vídeo por e-mail a amigos. Apesar dessas possibilidades, a maioria dos vídeos não conta com comentários e escolha como favoritos. Como há a listagem pelos mais recentes, pode-se observar a atualização constante da seção.

Em relação à apresentação visual, além dos vídeos, mantêm-se o menu lateral à esquerda com as seções do site, o ícone-filmadora – apenas no menu e links para outros vídeos quando se está em uma página de exibição de um já escolhido. Como permite a

visualização de conteúdos que permeiam o cotidiano infantil, pode-se considerar o conteúdo como de entretenimento, acompanhado da prestação de serviço.

“UOL Crianças”

Embora tenhamos destacado a diversidade temática do site, observa-se que a grande maioria de suas seções visa ao entretenimento e à prestação de serviços. É claro que há indicativos para a informação, mas em muitos momentos ela está presente nos links externos e não na produção efetiva desse site. Ao trazer os conteúdos de entretenimento, como os jogos on-line, o site estabelece relação com os interesses das crianças.

A partir de possibilidades interativas, especialmente ao comentar conteúdos e também com a máquina, os usuários podem se divertir. No entanto, não se observa uma participação de destaque, a não ser no “Blog do Lelê”. Assim, corrobora-se a indicação das crianças da pesquisa de seu contato com blogs, já que gostam de deixar suas mensagens. No entanto, há lacunas de interação que precisam se ajustar, como estimular o envio de material dos usuários para o site, a fim de que haja maior identificação com o conteúdo. Dessa forma, a personalização, evidenciada em algumas seções, seria uma característica recorrente no site.

Cabe ressaltar que a apresentação visual do site é bem delimitada, já que se localizam facilmente as seções e subseções, as quais podem ser retomadas sem grandes obstáculos. Outro aspecto que é relevante são os ícones das seções, que por serem ilustrativos, facilitam a identificação do usuário com o conteúdo, já que a metáfora é bem construída, como aponta um dos guidelines de Wimpsett (1998).

Como forma de localização no site, nas seções, em que o menu à esquerda não está presente, o usuário pode acessar o link a partir do cabeçalho do site em “abrir menu”, além do título do site que funciona como link para a homepage. Essa construção em forma de links, tanto internos quanto externos, é uma característica marcante. Embora não haja interligações entre as seções, há sempre a possibilidade de escolher entre as opções apresentadas, assim como de navegar por outros sites que de certa forma se relacionam a conteúdos de algumas seções.

Na concepção de uma mídia digital, o “UOL Crianças” explora as possibilidades multimídias, já que apresenta conteúdos com textos, imagens e vídeos, mesmo em seções independentes, além da atualização, que muitas vezes está demarcada com conteúdos novos diariamente. Em relação à mídia infantil, destaca-se a valorização do aspecto visual, com muitas cores e ilustrações que fazem parte do universo das crianças. Ao considerar o conteúdo e a forma de apresentação do mesmo, os usuários contam com um site organizado,

diversificado e que tenta permear todo o cotidiano das crianças, tanto dentro como fora do ambiente virtual, uma vez que se apresentam interconexões com as práticas escolares e relação com outras mídias (TV e cinema).

5.2 Mingau digital

Desde 1998 no ar, o site Mingau Digital (<http://www.mingaudigital.com.br/>) já em sua homepage se autodefine: “Mingau digital é um site para crianças de 7 a 13 anos, seus pais e professores, criado para divulgar ideias antigas e novas, incentivar a criatividade, trocar opiniões e fazer todo mundo pensar por si mesmo. Sejam bem-vindos!”. Diante dessa definição, observamos que o público do site não são apenas as crianças, tanto que no cabeçalho há o link que remete à seção “Pais e professores”, com um texto que já os difere: “Adultos, por aqui!”, o que será pontuado posteriormente. Em relação aos conteúdos, o texto já direciona para a autonomia dos usuários e estímulo à participação, fato que verificaremos em nossa análise.

Para apresentar as características desse site e relacioná-las com as categorias pré-definidas, seguimos o critério de apontar cada seção separadamente para, então, traçar o perfil do Mingau Digital enquanto uma mídia digital infantil.

“Homepage”

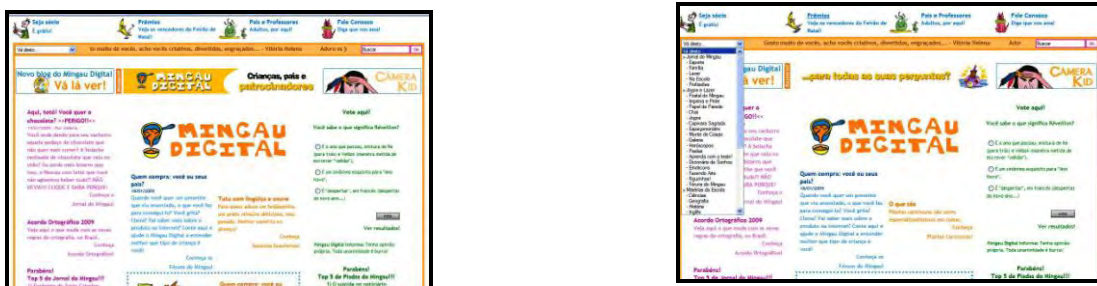


Figura 31: Homepage

Ao apresentar o site, a homepage destaca em sua parte central o nome do site, acompanhado de uma ilustração icônica que se refere ao mesmo, e apenas alguns dos conteúdos de suas seções. Diferentemente de outros sites, ela não possui um menu com todas as seções do site. Dessa forma, a interface gráfica é composta por elementos textuais em detrimento dos visuais, contando apenas com as cores nos textos para delimitar os conteúdos que aparecem como chamadas.

No entanto, há na parte superior a apresentação de quatro seções, embora estejam em uma área que foge à delimitação gráfica do que se pode considerar o “mingau digital”. Isso ocorre porque um retângulo delimita o conteúdo do site, o que se repete nas demais páginas, e tais seções estão dispostas acima desse traçado. Porém, elas se referem a conteúdos do site: tornar-se sócio, premiações, contato e link para pais e professores. Essas seções apresentam ícones que acompanham as palavras-chave e um slogan para cada uma delas. Porém, tais ilustrações não são diretamente relacionadas à temática, o que, de certa forma, exige uma certa inferência para compreender seu significado. Nesse sentido, o cuidado com as metáforas, como indica Wimpsett (1998), precisaria ser revisto, apesar de os ícones poderem se tornar familiares quando a visita ao site é constante.

Cabe ressaltar o estímulo à interação nesse espaço por meio de frases enviadas por usuários que são apresentadas em uma faixa rotativa. Em nossa visita, observamos 16 comentários diferentes, na maioria, elogiando o site e seu conteúdo informativo, como sobre doenças de crianças e cuidados com animais. É importante pontuar que as frases são acompanhadas de um nome ou apelido do usuário, o que releva uma determinada política de privacidade ao não divulgar o endereço de e-mail. Essa questão será retomada ao longo da análise de outras seções do site.

Ao lado dessa faixa rotativa à esquerda, encontramos uma caixa com o indicativo “Vá direto”, a qual ao ser clicada funciona como um menu, já que abre uma lista de todas as seções e subseções do site. Já à direita, há uma caixa de busca, que direciona a pesquisa para o conteúdo do site e não à web como um todo. Abaixo, há três caixas com animações, que remetem a outras três seções do site, de forma simultânea. Desse modo, para se compreender a que se referem há necessidade de observar todas as imagens e o texto de cada uma individualmente. Em relação a imagens, elas são ilustrações, sendo que duas animações possuem a mesma, uma capivara vestida de guru com uma bola de cristal, ao se referir aos patrocinadores, pais e professores e ao blog do site; já a terceira animação, conta com a figura de um índio para se remeter à seção “Câmera Kid”. Observa-se que não há uma relação imediata entre as ilustrações e as propostas de cada seção, o que nos remete à confiabilidade em metáforas.

Direcionando-nos ao conteúdo verbal, que se destaca pelas cores e títulos em negrito, percebe-se a interlocução com o usuário, já que a construção textual se comporta como um diálogo, interagindo com quem está lendo, a partir do uso da pessoa “você”, de frases interrogativas e verbos no imperativo. Como são links, tais conteúdos se repetem nas seções

as quais correspondem, sendo que nos deteremos à forma e à linguagem das mesmas posteriormente.

A interação novamente se faz presente na enquete da homepage, a qual promove a votação sobre um tema e apresenta os resultados em uma janela sobreposta à página. Em relação ao caráter multimídia, há um ícone de áudio após o texto de apresentação do site, o qual a ser acionado conta com vozes dando as boas vindas aos usuários.

Para finalizar os elementos da homepage e que se repetem nas demais páginas do site, há na parte inferior da área delimitada links para quatro conteúdos: informações para anunciantes, o “Louros do Mingau” (tanto no que se refere a anúncios no site quanto a projetos de campanhas no site), política de segurança (que ao ser clicada remete ao conteúdo anterior, o que consideramos um erro de programação), mapa do site (que abre uma página com todos os links das seções e subseções) e indicação do site (que abre uma nova janela com um formulário que solicita nome e e-mail do usuário e da pessoa a quem o site será indicado, fato que só ocorre depois de assinalar o campo com uma senha que deve ser redigitada). Como já nos referimos à política de privacidade, o site informa que os dados pessoais dos usuários e assinantes não serão divulgados, o que garante segurança na navegação, sendo um dos pontos a serem observados em sites infantis (WIMPSETT, 1998).

“Blog Capivara Express”



Figura 32: Blog Capivara Express

Esse blog não é publicado em páginas do site, uma vez que ao clicar em sua chamada abre-se uma nova janela, que se destina ao blogger (site que hospeda blogs). A proposta desse espaço, como eles mesmos definem é: “Capivara Express - Blog do site Mingau Digital, para crianças, pais e professores que querem saber o que há de bom, inteligente, criativo e divertido para fazer, ler, assistir e ouvir neste país. Sejas bem-vindos!”. Nesse sentido, percebe-se que o foco do conteúdo é o serviço, ao divulgar produtos culturais para sua

audiência. Como possui a finalidade de serviço, o vocabulário das postagens é simples e os textos, curtos.

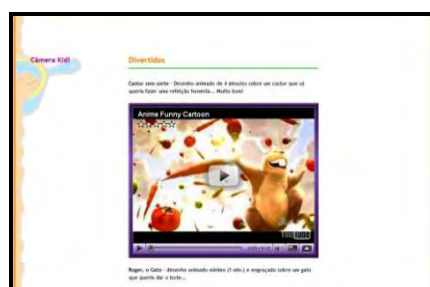
Em relação ao critério de mídia digital, o blog abriga a memória, nos arquivos das postagens; a atualização, já que posta textos com certa periodicidade; e a hipertextualidade, uma vez que há marcadores temáticos ao fim de cada postagem o que remete a textos semelhantes. Além disso, há links no menu lateral à esquerda para sites que podem contribuir com o entretenimento (jogos) e com conteúdo informativo (sites que se referem a matérias escolares, por exemplo). Embora haja o mecanismo de interação, a partir do comentário nas postagens, não observamos sua utilização pelos usuários. Talvez tal fato ocorra porque o blog é uma novidade do “Mingau Digital”, de novembro de 2008.

A respeito da forma no blog, observam-se as fotos que acompanham as postagens e as cores nos textos de algumas postagens, o que as diferencia. Assim, como o ícone da capivara com a bola de cristal que é a referência do blog, como se pode visualizar a partir do título do blog “Capivara Express”.

“Câmera Kid”



Figura 33: Câmera Kid



A proposta da seção é disponibilizar vídeos com conteúdos informativos (meio-ambiente, astronomia) e também de entretenimento. Dessa forma, há uma convergência midiática já que abriga informações em um novo formato, o vídeo, ao mesmo tempo em que ele é acompanhado de um breve texto verbal que apresenta a proposta da seção e do vídeo, sem, no entanto, revelar o conteúdo do mesmo. Cabe ressaltar que os vídeos foram baixados do *you tube*⁴¹. A possibilidade de interação se dá por meio do comentário aos vídeos, a partir do formulário da seção “Fale Conosco”. Embora na chamada da homepage há o texto: “Mingau Digital quer ver seu melhor vídeo”, não encontramos o link da seção que permita o envio de vídeos pelos usuários.

⁴¹ O site youtube.com é um site de compartilhamento de vídeos, no qual uma comunidade de usuários pode comentar e baixar vídeos, além de postar novas produções audiovisuais.

“Jornal do Mingau”



Figura 34: Jornal do Mingau

Já na abertura da seção, fica nítido que a participação dos usuários é que define, de certa forma, o conteúdo da mesma. A partir dessa proposta interativa, na qual as crianças podem enviar suas matérias e fotografias para publicação, o “Jornal do Mingau” estabelece uma relação com os sócios do site e seus familiares. Isso ocorre porque, ao permitir o envio do material, a seção apresenta os termos de uso, que devem ser lidos juntamente com os pais. Nesse espaço, são explicadas as regras para publicação, bem como as referentes à privacidade do usuário, uma vez que informa que os nomes das pessoas citadas no texto serão alterados e que o nome completo, idade e e-mail dos autores das matérias serão disponibilizados. Embora essas regras sejam claras, não verificamos um zelo pela privacidade dos usuários, já que seus endereços de e-mail são expostos sem grande controle.

Além dessa possibilidade de interação, a seção ainda proporciona outros mecanismos, como os comentários em algumas matérias, mesmo que o número não seja expressivo em relação à quantidade de textos no ar, e a votação, em uma escala de 1 a 5, nas matérias, sendo que a média da votação aparece após as notas. Dessa forma, percebemos que essa seção visa estimular o usuário a interagir com seu conteúdo de forma a manifestar sua opinião, tanto de forma livre (comentários) como direcionada (notas). Outra característica de mídia digital presente na seção é a atualização, embora dependa do envio de conteúdos pelos usuários, visto que encontramos textos atuais.

Referindo-nos ao conteúdo, como o nome da seção aponta, versa sobre a informação, abordando assuntos atuais e temáticas gerais que permeiam o cotidiano da criança. Nos textos, é a visão da criança que prevalece sobre determinado tema, o que garante que a linguagem e o vocabulário utilizados estejam de acordo com o universo da audiência do site, ao mesmo tempo em que os textos apresentam a característica de promover um diálogo com o leitor, a partir de interlocuções, ou seja, frases interrogativas com o uso do pronome “você”.

ainda a possibilidade de salvar uma imagem do “Mingau Digital” como papel de parede do computador. Cabe destacar nessa interação com o computador, as explicações verbais sobre as ferramentas, visto que além do termo da tarefa em português há a reprodução em inglês, para atingir qualquer formatação do computador do usuário.

Ao nos referirmos à linguagem verbal, o vocabulário não encontra palavras difíceis, sendo que a construção textual visa atrair a atenção do usuário por meio de interlocuções e verbos no imperativo. Vale ressaltar que alguns dos textos, como o das piadas, são enviados pelos usuários. Como já pontuamos a questão da interação, nesse espaço há muitas possibilidades interativas, seja pela participação em jogos on-line, envio de material para o e-mail de outro usuário e também para o site, comentários em conteúdos e chat.

Entre as possibilidades de participação do usuário nessa seção, destacaremos alguns exemplos. No “Fórum do Mingau”, os temas são sugeridos pelo próprio fórum de acordo com alguma abordagem do site e comentada pelos demais usuários e, ao mesmo tempo, estes podem sugerir novos fóruns. Nesse espaço, observamos que, além das crianças, há a participação dos adultos, tanto que um dos temas debatidos era a criação dos filhos. Como característica de mídia digital, apontamos a memória e a atualização presentes nessa subseção.

A personalização, associada à interação, é possível na seção “Postal do Mingau”, na qual o usuário pode encaminhar um postal ilustrativo para um amigo, via e-mail, acompanhado de uma mensagem textual personalizada. Desse modo, o site permite uma interação mútua em meio a uma reativa, já que as possibilidades de postais já estão pré-definidas, cabendo apenas o envio de uma mensagem exclusiva, de criatividade do usuário. Outra forma de interação se dá no envio de piadas, que é permitido apenas para os sócios do “Mingau Digital”, fato que restringe a participação. Já para votar, em notas de 1 a 5 cada conteúdo das subseções e comentá-los, não há restrições quanto ao envio, apenas em relação à publicação, já que o comentário deverá ser aprovado pelo responsável do site antes de ir ao ar. De certa forma, isso garante maior segurança e confiabilidade nos conteúdos enviados.

Sobre o conteúdo da seção, a maioria abrange propostas de entretenimento, para divertir o usuário, mas aliados a algumas dessas propostas há conteúdos informativos. No “Aprenda com o teste!” há informações sobre temáticas escolares, animais e curiosidades. Ao mesmo tempo, durante os “Jogos”, há informações de conhecimentos gerais que ajudam o usuário durante seu lazer, ou seja, para acertar a questão de um jogo de descobrir qual desenho não pertence à mesma categoria, há “dicas quentes” com informações sobre a mesma. Dessa forma, o site atua na proposta de ensinar brincando, ao aliar conteúdo informativo ao entretenimento.

Antes de encerrar a categorização desta seção, três pontos devem ser mencionados. A necessidade de ter um programa instalado no computador para participar de jogos, com mais animações; a publicidade da Livraria Cultura, na parte inferior de algumas subseções; e o caminho da navegação, já que na parte superior o usuário consegue retornar à homepage e à página inicial da seção por meio de links. O primeiro acaba por frustrar o usuário que não consegue visualizar o jogo ao clicar o mesmo. E o segundo, embora seja uma publicidade, é um incentivo à leitura, já que a imagem direciona à página da livraria. Já o terceiro, garante que o usuário perceba o caminho que adotou no site para chegar a determinado conteúdo, o que o possibilita reconhecer a hierarquia e a arquitetura de informações do site, sem necessitar da ferramenta “voltar” ou “avançar”.

“Matérias da escola”



Figura 36: Matérias da escola

Nesta seção, observamos a relação da mídia infantil com a educação formal das crianças, uma vez que alia seu conteúdo a assuntos escolares, no que se refere a algumas disciplinas curriculares. Devido a essa articulação, o conteúdo é informativo. A partir de uma abordagem diferenciada, os textos trazem dicas de estudo e curiosidades de uma forma diferente da dos livros didáticos. Aliado a esse caráter informativo, encontramos brincadeiras e testes de conhecimentos que apresentam determinados conteúdos escolares de um modo mais dinâmico e interessante para o usuário, o que nos leva a considerar que há um aprendizado de maneira lúdica.

Somado a isso, há links em menus laterais para matérias de outras seções que correspondem ao tema apresentado em determinado tópico e também determinadas palavras se comportam como links nos direcionando para uma nova janela, na qual encontramos o glossário. A hipertextualidade externa também ocorre na disponibilização de links para outros sites e também para conteúdos em formato multimídia, como vídeos do *you tube*. Isso nos

alerta para o fato de que o site, ou melhor, esta seção reconhece a importância de diferentes materiais para contribuir para o aprendizado infantil.

Outra característica de mídia digital presente é a interação, a partir da qual os usuários podem comentar matérias, sugerir temas e imprimir conteúdos. No entanto, não se verifica uma participação efetiva das crianças diante dessa possibilidade interativa, já que são poucos os comentários, além de o site não informar se determinado assunto foi sugestão ou não de uma criança.

Em relação à apresentação visual, em algumas subseções encontramos ilustrações meramente representativas e não informativas, além dos ícones da seção que se referem ao nome do site a partir da ilustração de dois gatos em meio a livros. As cores apresentam-se nos textos dos menus laterais, que, como já apontamos, direcionam-se a outras seções relacionadas ao texto central. E a relação de navegação se estabelece com o percurso na parte superior da página, o qual define as páginas navegadas até encontrar determinado texto. Embora apresente uma grande quantidade de texto verbal informativo, o vocabulário é de fácil compreensão, principalmente porque conta com o auxílio do glossário.

“Saiba mais”



Figura 37: Saiba mais

O próprio título desta seção já define, majoritariamente, seu conteúdo, ou seja, a informação, uma vez que aborda assuntos relacionados à alimentação, folclore, religiões, doenças, dinheiro, esporte, índios, nomes de gente, pesquisa na web e viagens. Diante da diversidade temática, observamos que algumas subseções se direcionam às crianças e outras aos pais. No entanto, não se percebe nitidamente qual subseção é para qual público, o que só é possível distinguir após a leitura dos textos de apresentação.

Em relação ao conteúdo informativo, verificamos que apesar da abordagem científica de alguns temas o vocabulário empregado não possui dificuldades de compreensão, ao mesmo tempo em que é auxiliado pelo glossário. Cabe destacar que encontramos o que se pode

considerar um erro de digitação em “incetos” quando se referia à classe animal dos insetos. Porém, destacamos que um site infantil deve evitar erros, como aponta Wimpsett (1998).

Além das informações como base para esta seção, há também abordagens pelo viés do entretenimento e da prestação de serviços. A primeira ocorre com as curiosidades do folclore; já a segunda é vista quando se disponibiliza informações sobre passeios e viagens, com links para os sites dos locais. Links também aparecem para fontes externas, como sites jornalísticos e de órgãos oficiais. A multimídia está presente diante da possibilidade de ouvir uma música enquanto se acompanha a letra de canções folclóricas. O áudio é acessado por meio do ícone que o representa na grande maioria dos sites no ar, porém para conseguir ouvi-lo há necessidade de ter instalado no computador um programa diferenciado, o qual é oferecido gratuitamente na página. Isso significa que tal conteúdo pode não ser acessado por todos os usuários, uma vez que a instalação de programas depende de configurações da máquina e também de certa habilidade técnica, o que não é problema para grande parte das crianças que utilizam tais ferramentas com grande familiaridade e se aventuram para descobrir o que desconhecem no ambiente virtual, como apontamos no capítulo 3.

A navegabilidade também é registrada, com os links na parte superior. Em relação à forma, as cores predominam nos textos dos menus laterais, que são links para conteúdos correspondentes dentro do site. Além disso, há fotos e ilustrações em algumas temáticas, mas que não são em grande número frente à carga textual. A hipertextualidade apresenta-se ainda de uma forma diferenciada para o site, mas de um modo tradicional em mídias digitais, que é a possibilidade de clicar em uma palavra no texto e ser direcionado ao tópico que se refere a ela na mesma página, ao mesmo tempo em que se permite “voltar ao topo” do texto. A interação, por meio de comentários a matérias, não percorre toda a seção, é apenas indicada em alguns tópicos, sendo que não verificamos uma participação significativa dos usuários.

“Ajude o mundo!”



Figura 38: Ajude o mundo

Assim como no título da seção, a maioria dos verbos está no imperativo, o que já insere o usuário na proposta da seção. Ao abordar as questões ambientais, o site tem um conteúdo informativo, explicitado de forma simples, uma vez que vocábulos mais técnicos da área são “traduzidos” posteriormente. Para complementar tais informações, há links, em um menu lateral, para outras páginas tanto da mesma seção quanto de outras seções do site, o que indica a interconexão de assuntos e a hipertextualidade no “Mingau Digital”. Aliado a isso, as imagens são meramente ilustrativas. Ao mesmo tempo, não se utilizam recursos multimídia.

Retomando a hipertextualidade, tal característica também ocorre com links externos, indicados ao longo da seção, que direcionam para outros sites que tratam da mesma temática. Dessa forma, percebe-se que a seção busca unir “vozes” para informar mais detalhadamente e contribuir com a causa ambiental, incentivando essa “consciência cidadã” desde a infância.

“Animais”



Figura 39: Animais

Como um espaço temático, a seção apresenta informações sobre os animais, sendo assim o conteúdo é estritamente informativo, a partir de textos verbais construídos com uma linguagem clara e simples, sem problemas de vocabulário científico ou técnico. Há uma aproximação com o usuário a partir de interlocuções e uso de verbos no imperativo.

A forma fica por conta de algumas ilustrações e fotos que acompanham algumas temáticas e de cores nos textos dos menus laterais. Nestes, há links para matérias e as subseções correspondentes, e até mesmo para outras seções do site, que se relacionam com a temática. Além disso, o percurso da navegação fica delineado na parte superior da página. Há indícios de interação em algumas subseções, como na de envio de fotos dos animais de estimação dos usuários para o site. E também há links para outros sites que abordam o tema, de forma a complementar o conteúdo informativo da seção.

“Livraria do Mingau”



Figura 40: Livraria do Mingau

Nesse espaço, os usuários encontram a reprodução de histórias. Pode-se, então, considerar que a função da seção é garantir o entretenimento dos usuários, assim como não se pode negar o viés informativo que acompanha algumas narrativas. Como são narrativas, não se verifica problemas na concepção da linguagem verbal, já que a maioria também apresenta diálogos em discurso direto.

Em relação ao visual, cada história vem acompanhada de uma ilustração. O ícone ilustrativo da seção se refere à temática de forma indireta, já que é um gato dormindo sob um tapete com livros em volta. A hipertextualidade ocorre com os links em menus laterais com os títulos de outras histórias, assim como links para outras seções que trazem assuntos semelhantes aos abordados em determinada narrativa.

“Seja sócio”



Figura 41: Seja sócio

Como uma seção que permanece em todas as páginas do site, o “Seja sócio” é o espaço no qual os usuários podem se cadastrar para participar mais efetivamente do “Mingau Digital”. Há duas categorias de sócios, o “sócio-filho” e o “sócio-pai” e “sócio-mãe”. Para se cadastrar, basta preencher o formulário. Além dos dados pessoais, no dos filhos, solicita-se informações sobre os interesses dos usuários; e, no dos pais, informações sobre profissão e contato com o site. E para acompanhar a seção, há ilustrações de personagens crianças e de

pernas para simbolizar os adultos. O ícone da seção que acompanha o título é um personagem sem traços e características definidas com a proposta da mesma.

Vale destacar que, nesse espaço, não se faz referência direta à política de privacidade do site, o que seria relevante devido à solicitação de dados pessoais. A única informação que aparece na chamada da seção é o fato de ser gratuito.

“Prêmios/Concursos”



Figura 42: Prêmios

Nesta seção que permanece de forma fixa em todas as páginas do site, encontramos o resultado de uma promoção realizada, na qual há espaço para comentar a matéria, o que promove uma interação. Ao mesmo tempo, a possibilidade de concorrer em uma promoção, já estimula a participação dos usuários, além de, é claro, promover uma interação fora do ambiente virtual.

“Pais e professores”



Figura 43: Pais e professores

Embora possamos definir o “Mingau Digital” como um site infantil, há um espaço que se volta aos adultos. Nele, encontramos dicas para os pais e para os professores. Nas primeiras, há diversos tópicos que abordam de brincadeiras a saúde e educação das crianças. Em alguns, citam-se as fontes de consulta e há possibilidade de comentar a matéria ou participar de um fórum no site sobre a temática. Já para os professores, as dicas versam sobre

como utilizar o conteúdo do site em suas aulas. Diante dessas propostas, percebe-se que o “Mingau Digital” tem um cunho educativo, ao se voltar para um dos responsáveis pela formação das crianças, ao mesmo tempo em que o conteúdo desta seção, ao ser acessado pelos usuários infantis, também exerce um papel informativo, já que a linguagem verbal também é acessível a esse público.

Além das características de conteúdo, observamos os aspectos da interface visual. Como ícones, há dois personagens caricatos que representam um adulto e uma criança. E algumas das dicas possuem ilustrações e cores que não se destacam em comparação à oferta textual. Vale ressaltar a hipertextualidade presente, já que há links que retomam a outras seções do site e também a fontes de consulta externas ao site.

“Fale Conosco”

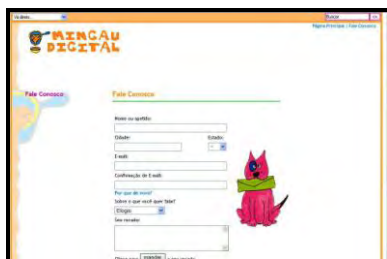


Figura 44: Fale Conosco

Nesse espaço, o usuário pode interagir com o conteúdo do site, uma vez que seu recado pode ser enviado. Em relação aos dados pessoais, solicita-se nome, cidade e estado e endereço de e-mail. Há ainda uma ilustração de um cachorro, cujo rabo balança ininterruptamente – o que garante certa ludicidade –, segurando uma carta como ícone do “Fale Conosco”. Considerando os recados rotativos da homepage, pode-se inferir que a forma de envio dos mesmos é por esta seção.

“Mingau Digital”

A critério de síntese das características do site, vale destacar que, embora seja uma mídia infantil ao se direcionar às crianças enquanto usuárias, há várias interlocuções com o público adulto. Nesse sentido, verificamos que o discurso nos textos não é impositivo, é um diálogo com as crianças, com orientações, e também com os pais, por meio de dicas. Concomitantemente, observamos que a construção da interface remete a um volume textual em detrimento da valorização imagética, o que de certa forma pode não agradar em primeira instância ao público infantil. Apesar da presença de ícones para ilustrar cada seção, não há

uma referência direta em muitos casos a essa associação, o que recai sobre a confiabilidade em metáforas.

Outro aspecto a ser ressaltado é que, diferentemente do site já analisado e também dos visitados ao longo da pesquisa, o “Mingau Digital” não apresenta um menu com todas as seções diretamente na homepage. Apenas quatro delas são apresentadas na parte superior das páginas. Tal fato, ao mesmo tempo em que propõe uma inovação e prioriza as chamadas para alguns assuntos das seções, representa uma certa “desorganização”, visto que o usuário não encontra em primeiro plano todos os conteúdos do site, o que só é possível se acessar o canal do “mapa do site” e/ou o “vá direto”.

Enquanto uma mídia digital, tal site prioriza a relação hipertextual, já que a presença de links é constante nas seções e subseções. Embora haja a possibilidade de interação com comentários em algumas seções, não há uma participação efetiva dos usuários. Além disso, ao longo do site, apresentam-se outras possibilidades interativas, como postagem nos fóruns, envio de material/matérias, votação e indicação do site. Dessa forma, o site reconhece a importância da inserção do usuário em seu conteúdo, de forma a torná-lo mais atrativo e representativo para o público.

Diante da diversidade temática desse site, observa-se que os conteúdos informativos e de entretenimento prevalecem, de certa forma até de forma interdependente, já que o site pretende aliar informação à diversão. Apesar da interface visual não ser um convite tão harmônico à navegação, o site pode conquistar pela qualidade da abordagem temática e da interconexão de seus conteúdos, uma vez que o usuário se situa em uma seção, podendo retornar à home ou à página inicial, e tem a possibilidade de navegar por nós inter-relacionados, oferecidos em menus laterais.

5.3 RadarKids

O release atualizado do site (www.radarkids.com.br) informa que, desde 1999, “o RadarKids é o primeiro portal de diversão e entretenimento para crianças na web. Em sua quinta versão, o site prima pela interatividade, cujo principal objetivo é oferecer conteúdo educativo de forma divertida na Internet. Atualmente o site conta com mais de 28 mil crianças cadastradas, com participação autorizada pelos pais, cujos e-mails fazem parte permanente de nosso banco de dados.” Tendo em vista os apontamentos do próprio site, nossa análise visa observar suas características de forma a inter-relacioná-las com a proposta do “RadarKids.

Para verificar mais pontualmente suas ofertas ao público infantil, direcionamo-nos para as seções do site a partir das quais elencamos suas características.

“Homepage”



Figura 45: Homepage

A apresentação visual do site é marcada pela organização de seu conteúdo, por meio de caixas coloridas no centro da página, nas quais estão as chamadas para as seções. Além disso, há dois espaços para a publicidade, com uma faixa animada para o site de um dos parceiros do site. No cabeçalho, há um menu horizontal com os links para as seções do site, que além do título trazem ícones representativos de suas propostas. Algumas dessas seções são retomadas nas chamadas centrais. A principal delas traz imagens rotativas do conteúdo informativo: seção “Notícias”. Além das imagens, há um breve texto sobre o conteúdo daquele destaque. As demais chamadas são links para o conteúdo da seção.

A proposta interativa do site é evidenciada na chamada para “Acesse o seu radar”, na qual o usuário preenche seu login e senha. Neste site, os usuários podem se cadastrar para criar o seu radar, no qual podem deixar mensagens, comentários, construir um diário, indicar sites favoritos, ter uma agenda pessoal e uma rede de amigos também cadastrados no site, além de participar do bate-papo. Essa possibilidade é aliada à personalização da homepage, já que no cabeçalho o “RadarKids” dá as boas vindas, com “Olá visitante (ou nome do usuário)!”. Nesse sentido, o site direciona-se particularmente ao usuário cadastrado, podendo criar um vínculo de identidade e proximidade. Além disso, o site oferece o número de kids logados no site no momento em que você está navegando por ele.

Ao efetuar o cadastro, o usuário tem que disponibilizar algumas informações pessoais, no entanto, o site dá a opção para torná-las ou não públicas. Dessa forma, denota sua preocupação com os dados pessoais, sendo que se refere a eles no “termos de uso”, no rodapé da página. Nesse documento, também informa o que os usuários não podem fazer com os serviços disponíveis. A possibilidade interativa também ocorre quando o usuário opta por um

personagem (avatar) para representá-la como kid no site e aceita ou não o recebimento de boletins informativos semanais. A existência desses boletins já aponta para outra característica de mídia digital, a atualização.

Acompanhando as diretrizes para os usuários, no rodapé da página, encontramos links para textos informativos voltados para sua relação com a publicidade e parcerias, imprensa – sendo que esta pode sugerir conteúdos para o site, além do “Fale Conosco” e explicação para o usuário sobre suas possibilidades de navegação. Embora alguns desses textos não se direcionem para o público infantil, não há problemas de compreensão do vocabulário, no que se refere à linguagem de uma mídia infantil. Ao mesmo tempo, percebemos a relação com o usuário por meio de certas construções textuais, como “você acessa”. A possibilidade de interação por meio do “Fale Conosco” ocorre via formulário, porém, o site já disponibiliza respostas para possíveis dúvidas quanto à navegação, sendo que apresenta as explicações por meio de imagens da barra de ferramentas, já instruindo qual ação o usuário deve tomar para solucionar determinado problema.

Retomando a estrutura do site, os links que são acessados aparecem no centro da página, o que permite que o usuário tenha a possibilidade de visualizar e acessar os links do cabeçalho e dos quadros laterais. A respeito da legibilidade no site, verificamos que o tom azul da página atrapalha em alguns momentos a leitura dos textos em fonte branca. E ainda observamos alguns erros que podem ser considerados de digitação, como “solecionar” em vez de “selecionar” e “voc^”, sem o “e”, os quais deveriam ser evitados especialmente em um site infantil, como pontua Wimpsett (1998).

Em linhas gerais, a homepage já deixa claro a sua proposta de interação com o usuário, especialmente pela seção de cadastro do kid e personalização do cumprimento. Não se pode esquecer de mencionar que o site também conta com uma ferramenta de busca, que promove a interação por meio de pesquisas em sites já filtrados pelo “Radar”.

“Notícias”



Figura 46: Notícias

A seção como o nome indica, juntamente com o ícone de um alto falante, traz textos de conteúdo informativo sobre assuntos diversificados (saúde, alimentação, curiosidades de outras mídias e de acontecimentos). Entretanto, as notícias não abordam problemáticas sociais e fatos factuais, sendo que esta seção é factual apenas na medida em que se prende a datas comemorativas, aniversários de nascimento/falecimento. Além disso, a imagem que acompanha cada matéria é meramente ilustrativa e não possui conteúdo que complemente o texto verbal. Em relação à forma e linguagem dos textos, cabe destacar que eles são maiores que os dos sites anteriores, mas não há problemas de vocabulário, sendo que termos estrangeiros são explicados ao fim dos textos em que aparecem. Há inclusão do usuário, por meio de frases interrogativas e uso do pronome “você”. Aliado a isso, encontramos alguns links para sites externos para completar o conteúdo da matéria.

Já sobre o aspecto visual da seção, ela está disposta no centro da página, mantendo a estrutura da homepage. As notícias aparecem como chamadas que são os links para a página na qual se encontrará o texto completo. No entanto, o link para o acesso às notícias na lista de chamadas é o texto verbal e não o ícone de cada subseção. Como a seção é dividida em subseções, o usuário tem a possibilidade de selecionar por qual delas quer acessar as notícias. Ao mesmo tempo, ele também pode fazer uma busca por notícias, digitando uma palavra-chave. Embora funcionem como hipertexto, as tags não remetem a nenhum conteúdo.

Na página inicial da seção, também permanecem as chamadas para as seções de “Enquetes” e “Agenda”. Já nas páginas das matérias, encontra-se uma lista para as “outras notícias” e a possibilidade de acessar todas. Porém, não há um sistema de busca que permita que se encontrem matérias por data de publicação. Há, portanto, a característica de memória e atualização no site, sendo que as notícias já publicadas ficam arquivadas, ao passo que a publicação de novos textos é quase diária.

Somado a isso, a interação está presente na possibilidade de comentar a matéria, mas para isso há necessidade do usuário ser cadastrado no site, além disso, verificamos que muitos dos comentários publicados referem-se ao grau de satisfação diante da notícia, e não no sentido de intervenção ou contribuição com alguma opinião pessoal sobre o assunto. Um diferencial interativo é a opção que o usuário tem por aumentar ou diminuir o tamanho da fonte do texto, em três dimensões.

“Radar Cultural”



Figura 47: Radar Cultural

A proposta da seção é divulgar produtos para infância em três modalidades: ler, ouvir e assistir. Nesse sentido, três ícones representam-nas, com carinhas com livros, fone de ouvido e TV. Percebe-se, então, a relação com outras mídias, o que pontua o conteúdo de serviço. A possibilidade interativa é para se comentar a dica cultural, mas há necessidade de ser cadastrado e estar logado para enviar seu comentário. Observamos que, em algumas dicas, os usuários participaram para indicar sua opinião e/ou interesse pelo produto recomendado.

Verificamos ainda que a atualização dessas dicas é esparsa, uma vez que depende dos lançamentos na área. Além disso, o usuário pode ter acesso a todas as dicas já publicadas, por meio dos “Arquivos”. Sobre a página inicial da seção, além das dicas mais atuais, há um quadro de recomendação. Cabe destacar que nele aparecem estrelinhas para indicar a opinião do site sobre o produto, mas não há legenda que as explique. Além do texto de divulgação, cuja linguagem é acessível, há uma imagem referente ao produto, por exemplo capa de livro/DVD. A estrutura lateral e superior da homepage mantém-se, sendo que o ícone que aparece ao lado do nome no cabeçalho (bonequinhos) difere-se da ilustração que acompanha o nome na página inicial (notas musicais). Desse modo, pode haver uma certa interferência na interpretação das metáforas.

“Jogos”



Figura 48: Jogos

O controle de um videogame é o ícone desta seção que tem como conteúdo o entretenimento para o usuário, a partir da disponibilização de vários jogos separados por temática. No entanto, a diversidade de temas só pode ser conhecida ao se rolar a barra na vertical, uma vez que não há mecanismos de busca nem menu para apresentá-los simultaneamente.

A apresentação dos jogos, além dos temas, dá-se em caixas, na qual há uma imagem do jogo, seu nome - sendo que alguns são em inglês, assim como o texto dentro dos jogos -, e um breve texto descritivo do mesmo, que já inclui o usuário por meio das ações que o jogo solicita: “teste sua mira”; “ligue os pontos”. Cabe destacar que ao se selecionar um jogo, ele não ocupa toda a interface da página, sendo que a oferta dos demais permanece ao longo da página. Pode-se considerar a janela do jogo pequena em relação a dos sites já analisados.

“Mural”

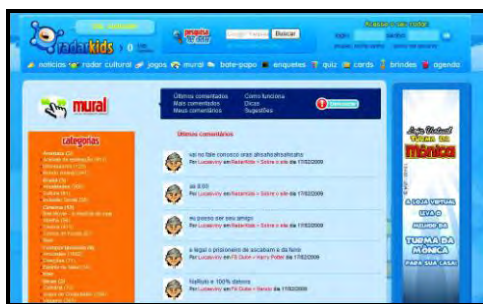


Figura 49: Mural

Como uma seção totalmente interativa, o “Mural” é o espaço para os usuários comentarem temas diversificados, de jogos a inclusão social. Observando as categorias e subcategorias de postagens, o entretenimento prevalece nos temas, ao mesmo tempo em que a possibilidade de deixar sua marca no site pode ser entendida como diversão pelas crianças. No entanto, para postar é necessário ser cadastrado no site, tanto que há uma chamada no canto da página para esse cadastro, que como link remete à página de registro.

Como já mencionamos a interação, cabe ressaltar que ela ocorre entre usuários, já que se pode comentar e responder os comentários publicados, e com a máquina porque é a partir do contato com as ferramentas que a criança pode escrever e postar seu comentário. O ícone da seção revela essas formas interativas: balão de diálogo com as aspas e a mãozinha do mouse, representando um clique. Além disso, a criança também pode sugerir um tema para debate no mural que será avaliado pelos responsáveis pelo site. Percebe-se uma participação

expressiva dos usuários, já que há temas com mais de mil postagens, como o sobre amigos virtuais.

Tendo em vista que o texto dos comentários é escrito pelos usuários, a linguagem permeia o vocabulário infantil e o “Internetês”, já que utilizam simplificações e gírias próprias da rede. Aliado a isso, o grau de personalização da seção é visualizado a partir da disponibilização do nome e avatar (personagem) que representa o kid no site, ao lado de cada comentário, além do acesso aos “meus comentários” em um link. Este também é possível para as postagens mais comentadas e para os últimos comentários, sendo importante ressaltar que a atualização da seção vai depender da participação infantil. Em relação à apresentação visual, os elementos imagéticos são o ícone da seção e os avatares dos usuários. A delimitação respeita a estrutura da homepage e apresenta dois quadros com os links (palavras-chave) para os conteúdos da seção.

A privacidade e a segurança dos usuários, enquanto preocupação de um site para crianças, estão presentes, visto que eles podem denunciar qualquer kid que esteja prejudicando ou esteja mal intencionado com o site.

“Bate-papo”



Figura 50: Bate-papo

É uma seção restrita para os kids cadastrados e logados. Como possibilita a interação entre os usuários, traz como ícone balões de diálogos. Esse espaço também reforça a preocupação do site com a privacidade e segurança das crianças, visto que traz um texto explicativo com dicas de conduta para o usuário em um bate-papo. Como não é possível o acesso a esse espaço, não se pode verificar como a interface funciona, assim como as ferramentas interativas disponíveis. A critério de inferência, pode-se dizer que esse espaço é utilizado, majoritariamente, para o entretenimento.

“Enquetes”



Figura 51: Enquetes

Também é uma seção que prescinde da participação dos usuários. A interação ocorre pela possibilidade de votar em perguntas já explicitadas pelo site, mesmo não sendo cadastrado nele. No entanto, para sugerir enquetes é preciso se cadastrar. Em caso de sugestão de enquete publicada, aparece o nome e a figura do avatar, o que garante a personalização. O usuário também tem acesso às dez enquetes divididas por ano e últimos 30 dias, o que denota a atualização. Como também é possível ver a lista de enquetes já publicadas, há um caráter de memória. O acesso às enquetes se dá pelo link feito nas perguntas, ao mesmo tempo em que o usuário pode saber quantos votos já foram computados para aquela questão.

Em meio à diversidade de assuntos abordados nas enquetes, verifica-se que a grande maioria versa sobre os gostos infantis e ações relacionadas a assuntos do momento, como lançamento de filmes ou datas comemorativas, o que caracteriza a seção com conteúdo de entretenimento. Na apresentação visual, a seção conta apenas com as três enquetes mais atuais e suas alternativas, além de um quadro para acessar outras enquetes. Não há imagens ou ilustrações para as questões, havendo apenas o ícone da seção, que se diferencia do menu, sendo que neste é uma lousa, e na página é uma interrogação. Tal fato pode ser considerado como um erro de metáfora do site. O aspecto visual ainda acompanha a estrutura da homepage, como as seções anteriores.

“Quiz”



Figura 52: Quiz

Mantendo a estrutura visual da homepage, a seção apresenta como diferencial as questões sobre temáticas diversas em meio a texto verbal e cores. Imagens aparecem apenas no ícone, que assim como o caso da seção anterior, difere-se do menu e na apresentação da seção. O primeiro comporta interrogações; e o segundo também remete à proposta por meio de uma interrogação e as possibilidades de respostas: acertos e erros.

Além do “quiz” principal na página inicial, há um quadro com o tema dos últimos, com a data de publicação, sendo que a palavra-tema funciona como hipertexto para as questões. Há ainda um menu superior com o Top 10, indicando os “quiz” mais votados. Como indicam a data de publicação, observamos o caráter de atualização, sendo que parte dele depende da participação dos usuários. No entanto, ao que se refere ao abastecimento com novas questões, verificamos que há alguns meses sem publicação, o que cria uma lacuna de mais ou menos três meses sem novos “quiz”.

A respeito da participação dos usuários, há grande número de respostas em muitas questões, como no “quiz” do homem-aranha, com mais de 4.700 votos. Embora seja uma interação reativa, já que as perguntas e as respostas estão pré-definidas, os usuários podem se sentir à vontade com essa forma de participação que contribui com um conteúdo informativo, abordando temáticas como alimentação, eleição; e também de entretenimento infantil, com desenhos e filmes.

“Cards”



Figura 53: Cards

A seção proporciona a escolha de cartões coloridos e, em alguns casos, animados para serem enviados. Como é possível escrever uma mensagem e escolher um tema de fundo para o card, há uma personalização, assim como o usuário também pode sugerir temas e desenhos para cards. Entretanto, esse envio é permitido apenas para os kids cadastrados. Ao estimular essa participação, o site mais uma vez denota a preocupação com a segurança das crianças, já que há um texto explicativo, em linguagem verbal acessível para os usuários, solicitando a ciência dos pais para o envio de material à seção.

A página se estrutura em meio à homepage, trazendo os cards separados por temas, sendo que o usuário visualiza o exemplo de um em cada tema, que ainda é caracterizado por ícones, por exemplo trevo de quatro folhas para cards de boa sorte. Há ainda a possibilidade de se conhecer os cards mais enviados. Cabe ressaltar que a falha metafórica no ícone que representa a seção na página e no menu do site se repete nesta seção, sendo um envelope no menu e postais na seção. Quanto ao conteúdo, sua proposta interativa entre usuários versa sobre o entretenimento.

“Brindes”



Figura 54: Brindes

Com características semelhantes à seção anterior, esta oferece brindes, papel de parede e protetor de tela, aos usuários com imagens do “Radarkids”, assim possibilita a personalização. A interação ainda se faz presente porque o usuário pode escolher o tamanho da imagem que quer salvar. De forma direta e simples, a seção oferece explicações de como salvar a imagem e, assim, poder utilizá-la. Como são imagens, a seção é predominantemente visual, destacando-se as cores e os quadros que delimitam os brindes. O ícone da página também se difere do menu, sendo neste uma girafa, que pode criar dubiedades sobre o que representa; e uma caixa de presente junto ao nome da seção, que já se relaciona com a proposta da mesma. Desse modo, percebemos que há diferenças nítidas nesses dois ícones, o que, ao contrário dos demais, pode acarretar mais confusões metafóricas aos usuários.

“Agenda”



Figura 55: Agenda

Tendo como ícone uma agenda, essa seção remete a um site de um parceiro do “Radarkids”, o “Pé pra fora”, que disponibiliza informações sobre eventos culturais e locais para os usuários passearem, além de prestação de serviços, ao informar o tempo nas capitais brasileiras. Como se refere ao eixo Rio-São Paulo, a programação segmenta e personaliza o público. No entanto, por se tratar de um site externo não nos ateremos à análise de seus elementos.

“Radar Kids”

Ao se autodefinir como colaborativo, interativo e seguro, percebemos a proposta do site, sendo que essa se confirma ao longo da navegação em suas seções. Há possibilidades interativas para a criança participar do site em muitos momentos, sugerindo, opinando e até estabelecendo uma rede de relacionamentos. Porém, essas possibilidades se restringem, majoritariamente, aos usuários cadastrados no site. O espaço virtual particular criado para os usuários permeia o interesse infantil, uma vez que possibilita que ele tenha e registre sua vida virtual em um ambiente, além de poder utilizá-lo em seu cotidiano. Devido a essas oportunidades aos kids, o site garante a personalização de muitos conteúdos para os mesmos, sendo importante destacar a identidade dessa criança no site a partir de um avatar. Isso corrobora com a indicação de Wimpsett (1998) da importância de se ter personagens em sites infantis.

Como a estrutura da homepage se mantém ao longo das seções, há maior identidade visual no site, visto que o usuário tem em mãos a possibilidade de acessar o menu principal a todo momento, ao passo que os nomes das seções e até mesmo do próprio site são links para as páginas. Referente à apresentação visual, predominam-se as cores em detrimento de imagens, sendo que essas aparecem apenas em seções em que são oferecidas aos usuários como brindes ou em jogos. Pode-se considerar que, mesmo havendo diferenciação entre o ícone do menu e das seções, as metáforas estabelecem uma relação de fidelidade com o conteúdo proposto, com exceção da “Brindes”. No entanto, o site não está isento de gerar dubiedades, mesmo sem contradizer ícone e conteúdo.

Considerando o conteúdo do site, encontramos as quatro categorias. A publicidade é uma marca do site, já que apresenta faixas animadas como link para uma loja virtual infantil, que podem desviar a atenção para o conteúdo central da página. O serviço ocorre na recomendação e nas dicas de programação e produtos culturais para a infância. Como preferência infantil, entre as “nossas crianças”, o entretenimento prevalece em meio às

possibilidades interativas, de jogar, comunicar-se e personalizar produtos. Já a informação conta com uma seção específica para esse fim, a “Notícias”. Embora abranja uma diversidade temática, que se relaciona com o cotidiano infantil, especialmente ao trazer curiosidades, ela não atende satisfatoriamente ao que uma mídia infantil poderia explorar no que se refere a conteúdos informativos sobre a realidade.

Para findar essas linhas gerais sobre o “Radarkids”, apontamos sua preocupação com a segurança e a privacidade dos usuários, mesmo permitindo as escolhas infantis, uma vez que apresenta textos explicativos para esclarecer as formas de participação e de uso do site e sanar dúvidas de navegação. Trazer o usuário como parceiro para “denunciar” um kid, de certo modo, garante que o site tomará providências, ao mesmo tempo em que solicita a presença dos pais, a fim de que estejam cientes da relação do filho com os conteúdos do site.

5.4 Considerações sobre os sites infantis

Tendo em vista que as crianças na pesquisa realizada apontam como preferências a diversão e a interação on-line, podemos afirmar que, de certa forma, os sites analisados contemplam tais expectativas. Ao apresentarem uma diversidade temática que permeia o universo infantil, como jogos, dicas escolares, brindes e curiosidades, os sites respondem a uma necessidade dos usuários, que devido a informações dos próprios sites visitam-nos constantemente.

Ao mesmo tempo, a identificação dos usuários com tais sites é possível pelo estímulo à participação, no que se refere a envio de comentários e, até mesmo, de textos, como ocorre no “Mingau Digital”, e pela representação, com os kids e seus avatares no “Radarkids”. Nesse sentido, a criança tem a sua disposição ferramentas para se sentir parte do site, ao passo em que este também oferece materiais para serem impressos, personalizados e indicados para amigos. Observa-se, então, que os usuários estabelecem tanto interações reativas quanto mútuas nos sites.

Além das propostas interativas, os sites podem conquistar seus usuários pela apresentação visual, uma vez que valorizam as cores. As imagens são prioridades em ícones que acompanham as seções e as subseções, estabelecendo uma relação ilustrativa com as propostas. No entanto, especialmente no “Mingau Digital”, evidenciamos que a confiabilidade em metáforas não é tão eficiente. Além disso, esse site não possui um menu estruturado na homepage, o que pode dificultar de certo modo a navegação, e também comporta muitos links textuais em cores diferentes para inter-relacionar seus conteúdos. Por outro lado, o “UOL

Crianças” estabelece vínculos com sites externos, sendo que algumas seções são a ponte para esses conteúdos, não abrigando informações mais específicas.

Enquanto mídias digitais, além da interação, da personalização e da hipertextualidade, os sites também demonstram, em diferentes níveis e seções, sua atualização, a memória e a multimídia, sendo que esta é mais evidente no “UOL Crianças”. Como este site também abriga blogs, nesses ambientes é possível mensurar os intervalos de publicação. Enquanto no “Radarkids”, observa-se a atualização presente em muitos espaços, já que se indicam datas, além de listas com os mais e últimos comentados e recomendados. Devido à possibilidade de acessar materiais já publicados neste site, a memória é outra característica presente com mais ênfase do que nos demais.

A respeito de serem uma mídia infantil, embora tenham como audiência tal público, os sites apresentam, em alguns momentos, uma interlocução com o público adulto, em especial com os pais. Nesse sentido, denota-se a preocupação com a segurança e a privacidade dos usuários, já que os sites solicitam a presença e, em alguns casos, a intervenção dos pais. Além disso, o “Mingau Digital” direciona conteúdos a esse público de forma a integrá-la em sua proposta de informação e entretenimento. Como é preciso que as crianças se cadastrem ou preencham formulários para interagir em algumas seções dos sites, principalmente o cuidado com o nome e o endereço do e-mail deve ser preocupação central. Observamos que os sites têm seus termos de uso, que a princípio podem garantir a privacidade infantil.

Em relação aos conteúdos, a prioridade é o entretenimento, aliado à informação e ao serviço, uma vez que estabelecem em seus textos muitas relações com outras mídias infantis. Cabe destacar que muitos conteúdos atuam na proposta de ensinar algo via diversão, como em testes e alguns jogos. Dessa forma, os sites aliam o lúdico ao processo de ensino-aprendizagem das crianças. Ao se reportar a elas, os textos verbais criam interlocuições, a partir de verbos no imperativo, frases interrogativas e o uso do pronome “você”.

Considera-se, dessa forma, que os sites atendem de certo modo às expectativas infantis, uma vez que encontramos alguns espaços que podem ser melhor aproveitados ou alterados para se articular com o ideal de um site infantil, conforme os indicativos de Wimpsett (1998). Como tais sites não aparecem na navegação de “nossas crianças”, não é possível mensurar efetivamente se eles as agradam, no entanto, ao oferecerem propostas interativas e de entretenimento em meio a uma diversidade de conteúdos, eles são uma mídia digital infantil que se articula à nova geração.

Diante dessa investigação, na qual conhecemos e reconhecemos mecanismos e ferramentas eficazes em um site infantil, somada às expectativas de “nossas crianças”,

construímos um panorama das possibilidades que o webjornalismo pode abrigar de forma a cumprir nosso objetivo de fornecer informações factuais para o público infantil, sem negligenciar o que ela espera e já encontra na mídia digital. O próximo capítulo é o resultado dessas intersecções com a construção e a verificação de eficiência do webjornal infantil experimental.



Capítulo 6 – Webjornal infantil experimental

“E lembre-se: seu site pode ser apenas um belo ensaio de uma promissora semente para o futuro” (MOURA, 2002, p. 106)

Ao longo deste trabalho, articulamos a proposta de um webjornal infantil com o cenário da sociedade atual, em especial com as crianças da infância digital, a fim de construir um produto midiático condizente com as características e interesses de sua audiência, sem negligenciar sua participação enquanto usuária interativa de mídia. “Enxergar as crianças como receptoras passivas do poder da mídia nos coloca em conflito com as fantasias que elas escolheram e, portanto, com as próprias crianças. Enxergá-las como usuárias ativas permite que trabalhem com o entretenimento que as ajude a crescer” (JONES, 2004, p. 20). Além disso, consideramos os usos e contribuições da mídia para o público infantil.

As razões pelas quais as crianças usam a mídia, o que cada criança, em sua singularidade ganha com os programas, os livros, os jogos eletrônicos, os chats na Internet, etc., dependem de suas necessidades, intenções, experiência própria, filiação grupal, idade, gênero, etnicidade, estilo de vida, origem sociocultural, contexto de vida e da situação específica de recepção. Nesse contexto, o indivíduo constrói o sentido e o significado dos conteúdos da mídia, da mesma maneira como o faz com todas as outras atividades e contatos sociais, ao tentar se orientar no ambiente, organizar sua vida e encontrar para si um lugar e uma identidade aceitáveis por meio desse processo de negociação (BUCHOT; FEILITZEN, 2002, p. 80).

Tendo em vista esses apontamentos, reconhecemos o potencial de uma mídia infantil para seu público, concomitantemente à atuação das crianças nessa mídia, de forma participativa. Devido a isso, contar com a participação de um grupo de crianças, conforme relatado no capítulo 4, fornece os subsídios para se construir um webjornal afinado com algumas particularidades dessa Geração Net. Além disso, a análise de sites infantis, a partir dos guidelines de Wimpsett (1998), suscitou observações sobre as ferramentas da mídia infantil digital, ao passo em que nos apropriamos e adaptamos alguns aspectos em nossa construção.

Em linhas gerais, *O Jornalismo para Crianças*, nome inicial de nosso webjornal, propõe-se a ser um site de notícias para a criança aprender, divertir-se e deixar seu recado. E, enquanto uma proposta experimental, encontra-se aberta às críticas, especialmente daqueles a quem se destina, uma vez que “nós usamos pouco as falas das crianças e menos ainda as críticas das crianças” (DEMARTINI, 2002, p. 10).

6.1 Processo de construção

A caráter inicial, cabe pontuar que na construção do webjornal seguimos os guidelines de Wimpsett (1998), sendo, então, necessário retomá-los e elucidá-los conforme nossa proposta.

- a) **Conhecer sua audiência:** a partir da pesquisa-ação realizada com um grupo de crianças, conforme exposto no capítulo 4, estabelecemos um perfil de nossa audiência, antes de iniciarmos a construção do webjornal.
- b) **Incluir interação:** como as crianças apontaram, a interação é um dos elementos que buscam na mídia, já que grande parte dos programas nos quais navegam têm possibilidades interativas. Nesse sentido, o webjornal visa incluir elementos interativos ao mesmo tempo em que pretende uma interação informativa. Tais elementos serão apresentados junto à linha editorial e apresentação visual do webjornal.
- c) **Ter cuidado com as informações particulares:** como lidamos com o público infantil, nosso webjornal estabelece políticas de privacidade a fim de garantir segurança aos nossos usuários.
- d) **Testar com crianças:** como contamos e valorizamos a participação das crianças, retomamos a pesquisa-ação para que elas possam verificar a eficiência do webjornal, concretizando a última etapa de nosso trabalho.
- e) **Usar personagens:** já que pretendemos agradar a nossos usuários, aliamos em nossa proposta jornalística personagens que remetem às seções do webjornal, além de interagirem com os usuários.
- f) **Não ter defeitos:** cuidadosamente, definimos os elementos e as ferramentas do webjornal de forma que sua apresentação e navegação visem à usabilidade. No entanto, a inexistência de erros não está validada, visto que o teste com as crianças pode contribuir para essa validação.
- g) **Não confiar em metáforas:** pensando na usabilidade, construímos ícones para o webjornal de forma a representar e identificar seu conteúdo, além de disponibilizar ferramentas que facilitem a navegação. Entretanto, o teste com as crianças pode apontar a eficiência desses elementos.

- h) Não negligenciar seu conteúdo:** tendo em vista a proposta jornalística do webjornal, consideramos a importância de se levar informações factuais para o público infantil. Dessa forma, a atualização é um dos pontos presente.
- i) Não começar se não gosta de crianças:** como se articula com pesquisas anteriores, este trabalho denota a afinidade com a problemática da infância e mídia. Além disso, a relação próxima e subjetiva com as crianças é evidenciada ao longo do trabalho.
- j) Não se esquecer de verificar outros materiais para crianças:** o capítulo 5 mostra efetivamente a exploração de parte do universo infantil midiático, a partir da análise de sites.

As considerações apresentadas acima evidenciam que a construção do webjornal percorre os dez guidelines da elaboração de um bom site infantil. Além disso, tendo como foco seus usuários, consideramos a afirmação de Nielsen e Tahir (2002) de que eles são orientados por metas em sua navegação em determinado site, uma vez que “só se importam com o modo eficiente com que o site está atendendo a seus objetivos específicos relacionados à visita do dia” (NIELSEN; TAHIR, 2002, p. 03). Como já sabemos que as crianças buscam diversão e interação na mídia digital, tais características norteiam a definição editorial e da apresentação visual do webjornal.

6.1.1 Linha editorial

No webjornalismo, conforme aponta Canavilhas (2007), o conteúdo deve ser elaborado, considerando as características do meio, ou seja, da Internet. Dessa forma, a prática jornalística, de veicular informações⁴², estaria aliada, principalmente, à interação, à hipertextualidade, à multimidialidade, à atualização e à memória. Na proposta do webjornalismo infantil experimental, esses elementos circundam sua construção, de forma a trazer notícias sobre acontecimentos da atualidade ao público infantil, fato que é reconhecido por “nossas crianças”, visto que aproximadamente 50% do grupo assinalaram que os acontecimentos diários fariam parte de um webjornal construído por elas.

Ao definir o conteúdo a ser veiculado, é importante frisar quem é, especificamente, a audiência almejada. Já apontamos que consideramos crianças quem tem até 12 anos de idade incompletos (BRASIL, 1991), porém o webjornal não visa atingir do zero aos 12 anos, uma

⁴² Segundo Sousa (2006, p. 107), definir o jornalismo não é uma tarefa fácil, mas sua prática corresponde à divulgação mediada, periódica, organizada e hierarquizada de informações com interesse para o público.

vez que estaríamos lidando com um grupo com diferentes formações cognitivas e níveis de desenvolvimento. Nesse sentido, assim como adotamos o grupo da pesquisa-ação embasados na teoria de Piaget (1967) e nos apontamentos de Postman (1999) e Sampaio (2004), o webjornal tem como público-alvo crianças de 10 a 12 anos.

Como a mídia proposta é um jornal, deve-se considerar também a linguagem, conforme aponta Bortoliero (2006), seguindo os desafios para o século XXI, apresentados por Káplun. “É importante ter a disposição todas as ferramentas tecnológicas que se constituem em ferramentas de aprendizagem, mas a linguagem continua a ser, matéria prima para a construção do pensamento e essencial para o desenvolvimento intelectual” (BORTOLIERO, 2006, p. 88). Nessa linha, o webjornal ao definir suas seções e conteúdos preocupa-se em satisfazer seu público com uma linguagem, verbal e visual, acessível, sem ignorar as características do meio digital. Para elucidar a proposta de cada seção, apresentamos de forma sucinta os conteúdos de forma projetiva a fim de que, em seguida, possamos relacioná-los com o material veiculado no webjornal.

- a) **Educação:** essa seção noticiosa visa reportar informações sobre a temática educativa, elencando as problemáticas educacionais e o universo escolar. A partir de reportagens, pretende-se levantar tais questões, acompanhadas de links e imagens de forma a elevar o nível informativo e elucidar a seção. Enquetes, fóruns e comentários podem permear seu conteúdo editorial.
- b) **Ciência:** ao abordar temas do universo científico, essa seção pretende apontar curiosidades e inovações em matérias jornalísticas, que podem ser comentadas pelos usuários interativos. Links e imagens também complementam a seção, assim como enquetes e/ou fóruns.
- c) **Esportes:** as novidades e as notícias do mundo do esporte são o foco dessa seção. Com imagens e possíveis links, o usuário interativo entra em contato com esse universo que garante o entretenimento da maioria dos brasileiros. Como possibilidades interativas, conta com comentários, enquetes e/ou fóruns.
- d) **Atualidades:** os acontecimentos que cercam a realidade brasileira e mundial são o norte dessa seção informativa. Temas de grande repercussão estarão presentes, com imagens, links com informações complementares, além de incluir o usuário interativo por meio de enquetes, fóruns e comentários às matérias.
- e) **Minha Cidade:** pensando na segmentação do público infantil e no *locus* da pesquisa, o cotidiano bauruense é retratado nessa seção a partir de aspectos relevantes para e

sobre a cidade. Assim como as demais seções de notícias, essa abriga fóruns, enquetes e/ou comentários, imagens e links.

- f) **Jornalista Mirim:** essa seção é o espaço participativo para as crianças se tornarem jornalistas do webjornal, a partir da possibilidade de enviar matérias e fotos, inserindo-se na elaboração coletiva do site. A partir de um cadastro, o usuário interativo torna-se um jornalista colaborador do webjornal.
- g) **Espaço Criança:** como o nome da seção indica, ela permite à criança encontrar um espaço só seu, permeado de possibilidades interativas com o site e com outros usuários interativos, como criar perfil, avatares, grupos, blogs, rede de amigos e trocar mensagens. Visando favorecer a interação no e com o webjornal, essa seção pretende ser a porta de entrada para a identificação da criança.
- h) **Nosso site:** essa seção é a apresentação do webjornal, de seus criadores e de suas políticas editoriais para os usuários infantis, pais e professores. Além disso, remete aos links dos produtos digitais vinculados a nossa proposta: o blog *Jornalismo para Crianças* e o perfil *Tia Mayra Ferreira* no Orkut.

A partir dos apontamentos sobre o conteúdo proposto em cada uma das oito seções do *Jornalismo para Crianças*, cabe ressaltar que adotamos a estrutura tradicional de editorias da grande maioria dos veículos de comunicação: educação, esporte, ciência, local/região (que se articula com o *Minha Cidade*) e nacional/internacional (que são representados em *Atualidades*). O *Nosso site* se refere ao link “quem somos” dos sites, além de ser uma particularidade que as crianças indicaram, especialmente nos desenhos, que não pode faltar em um site. Ao mesmo tempo, as novas seções (*Espaço Criança* e *Jornalista Mirim*) articulam-se com a promoção de participação infantil, que é um dos nortes do webjornal. Cabe ressaltar que o nome *Espaço Criança* é uma sugestão de um dos desenhos das crianças (ver figura 13, p. 123)

Em relação aos textos propostos, enquanto matérias jornalísticas, a linguagem adotada visa reportar determinado acontecimento de repercussão nas demais mídias, de forma simples e clara para o público, sem a utilização de um vocabulário específico. Ao mesmo tempo, inserimos possibilidades de diálogo com o usuário leitor, assim como ocorre nos textos e chamadas nos sites analisados anteriormente, por meio de verbos no imperativo e frases interrogativas. Tal política editorial fica evidenciada quando elucidamos a criação do webjornal.

Como fonte de consulta para a elaboração das matérias jornalísticas, selecionamos as revistas de grande circulação no País (*Veja*, *Istoé*, *Revista da Semana* e *Época*); sites de jornais on-line, como *FolhaOnline* e *Estadão.com.br*; portais de notícias, como *UOL* e *Terra*; e, sites relacionados à temática da notícia. Sobre a seleção das matérias, consideramos assuntos, referentes a cada seção, que estavam em repercussão na mídia na época da veiculação do webjornal⁴³, a fim de constituir um panorama de algumas temáticas relevantes dentro de cada editoria. Aliado ao texto verbal dessas notícias, destacamos fotos, vídeos e hipertextos para completar o contexto noticioso.

Devido ao caráter experimental desse webjornal, as matérias não foram atualizadas em tempo real, sendo elaboradas e postadas dentro do limite de até uma semana antes da veiculação do site para o teste de eficiência com o grupo de crianças. No entanto, houve a preocupação de reportar os dados mais atuais dos assuntos dentro dessa perspectiva. Em relação à característica de memória, ressaltamos que as matérias não saem do ar, formando um banco de notícias da editoria. A interação, como já elencada na descrição das seções, comporta os comentários às notícias, os fóruns e enquetes, além de permear a proposta das seções *Espaço Criança* e *Jornalista Mirim*.

Enquanto política editorial do site, vale assinalar a preocupação com as informações pessoais de crianças, sendo que na conta pessoal das crianças no *Espaço Criança* há solicitação apenas do e-mail e no perfil não se solicita dados pessoais, já que priorizamos o intercâmbio de informações entre os usuários nesse espaço do site. Além disso, qualquer comentário às matérias ou notícias a serem enviadas para publicação passam antes pela nossa validação, enquanto administradores do webjornal. Dessa forma, visamos à segurança do que será veiculado a fim de preservar a infância.

6.1.2 Definição dos elementos visuais

Tendo em vista as características editoriais do site, a etapa seguinte foi a definição dos elementos visuais para garantir a atratividade do webjornal para o público infantil. Considerando os resultados das análises dos sites, que priorizam cores e imagens, e também dos desenhos das crianças, elaboramos personagens para caracterizar as seções do site. O design dos personagens foi inspirado nos bonecos *Buddy Poke*, que são os avatares do Orkut, uma vez que tal site pertence à realidade e navegação infantis como verificado anteriormente,

⁴³ A veiculação do webjornal foi inicialmente prevista para dezembro de 2008, no entanto, devido a problemas de infraestrutura para colocar o site no ar, foi necessária uma nova programação de todo o webjornal. Dessa forma, a versão experimental do webjornal entrou no ar em junho de 2009.

ao mesmo tempo eles guardam semelhança com os traços dos mangás (revistas de origem japonesa com histórias em quadrinhos), que também fazem parte do universo infantil na faixa etária de nosso público-alvo. Além disso, para cada editoria foi pensado um personagem que estivesse vinculado àquele tema, por exemplo a personagem de educação com o giz na mão.



Figura 56: Personagens do webjornal: *Minha Cidade*, *Educação*, *Atualidades*, *Ciência* e *Esportes* (de cima pra baixo, da esquerda pra direita)

Somado a esses personagens por editoria, um casal jornalista foi confeccionado para representar o *Jornalista Mirim*. Como as crianças fizeram referência à prática jornalística de entrevistar pessoas, tais personagens estão acompanhados de elementos do jornalismo (microfone, bloco de notas, caneta), utilizando a indicação da figura 14 (p. 123) com uma possível mascote para o webjornal.



Figura 57: Casal jornalista

Para ilustrar o *Espaço Criança*, pensamos em um personagem infantil para promover a identificação do usuário interativo com esse espaço.

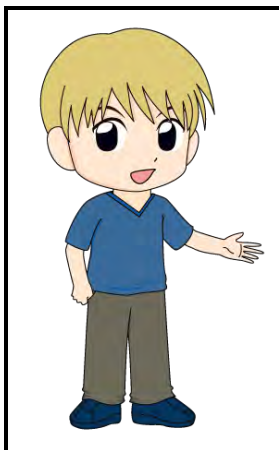


Figura 58: Personagem *Espaço Criança*

Aliada aos personagens, foi proposta a criação de ícones para ilustrar as seções, de forma a validar a metáfora entre o tema e a imagem, além de propormos ícones de elementos da prática jornalística para fidelizar a ideia da seção *Jornalista Mirim*.



Figura 59: Ícones para as seções e da prática jornalística

Com a finalidade de estabelecer o vínculo com a equipe de produção do site, foi elaborada uma caricatura da pesquisadora, que de certa forma também atende à indicação de umas das crianças na pesquisa de que no novo site deveria haver fotos, inclusive da pesquisadora. Tal ilustração foi pensada como parte integrante da seção *Nosso site*.

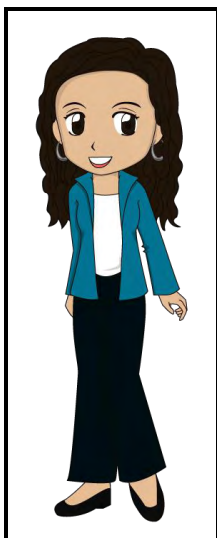


Figura 60: Ilustração da pesquisadora

A proposta do logo do nome do site, *Jornalismo para Crianças*, com os rostos de personagens nas letras “o” surge do desenho infantil, retratado na figura 13 (ver página 123).



Figura 61: Logo do webjornal

Outra particularidade visual a qual detivemos atenção, dentro das possibilidades oferecidas pela plataforma na qual construímos o site, foram as cores. Para identificar as seções, utilizamos uma tarja com as cores primárias (azul, vermelho, verde e amarelo), que também são as cores do logo do *Google*, site muito familiar às crianças, como já pontuamos ao longo da pesquisa. Além disso, ao passar o mouse sobre as seções, elas adquirem a cor da tarja, destacando-se das demais.

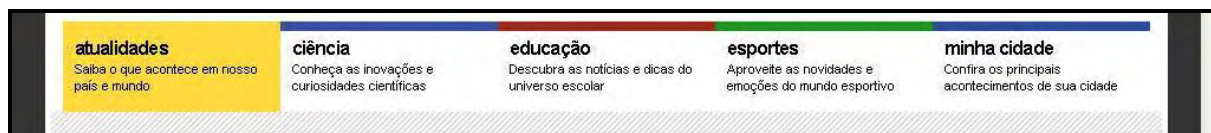


Figura 62: Menu das seções

Frente aos apontamentos das características gerais do webjornal experimental, cabe relatar o processo de construção do mesmo, tendo em vista sua proposta informativa e interativa e não de perfeita programação técnica e visual.

6.1.3 Relato da criação

O ponto de partida adotado, a partir dos resultados obtidos em nossa pesquisa-ação e análises, foi a elaboração de um desenho com o protótipo das páginas do webjornal conforme as seções já definidas (Apêndice K). No entanto, ao longo do processo de construção, as ideias iniciais foram reconfiguradas devido à infraestrutura à disposição para o site, assim como o tempo hábil para a finalização da pesquisa.

O webjornal experimental *Jornalismo para Crianças* foi construído na plataforma *Wordpress*, que oferece Open Source, documentação completa, frequentes atualizações e correção de bugs e milhares de temas disponíveis e plugins. Para atender às características editoriais de textos curtos, uso de fotos e integração de vídeos e áudios, escolhemos o *Arthemisia Premium* como base para o design do site. Entretanto não nos deteremos em suas vantagens de programação, visto este não ser o foco central do trabalho.



Figura 63: Layout do *Arthemisia Premium*

Diante da escolha do layout, considerando as características de usabilidade⁴⁴, adicionamos os ícones e as seções propostas pelo webjornal *Jornalismo para Crianças*.

⁴⁴ Entendemos usabilidade como a eficiência de um site para o seu usuário, como aponta Ferrari (2006, p. 60), “usabilidade é o conjunto de características de um produto que definem seu grau de interação com o usuário”, ou seja, é a forma como ele vai encontrar as informações a fim de atender à necessidade buscada na navegação de determinado site. Pinho (2003, p. 142) completa elencando os valores e aspectos funcionais da usabilidade: navegação, interatividade, estruturação das páginas, uso correto da tecnologia e estudo da audiência e comportamento do internauta.



Figura 64: Primeiro layout do *Jornalismo para Crianças*

Considerando a proposta de Nielsen e Tahir (2002) para sites de alto grau de usabilidade, criamos o mecanismo de busca apenas com a janela e a lupa, uma vez que os autores afirmam que não há necessidade de escrever “pesquisa” ou “clique aqui”. Na homepage, estabelecemos os links para as seções editoriais e demais seções interativas. Cabe ressaltar que modificamos o layout inicial da home, retirando os ícones das seções, porque consideramos que os mesmos estavam exercendo um papel meramente figurativo. Não houve, no entanto, no tempo cabível para a execução do projeto, a possibilidade de pensarmos em alternativas para o uso dos ícones em outras páginas do webjornal, o que, de antemão, consideramos uma perda para nossa proposta.



Figura 65: Homepage

Ao clicar em alguma chamada ou destaque de matéria na homepage, o usuário será direcionado à mesma e não à seção em primeira instância. Tal estrutura de navegação é um

dos indicativos de usabilidade para Nielsen e Tahir (2002). Porém, ao clicar no menu das seções, o usuário entra na página inicial da seção escolhida. Nessas páginas, em todas as editoriais, respeitamos a mesma organização da informação, com os personagens e as manchetes de todas as matérias daquela seção, além de mantermos em um menu à direita os destaques das demais. Ao mesmo tempo, no cabeçalho do site, permanecem os links para os outros espaços e o retorno à homepage.

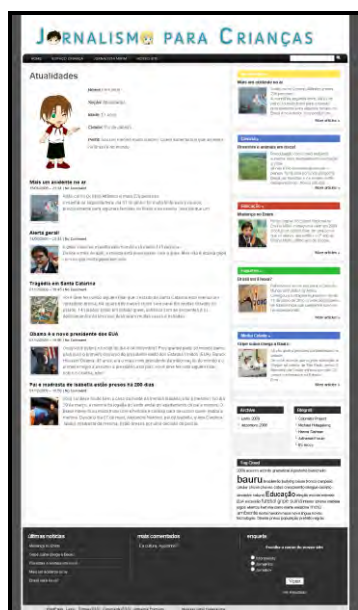


Figura 66: Exemplo de seção – página inicial

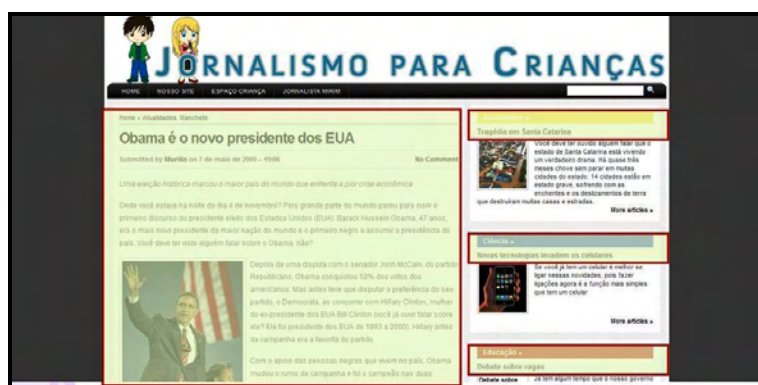


Figura 67: Seção de notícias e destaque das demais seções

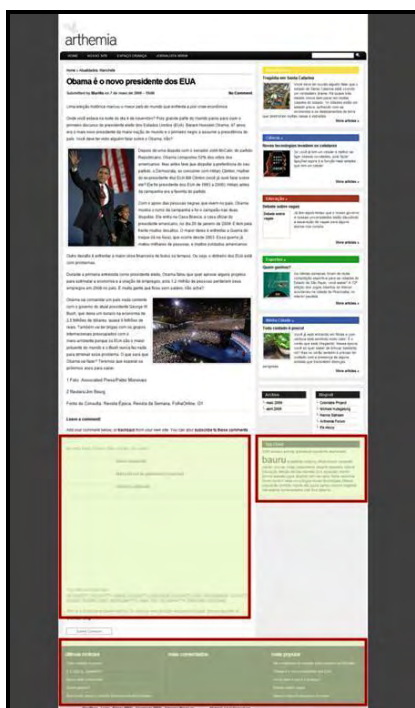


Figura 68: Espaço para comentários, tags e rodapé (com últimas notícias, mais comentadas e mais populares)

Nessas seções, alguns comentários devem ser sinalizados. Cada personagem que representa uma seção editorial apresenta um perfil para que haja identificação do usuário interativo com aquele espaço de notícias. Além disso, em algumas matérias, os personagens aparecem ao final para incitar a participação (enquetes e comentários) ou reflexão da criança para o assunto reportado. Para completar o conteúdo informativo textual, fotos aparecem para ilustrar a matéria, da mesma forma que alguns vídeos.

Lembramos que, ao adotarmos o webjornalismo como nomenclatura para nossa proposta de site jornalístico, é necessário que o material seja construído para a Internet e não relacionado a outras mídias. Dessa forma, para muitos dos textos, tivemos dificuldade em encontrar materiais multimidiáticos que atendessem a essa proposta, ao mesmo tempo em que nos preocupamos em não sobrecarregar as páginas e o site como um todo devido aos problemas de infraestrutura no que se refere à conexão à rede. Nesse sentido, reconhecemos que as sugestões multimidiáticas ficaram aquém de nossa ideia original, ao passo que tal fato poderia prejudicar a atratividade do webjornal ao seu público.

Na produção dos textos, explicitamos ao final as fontes de consulta tanto para a elaboração da matéria quanto para o crédito da foto. Em relação à linguagem verbal, preocupamos em atender às características de um texto na Internet, como indica Moura (2002). Priorizamos frases curtas e em ordem direta, além de adotarmos o estilo de conversa com o usuário leitor e indicação de intertítulos para pausar a leitura. Para exemplificar,

reproduzimos um trecho de uma das matérias (“Nas telonas”) da seção *Minha Cidade*: “Se você gosta das aventuras da adolescente Miley, a Hannah Montana, na série da TV, não pode perder o filme da Disney”. E para elucidar o diálogo com o usuário, os personagens deixam um recado ao final das matérias, em alguns casos, incitando a participação no webjornal, como nesta matéria (“Mais um acidente no ar”) da seção *Atualidades*: “Vamos esperar as investigações terminarem para sabermos o que realmente aconteceu com o voo 447! Enquanto isso, deixe uma mensagem para os familiares das vítimas aqui no site!”.



Figura 69: Exemplo de matéria “Brasil será hexa?”, da seção *Esportes*

Ao longo dos textos também fizemos indicações hipertextuais, que ao serem seguidas abrem em uma nova janela, a fim de que o usuário não perca o contato com o webjornal. Vale ressaltar que o tema que utilizamos já possui ícones próprios para a indicação dos hipertextos.

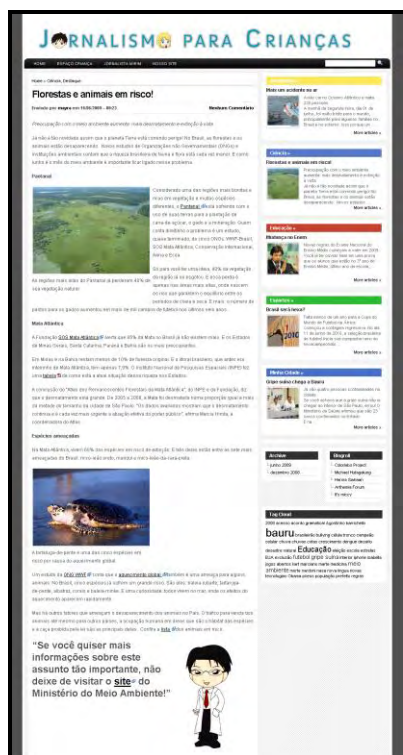


Figura 70: Indicações hipertextuais na matéria “Florestas e animais em risco”, da seção *Ciência*

Como as crianças manifestaram a importância da participação delas no site por meio de um cadastro, além de reconhecermos as possibilidades interativas dos sites que elas visitam e as agradam, construímos a seção *Espaço Criança*. A partir da interface do programa *Socialnetwork*, oferecemos aos usuários cadastrados as possibilidades de criar grupos e blogs e formar uma rede de amigos. Cabe ressaltar que não conseguimos alterar o título do programa-base e, devido a isso, não foi possível reconfigurar a página para utilizar o personagem pensado para essa seção, como mostrado na figura 58 (ver página 180).

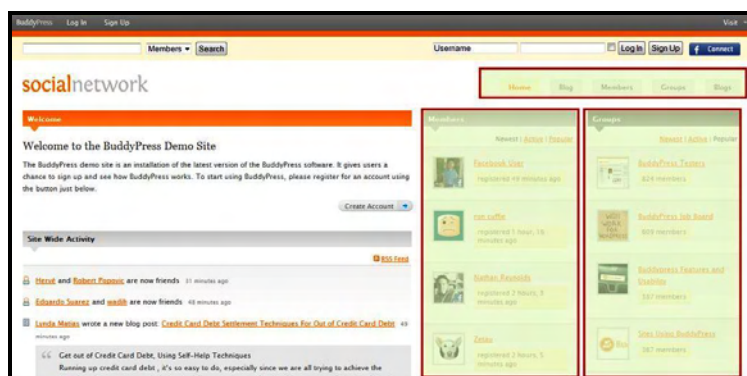


Figura 71: Interface do *Socialnetwork*: membros e grupos em destaque

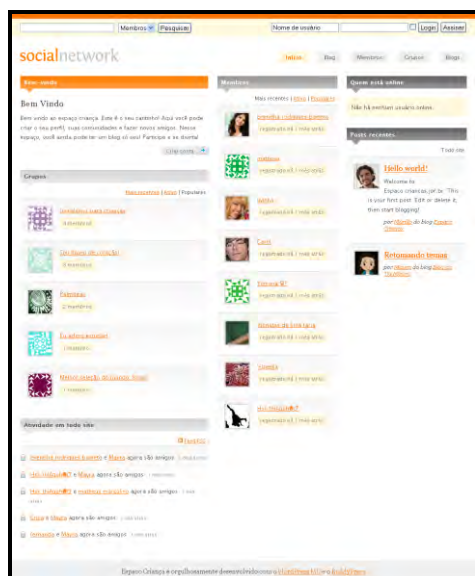


Figura 72: *Espaço Criança* – página inicial

Para dar início ao *Espaço Criança*, a equipe de produção do webjornal criou seus perfis, algumas comunidades e linkamos o perfil da pesquisadora ao blog *Jornalismo para Crianças*. Cabe ressaltar que, para abrir uma conta pessoal, solicita-se apenas o e-mail para o qual será enviado o login e a senha, que posteriormente pode ser alterada pela própria criança. Dessa forma, as informações pessoais não são divulgadas.

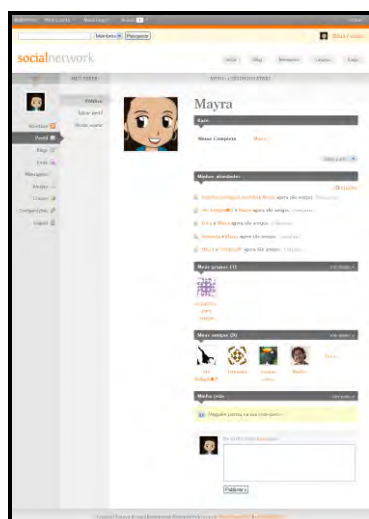


Figura 73: *Espaço Criança* – perfil Mayra

Além da interação por meio do *Espaço Criança* e comentários/enquetes relacionados às notícias, a seção *Jornalista Mirim* é a possibilidade de a criança interagir com o conteúdo, enviando um texto ou material jornalístico de sua autoria. Durante a pesquisa-ação, as crianças indicaram a importância de se sentirem parte da equipe jornalística do webjornal e, o

espaço para isso, é essa seção. Para atrair o usuário interativo para essa proposta, elaboramos uma história em quadrinhos com o casal jornalista, contando de forma breve a origem do webjornal e da seção *Jornalista Mirim*. A ideia inicial é que essa história fosse uma animação, no entanto, para evitar problemas de conexão ao sobrecarregar as páginas com um vídeo animado, optamos pela HQ em forma de slideshow, como uma apresentação. E para garantir a fidelidade com o webjornal, o menu lateral com os destaques das editorias permanece.



Figura 74: *Jornalismo Mirim* – página inicial

Para ser um jornalista mirim, a criança envia seu texto e imagem já na plataforma. Com uma interface simples, garantimos a participação integral do usuário. A validação da contribuição infantil se dará pelos administradores do webjornal, como já afirmado anteriormente.

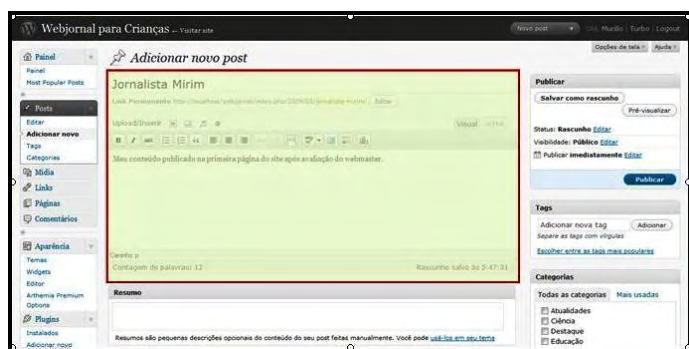


Figura 75: *Jornalista Mirim* – Conteúdo enviado pelas crianças

Com a finalidade de explicar a proposta do webjornal e garantir a identificação com a construção do mesmo, a seção *Nosso site* traz a apresentação, a equipe e as políticas do site. Embora não tenha uma interface trabalhada como as anteriores, a importância dessa seção é para o conteúdo que estabelece relações com a proposta do site e sua inter-relação com outras mídias, como o blog e o perfil no Orkut. Ao mesmo tempo, pensando na contribuição informativa do webjornal na formação das crianças, as políticas também se dirigem aos pais e aos professores, uma vez que vislumbramos essa possibilidade de diálogo com os usuários adultos nos sites infantis analisados. Em síntese, podemos afirmar que a seção é a carta de apresentação do webjornal para os interessados em sua proposta, especialmente às crianças.



Figura 76: Nosso site

A partir das indicações e exemplificações dos espaços do webjornal, há alguns apontamentos a serem feitos. Como a plataforma que utilizamos tem o inglês como língua materna, não houve a possibilidade de traduzir todos os termos para a Língua Portuguesa, o que favoreceria o webjornal. No entanto, acreditamos que, devido à familiaridade com demais sites, não há grandes problemas de compreensão do conteúdo proposto. Além disso, não foi possível alterar os tons de cinza que fazem parte da interface original, especialmente na

homepage, no rodapé e no cabeçalho do webjornal. Apostamos, que embora não sejam tão atrativas, essas cores não comprometam a visibilidade do site para as crianças.

Em relação à navegação a partir dos conteúdos disponíveis nas seções, propomos a multi-interação de Primo (2007), visto que o usuário interativo se depara com interações reativas, com as matérias e hipertextos já configurados, porém, a interação mútua se realiza a partir dos comentários, no *Espaço Criança* e na futura participação no *Jornalista Mirim*. Nesse sentido, percorremos os níveis de interatividade, elencados por Canavilhas (2007). No primeiro, oferecemos às crianças a busca pela informação a partir da navegação nas seções/editorias e pela ferramenta de busca. A navegação por meio de nós, segundo nível, estabelece-se a partir da leitura das notícias e de suas possibilidades multimidiáticas. E a participação, enquanto terceiro nível, é garantida nos comentários e nas seções cujo foco central é a criança enquanto autora de conteúdos e parte integrante do webjornal.

Face à construção experimental do *Jornalismo para Crianças* (Apêndice L - <http://www.crianças.jor.br/>), já se delineia um panorama desse produto midiático, o qual será validado com a navegação e a análise das crianças.

6.2 Verificação da eficiência

Como nossa proposta metodológica é a pesquisa-ação, o trabalho até aqui relatado não termina com a construção coletiva, mas sim com a participação dos sujeitos a fim de que eles intervenham a partir da resolução de um problema identificado, ou seja, a construção de um webjornal infantil. Nessa perspectiva, retomamos o contato com o grupo de “nossas crianças” a fim de realizar um teste de navegação no webjornal. Embora, efetivamente, elas não tenham construído o site, no que se refere à programação em si, suas ideias, interesses e expectativas obtidas ao longo da primeira etapa da pesquisa-ação permearam a elaboração da proposta do *Jornalismo para Crianças*.

Tendo em vista que na metodologia da pesquisa-ação participativa, a objetividade é relacionada com as condições de uma verificação coletiva dos participantes (THIOLLENT, 2007), julgamos cabível que o grupo de crianças, enquanto sujeitos da pesquisa, tivessem um contato inicial com o webjornal experimental a fim de validar sua proposta e demonstrar suas opiniões sobre o mesmo. Além disso, favorecer a participação dessas crianças na análise de um produto de mídia concatena-se com a Convenção da ONU sobre os Direitos das Crianças (ONU, 1989), ao passo em que permite o acesso a informações e estimula a livre-expressão infantil.

De acordo com Feilitzen (2002), a partir da participação criativa das crianças na mídia, elas tornam-se fortalecidas, porque sentem que sua voz tem valor. Nesse sentido, já que pensamos o webjornal com e para elas, “ouvir as ideias e pensamentos das crianças é crítico para nos ajudar a nos manter sintonizados com suas necessidades, seus problemas, suas preferências, suas razões, e para nos ajudar a ter ideias daquilo que é realmente de seu interesse” (BAUTISTA, 2002, p. 309).

6.2.1 Participação infantil: avaliação e resultados

Com o webjornal no ar, a etapa final da pesquisa-ação com o mesmo grupo de crianças foi realizada no laboratório da escola, conforme assinala o parecer da diretoria de ensino de Bauru (Anexo D). Para evitar contratempos, realizamos um teste de conexão e observamos que houve uma melhora na rede da escola e que seria possível acessar os conteúdos propostos, especialmente os vídeos, no site.

Para observar a relação das crianças com o *Jornalismo para Crianças*, elaboramos um questionário, uma vez que essa técnica de pesquisa seria a melhor forma de mensurar as opiniões infantis, tendo em vista o número de alunos do grupo (35 crianças), além da infraestrutura, já que o teste de navegação seria realizado em 10 computadores simultaneamente e repetido com quatro grupos de alunos. Porém, contamos também com nossa observação e conversa com as crianças, a qual ratifica as respostas dos questionários, como demonstramos em seguida.

O questionário 4 (Apêndice J) foi construído em três partes de forma a abrigar as características do webjornal e sua usabilidade para o grupo. A parte A contempla os aspectos visuais e atrativos do site; já a B, o conteúdo proposto; e, a C evidencia mais pontualmente as opiniões infantis a respeito de sua navegação no webjornal, suas críticas e contribuições para o site e a pesquisa como um todo. Para mensurar os dados obtidos, adotamos a análise quantitativa, por meio de tabelas, da grande maioria das questões, tanto as que tinham alternativas quanto nas questões abertas para as quais consideramos a recorrência das respostas. A análise interpretativa acompanha esses resultados, na qual elucidamos os apontamentos infantis com a reprodução de algumas respostas das próprias crianças. Cabe ressaltar que embora o grupo total fosse formado por 35 alunos, 33 crianças participaram da verificação da eficiência.

Tabela 21: Questão - O que você achou do webjornal infantil?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
LEGAL	26	78,8%
INTERESSANTE	08	24,2%
COM BASTANTE NOTÍCIA/NOTÍCIAS INTERESSANTES	07	21,2%
DIVERTIDO	01	3,0%

Os dados indicam que as crianças gostaram do resultado final do webjornal, ressaltando-o em algumas particularidades como as notícias. Assim, acreditamos que em um primeiro momento, já validamos a proposta de um jornalismo factual para o público infantil. Tal validação pode ser ratificada com uma das respostas: “legal, não é só diversão, tem bastante informação”. Ao mesmo tempo, as respostas ressaltaram a diversidade que encontraram no site: “tem muitas coisas legais e vai ser mais um site para eu visitar todos os dias”; “tem muitas atividades úteis”; “tem tudo, esportes, atividades”.

Cabe assinalar que a proposta de ser um site educativo, visto o potencial de mídia enquanto educadora, também é valorizado pelo grupo: “achei interessante, aprender várias coisas”; “achei muito legal porque é um site educativo e interessante”. Nesse sentido, reconhecemos que o webjornal poderia ter um papel importante na formação do público ao reportar informações que, ao serem assimiladas e compreendidas, seriam transformadas em conhecimento e agregariam valor ao repertório infantil. Para corroborar com essa inferência, vale frisar um comentário de uma das crianças: “eu acho que está bem informativo e influenciam as crianças a ver as notícias e ficarem informadas”.

Apesar dessas afirmativas, há algumas críticas ao webjornal: “gostaria que fosse mais colorido e que tivesse jogos”; “achei muito legal, mas ia ser mais divertido se tivesse jogos informativos ou notícias que interessasse mais as crianças”. Dessa forma, podemos associar a ausência de cores, assinalada por um aluno, com os tons de cinza que aparecem especialmente na homepage, como é o layout do site que usamos como base, não sendo, portanto, atrativos. Somado a isso, a questão de diversão por meio de jogos, como é uma preferência infantil, ao estar ausente no webjornal, foi sentida pelo grupo, além de indicarem que alguns temas jornalísticos trabalhados no site não agradam tanto as crianças, já que preferem mais entretenimento e assuntos de cultura (música e moda) e jogos, como exemplificou uma aluna. Essas observações iniciais são retomadas ao longo da análise desta etapa da pesquisa.

Tabela 22: Questão 1 - O que mais chamou sua atenção? Por quê?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
CORES	11	33,3%
PERSONAGENS	19	57,5%
APRESENTAÇÃO DAS SEÇÕES	05	15,1%

Em relação à atratividade visual do webjornal, verificamos que os personagens agradaram grande parte dos alunos, sendo que as justificativas assinalam para a interação deles com o conteúdo: “os personagens ajudam as crianças a se interessarem mais pelo site”; “os personagens nos ajudam a interagir com as notícias”; “os personagens, eles explicam as coisas”. Nesse sentido, a intenção de propor uma interlocução do personagem com o usuário interativo ao fim das matérias jornalísticas foi validada positivamente pelas crianças, além de acharem os mascotes bonitinhos, divertidos e parecidos com as pessoas.

O aspecto visual com as cores escolhidas, apesar do indicativo da questão anterior, corresponde à atratividade do webjornal para cerca de 33%, como assinala uma resposta: “cores bem alegres para um site para crianças”. Sobre a organização das seções, as justificativas não se referem à forma, mas ao conteúdo com informações interessantes. Para sintetizar essa questão, reproduzimos a conclusão de uma criança: “se tivesse um site sem cores, sem personagens, iria ser um site sem graça, mas eu gostei muito desse site”.

Tabela 23: Questão 2 - O que você achou das páginas?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
ORGANIZADAS	33	100%
DESORGANIZADAS	00	0%

De forma unânime, as crianças assinalaram a organização das páginas do webjornal, e como esse é um fator de usabilidade, podemos considerar que o site possibilita uma navegação simples devido à estrutura que adotamos para veicular os conteúdos.

Tabela 24: Questão 1 - Como são os assuntos do webjornal?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
FACÉIS	15	45,4%
MÉDIOS	16	48,4%
DIFÍCEIS	02	6,0%

Face a proposta informativa do webjornal, questionamos a percepção infantil em relação aos conteúdos relatados. As respostas indicam que as crianças os compreenderam, ao categorizarem-nos (93,8%) como fáceis e médios. Vale ressaltar que, embora elas não tenham lido integralmente os textos propostos, tal dado é importante para validar que é possível trabalhar os temas da realidade (notícias factuais) para o público infantil.

Tabela 25: Questão 2 - Os textos são:

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
CURTOS	01	3,0%
NORMAIS	27	81,8%
LONGOS	05	15,1%

Ao pensarmos em um webjornal, aliado às características de interação, hipertexto e multimídia, temos a notícia, enquanto texto verbal, como foco. Dessa forma, verificamos como o grupo classifica a extensão da notícia, no que se refere ao tamanho. Para a maioria, os textos são normais, o que nos permite afirmar que eles já estão acostumados a ler textos na Internet e, diante da proposta das matérias do *Jornalismo para Crianças*, não houve estranhamento ou incômodo de leitura. É claro que reconhecemos que a percentagem de 15% ao apontarem a extensão dos textos é significativa, visto que também consideramos possível trabalhar em algumas matérias de forma a transformá-las em hipertextos do tema central, subdividindo-as nos intertítulos que já indicamos nos textos.

Tabela 26: Questão 3 - Como é a linguagem dos textos:

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
FÁCIL	31	93,9%
DIFÍCIL	02	6,0%
NÃO ENTENDEU ALGUMAS PALAVRAS OU FRASES	01	3,0%

Somada à questão textual, está a linguagem adotada na abordagem da notícia. Como afirmamos anteriormente a linguagem é ponto crucial para que o conteúdo seja apreendido, ao mesmo tempo em que a Andi (2002) destaca ser complicado escrever para crianças sem adotar simplificações e uma linguagem que se dirige, na maioria dos casos, ao público adulto. Dessa forma, os indicativos das crianças apontam que no webjornal a linguagem está adequada, não acarretando problemas de compreensão. O aluno, que apontou não compreender algumas palavras, justifica-as com os termos em inglês que estão no site, que conforme já enfatizamos não foi possível traduzi-los para o teste de navegação.

Tabela 27: Questão 4 - O que você achou da relação entre os personagens e os conteúdos do site?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
BOA	29	87,8%
REGULAR	04	12,1%
RUIM	00	0%

Ao passo que verificamos a atratividade visual que os personagens exerceram sobre o grupo, essa questão corrobora a relação e a identificação dos mascotes com o conteúdo editorial, comportando-se de forma significativa e agradável para as crianças. Se retomarmos as respostas infantis, observaremos que elas consideram os personagens um modo de apresentar o conteúdo informativo diferentemente de outras mídias. Assim, podemos inferir que a leitura e a compreensão da notícia tornam-se mais prazerosas, além de fomentar a interação por meio do diálogo que o personagem estabelece com o usuário leitor.

Tabela 28: Questão 5 - O que você achou dos espaços para você participar?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
BONS	29	87,8%
REGULARES	03	9,0%
RUINS	00	0%

Como a proposta do webjornal também é interativa, havendo espaços para a criança manifestar sua opinião (comentários e enquetes) e participar efetivamente na construção de notícias (*Jornalista Mirim*) e comunidades (*Espaço Criança*), a validade dessas respostas aponta que o grupo valorizou esses espaços interativos no webjornal. Como verificamos desde os primeiros contatos da pesquisa-ação que a interação é uma das buscas infantis nos sites, o webjornal, então, oferece as ferramentas que agrada à maioria delas nessa perspectiva.

Abrimos um parêntesis para destacar que a partir das questões abaixo, que correspondem à parte C, contamos com apenas 29 respostas, visto que alguns alunos não responderam completamente ao questionário.

Tabela 29: Questão 1 - Como foi usar o site?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
FÁCIL	23	69,6%
MÉDIO	06	18,1%
DIFÍCIL	00	0%

Para mensurar mais pontualmente a questão da usabilidade, verificamos que a maioria dos alunos considera fácil a navegabilidade no webjornal. Como não solicitamos justificativas, não podemos afirmar categoricamente porque quase 20% do grupo assinalaram como “médio” o uso que conseguiram fazer do site. Talvez essas respostas se relacionem com os problemas de conexão à rede que alguns enfrentaram durante a navegação, mas que foram solucionados em menos de uma hora. Outra suposição cabível de ser apontada, frente à observação do teste de eficiência e de algumas respostas já elencadas nessa análise, é a

ausência de jogos que de certa forma desagradou a alguns, desmotivando a navegação em outros espaços, que não o *Espaço Criança*.

Tabela 30: Questão 2- Como foi encontrar as informações?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
FÁCIL	24	72,7%
MÉDIO	05	15,1%
DIFÍCIL	00	0%

Articulado à questão anterior, esse questionamento visa mensurar a relação que as crianças estabeleceram com a oferta de conteúdos nas editorias. Para mais de 70%, as informações se apresentam de forma fácil de serem encontradas, o que reforça a boa estruturação da informação nas páginas e nas seções. Nesse sentido, garantimos mais uma vez a usabilidade, visto que o usuário interativo tem a possibilidade de navegar e encontrar a informação que procura de modo fácil.

Para observar o percurso que os alunos adotaram em sua navegação, a questão 3 solicita essa descrição. Como não é possível tabular os dados, visto o nível de subjetividade do questionamento, optamos por reproduzir algumas das respostas a fim de construir um panorama da navegação. Como exemplos ilustrativos, escolhemos três respostas: “primeiro nas páginas de educação, ciências, nossa cidade”; “eu entrei primeiro na notícia – um acidente no mar – eu visitei esportes, minha cidade, educação, jornal mirim e espaço criança”; “espaço criança, atualidades, esportes, destaques, ciências, minha cidade, jornalismo mirim, nosso site”. Diante desses apontamentos, observamos que as crianças optaram por navegar pelos espaços que mais a agradaram, construindo um percurso próprio a fim de conhecer todas as possibilidades do site.

No entanto, algumas respostas indicam navegações mais particularizadas em espaços específicos, como o *Espaço Criança*, notícias de cinema ou gripe suína e esportes, uma vez que esses aparecem como destaque em alguns questionários. Além disso, destacamos o fato de crianças se identificarem com o conteúdo apresentado na seção *Minha Cidade*, renomeando-a como “nossa cidade”. Há também alguns apontamentos que não se relacionam com a pergunta, assinalando aspectos do webjornal como um todo: “é muito legal, fácil de navegar, e eu gostei das notícias e dos personagens”; “gostei da facilidade de encontrar as coisas”; “eu achei bem fácil de entender e dá para visualizar bem”. Tais respostas reforçam a atratividade do *Jornalismo para Crianças* para o grupo, o que é complementando pelas próximas respostas.

Tabela 31: Questão 4a – O que você achou de: Educação

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
BOA	06	18,1%
INTERESSANTE	05	15,1%
ÓTIMA	03	9,0%
LEGAL	02	6,0%
CHATO	01	3,0%

Como a maioria dos adjetivos adotados pelas crianças para descrever seu nível de satisfação com o conteúdo é semelhante, verificamos que mais de 40% do grupo gostou da proposta da seção *Educação*. Cabe reproduzir três respostas para ratificar essa colocação: “aprendemos mais”; “muito legal essa parte de notícias escolares”; muito interessante são notícias bem específicas”.

Tabela 32: Questão 4b – O que você achou de: Ciência

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
BEM LEGAL	07	21,2%
BOA	06	18,1%
INTERESSANTE	04	12,1%
NÃO GOSTEI	01	3,0%
MÉDIA	01	3,0%

De forma semelhante à anterior, *Ciência* também exerceu atratividade ao grupo. Um dos temas citados como importantes e que foram abordados na seção é o meio ambiente: “ótimo porque ficamos cientes com o meio ambiente”; “nos ajuda a ajudar a terra ecologicamente”.

Tabela 33: Questão 4c – O que você achou de: Esportes

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
BOM	07	21,2%
LEGAL	07	21,2%
NÃO VI	04	12,1%
MÉDIA	02	6,0%
DIVERTIDO	01	3,0%

Embora 12% do grupo não tenha visitado a seção *Esportes*, as demais crianças ressaltaram a diversidade de temas que nela foram abordadas. Devido à presença de vídeo em uma das matérias, também observamos a atratividade por meio desse recurso.

Tabela 34: Questão 4d – O que você achou de: Atualidades

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
BOA	05	15,1%
LEGAL	04	12,1%
GOSTEI MUITO	03	9,0%
NÃO VI	02	6,0%

MÉDIA	01	3,0%
-------	----	------

Com a proposta de reportar assuntos nacionais e internacionais, *Atualidades* conquistou mais de 30% do grupo. “Alertou sobre a gripe suína e muitas outras coisas” mostra a contribuição do conteúdo para o público, assim como crianças apontaram a importância de saber “coisas novas e interessantes” e “sobre o mundo”.

Tabela 35: Questão 4e – O que você achou de: Minha Cidade

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
LEGAL	04	12,1%
BOA	03	9,0%
BASTANTE INFORMAÇÃO	03	9,0%
GOSTEI DOS ASSUNTOS	02	6,0%
CHATO	01	3,0%

Enquanto uma seção mais próxima à realidade desse grupo, verificamos essa identificação por meio das respostas, conforme já explicitamos pela adoção do pronome “nossa” ao se referir à cidade: “fala muita coisa da nossa cidade e o que a gente não sabia”. A contribuição informativa dessa seção também fica evidenciada já que as crianças pontuaram que os assuntos informam e são interessantes.

Tabela 36: Questão 4f – O que você achou de: Jornalista Mirim

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
BOM	06	18,1%
INTERESSANTE E LEGAL	05	15,1%
ÓTIMO	01	3,0%
DIFÍCIL	01	3,0%
NÃO ENTREI	01	3,0%

“É muito legal, as crianças poderem escrever notícias”, “achei legal, interessante, pretendo experimentar” e “legal podemos interagir” são respostas que nos permitem sintetizar que o *Jornalista Mirim* agradou ao grupo. E o formato de quadrinhos para incitar a participação foi elogiado por uma das crianças.

Tabela 37: Questão 4g – O que você achou de: Espaço Criança

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
BEM LEGAL	09	27,2%
DIVERTIDO	04	12,1%
BOM	04	12,1%
ÓTIMO	03	9,0%
“O MELHOR”	01	3,0%

Enquanto espaço eminentemente interativo, essa seção é a que mais despertou o interesse das crianças na navegação, o que comprovamos na observação. As respostas ratificam tal afirmativa, visto que houve apenas um indicativo que não fosse categorizando positivamente o *Espaço Criança*: “precisa melhorar e colocar atividades”.

Tabela 38: Questão 4h – O que você achou de: Nosso site

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
LEGAL	03	9,0%
ÓTIMO	03	9,0%
BOM	02	6,0%
DIVERTIDO, LEGAL E INTERESSANTE	03	9,0%
MAIS DO QUE ÓTIMO	02	6,0%

A análise das respostas indica que a maioria das crianças respondeu a essa questão referindo-se ao site como um todo e não à seção intitulada *Nosso site*. Apenas em duas respostas percebemos indicativos sobre a seção: “não entrei”; “eu gostei, mostrou a história do site”. Mas, mesmo assim, tabulamos e consideramos os apontamentos como parte integrante das opiniões infantis sobre o webjornal. Cabe ressaltar a satisfação com o produto veiculado, visto as adjetivações positivas em relação ao site, enaltecidas na resposta: “ficou melhor que eu esperava”

Tabela 39: Questão 5 - Você gostaria de ser um jornalista mirim? Por quê?

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
SIM	17	51,5%
NÃO	12	36,3%

Diante da proposta de participar do site enquanto um jornalista, enviando textos, percebemos que houve uma divisão no grupo, visto que a representatividade percentual do “sim” e do “não” é significativa. Verificamos entre as justificativas negativas, o fato dessa possibilidade não agradar à determinada criança, ser considerada difícil para alguns e, como assinalou um aluno: “eu prefiro apenas ler as matérias”. 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”. Dessa forma, podemos afirmar que o jornalismo de certo modo faz parte do cotidiano do grupo, visto que desde o início da pesquisa, já havíamos notado uma certa familiaridade ao falar da profissão, destacando algumas de suas práticas e de sua responsabilidade, já que reforçaram nas respostas a essa questão a importância do aprendizado para informar as pessoas com notícias.

Tabela 40: Sugestões

	NÚMERO DE ALUNOS	PERCENTAGEM
NÃO FALTOU NADA	13	39,3%
FALTARAM JOGOS	10	30,3%
MAIS TRAILERS DE FILMES	04	12,1%
FALTARAM BRINCADEIRAS	01	3,0%
MAIS NOTÍCIAS DE ESPORTES	01	3,0%
INDICAR SITES DE JOGOS	01	3,0%
MAIS CONTEÚDO	01	3,0%

A fim de obter mais pontualmente a contribuição infantil para o webjornal, solicitamos as sugestões nesta questão. Devido à recorrência de algumas respostas, foi possível tabular os dados acima. Embora a maioria das respostas indique a satisfação total com o que está presente no site, é importante ressaltar a percepção infantil em relação a conteúdos de seu interesse e que estão ausentes, como jogos e filmes para a maioria, que podem ser percebidos nas frases: “um pouco mais de diversão para atrair as crianças”; “na minha opinião faltava outra parte de entretenimento como um chat para que as pessoas dentro do webjornal possam conversar”. Particularmente no último apontamento, observamos a relação com os programas interativos de mensagem instantânea, com o MSN, que são utilizados pelo grupo.

Aliado a isso, visando à livre-expressão infantil em relação à participação delas para a construção do webjornal, abrimos um espaço final para os comentários. Neles, a maioria indicou mais uma vez sua satisfação com o site. Aproximadamente 50% das respostas sinalizaram o interesse por tudo que apareceu no *Jornalismo para Crianças*: “não tem como não gostar de nada porque o site é muito bom”. É claro que alguns alunos ressaltaram o que mais despertou a atenção, como *Esportes*, *Espaço Criança* (em relação à possibilidade de criar uma conta e “me tornei sócio do site”), cinema e assuntos do prefeito. A respeito da pesquisa como um todo, cabe reproduzir três respostas que sinalizam a perspectiva infantil em relação ao percurso desta dissertação: “gostei muito de ir a Unesp, participar do projeto”; “queria fazer mais vezes”; “gostei de terem pego nossas ideias”.

Frente aos dados obtidos com essa etapa final da pesquisa-ação, partimos para uma síntese de forma a elucidar pontos da análise realizada a partir do contato inicial das crianças com o webjornal experimental.

6.2.2 “Nossas crianças” e *Jornalismo para Crianças*

“Tudo que a gente conversou no ano passado que ia ter no site tem. É bem legal, tudo chamou um pouco de atenção”; “Tem tudo o que a gente conversou na sala e tudo o que a gente planejou”; “Eu gostei de tudo, muito legal o site. Você vê tudo o que você quer, últimas notícias, tem tudo aqui”. Essas são apenas três das falas infantis que sintetizam a relação que estabeleceram com o webjornal experimental. Considerando que elas atuaram como coautoras do site ao manifestarem seus interesses e expectativas no contato com sites e programas da Internet, verificamos que o resultado final foi valorizado positivamente por elas, ao reconhecerem que sua contribuição está no *Jornalismo para Crianças*.

Frente à proposta informativa e interativa do webjornal, verificamos que ela torna-se atrativa para o grupo de crianças, especialmente devido a alguns assuntos abordados e às possibilidades de participação que o site permite, além de alguns elementos visuais que despertam a atenção. Para elucidar essas afirmativas, retomamos a análise do tópico anterior, acrescentando um pouco mais de nossa observação durante o teste.

Como porta de entrada ao webjornal, a homepage apresenta às crianças as notícias de destaque de forma rotativa e ilustrativa por meio das fotos. Percebemos que essa rotatividade e as cores que identificam cada seção se destacaram para as crianças. Algumas já clicaram em notícias e visitaram a seção correspondente. Aquelas que permaneceram mais tempo na homepage assistiram ao vídeo, que ao ser inicializado instigava a curiosidade dos que não o estavam vendo devido à música. Dessa forma, as crianças interagiam presencialmente para identificar o espaço no qual o colega estava e havia o vídeo. Nesse sentido, de antemão, já observamos a atratividade pela multimidialidade em um site infantil.

Fato semelhante ocorreu nas seções *Esportes* e *Minha Cidade* com os vídeos de duas matérias: Copa do Mundo de 2010 e estreia do filme teen Hannah Montana. Além disso, os temas dessas matérias foram os que mais agradaram aos alunos, sendo citados em diversos momentos do questionário. Houve, inclusive, indicações de mais textos desses assuntos para agradar ainda mais ao público infantil, uma vez que as crianças já haviam elencado esporte e cultura como temas de sua preferência. Para corroborar o interesse cultural, a matéria que aborda a temática no âmbito local, na seção *Minha Cidade*, foi a única a ser comentada por

uma aluna, de forma a dialogar com título “E a cultura, Agostinho?”: “É ISSOOO AIII AGOSTINHUUU E AA NOSSA CULTURA”.

Ao mesmo tempo, houve uma identificação do grupo com a proposta dessa seção local, sendo evidenciada nas referências a ela como “nossa cidade”, além de destacarem a importância do espaço para relatar acontecimentos locais que eles não sabiam e são interessantes. Outra temática que despertou interesse nessa seção, interligando-a com a de *Atualidades*, foi a abordagem sobre a gripe suína. Enquanto um tema atual e de repercussão nas demais mídias, o grupo considerou as notícias como um alerta sobre esse problema mundial. Nesse sentido, consideramos que o compromisso do jornalismo em relatar fatos sociais de interesse público, contribuindo para a reflexão pessoal e tomada de consciência, foi valorizado por algumas crianças.

Aliado a isso, a questão ambiental, na seção *Ciência*, também foi destacada por alunos que consideram as matérias importantes para informar sobre os problemas, auxiliando-os em sua tomada de consciência ecológica. Embora não tenham citado nenhum exemplo pontual sobre a seção *Educação*, verificamos que ela foi uma das seções editoriais vistas primeiro, tal fato pode ser justificado pela relação com o universo escolar. Como a utilização da Internet está vinculada em muitos aspectos a pesquisas escolares, é importante que a criança encontre um espaço que debata questões relativas à escola, já que é parte de seu cotidiano, o que fica evidenciado na atratividade dessa seção para o grupo.

Ao pensarmos no webjornalismo como veiculação de informações factuais, verificamos que as crianças identificaram esse papel, já que as primeiras respostas à pergunta da opinião sobre o webjornal infantil destacam as notícias e as informações que encontraram. Como pontuamos o interesse informacional do grupo ao longo deste trabalho, ele foi ratificado durante a navegação, já que as crianças indicaram gostar dessa proposta informativa, pois é interessante. Parte dessa satisfação é justificada pela interação com os personagens que representam as seções, que interagem com o usuário interativo, ao fomentar a reflexão sobre determinada matéria e incitar a participação.

A partir da identificação com o perfil de cada personagem que não deixa de ser criança, podemos inferir que a leitura da notícia tornou-se mais prazerosa. Dessa forma, percebemos que é fundamental trazer elementos da infância para a proposta de um produto midiático infantil a fim de atrair a atenção do público. Além disso, o grupo já havia assinalado a importância de mascotes e acreditamos que, de certa forma, eles deram vivacidade ao site e às notícias principalmente.

Em contrapartida a essa relação satisfatória com as informações, não se pode ignorar que observamos que as matérias não foram lidas em sua totalidade. Embora a maioria das crianças tenha indicado à adequação da linguagem e dos assuntos para elas, a indicação de textos longos para 15% do grupo é um dado relevante. Talvez a leitura não tenha se efetivado por esse motivo, acrescentado ao fato do tempo de realização da navegação em todo o webjornal que foi de aproximadamente 40 minutos para cada grupo de 10 alunos. Ao analisar essa indicação infantil de extensão das notícias e articulando-a à característica de hipertextualidade do webjornalismo, acreditamos ser necessário fazer uma alteração de forma que os intertítulos das matérias jornalísticas se transformem em hipertexto para que o texto que os seguem seja complemento do anterior e visto em uma nova página do site e não integralmente na mesma, como está disposto nessa versão experimental.

Em relação à proposta interativa, verificamos a satisfação infantil com os espaços participativos, preferencialmente o *Espaço Criança*, ao passo que observamos que aqueles que o visitaram primeiro logo o indicaram para os amigos. Grande parte do grupo se entusiasmou para criar um perfil e fazer parte do espaço já naquele momento. Ao todo, 19 crianças se cadastraram e iniciaram suas relações interpessoais na comunidade, como demonstra a fala de um dos alunos: “já estou participando do site a partir de agora”. A respeito da semelhança dessa seção com o Orkut, que é familiar ao grupo, uma das alunas assinalou que os recursos do *Espaço Criança* são melhores porque é mais fácil se cadastrar por causa das cores e nomenclatura utilizada no cadastro e no espaço.

Além disso, o grupo ressaltou o fato de encontrar o perfil dos amigos e também da equipe do site. Enquanto possibilidade interativa da seção, uma das crianças criou um grupo de forma a identificar a turma: “alunos da 6 serie B”. Desse modo, reconhecemos que o espaço foi validado pelas crianças que prontamente se interessaram pela interação proposta e iniciaram sua participação, que segundo elas continuaria em casa.

O *Jornalista Mirim* enquanto outro espaço participativo não contou com a mesma adesão da seção anterior. Aproximadamente 36% do grupo não pretendem participar enquanto jornalistas do site. Vale relembrar que essa possibilidade de enviar notícias e textos para o webjornal foi solicitada pelas próprias crianças, no entanto, verificamos que não é existência desse espaço que estimula a participação, mas sim o próprio interesse e vontade da criança. Nesse sentido, as respostas afirmativas daquelas que assinalaram que gostariam de ser jornalistas mirins dos sites pontua a relação que elas estabeleceriam com o jornal e a afinidade que têm com a proposta, já que enviar textos é uma atividade interessante, pois gostam de escrever e aprender coisas novas e transmitir para as pessoas lerem.

Como esse espaço é valorizado positivamente por parte do grupo, ressaltamos que o que conta para as crianças é saberem que há essa possibilidade de participação, sendo que vão interagir conforme seus interesses. O mesmo ocorre com o espaço de comentários às matérias. Embora apenas uma aluna tenha comentado um texto durante o teste de navegação, observamos que garantir essa oportunidade de comentar determinado assunto é importante para que elas se sintam parte da produção do webjornal. Na mesma perspectiva, estão as enquetes, tanto na homepage quanto em algumas matérias, sendo que apenas a primeira recebeu nove votos dos usuários interativos.

Mesmo com essa pouca participação durante o teste, as crianças apontaram no questionário a satisfação com os espaços interativos, reconhecendo, assim, sua validade para o grupo da pesquisa. Devido ao apontamento de um dos alunos sobre a ausência de chat no webjornal, podemos considerar que quanto mais espaços interativos e participativos, maior será a satisfação infantil dessa Geração Net que cresce em meio à cultura da interação, conforme afirma Tapscott (1999). E essa interação não ocorre apenas no mundo virtual, visto que presenciamos a interação interpessoal entre as crianças, comentando e mostrando elementos e conteúdos do site aos colegas. Nesse sentido, o *Jornalismo para Crianças* fomentou de certo modo a relação da classe com o produto midiático, já que os alunos reconheceram a importância de sua participação durante a pesquisa para a construção do webjornal.

Retomando a relação que estabeleceram com a versão experimental do webjornal infantil, verificamos que o site cumpre seu papel no quesito usabilidade, uma vez que as crianças conseguiram navegar em suas páginas, encontrando as informações e os conteúdos propostos em cada seção de forma fácil. A organização das páginas com a disposição dos elementos visuais (personagens, imagens e cores) e do texto garantiu ao usuário interativo uma navegação tranquila por meio dos nós inter-relacionados no site, não apenas ao que se refere aos hipertextos dentro de cada notícia, mas na possibilidade de retomar seções e notícias e voltar à homepage independente da página onde se encontra.

O *Espaço Criança*, enquanto a seção mais independente do webjornal, devido a sua particularidade de comunidade virtual, também conquistou pela usabilidade, tanto que uma aluna indicou que sua interface é mais autoexplicativa que a do Orkut. Observamos essa familiaridade com o espaço interativo no momento em que as crianças criaram sua conta e começaram a interagir com a proposta da seção. De fato, esta foi a que mais agradou à turma, visto que ela apresenta a maioria dos elementos e conteúdos dos sites nos quais elas navegam

e interagem diariamente, ao mesmo tempo em que se diferem da proposta interativa dos sites infantis analisados.

Diante dos apontamentos acima, reconhecemos que o webjornal enquanto um projeto experimental cumpre seu papel de atrair a atenção do usuário interativo. No entanto, verificamos que, especialmente, na interface do site há alguns ajustes a serem realizados a fim de garantir maior identificação com o público infantil. As cores são o elemento que mais incomodam, pois a atratividade da cor cinza é praticamente inexistente. Ao mesmo tempo, julgamos necessário dar mais movimento ao site. Apesar dos vídeos e da seção rotativa de destaque das seções, acreditamos que animações e áudios seriam importantes para elucidar o conteúdo e corroborar com a proposta de multimidialidade do site.

Entre os espaços participativos, promover maior interação com os personagens poderia ser válido, mas o que é solicitado pelas crianças são os jogos. Devido à proposta informativa do site, essa fonte de entretenimento deveria ser aliada a um foco educativo e formativo, a fim de elucidar por meio da ludicidade aspectos informacionais e de contribuição para a consciência cidadã e ecológica, como alguns jogos dos sites analisados que promoviam o “ensinar brincando”, por exemplo, sobre direitos das crianças.

Ao nos referirmos ao aspecto educativo e formativo do webjornal, cabe retomar o fato de que o grupo sinalizou esse papel, visto que afirmaram que o *Jornalismo para Crianças* é uma forma de ficarem informadas de um jeito diferente e aprenderem mais. Dessa forma, há a validação de nossa proposta inicial de reportar acontecimentos factuais ao público infantil de modo a formar leitores cidadãos mais críticos. Tal criticidade foi verificada ainda nas opiniões das crianças sobre os conteúdos do webjornal com sugestões e comentários a fim de colaborar para que haja uma reconstrução de forma a agradar mais aos interesses e expectativas infantis.

Em suma, ao sintetizar as respostas e observações infantis sobre o webjornal experimental, torna-se viável a existência de um jornal infantil na Internet, promovendo informação e interação de uma forma concatenada com as necessidades informacionais e interesses da Geração Net, especialmente no aspecto interativo. “Nossas crianças” enquanto coautoras nessa construção coletiva demonstraram seu senso crítico para propor e analisar elementos e conteúdos. Ao mesmo tempo, interagiram entre si para validar sua satisfação e participar de espaços interativos. Considerando o tempo em que estiveram navegando, é claro, que não houve uma avaliação a fundo de todas as possibilidades que o webjornal têm à disposição, mas consideramos que é possível o *Jornalismo para Crianças* se relacionar com a Geração Net.

6.3 Infância digital, informação e interação

“Acho que a Net está mudando a natureza da infância porque ela abre o mundo para você. Você pode obter informações sobre qualquer coisa, enquanto antes não acho que as crianças se importassem tanto. Agora acho que estamos começando a nos importar” Lauren Verity, 16 anos (apud TAPSCOTT, 1999, p. 281)

A partir da proposta informativa e interativa do webjornal, a qual foi validada positivamente pelas crianças na verificação da eficiência, torna-se possível discutir o papel do jornalismo infantil para sua audiência. Cabe destacar que o contato dessa mídia com o público infantil se efetua na atualidade por meio de suplementos infantis, veiculados juntamente a jornais impressos, que têm como principal proposta de conteúdo o entretenimento. O mesmo fato ocorre com os sites infantis, que, conforme verificamos em nossa análise, possuem uma diversidade de conteúdos, sem se focar no caráter informativo e comunicativo em sua totalidade.

Nesse sentido, o jornalismo enquanto prática de veicular informações factuais de interesse público não é o foco dessas mídias infantis. É claro, que o interesse infantil não reside primeiro nessa abordagem. Porém, as crianças têm necessidades informacionais e gostariam de ter contato com essas informações, de forma a ficarem informadas, aprenderem mais e, assim, poderem agir no seu entorno social. Tais apontamentos foram ratificados durante a pesquisa por meio das próprias crianças que, prontamente, assumiram para si o papel de coautoras do webjornal infantil experimental.

Ao idealizarem esse webjornal, elas não apenas citaram suas já preferências na Internet, como a diversão e a interação, elencaram também as notícias e o fato de poderem participar como jornalistas do site. Nesse sentido, ao reportar acontecimentos factuais, em linguagem e formato de certa forma diferentes dos veículos com os quais as crianças estão familiarizadas e ao mesmo tempo diferindo-se da prática jornalística na web para adultos, o webjornal experimental cumpre seu desafio de articular jornalismo com as características dessa infância digital.

Enquanto uma prática comunicativa, de tornar comum determinados fatos da realidade ao público infantil, o webjornal proposto favorece sua função normativa, como a defende Wolton (2006). Ao mesmo tempo, promove a interlocução das crianças entre si por meio dos espaços participativos, fomentando o exercício de sua comunicação interpessoal em meio às interações mútuas, além de adquirir informações para a construção de conhecimentos

e assumir o controle dessa busca informativa a partir das interações reativas. Como afirma Primo (2007, p. 93), “é através da comunicação que a criança passa a tomar consciência de seu próprio ponto de vista”. Nessa perspectiva, desenvolve-se o senso crítico infantil a partir das trocas que são possíveis de ela realizar no e com o webjornal.

Articulada a essas trocas, estão os direitos das crianças, o de se informarem e de se expressarem livremente, que são reconhecidos por elas. Ao manifestarem sua satisfação com o webjornal experimental, as possibilidades informativas por meio das notícias são validadas, pois houve interesse pelos conteúdos relatados. E as possibilidades interativas, que permitem a livre-expressão infantil, conquistaram-nas pelo simples fato de lá estarem, mesmo sem que houvesse participação efetiva ao se expressarem. Além disso, a interação em uma comunidade virtual é um dos pontos-chave quando se pensa na infância digital. A oportunidade de se comunicarem e se identificarem, por meio de contas próprias e dos amigos também cadastrados, é um estímulo à comunicação participativa de forma a promover as trocas em meio à autonomia infantil de as crianças se manifestarem sobre o que realmente as interessam.

Diante desses apontamentos, percebe-se que o papel do webjornal infantil, mesmo que experimental, amplifica-se para além do jornalismo clássico enquanto veiculação de informações. Há uma contribuição para a formação de cidadãos mais críticos e participativos. A explicação para isso reside no envolvimento das crianças com o produto midiático de forma a se identificarem com o conteúdo e formatos propostos. Devido à proposta de interação, na ação entre crianças, elas interagem tendo como base uma prática jornalística, o contato com informações factuais. No entanto, a interação não para nesse contato, há a possibilidade de desvendarem um universo informacional que até então passava de certa forma despercebido e também de se sentirem parte integrante dele, ao comentá-lo, formando uma opinião sobre o que leram de forma imersiva.

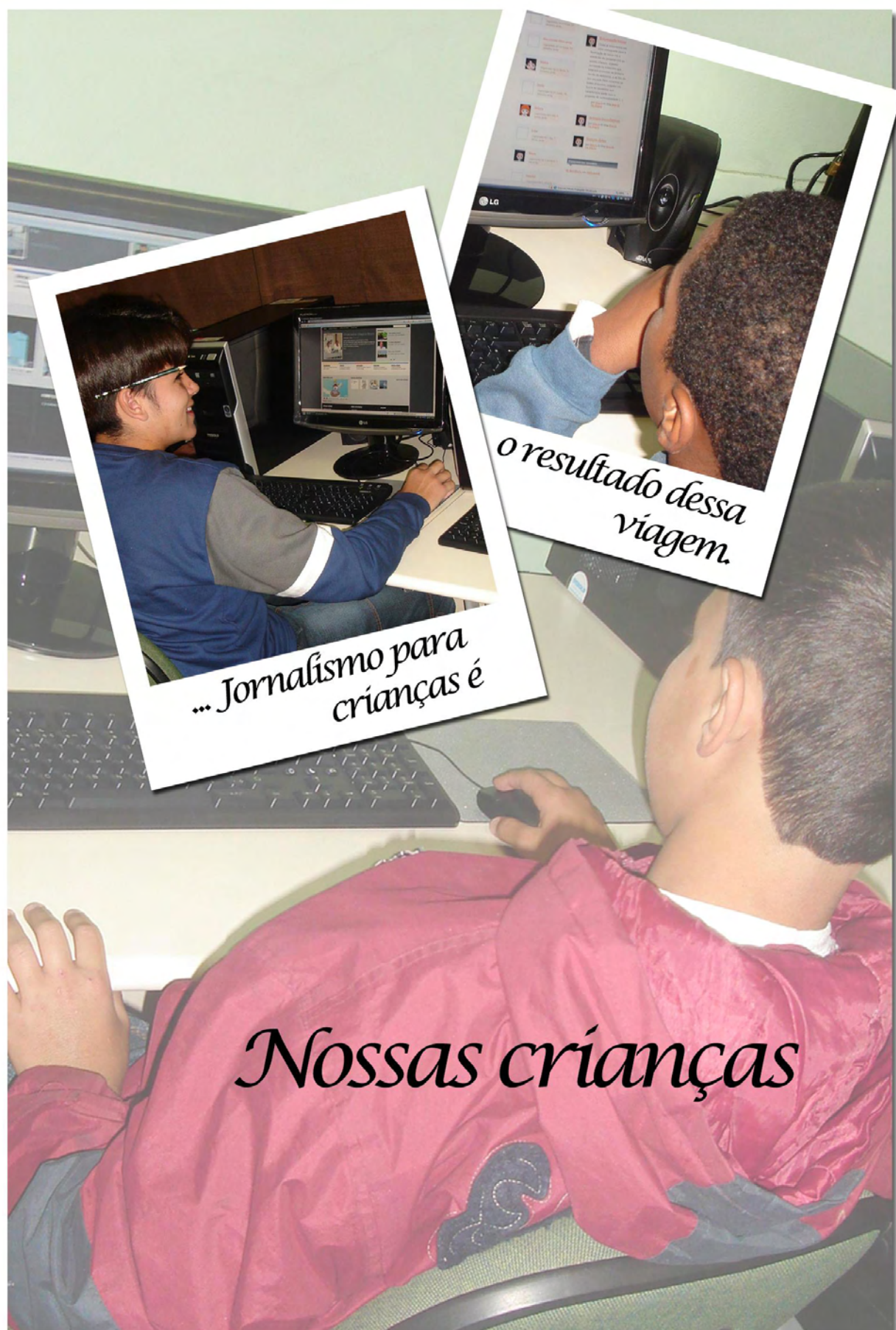
É nessa tomada de consciência sobre o assunto relatado e suas implicações que deveria residir o compromisso do jornalismo infantil. E na web acrescenta-se o fato de as crianças estarem em rede, compartilhando suas experiências e construindo coletivamente conhecimentos, já que estão interagindo. Assim, o desenvolvimento do próprio ponto de vista da criança não é um fato individual, é uma ação coletiva para a qual se pode contribuir ao fomentar espaços informativos e interativos nos quais se respeitem os interesses, expectativas e necessidades infantis.

O webjornalismo infantil, ao estar concatenado com as tecnologias, é um incentivo à transformação social, visto que as ferramentas tecnológicas oportunizam ações e práticas em âmbito individual e coletivo que, consequentemente, podem garantir a possibilidade de

transformação de consciências. Para exemplificar, têm-se a formação da consciência ecológica a partir do conhecimento de assuntos ambientais e seus impactos sociais. Mesmo que de forma breve, em apenas uma matéria jornalística, o webjornal infantil experimental levantou essa discussão e promoveu reflexões, como a resposta infantil: “nos ajuda a ajudar a terra ecologicamente”. Outra contribuição pontual, de atuação cidadã, é o alerta sobre a gripe suína citado por uma criança, a partir das matérias sobre o assunto no webjornal.

Ao favorecer essa formação crítica e possibilitar a participação, o jornalismo infantil seria o espaço ideal para as crianças agirem em busca de uma transformação social, com base democrática. Como as tecnologias foram vislumbradas também em sua possibilidade de promover democracia, o webjornalismo infantil se apresenta como uma oportunidade de fomentar a prática cidadã infantil a partir da veiculação de informações e promoção de interação entre e com as crianças. Tapscott (1999) destaca que o desafio de mudar a sociedade a partir das características da mídia digital, no que se refere à interatividade, maleabilidade e ausência de um controle central, cabe à Geração Net.

Pensando na contribuição a essa tarefa, o autor ainda afirma: “nossa responsabilidade é para com eles [n-geners] – de dar-lhes as ferramentas e a oportunidade de cumprir seu destino” (TAPSCOTT, 1999, p. 13). Com a proposta do webjornalismo infantil experimental, acreditamos que ele pode vir a se tornar uma dessas ferramentas ao propiciar o contato das crianças com informações factuais, além de favorecer sua participação interativa em uma mídia digital infantil.



Capítulo 7 – Considerações Finais

Quando nos esforçamos para conhecer e compreender o ponto de vista da criança, mudamos o nosso próprio. Essas oportunidades para nos comunicarmos abertamente são mais difíceis de ocorrer durante um ‘papo de homem para homem’ ou em uma caminhada pelo parque com sua filha do que inesperadamente – sintonizando uma estação de rádio no carro, discutindo um filme ou demonstrando interesse em algum site Web (TAPSCOTT, 1999, p. 242)

A citação acima, de certa forma, demonstra o percurso de nosso trabalho, visto que partimos do universo infantil e de sua relação na e com a Internet para discutirmos a produção midiática digital para as crianças e propormos a construção de um webjornal infantil experimental. Tendo em vista os resultados obtidos, evidenciamos as particularidades da infância digital que se mostra familiarizada e imersa nas novas tecnologias. Interdependência e autonomia são as palavras-chave quando observamos as características dessa Geração Net.

Ao mesmo tempo, como vivenciamos um cenário de mídia digital, é inegável que as crianças buscam, nesse ambiente virtual, novas formas de relacionamento, entretenimento e aprendizagem. Dessa forma, é pertinente a discussão que apresentamos nos capítulos 3 e 4, uma vez que comprovamos os interesses e, em alguns aspectos, as necessidades delas na Internet, sendo que a diversão e a interação se expressam como preferências e expectativas nessa rede telemática.

Em meio à cultura da interação, como denomina Tapscott (1999), as crianças se comunicam na e com as tecnologias. A partir de programas interativos, como os mais citados por elas Orkut e MSN, buscam construir laços afetivos, ao mesmo tempo em que se fazem presentes na rede por meio de seus perfis, blogs, grupos e comunidades. Para se aproximar dessa forma de comunicação infantil, a pesquisa criou o seu blog e seu perfil no Orkut. Embora tenham agradado às crianças em um primeiro momento, não observamos uma participação efetiva conosco nesses canais de comunicação. Vale, então, a existência desses canais e as possibilidades interativas mesmo que não sejam assiduamente utilizadas.

No entanto, reconhecemos que é fundamental nos apropriarmos das ferramentas, familiares à infância digital, de modo a nos conectarmos com seus interesses. A pesquisa-ação com as crianças nos mostra um panorama de um aspecto da realidade infantil, o de sua relação com as mídias digitais. Considerando o potencial interativo dessas mídias e o direito das crianças em participarem da sociedade, com acesso às informações e a livre-expressão, nosso webjornal infantil experimental comporta-se como uma interação informativa, de modo a

reportar informações factuais em linguagem e formato adequados ao seu público, sem negligenciar alguns dos conteúdos que o satisfazem em primeira instância e a sua participação enquanto usuário interativo da mídia digital.

Como as crianças vivenciam essa interação no ambiente real e virtual, é imprescindível que haja ferramentas disponíveis para que elas interajam de acordo com seus interesses. Ao mesmo tempo, como é preciso pensar na formação delas enquanto cidadãs, as produções infantis, não apenas as midiáticas, devem pensar em como contribuir com as crianças, visto que elas têm potencial para atuar na sociedade. O desenvolvimento do seu senso crítico e consciência infantil é fomentado ao longo das relações que elas estabelecem com o ambiente e indivíduos ao seu redor.

“Dêem-lhes [aos n-geners] o acesso à boa tecnologia e eles encontrarão o caminho – não apenas para assimilá-la, mas para mudar suas circunstâncias de vida” (TAPSCOTT, 1999, p. 270). Essa frase do autor do termo Geração Net demonstra o potencial das crianças, ao passo em que as tecnologias podem ser as ferramentas adequadas para que elas atuem de forma ativa e efetiva na transformação da sociedade. Nesse sentido, o contato com informações factuais e com outros usuários infantis em nosso webjornal pode favorecer a troca de experiências e a construção coletiva de um conhecimento, em prol da construção de uma sociedade mais democrática, uma vez que as crianças têm à disposição informações para formular suas hipóteses e estratégias enquanto interagem.

Tendo em vista a necessidade informacional e a relação próxima da infância com a mídia digital, no caso a Internet, objetivamos que o webjornal estivesse adequado às características, interesses e expectativas dessa geração, atuando de forma interativa e informativa. Entretanto, como postula nossa metodologia, “sua comprovação [a da hipótese de pesquisa] permanece aberta à argumentação e ao diálogo entre interlocutores, com o cotejo dos diferentes saberes” (THIOLLENT, 2007, p. 105). É claro que “nossas crianças” validaram a proposta do webjornal, destacando alguns aspectos e indicando sugestões, mas concordamos que é cabível fazer uma reestruturação para que o webjornal se aproxime cada vez mais da audiência pretendida, especialmente se for possível contar com crianças em todas as etapas de sua produção e veiculação.

Wolton (2004) indica que quanto mais eficaz for a comunicação técnica, mais valiosa será a comunicação humana, pois, a partir das interatividades realizadas, quando se apagam as máquinas, ficam algumas questões: “quem é, para mim, o outro? Como posso falar-lhe? Como serei compreendido por ele? Como poderei interessar-me realmente por ele?” (WOLTON, 2004, p. 475). Essas são indagações que podemos, diante dos resultados e

reflexões realizadas com esta pesquisa, suscitar a partir de nossos sujeitos de pesquisa: as crianças se conhecem e são conhecidas pelos adultos? E as mídias infantis as conhecem?. O que se pode é pensar, então, em como promover esse autoconhecimento e reconhecimento por meio de práticas comunicativas.

O *Jornalismo para Crianças*, cujo percurso é evidenciado nas fotos de “nossas crianças” apresentadas no decorrer deste trabalho, é uma tentativa de conhecer e representar essa infância digital, ao mesmo tempo em que se compromete com seu caráter informativo e formativo e favorece a participação infantil. Como tentativa experimental, o webjornal infantil acrescenta em contribuições para se pensar em formatos e conteúdos que interessem à nova geração que se relaciona com as tecnologias. Como estas se apresentam, muitas vezes, como fascinantes e promissoras ao serem empregadas nas mídias, em especial na Internet, vale refletir ainda mais como aliá-las ao compromisso para com o público jovem destemido e sem fronteiras, as crianças digitais.

O estudo aqui proposto, permeado de práticas e relações, inclusive afetivas, com a infância, demonstra que é possível mergulhar no universo infantil, conhecer algumas de suas particularidades de modo a propor uma ação coletiva que transforme um aspecto de sua realidade. Como não há um jornalismo infantil que se apresente como factual e interativo, de modo a promover efetivamente a comunicação participativa, o webjornal infantil se apresenta como uma possibilidade, a nosso ver, desafiante e ousada. Como diz Freire (2003), é preciso ousar para dizer que estudamos, aprendemos e ensinamos com os sentimentos, com a paixão e com a razão científica. Dessa forma, não tememos que a pesquisa realizada seja encarada de forma não científica.

Iniciamos nosso trabalho com a frase de Santaella (2001b) de que sem paixão também não há ciência. Por isso, apaixonar-se e responsabilizar-se pelas e com as crianças é a missão de uma mídia digital que se propõe para a infância. E nosso estudo pretende ser um passo nessa direção.

Concordando com a citação de Freire (2002, p. 184): “se nada ficar destas páginas, algo, pelo menos, esperamos que permaneça: nossa confiança no povo. Nossa fé nos homens e na criação de um mundo em que seja menos difícil de amar”. Fé no jornalismo para e com crianças!

Referências

AGNER, Luiz; MORAES, Anamaria. **Navegação e arquitetura de informação na web: a perspectiva do usuário**. 2003. Disponível em: <www.senac.br/BTS/291/boltec291e.htm>. Acesso em: 11 abr. 2008.

ANDI. **A Mídia dos jovens: Esqueceram de mim** – jornais brasileiros ignoram o potencial pedagógico dos cadernos infantis. Ano 6. n. 10, jun. 2002.

ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. 2. ed. Tradução de Dora Flaksman. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação, educação e tecnologia: interação. In: **Revista Comunicação & Educação**, São Paulo, ano X, n. 1, jan. - jun. 2005, p. 07-14.

BALBONI, Mariana. **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas**. 2007. 2. ed. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUDRILLARD, Jean. **À sombra das maiorias silenciosas. O fim do social e o surgimento das massas**. São Paulo: Brasiliense, 1978.

BAUTISTA, F. A mídia e nossas crianças. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Orgs.). **A criança e a mídia: imagem, educação, participação**. 2. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002, p. 307- 317.

BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia-educação**. 2. ed. Campinas: Autores Associados, 2005.

BORTOLIERO, Simone. Kaplún, educador. Biografia de um visionário. In: MELO, J.M.; et al (Orgs.). **Educomídia, alavanca da cidadania: o legado utópico de Mario Kaplún**. São Bernado do Campo: UNESP, 2006, p. 83-88.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do adolescente**. Decreto- Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. Brasília: Coordenação de Publicações, 1991.

BUCHOT, Catharina; FEILITZEN, Cecília von. **Perspectivas sobre a criança e a mídia**. Tradução de Patrícia de Queiroz Carvalho. Brasília: UNESCO, 2002.

CANAVILHAS, João. **Webnotícia: proposta de modelo periodístico para la www**. Portugal: Universidade da Beira Interior/Labcom, 2007.

_____. **Do jornalismo online ao webjornalismo: formação para a mudança**. 2006. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 11 abr. 2008.

_____. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web**. 2001. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 11 abr. 2008.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CAPPARELLI, Sérgio. Infância digital e cibercultura. In: PRADO, José Luiz Aida (Org.). **Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas**. São Paulo: Hacker Editores, 2002, p. 130-145.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Volume 1, 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CITELLI, Adilson. Comunicação e Educação: perspectivas. In: LOPES, M. I. V. de; et al (Orgs.). **Pensamento Comunicacional Brasileiro**. São Paulo: Intercom, 2005.

DEMARTNI, Zélia de Brito Fabri. Infância, Pesquisa e Relatos Oraís. In: DEMARTNI, Zélia de Brito Fabri; FARIA, Ana Lúcia Goulart de; PRADO, Patrícia Dias (Orgs.) **Por uma cultura da infância: metodologias de pesquisa com crianças**. Campinas: Autores Associados, 2002, p. 01-17.

DIZARD JR, Wilson. **A nova mídia – a comunicação de massa na era da informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

FEILITZEN, Cecília von. Educação para a mídia, participação infantil e democracia. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Org.). **A criança e a mídia: imagem, educação, participação**. 2.ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002, p. 19- 35.

FERRARI, Polyana. **Jornalismo digital**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

FERREIRA, S.L.; LIMA, M.F.M.; PRETTO, N.L. Mídias digitais e educação: tudo ao mesmo tempo agora o tempo todo. In: BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (Orgs.). **Mídias digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005, p. 225-255.

FLAVELL, John H. **A psicologia do desenvolvimento de Jean Piaget**. Tradução de Maria Helena Souza Patto. São Paulo: Pioneira, 1988.

FREIRE, Paulo. **Professora sim, tia não: cartas a quem ousa ensinar**. 14. ed. São Paulo: Olho d'Água, 2003.

_____. **Pedagogia do Oprimido**. 32. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

GERAÇÃO Digital. In: **Revista Exame**. 30 ago. 2006, p. 22-30.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para novas mídias digitais**. São Paulo: SENAC, 2003.

JOHNSON, Steven. **Surpreendente!:** a televisão e o videogame nos tornam mais inteligentes. Tradução de Lucya Hellena Duarte. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Tradução de Maria Luisa Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

JONES, Gerard. **Brincando de matar monstros**: por que as crianças precisam de fantasia, videogames e violência de faz-de-conta. São Paulo: Conrad, 2004.

JORNALISMO para Crianças. 2008. Disponível em:
< <http://jornalismoparacrianças.blogspot.com/>>. Acesso em: abr. 2009.

KAPLÚN, Mario. Processos educativos e canais de comunicação. In: **Revista Comunicação & Educação**. São Paulo: Moderna, Ano V, n. 14, jan-abr. 1999, p. 68-75.

_____. **Comunicación entre grupos**: el método del Cassette-Foro. Ottawa: CIID, 1984.

_____. **Hacia una comunicación participativa**: entrevista a Mario Kaplún. Quito: Aler, 1983a.

_____. **Hacia nuevas estrategias de comunicación en la educación de adultos**. Santiago: Oficina Regional de la UNESCO para America Latina y el Caribe, 1983b.

KELLNER, Douglas. Beavis e Butt-Head: sem futuro para a juventude pós-moderna. In: KINCHELOE, Joe; STEINBERG, Shirley (Org.). **Cultura Infantil**: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001a, p. 133-159.

_____. **A cultura da mídia – estudos culturais**: identidades e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001b.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e Tecnologias**: o novo ritmo de informação. Campinas: Papirus, 2007.

KERCKHOVE, Derrick. **A pele da cultura**: uma investigação sobre a nova realidade eletrônica. Lisboa: Relógio D'água, 1999.

KINCHELOE, Joe; STEINBERG, Shirley. Sem segredos: cultura infantil, saturação de informação e infância pós-moderna. In: KINCHELOE, Joe; STEINBERG, Shirley (Orgs.). **Cultura Infantil**: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001, p. 09-52.

KLAINER, Rosa; LÓPEZ, Daniel; PIERA, Virginia. **Diálogos com crianças e jovens**: construindo projetos educativos em e para os Direitos Humanos. Tradução de Valério Campos. Porto Alegre: Artmed, 2004.

LAJOLO, Marisa. Infância de papel e tinta. In: FREITAS, Marcos César de (Org.). **História Social da Infância no Brasil**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2003, p. 229-250.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**: arquitetura e navegação no ciberespaço. 2. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.

LEITE, Maria Isabel. Desenho Infantil. In: KRAMER, Sônia; LEITE, Maria Isabel (Orgs.). **Infância e Produção Cultural**. 2.ed. Campinas: Papirus, 2001, p. 131-150.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. Pela Ciberdemocracia. In: MORAES, Denis (Org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

_____. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 2.ed. São Paulo: Editora 34, 2000.

_____. **O que é virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

LITTO, Frederic Michael. A “**geração de rede**” está chegando ao mercado de trabalho e mudando as organizações. Disponível em: <<http://www.futuro.usp.br/>>. Acesso em: 31 mar. 2007.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje en los nuevos medios de comunicación**: la imagen en la era digital. Buenos Aires: Paidós, 2006.

MATTELART, Armand. **Historia de la sociedad de la información**. Buenos Aires: Paidós, 2002.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de Comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. 18. ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

MELO, Amanda Meincke. **Uma abordagem semiótica para o design de portais infantis com a participação da criança**. 2003. 147 f. Dissertação (Mestrado em Computação). Pós-Graduação em Computação do Instituto de Computação, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.

MELO, José Marques de. **Opinião do jornalismo brasileiro**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

MIELNICZUCK, Luciana. **Jornalismo na Web**: uma contribuição para o estudo do formato na notícia na escrita hipertextual. 2003. (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Federal da Bahia, Bahia, 2003.

MINGAU DIGITAL. Disponível em: <www.mingaudigital.com.br>. Acesso em: jan. 2009.

MOURA, Leandro. **Como escrever na rede**: manual de conteúdo e redação para Internet. Rio de Janeiro: Record, 2002.

NAMBURETE, Eduardo. Internet: a nova segregação digital. In: PERUZZO, Cicília Maria Krohling; ALMEIDA, Fernando Ferreira de (Orgs.). **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: Intercom, 2003, p. 235-244.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. 2. ed. Tradução de Sérgio Tellaroli. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

NIELSEN, Jakob; TAHIR, Marie. **Homepage**: 50 websites desconstruídos. Tradução de Teresa Cristina Feliz de Souza. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

UOL. **O que é o RSS?** Disponível em: <<http://rss.uol.com.br/>>. Acesso: 17 jan. 2008.

ONU. **Convenção dos Direitos da Criança**. UNICEF, 1989.

PACHECO, Elza Dias; TASSARA, Helena. Infância, imaginário e subjetividade: representação da morte dos “Mamonas Assassinas”. In: CASTRO, Lucia Rabello (Org.). **Crianças e jovens na construção da cultura**. Rio de Janeiro: NAU Editora: FAPERJ, 2001, p. 179-208.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Edições GJol/Calandra, 2003, p. 13-36.

PALLOFF, R. M.; PRATT, K. **Construindo comunidades de aprendizagem no ciberespaço**: estratégias eficientes para a sala de aula on-line. Tradução de Vinícius Figueira. Porto Alegre: Artmed, 2002.

PASQUALI, Antonio. Um breve glossário descritivo sobre comunicação e informação. In: MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano. **Direitos à Comunicação na Sociedade da informação**. São Bernardo do Campo: UESP, 2005, p. 15- 47.

PERROTTI, Edmir. **Confinamento cultural, infância e leitura**. São Paulo: Summus, 1990.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 125-145.

PIAGET, Jean. **Psicologia da inteligência**. 2. ed. Tradução de Egléa de Alencar. São Paulo: Fundo Cultural, 1967.

PINHO, J.B. **Jornalismo na Internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

PISCITELLI, Alejandro. **Internet, la imprenta del siglo XXI**. Barcelona: Gedisa, 2005.

POLISTCHUCK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação**: o pensamento e a prática do jornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

POTSMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Tradução de Suzana Menescal de Alencar Carvalho e José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

PRADO, Patrícia Dias. Quer brincar comigo? Pesquisa, brincadeira e educação infantil. In: DEMARTNI, Zélia de Brito Fabri; FARIA, Ana Lúcia Goulart de; PRADO, Patrícia Dias (Orgs.) **Por uma cultura da infância: metodologias de pesquisa com crianças**. Campinas: Autores Associados, 2002, p. 19-47.

PRIMO, Alex. **Interações na blogosfera**. Palestra proferida em 25 mar. 2008. Unesp, Bauru.

_____. **Interação mediada por computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RADAR KIDS. Disponível em: <www.radarkids.com.br>. Acesso em: jan. 2009.

RAMONET, Ignacio. **Internet, el mundo que llega.** Madrid: Alianza Editorial, 1998.

RODELLA, Cibele Abdo. Internet: um novo paradigma de informação e comunicação. In: **Revista Comunicação & Educação**, São Paulo, ano X, n. 1, p. 41-48, jan.- jun. 2005, p. 41-48.

RUSHKOFF, Douglas. **Um jogo chamado futuro:** como a cultura dos garotos pode nos ensinar a sobreviver na era do caos. Tradução de Paulo Cezar Castanheira. Rio de Janeiro: Revan, 1999.

SAMPAIO, Inês Silvia Vitorino. **Televisão, publicidade e infância.** 2. ed. São Paulo: Annablume, 2004.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço:** o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **Matrizes da linguagem e do pensamento sonora, visual, verbal:** aplicações na hipermídia. São Paulo: Iluminuras, 2001a.

_____. **Comunicação e pesquisa:** projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001b.

_____. **Cultura das mídias.** 2. ed. São Paulo: Experimento, 2000.

SEIXAS, Lia. Gêneros jornalísticos digitais: uma proposta de critérios para definir os produtos do webjornalismo. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos de jornalismo digital.** Salvador: Edições GJol/Calandra, 2003, p. 82-87.

SIERRA, Francisco. **Comunicación, educación y desarrollo.** Apuntes para una historia de la comunicación educativa. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2002.

SILVA, Marco. **Sala de aula interativa.** 2. ed. Rio de Janeiro: Quaret, 2001.

_____. **Interatividade: uma mudança fundamental do esquema clássico da comunicação.** 2000. Disponível em: <www.senac.br/BTS/263/boltec263c.htm>. Acesso em: 11 abr. 2008.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. **Exclusão digital:** a miséria na era da informação. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

SOARES, Ismar de Oliveira. A mediação tecnológica nos espaços educativos: uma perspectiva educomunicativa. In: **Revista Comunicação & Educação.** Ano XII, n. 1, jan.-abr. 2007, p. 31-40.

_____. **Sociedade da Informação ou da comunicação?** São Paulo: Cidade Nova, 1996.

SOUSA, Jorge Pedro de. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2. ed. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2006.

SQUIRRA, Sebastião. Sociedade do conhecimento. In: MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano. **Direitos à Comunicação na Sociedade da informação**. São Bernardo do Campo: UESP, 2005, p. 255-265.

_____. **Jornalismo online**. São Paulo: USP, 1998.

TAPSCOTT, Dan. **Geração Digital**: a crescente e irreversível ascensão da Geração Net. Tradução de Ruth Gabriela Bahr. São Paulo: Makron Books, 1999.

THIOLLENT, Michel. Notas para o debate sobre pesquisa-ação. In: BRANDÃO, Carlos Rodrigues (Org.). **Repensando a pesquisa participante**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

_____. **Metodologia da Pesquisa-Ação**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 1992.

_____. **Metodologia da Pesquisa-Ação**. 15. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 6. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

TIA MAYRA FERREIRA. 2008. Disponível em: <www.orkut.com.br>. Acesso em: abr. 2009.

UOL Crianças. Disponível em: <www.uol.com.br>. Acesso em: jan. 2009.

WIMPSETT, Kim. **Building WebSites for Kids**. 1998. Disponível em: <<http://builder.cnet.com/webbuilding/pages/Graphics/Kids/>>. Acesso em: 28 ago. 2006.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. Tradução de Vanise Pereira Dresch. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. **Pensar a comunicação**. Tradução de Zélia Leal Adghiri. Brasília: Editora UnB, 2004.

_____. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Tradução de Isabel Crossette. Porto Alegre: Sulina, 2003.

_____. **Sobrevivir a Internet**: conversaciones con Olivier Jay. Espanha: Gedisa Editorial, 2000.

[Pesquisar Blog](#) | [SINALIZAR BLOG](#) | [Próximo blog](#)

[Criar um blog](#) | [Login](#)

Jornalismo para Crianças

O blog *Jornalismo para crianças* é uma das faixas de minha pesquisa de Mestrado. O objetivo do blog é ser um diário de bordo da pesquisa com situações semanais. O blog também pretende estimular o diálogo sobre jornalismo infantil, além de promover a interação, especialmente com as crianças que participam da pesquisa.

Quarta-feira, 23 de Abril de 2008

Uma nova viagem à infância

Início, a partir de hoje, mais um relato de uma viagem à infância. Sou uma apaixonada pelo universo infantil e pelo jornalismo. Assim, decidi em minhas pesquisas na graduação em Jornalismo e, agora, no Mestrado em Comunicação Midiática, ambas na Unesp de Bauru, estudar a relação das crianças como a mídia, pensando na formação crítica desse novo leitor a partir do contato com as informações da realidade. As pesquisas "Olhar da Infância: um relato da mídia impressa" e "Infância em papel: o jornalismo infantil no interior" discutiram o papel dos suplementos infantis para as crianças. Como defendo a participação das crianças na análise e produção de uma mídia atenta às necessidades informacionais e expectativas infantis, realizei pesquisas de campo com mais de 150 crianças de 10 a 12 anos entre os anos de 2005 e 2006. Como continuidade desses trabalhos, agora em 2008, começo uma nova pesquisa de campo com 34 alunos de uma escola pública em Bauru para entender sua relação com a mídia digital. Nosso objetivo final é construir um webjornal infantil, adequado às características e aos interesses informacionais das crianças. Com esta breve apresentação, começo o meu relato de pesquisa a fim de contribuir com a interação entre as crianças e a informação na mídia digital.

= Postado por Mayra Ferreira às 11:00

Arquivo do blog

- ▼ 2009 (30)
 - ▼ Julho (4)
 - Expectativas finais! Formatações...**
 - Idéias finais**
 - Um sósopo de Educação**
 - Junho (4)
 - Maio (5)
 - Abril (4)
 - Março (4)
 - Fevereiro (4)
 - Janeiro (5)
 - 2008 (37)

Quem sou eu

Mayra Ferreira
Uma jornalista iniciante. Uma professora por paixão. Uma pesquisadora mergulhada no universo infantil.

[Visualizar meu perfil completo](#)

11 comentários:

Anônimo disse...

- o texto é legal mas que podia ter falado o nome da escola né.
[24 de Abril de 2008 08:27](#)

Paolla disse...

- Ciee^^
tá bn sou a Paolla da escola tá bn?/
[24 de Abril de 2008 08:44](#)

Fernandinha disse...

- Eu sou uma das crianças que está fazendo parte desse trabalho e gostaria de saber mais ou menos quando voce irá fazer o tal site????????????????????????????????
[24 de Abril de 2008 12:53](#)

Mayra Ferreira disse...

- Olá crianças,
Fico feliz em ver comentários de vocês!
Bom, por um questão de privacidade, não vou citar o nome da escola, nem de vocês em meus textos, ok?
E sobre o site, esperamos que em novembro ele esteja pronto. Até lá, temos muito trabalho!
Beijos
[25 de Abril de 2008 08:45](#)

Franciny disse...

- Oi!
- Tudo bom?
- Sou umas das Alunas da pesquisa
- Gostei muito do texto
- não sei quem foi que mandou esse recado do anonimo,mas vamos tentar descobrir.E mais estranho ne algum vim falar isso pra voce.
- nome da escola nós achamos certo voce nao por o nome.
- [25 de Abril de 2008 10:23](#)

Fernandinha disse...

- Isso mesmo Franciny mete bronca no engraxadinho que falou isso e muito obrigado Mayra por responder minha pergunta
[26 de Abril de 2008 12:18](#)

Paolla disse...

- Ciee^^
- hehe tem men?
[26 de Abril de 2008 16:00](#)

Jullinha disse...

- oi tudo bom?
- gostei muito do texto sou uma das alunas da pesquisa e achei muito legal.
- [5 de Maio de 2008 10:11](#)

SirPaolla disse...

- eu sei de quem é o anonimo!!
é
carol richieri
eu
acuti
[5 de Maio de 2008 10:34](#)

arendel disse...

- oi eu sou um dos alunos da sua pesquisa
- eu sou o wendell
- eu sento na frente da professora.
- amanha eu te falo quem eu sou
- entao eu gostei muito dos textos que vc escreveu eles ficaram muito interessante eu gostei muito
- bjo
[7 de Maio de 2008 15:48](#)

SirPaolla disse...

- Ciee^^
- pr você num ficou dar aula/bossa quinta?
- [9 de Maio de 2008 09:10](#)

[Postar um comentário](#)

[Postagem mais recente](#)

[Assinar: Postar comentários \(Atom\)](#)

[Início](#)

Última postagem



[PESQUISAR BLOG](#)
[SINALIZAR BLOG](#)
[SEGUIR BLOG](#)
[Próximo blog](#)
mayrajornal@gmail.com
[Nova postagem](#)
[Personalizar](#)
[Sair](#)



Jornalismo para Crianças

O blog Jornalismo para crianças é uma das fases da minha pesquisa de Mestrado. O objetivo do blog é ser um diário de bordo da pesquisa, com atualizações semanais. O blog também pretende estimular o diálogo sobre jornalismo infantil, além de promover a interação, especialmente com as crianças que participarão da pesquisa.

Sexta-feira, 31 de Julho de 2009

Fim de uma viagem à infância

Quando iniciamos nossa pesquisa há dois anos e meio, vislumbrava o dia em que ela se encerraria, pois ansiosamente esperava os resultados que conseguiríamos atingir.

E esse dia chegou! **Estamos rumo à defesa!**

O webjornal está no ar e sua proposta informativa e interativa é valorizada por nossas crianças. É claro que ainda ficam questões a serem respondidas, mas as metas foram alcançadas. Conhecemos a infância digital, investigamos sua relação com as tecnologias, mergulhamos em sites infantis, descobrimos a importância da diversão e da interação para as crianças da Geração Net, promovemos um novo jornalismo infantil.

É hora, então, de agradecer a todos que compartilharam dos anseios e expectativas desta pesquisa. Obrigada pelo carinho, palavras e torcida!

Em especial, à *equipe de produção do webjornal*, nossa gratidão.

De forma inesquecível, a *nossas crianças*, nosso compromisso e nossas saudades.

Até uma próxima viagem!

 Postado por Mayra Ferreira às 05:01 

 **0 comentários:**

[Postar um comentário](#)

[Início](#) [Postagem mais antiga](#)

Assinar: [Postar comentários \(Atom\)](#)

Arquivo do blog

- ▼ 2009 (31)
 - ▼ Julho (5)
 - [Fim de uma viagem à infância](#)
 - [Expectativas finais!](#)
 - [Formatações....](#)
 - [Ideias finais](#)
 - [Um pouco de Educação](#)
 - Junho (4)
 - Maio (5)
 - Abril (4)
 - Março (4)
 - Fevereiro (4)
 - Janeiro (5)
- 2008 (37)

Quem sou eu

Mayra Ferreira
 Uma jornalista iniciante. Uma professora por paixão. Uma pesquisadora mergulhada no universo infantil.

[Visualizar meu perfil completo](#)

Apêndice B – Orkut *Tia Mayra Ferreira*

orkut | Início | Perfil | Página de recados | Amigos | Comunidades | [tiamayra@gmail.com](#) | Sair | pesquisa do orkut



Tia Mayra Ferreira

disponível ▼

feminino
Brasil

[perfil](#) [editar](#)

[recados](#)

[fotos](#)

[vídeos](#)

[depoimentos](#)

[eventos](#)

Apps [editar](#)

[adicionar apps](#)

[listas](#)

[mensagens](#)

[atualizações](#)

[configurações](#)

[spam](#)

convidar amigos

[enviar](#) [mais >>](#)

Bem-vinda, Tia Mayra

Defina seu status aqui [editar](#)

recados 27 fotos 0 fotos comigo 0 fãz 160 mensagens 160

Visualizações de perfil: Desde fev. 2006: 113

Visitantes recentes: yoyana™ [stá Missysmoje], joao pedro, FeRnNaNdA Gantzel, Julia Trombinig, murillo alexandre, Morenazeex; Mode [On] ReboLation, ALEX CONSANI CHAM JR, kīāβ,ββ., brendha rodrigues

Sorte de hoje: Trate os defeitos dos outros com a mesma consideração que lida com os seus

Último login: 6 de julho de 2009 09:09

sugestões de amigos do orkut

CaroL Vida Loka	M@THEUSZINH C boletti	murillo alexandre	Amabile Beatriz Leal	carol buzo
adicionar como amigo	adicionar como amigo	adicionar como amigo	adicionar como amigo	adicionar como amigo

Atualizações dos meus amigos

- jhonatas de lima faria adicionou 2 novos vídeos


 02:55 eu dançando S2 um poko de shuffle e um poko de rebo...


 07:00 Esse cara deita Pra quem conhece guitar hero e t...
- brendha rodrigues adicionou 22 novos vídeos





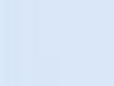
- hsk FLmêH Shuffler adicionou 2 novas fotos para o álbum Ragnarok



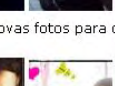
- Morenazeex; Mode [On] ReboLation recebeu novos depoimentos de Feêr'. Cabestré M[on]R UHS e Lukas bellai
- Júlia Trombinig adicionou 7 novas fotos para o álbum Rua ♥







- Júlia Trombinig adicionou 5 novas fotos para o álbum Amigas Da Escola♥ {Construção}

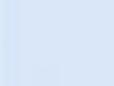





- Carol ;~ recebeu novos depoimentos de Yasmin Pietra e 4 Let Mateus .
- Carol ;~ adicionou 12 novas fotos para o álbum Vida ;* (construção)







- jhonatas e hsk FLmêH adicionaram esse vídeo. Tem que ser bom!


 03:33 Mirabolante e estúpenta imitação de um dos mais ma...

publicidade


[www.EmagrecerDomindo.com](#) [Anúncios Google](#)

meus amigos (25)

procurar amigos

CaroL	FeRnNaNdA	DSTV , 4 Let
biiah vianny	Franciny	yoyana™
Morenazeex;	jhonatas	Mih 4

[ver todos >>](#) [gerenciar](#) [encontrar mais amigos >>](#)

minhas comunidades (0)

[adicionar comunidades](#)

[gerenciar](#)

[ver mais >>](#) [editar configurações](#)

orkut
Sobre o orkut | Acesse orkut.com | Blog | Desenvolvedores | Centro de segurança | Privacidade | Termos de uso | Publicidade | Ajuda

Apêndice C – Carta de Apresentação

Bauru, de abril de 2008.

Ilustríssima Sr(a) Diretor(a) da Escola Mercedes Paz Bueno

Eu, Mayra Fernanda Ferreira, mestranda em Comunicação Midiática do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista, campus de Bauru, venho formalizar os objetivos da pesquisa de campo, a ser realizada durante este ano nesta escola.

A pesquisa de dissertação “Webjorbalismo infantil: por uma interação informativa” engloba uma pesquisa de campo com crianças para verificar a opinião e estimular a participação dos alunos em nosso projeto de elaborar um webjornal experimental para o público infantil.

Em um primeiro momento, durante os meses de abril e maio, realizaremos uma pesquisa exploratória com alunos de uma das 5ª séries da escola, com o objetivo de observar a relação dos alunos com a Internet e com os sites infantis.

A metodologia do trabalho baseia-se na pesquisa-ação, a fim de que a criança participe da construção da pesquisa com suas opiniões e interesses. Para a coleta dos dados, aplicaremos questionários e realizaremos oficinas de navegação, com o auxílio de um técnico em informática.

A segunda fase da pesquisa com as crianças ocorrerá apenas em novembro e dezembro para que as crianças tenham contato com o webjornal experimental e, novamente, possam expressar suas opiniões sobre o mesmo.

Tendo em vista a necessidade do acesso à Internet para a efetivação da pesquisa, as atividades serão realizadas, majoritariamente, no laboratório de informática da escola. E, para que possamos atender a todos os alunos da série selecionada, eles serão divididos em grupos, na proporção em que o laboratório comporta.

Os dados obtidos, assim como se houver necessidade de fotos e gravações, serão utilizados apenas com finalidade científica.

Caso haja alguma alteração na pesquisa, esta será imediatamente comunicada à direção e à coordenação da escola, além dos responsáveis pelas crianças. Assim como esperamos manter o diálogo sobre o andamento da pesquisa em todas as fases.

Desde já agradecemos a colaboração e nos comprometemos a retornar à instituição para apresentar os resultados finais obtidos com a pesquisa.

Estamos à disposição para outros esclarecimentos da pesquisa.

Atenciosamente,

Mayra Fernanda Ferreira
Pesquisadora

Ciente: _____
Profº Dr. João Pedro Albino
Orientador da pesquisa

Apêndice D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Conforme Resolução 196/96 do CNS

Eu, _____, autorizo meu filho(a) _____, de _____ anos, a participar da pesquisa **Webjornalismo infantil: por uma interação informativa**, que será realizada em 2008 pela pesquisadora Mayra Fernanda Ferreira, orientada pelo professor Dr. João Pedro Albino, nas dependências da Escola Estadual Mercedes Paz Bueno, onde meu filho(a) é aluno da 5ª série, sem qualquer custo para a família ou prejuízo para as atividades escolares do aluno.

Declaro que estou de acordo com a pesquisa que tem como objetivo conhecer a opinião do meu filho(a) sobre a Internet e o jornalismo para elaborar um jornal infantil experimental na Internet, ao mesmo tempo em que espera contribuir para a formação crítica do leitor e promover a inclusão digital por meio do uso da Internet e das informações factuais, disponíveis no webjornal.

Também me comprometo a colaborar com a pesquisa, disponibilizando dados pessoais assim que solicitados pela pesquisadora, desde que os mesmos sejam utilizados apenas para os fins da pesquisa. Estou ciente ainda que posso solicitar à pesquisadora, em qualquer momento da pesquisa, informações sobre a participação e contribuição do meu filho(a), além de dados sobre as atividades realizadas.

Autorizo, dessa forma, a utilização das respostas do meu filho(a) durante a pesquisa, assim como o uso da voz e da imagem, caso as atividades sejam gravadas, filmadas ou fotografadas, apenas para a divulgação científica dos resultados da pesquisa.

Bauru, _____ de abril de 2008.

Assinatura do responsável

Mayra Fernanda Ferreira
Pesquisadora

Profº Dr. João Pedro Albino
Orientador da pesquisa

Apêndice E – Questionário Sócio-Econômico

Responsável pelo aluno:

Aluno:

Idade:

1) Em que bairro a família mora? _____

2) Em média, qual a renda familiar?

- () até um salário mínimo;
- () de um a cinco salários mínimos;
- () mais de cinco salários mínimos.

3) Quantas pessoas são sustentadas com essa renda?

- () até duas pessoas;
- () entre duas e cinco pessoas;
- () mais de cinco pessoas.

4) Qual o grau de escolaridade do responsável?

- () Ensino Fundamental incompleto
- () Ensino Fundamental completo
- () Ensino Médio incompleto
- () Ensino Médio completo
- () Ensino Superior incompleto
- () Ensino Superior completo

5) Na casa da família, há computador?

- () sim
- () não

6) Se sim, o computador tem acesso à Internet?

- () sim
- () não

7) Se não, como a criança tem acesso ao computador e à Internet?

- () escola;
- () casa de parentes;
- () casa de amigos;
- () outros.
- () não tem acesso.

Observação: As respostas aqui preenchidas são confidenciais e serão utilizadas apenas para identificar o grupo de alunos na pesquisa **Webjornalismo infantil: por uma interação informativa**. Com relação a esses dados, não haverá divulgação do nome do responsável nem do aluno(a).

Apêndice F- Questionário 01

Nome do aluno:

Idade:

1) Você tem acesso ao computador?☐ sim. Onde? _____☐ não.**2) Quantas vezes por semana você usa o computador?**☐ Todo dia☐ três vezes por semana☐ só nos finais de semana**3) Para que você usa o computador?**☐ digitar trabalhos de escola☐ fazer pesquisa para a escola☐ brincar☐ mandar e-mails/ conversar com amigos☐ buscar informações**4) Você tem acesso à Internet?**☐ sim. Onde? _____☐ não.**5) O que você gosta de fazer na Internet?**

6) O que falta na Internet para as crianças?

7) Você participa de alguma atividade na Internet? Qual?

8) O que você acha das informações que a Internet tem?

Apêndice G – Questionário 2

Nome do aluno:

Idade:

- 1) Em qual site você entrou?
- 2) Por que você escolheu esse site?
- 3) O que você mais gosta nesse site?
- 4) O que você não gosta nesse site?
- 5) Você não entendeu alguma coisa nesse site? O quê?
- 6) Faltou alguma coisa nesse site? O quê?
- 7) Como você participou desse site? O que fez nele?

Apêndice H – Autorização

Bauru, 05 de junho de 2008.

Aos pais dos alunos da 5ª B da Escola Estadual Mercedes Paz Bueno

Vimos por meio desta solicitar sua autorização para que seu filho(a) possa participar de uma atividade da pesquisa **Webjornalismo infantil: por uma interação informativa** no campus da Unesp Bauru.

Conforme já explicamos em autorização anterior, estamos realizando uma pesquisa com os alunos da 5ª B sobre a relação das crianças com a Internet. Dessa forma, para verificar a interação das crianças com os sites, necessitamos realizar uma atividade prática em um laboratório de Informática, que atenda os requisitos de conexão à Internet e que permita a participação de todos os alunos.

Nesse sentido, a Unesp disponibilizou um ônibus e um laboratório para que pudessemos levar às crianças à universidade e, assim, realizar a atividade da pesquisa. Informamos que a duração da atividade será de 1h30min, no dia 19 de junho de 2008. A previsão de saída do ônibus é às 7h50 e o retorno às 9h50, considerando o período de aula dos alunos, sem que haja qualquer prejuízo para as outras atividades escolares. É importante reforçar que nesta data os alunos terão as demais aulas nos horários regulares, das 7h às 11h30 min.

Além disso, reforçamos que tal atividade é esperada pelas crianças, uma vez que elas têm uma relação muito próxima com a Internet e já participam da pesquisa em sala de aula, demonstrando interesse pela construção do webjornal.

Qualquer dúvida favor entrar em contato com a direção da escola que disponibilizará os contatos da pesquisadora para esclarecer as dúvidas. Desde já agradecemos a colaboração com a pesquisa.

Atenciosamente,

Mayra Fernanda Ferreira
Pesquisadora responsável

Professor João Pedro Albino
Orientador da pesquisa

AUTORIZAÇÃO

Eu, _____, responsável pelo aluno(a) _____, autorizo sua participação na pesquisa **Webjornalismo infantil: por uma interação informativa**, a ser realizada no campus da Unesp Bauru no dia 19 de junho de 2008, com o acompanhamento da professora de Português da 5ª B.

Bauru, de junho de 2008

Assinatura do responsável

Apêndice I – Questionário 3

Nome do aluno:

Idade:

1) Você lê algum jornal ou revista?

() sim. Quais? _____

() não.

2) O que você gosta de ler?

3) Se fosse fazer um jornal infantil na Internet, o que você gostaria de ler nele?

4) Como deveria ser a participação das crianças nesse jornal infantil?

5) Como seria o visual de um jornal infantil na Internet? O que não pode faltar? (Pode escrever ou desenhar).

Apêndice J – Questionário 4

Nome do aluno:

Idade:

O que você achou do webjornal infantil?

PARTE A – Visual do webjornal**1) O que mais chamou a sua atenção?**☐ Cores☐ Personagens☐ Apresentação das seções no site

Por quê?

2) O que você achou das páginas?☐ organizadas☐ desorganizadas**PARTE B – Conteúdo do webjornal****1) Como são os assuntos do webjornal?**☐ fáceis☐ médios☐ difíceis**2) Os textos são:**☐ curtos☐ normais☐ longos**3) Como é a linguagem dos textos:**☐ fácil☐ difícil☐ não entendeu algumas palavras ou frases. Quais? _____

4) O que você achou da relação entre os personagens e o conteúdo do site?☐ boa☐ regular☐ ruim**5) O que você achou dos espaços para você participar? (enquetes, fóruns, enviar notícias)**☐ bons☐ regulares☐ ruins

PARTE C – Visita ao webjornal

1) Como foi usar o site?

() fácil

() médio

() difícil

2) Como foi encontrar as informações?

() fácil

() médio

() difícil

3) Como você descreveria sua visita ao webjornal? (Onde entrou primeiro, quais páginas você visitou)

4) O que você achou de:

Educação: _____

Ciência: _____

Esportes: _____

Atualidades: _____

Minha Cidade: _____

Jornalista Mirim: _____

Espaço Criança: _____

Nosso site: _____

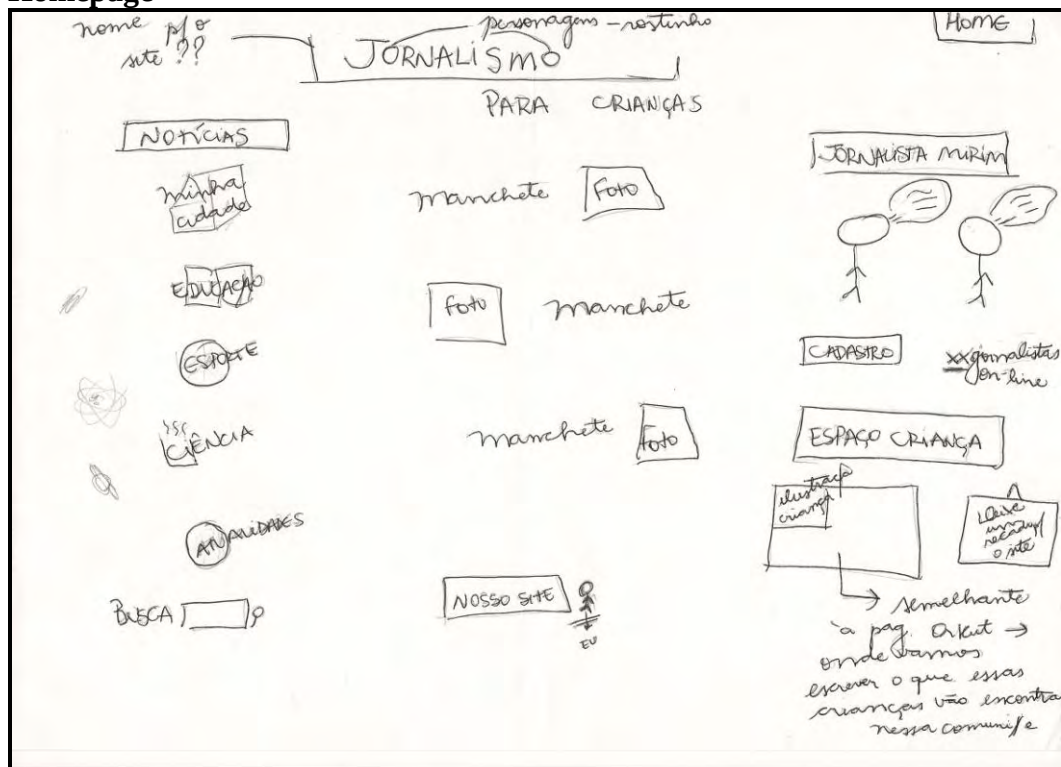
5) Você gostaria de ser um jornalista mirim? Por quê? O que você faria?

***Sugestões (o que faltou para o webjornal na sua opinião):**

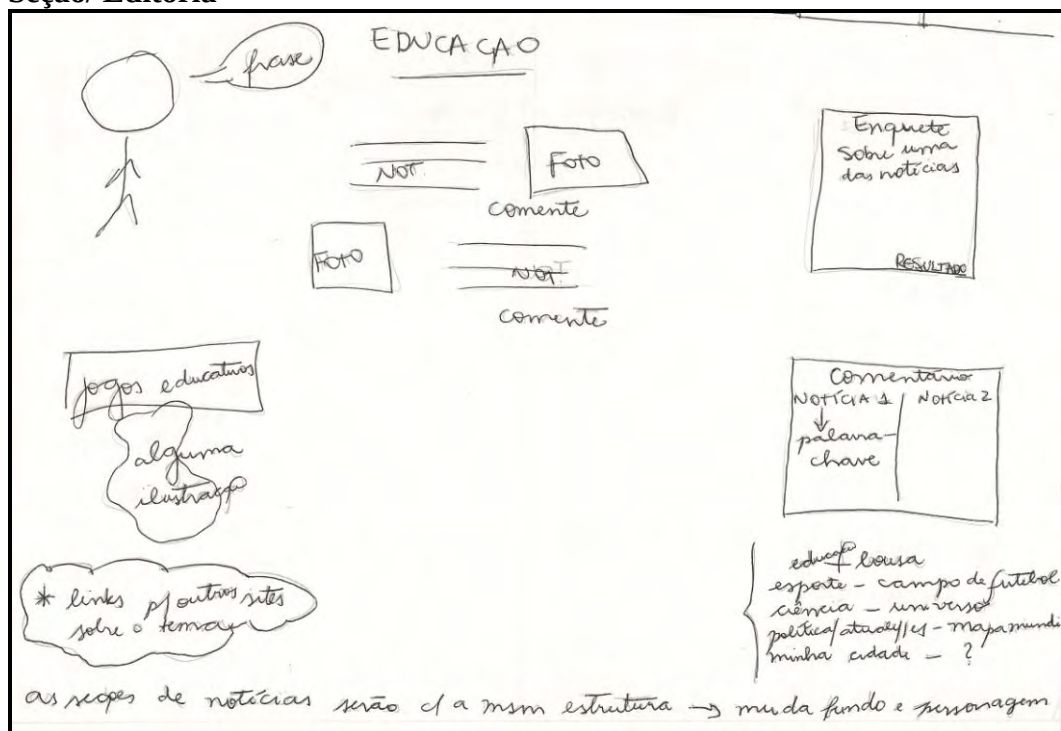
***Comente sua participação na pesquisa (o que gostou, o que não gostou):**

Apêndice K – Esboço do webjornal infantil

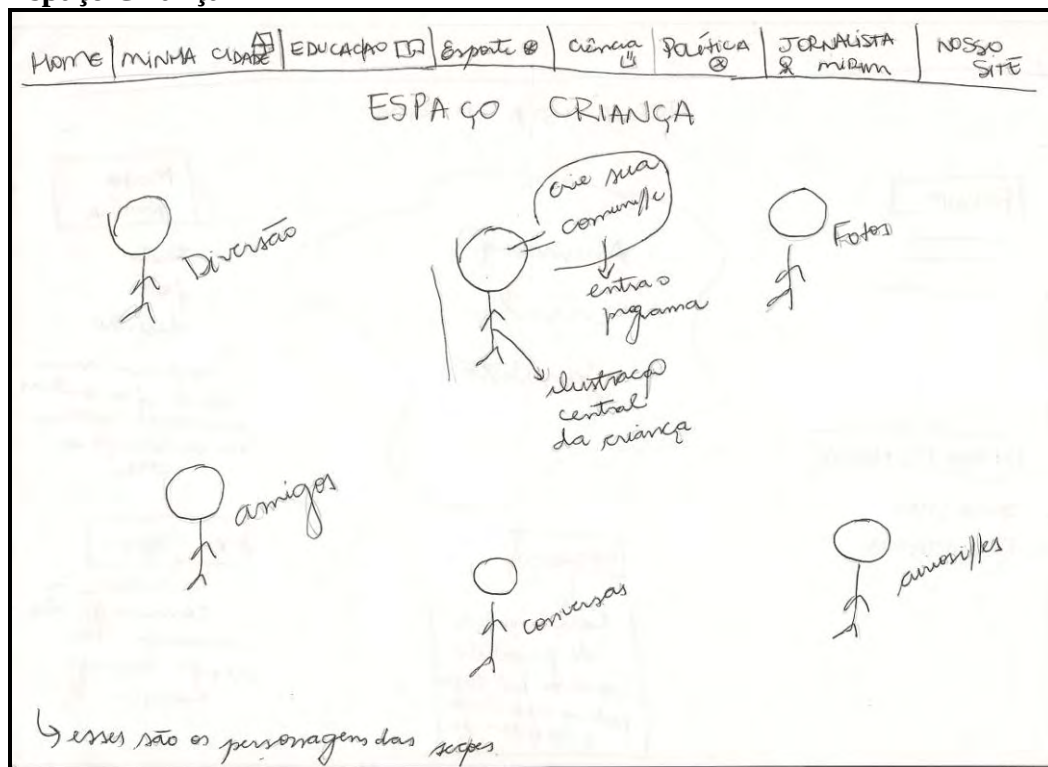
Homepage



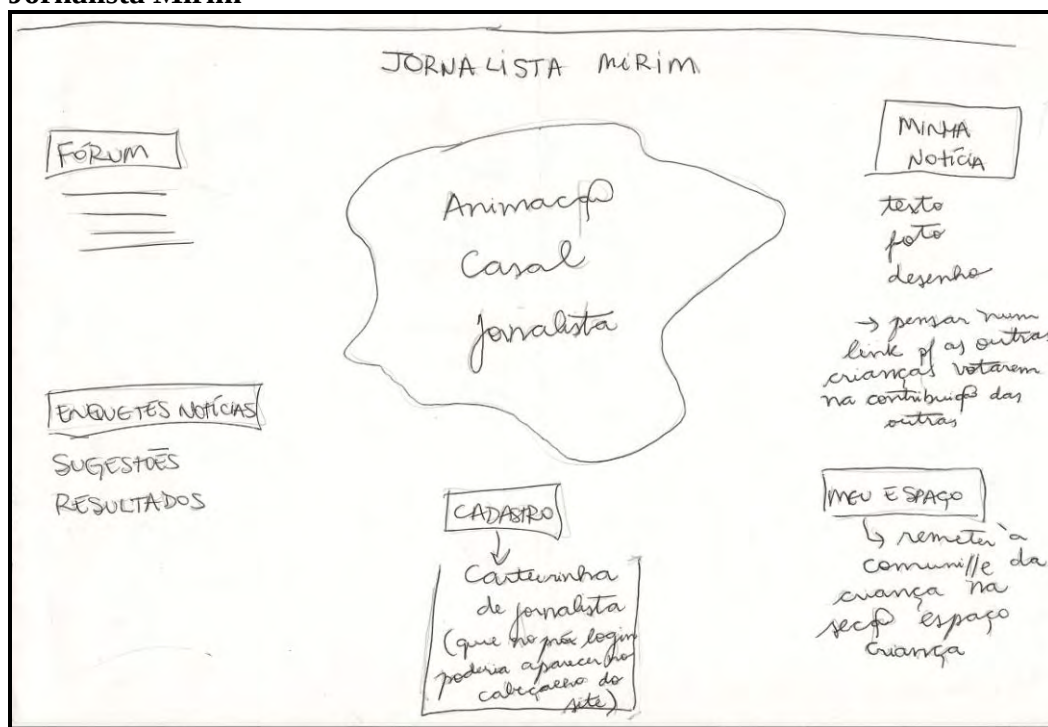
Seção/ Editoria

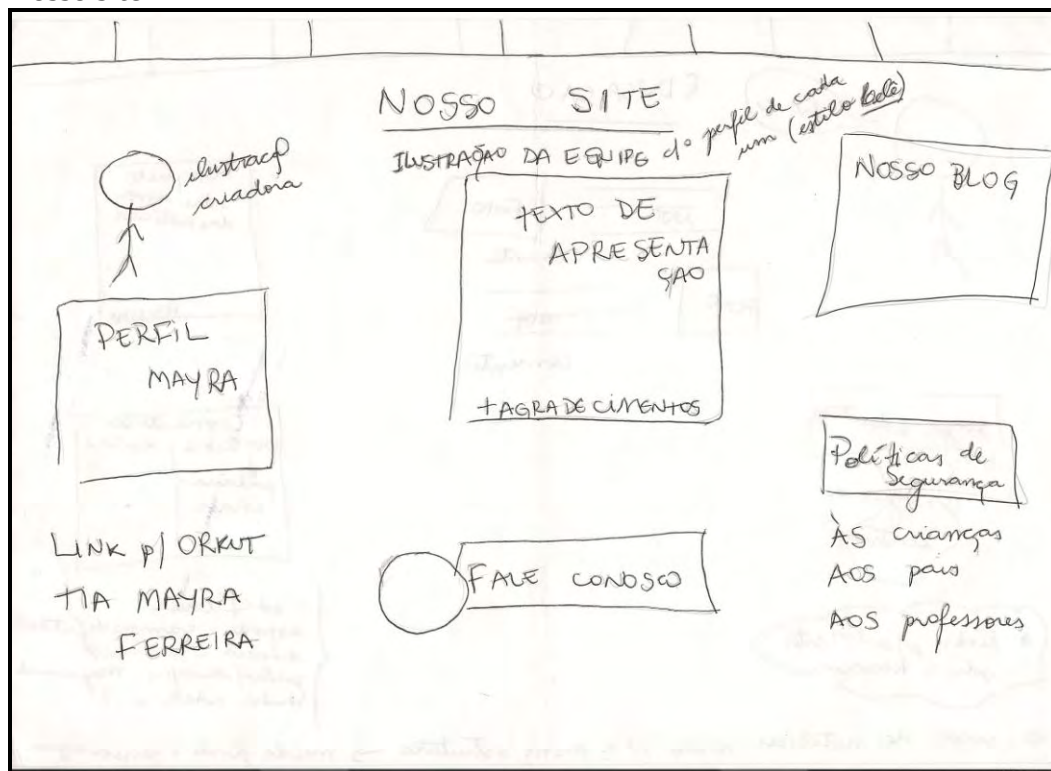


Espaço Criança



Jornalista Mirim



Nosso site

Apêndice L – Webjornal experimental**Anexo A – Sites infantis**

Observação: O CD também contém as postagens do Blog *Jornalismo para Crianças* e imagens do Orkut *Tia Mayra Ferreira*.

Anexo B – Lista dos 100 sites visitados pelas crianças

Squid User Access Reports Período: 2008Jun19-2008Jun19 Top 100 sites

NUM	LOCAL ACESSADO	CONEXÃO	BYTES	TEMPO
1	runonce.msn.com	3.79K	60.66M	273.32K
2	www.meebo.com	3.45K	3.18M	26.85M
3	img1.orkut.com	3.15K	7.58M	226.91K
4	img2.orkut.com	3.07K	10.91M	192.38K
5	img4.orkut.com	2.76K	7.37M	207.96K
6	img3.orkut.com	2.58K	6.88M	179.07K
7	www.orkut.com.br	2.25K	12.62M	1.36M
8	images.meebo.com	2.12K	3.13M	58.01K
9	images.habbohotel.com.br	1.39K	23.30M	417.60K
10	contenido.juegos10.com	1.34K	77.04M	599.84K
11	clickjogos.uol.com.br	1.24K	10.16M	394.05K
12	www2.uol.com.br	1.08K	4.77M	71.15K
13	www.globo.com	959	1.91M	72.07K
14	www.jogos10.com	855	2.12M	341.88K
15	www.habbo.com.br:443	795	6.03M	815.69K
16	www.runescape.com	780	4.92M	99.84K
17	www.google-analytics.com	752	739.89K	213.57K
18	media.y8.com	692	38.84M	209.43K
19	pagead2.googlesyndication.com	655	6.65M	245.09K
20	play.clubpenguin.com	653	2.07M	103.12K
21	www.aulavaga.com.br	634	3.05M	379.41K
22	www.habbo.com.br	622	5.46M	380.28K
23	www.ojogos.com.br	471	2.33M	59.26K
24	ofuxico.terra.com.br	470	3.72M	86.64K
25	flipperama.terra.com.br	393	2.40M	287.79K
26	icons.meebo.com	369	2.57M	92.93K
27	m.webtrends.com	363	219.05K	150.34K
28	img.youtube.com	335	1.14M	136.52K
29	www.dragonfable.com	329	4.44M	28.38K
30	www.jetix.com.br	319	3.40M	78.74K
31	tbn0.google.com	319	1.15M	43.05K
32	www.clubpenguin.com	303	879.15K	43.86K
33	www.atrativa.com.br	278	1.23M	7.57K
34	www.sillybull.com	263	3.54M	63.34K
35	www.gamesonlinebr.com.br	263	2.39M	64.17K

36	dragonfable.battleon.com	252	8.76M	117.34K
37	banners.editoraastral.com.br	250	454.83K	197.29K
38	images.orkut.com	246	13.52M	270.05K
39	urs.microsoft.com:443	240	1.59M	253.89K
40	www.gostodeler.com.br	230	648.31K	111.77K
41	www.google.com.br	223	536.28K	83.47K
42	support.clubpenguin.com	222	462.66K	22.82K
43	nettv.globo.com	220	989.59K	34.40K
44	home.img.uol.com.br	218	251.03K	142.52K
45	media1.clubpenguin.com	215	10.12M	105.77K
46	ads.img.globo.com	198	446.83K	15.21K
47	mail.google.com	185	1.25M	147.57K
48	bn.uol.com.br	180	673.14K	24.63K
49	www.cartitans.com	176	814.41K	30.68K
50	www.faac.unesp.br	175	752.36K	3.08K
51	go.microsoft.com	174	116.60K	95.34K
52	imagem.buscape.com.br	168	159.79K	5.11K
53	dragonfable.com	160	1.93M	39.94K
54	server.cpmstar.com	159	322.82K	58.98K
55	code.impresionesweb.com	158	211.26K	199.25K
56	www.sbtdiversao.com.br	156	2.87M	16.50K
57	www.blogger.com	153	350.50K	24.35K
58	bn.i.uol.com.br	151	1.15M	16.19K
59	cdn.cpmstar.com	149	3.58M	88.40K
60	ad.yieldmanager.com	146	365.43K	99.69K
61	mechquest.battleon.com	145	3.91M	82.11K
62	fliperaminha.terra.com.br	141	20.31M	54.25K
63	advert.runescape.com	141	244.17K	81.27K
64	www.google.com:443	137	1.70M	5.18M
65	a1716.g.akamai.net	136	860.63K	8.80K
66	img.terra.com.br	135	186.88K	2.35K
67	www.avrilmidia.com	134	3.39M	68.64K
68	row.bc.yahoo.com	129	71.33K	94.41K
69	l.yimg.com	127	576.86K	6.50K
70	w88.go.com	127	87.92K	60.30K
71	img.uol.com.br	126	93.88K	64.53K
72	www.trakinas.com.br	125	916.58K	39.30K
73	www.mercadolivre.com.br	125	246.12K	23.19K
74	tk2.stc.s-msn.com	117	257.13K	10.57K
75	cdn.last.fm	116	590.58K	8.62K
76	www.google.com	114	246.80K	37.74K

77	tk2.stb00.s-msn.com	113	618.89K 34.73K
78	www.playstation.com.br	113	404.30K 33.27K
79	adclient-af.lp.uol.com.br	112	667.83K 17.62K
80	br.adserver.yahoo.com	110	157.17K 142.28K
81	i.ytimg.com	109	397.14K 27.87K
82	www.bbcshop.com	104	679.96K 44.87K
83	pixel.quantserve.com	97	45.20K 27.63K
84	aglobal.go.com	94	301.15K 6.07K
85	www.sonico.com	94	155.37K 58.23K
86	secure2.clubpenguin.com:443	92	497.62K 117.82K
87	www.y8.com	91	448.03K 27.48K
88	userserve-ak.last.fm	90	1.28M 39.89K
89	www.jogos10.com.br	90	233.01K 22.34K
90	ads.habbogroup.com	87	58.27K 58.15K
91	www.jogosonline.com.br	82	343.31K 39.13K
92	www.disney.com.br	81	3.51M 22.03K
93	www.battleon.com	80	911.70K 19.52K
94	tk2.stb01.s-msn.com	80	524.72K 25.05K
95	www.2dplay.com	80	248.39K 110.69K
96	gfx1.hotmail.com	80	63.53K 4.26K
97	www.gamesdemeninas.com.br	79	2.01M 142.33K
98	newgames2.igg.com	79	801.64K 40.60K
99	www.gmodules.com	78	2.09M 25.56K
100	static.ak.sonico.com	76	218.37K 4.03K

Gerado por sarg-2.2.2 Aug-29-2006 em Jun/19/2008 13:48

Anexo C – Parecer Comitê de Ética – Unesp

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
Campus de Bauru



O Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Ciências da Universidade Estadual Paulista – UNESP, em sua 43ª Reunião Ordinária realizada no dia 20 de junho de 2008, no Prédio do STI da Faculdade de Ciências da UNESP, Campus de Bauru, às 09h00, após análise do parecer emitido pelo relator **APROVA** o projeto "Webjornalismo infantil: por uma interação informativa", Processo nº 959/46/01/08, sob responsabilidade do Professor Doutor João Pedro Albino.

Bauru (SP), 20 de junho de 2008



PROF. DR. PAULO NORONHA LISBOA FILHO
Coordenador do Comitê de Ética em Pesquisa

COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

Av. Engº Luiz Edmundo Carrijo Coube, 14-01 - Vargem Limpa - Bauru-SP - CEP: 17.033-360
Fone: (14) 3103-6167 - e-mail: celia@ctc.unesp.br

Anexo D – Parecer Diretoria de Ensino de Bauru

SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO
COORDENADORIA DE ENSINO DO INTERIOR
DIRETORIA DE ENSINO – REGIÃO BAURU
Rua Campos Salles, 9-43 – Vila Falcão – Bauru-SP
Fone: (14) 238-6977 – Fax: (14) 238-6981

CARTA DE INFORMAÇÃO**PESQUISA “Webjornalismo Infantil : por uma interação informativa”**

Pesquisadora Mayra Fernanda Ferreira - mestranda em Comunicação Mediática do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista – Unesp, Campus Bauru.

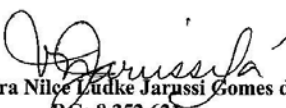
Pesquisa está sendo realizada com a 5ª série B da EE Profª Mercedes Paz Bueno, cujo objeto é a **relação das crianças com a Internet**.

Após análise, consideramos que:

- A) Quanto ao uso da voz e da imagem das crianças, caso as atividades sejam gravadas, filmadas ou fotografadas, necessitamos da autorização formal dos pais ou responsáveis;
- B) Que a pesquisa seja realizada no laboratório de informática da escola;
- C) Sobre a necessidade de levar às crianças à Universidade UNESP- Campus Bauru, orientamos que o horário seja estritamente no contra-turno do seu período normal de aula, com a devida autorização do Diretor da Escola e dos pais ou responsáveis;
- D) A Diretoria de Ensino tem a garantia de receber respostas a qualquer pergunta ou esclarecimentos acerca dos procedimentos, riscos, benefícios e outros assuntos relacionados com a pesquisa;
- E) A Diretoria de Ensino tem a liberdade de retirar seu consentimento a qualquer momento e deixar de participar no estudo, sem qualquer prejuízo ou perda de direitos e benefícios na UNESP – Bauru;

Após as considerações, fica formalizada a realização da pesquisa.

Bauru, 14 de outubro de 2008.


Profª Vera Nilce Ludke Jarussi Gomes de Sá
RG: 8.352.621
Dirigente Regional de Ensino