



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

MILLENA SOUSA SANTOS BRASIL BARBOSA

**EDUCAÇÃO MIDIÁTICA NO JORNALISMO INFANTOJUVENIL:
A CONTRIBUIÇÃO DO JORNAL JOCA PARA O COMBATE À DESINFORMAÇÃO**

BRASÍLIA
2022

MILLENA SOUSA SANTOS BRASIL BARBOSA

**EDUCAÇÃO MIDIÁTICA NO JORNALISMO INFANTOJUVENIL:
A CONTRIBUIÇÃO DO JORNAL JOCA PARA O COMBATE À DESINFORMAÇÃO**

Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharela em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Carolina Kalume Maranhão

BRASÍLIA
2022

MILLENA SOUSA SANTOS BRASIL BARBOSA

**EDUCAÇÃO MIDIÁTICA NO JORNALISMO INFANTOJUVENIL:
A CONTRIBUIÇÃO DO JORNAL JOCA PARA O COMBATE À DESINFORMAÇÃO**

Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharela em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Carolina Kalume Maranhão

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Ana Carolina Kalume Maranhão (FAC/UnB)
Orientadora

Profa. Dra. Cristiane Parente de Sá Barreto (FAC/UnB)
Examinadora

Prof. Dr. Rogério José Camara (IdA/UnB)
Examinador

Profa. Dra. Renata Alves de Albuquerque Othon (FAC/UnB)
Suplente

AGRADECIMENTOS

Para que o meu sonho de ser jornalista – finalmente se concretizasse, necessitei de várias pessoas ao meu lado, em diversas ocasiões e situações. E, como nada nesta vida conquistamos sozinhos, muito devo a quem me acompanhou ao longo desses cinco anos de formação. Por essa razão, listo aqui os meus agradecimentos.

Primeiramente, aos meus pais Michel e Everlânia, por terem me feito colocar a educação sempre em primeiro lugar e por terem incentivado a busca dos meus interesses mais profundos e verdadeiros. O apoio de vocês me trouxe até aqui e me levará além.

Às minhas irmãs Mikaelly e Mirelle, por terem sido meu suporte afetivo durante todos os anos de graduação. Este diploma também é uma conquista de vocês, meninas.

Ao meu avô Manoel, *in memoriam*, que contribuiu para me oferecer um ensino de qualidade e me colocar onde estou hoje. Seu exemplo de serenidade e bondade estará presente em todos os meus feitos.

Aos meus tios, tias, primos e à minha avó Marly, que conviveram comigo e puderam acompanhar o passo-a-passo desta trajetória.

À minha família paraibana, especialmente aos meus avós maternos Rita e Edmilson, que, mesmo de longe, torceram fortemente pela chegada deste momento.

Ao meu companheiro Vinícius, por me fazer acreditar que eu sou capaz todos os dias, seja por meio de afeto, seja pelas palavras de coragem. Você me mostra o melhor amor do mundo.

Aos amigos e aos colegas de curso, por dividirem comigo suas motivações, as quais foram essenciais para que eu continuasse seguindo com os meus objetivos. Em especial, ao meu amigo Gabriel, por ter me proporcionado boas risadas e ter tornado minha caminhada mais leve.

À Universidade de Brasília (UnB), minha segunda casa e instituição pública da qual tenho imenso orgulho. Sou resultado de todas as vivências e oportunidades que obtive através da UnB.

Aos professores e aos funcionários da Faculdade de Comunicação (FAC/UnB), pela dedicação profissional e pelos ensinamentos que jamais esquecerei.

À minha orientadora Profa. Dra. Ana Carolina Kalume Maranhão, por ter aceitado me guiar nas etapas desta desafiadora monografia e por ter acolhido essa temática tão inspiradora para mim.

Aos membros da banca examinadora, pelo interesse em minha pesquisa. Contar com a participação de vocês é um privilégio.

À equipe do jornal Joca, por não ter medido esforços para que este trabalho se tornasse possível. Obrigada pela confiança.

Por fim, às crianças e aos adolescentes, que marcaram - e ainda marcam - a minha vida e inspiram a busca por um futuro melhor.

“As histórias para crianças devem ser escritas com palavras muito simples... Quem me dera saber escrever essas histórias...”

(José Saramago)

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar de que forma a educação midiática é incentivada pelo jornal infantojuvenil Joca e como as iniciativas do veículo contribuem para o combate ao fenômeno da desinformação. O Joca produz notícias dirigidas às crianças e aos adolescentes sobre diversos temas, incluindo os principais acontecimentos do Brasil e do mundo. Nesta monografia, foi investigado o processo de produção de informação e a estratégia de educação para as mídias explorada pelo jornal. Por meio da metodologia de análise de conteúdo de Bardin (2011), foram examinados os materiais das edições publicadas de fevereiro a junho de 2022, correspondentes aos primeiros meses do calendário escolar. A observação revelou que o enfrentamento à desinformação se configura como uma consequência das iniciativas do jornal, visto que o estímulo ao aprendizado sobre os meios de comunicação implica na compreensão e na postura crítica diante da informação. Também foram abordadas as discussões a respeito da inter-relação da comunicação e da educação, a partir das ideias de Freire, Kaplún e Soares.

Palavras-chave: educação midiática; jornalismo infantojuvenil; crianças e adolescentes; Joca; desinformação.

ABSTRACT

This study aims to analyze in which way media education is encouraged by Joca, a Brazilian newspaper for children and teenagers, and how the vehicle's initiatives contribute to fight against disinformation. Joca produces news directed to childhood and youth on various topics, including the main events in Brazil and in the world. In this work, the newsmaking and the media education strategy explored by the newspaper were investigated. Through the methodology of content analysis by Bardin (2011), the materials of the editions published from February to June of 2022, corresponding to the first months of the school calendar, were examined. The observation revealed that the disinformation's confrontation is configured as a consequence of the newspaper's initiatives, since the encouragement to learn about the media results in understanding and being critical towards information. The discussions about the interrelation of communication and education were also addressed, based on the ideas of Freire, Kaplún and Soares.

Keywords: media education; journalism for children; kids and teenagers; Joca; disinformation.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1 - Diagrama da desordem informacional	22
Figura 2 - Edição n° 1 do jornal Joca.....	30
Figura 3 - Homepage do jornal Joca.....	31

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Demonstrativo das temáticas do quadro Repórter Mirim e da coluna Imprensa Jovem	37
Gráfico 2 - Autoria dos conteúdos inseridos no quadro Repórter Mirim e na coluna Imprensa Jovem	39

QUADROS

Quadro 1 - Proposta de classificação de valores-notícia	20
Quadro 2 - Sistematização das edições analisadas	39
Quadro 3 - Categorização a partir dos códigos encontrados na coluna Imprensa Jovem.....	42

TABELAS

Tabela 1 - Palavras-chave e a enumeração de frequência	41
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMI – Alfabetização Midiática Informativa

BNCC – Base Nacional Curricular Comum

NCE – Núcleo de Comunicação e Educação

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

ONGs – Organizações Não Governamentais

PNE – Plano Nacional de Educação

TICs – Tecnologias da Informação e da Comunicação

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

USP – Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	OBJETIVO GERAL	14
1.1.2	Objetivos específicos.....	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO.....	15
2.2	JORNALISMO INFANTOJUVENIL	17
2.3	NEWSMAKING.....	19
2.4	DESINFORMAÇÃO	21
3	CONTEXTUALIZAÇÃO	24
3.1	A JUVENTUDE E A MÍDIA.....	24
3.2	MÍDIA-EDUCAÇÃO: DESAFIOS E PERSPECTIVAS	26
4	JOCA: UM JORNAL A FAVOR DA EDUCAÇÃO	30
5	METODOLOGIA	35
5.1	ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	36
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
	APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	53
	APÊNDICE B – CARACTERIZAÇÃO DO <i>CORPUS</i>	56
	APÊNDICE C – RELAÇÃO DE PALAVRAS-CHAVE DA COLUNA IMPRENSA JOVEM	62

1 INTRODUÇÃO

O termo educação midiática, também conhecido como mídia-educação e educação para as mídias, se refere ao conjunto de conhecimentos e ações que levam à formação do cidadão para a recepção crítica da mídia. De modo geral, a educação midiática favorece a estruturação de uma audiência capacitada para conviver com os meios de comunicação. A prática pode se desenvolver em ambientes formais, como nas escolas e nas universidades, e informais, como nos próprios veículos de comunicação voltados para o ensino. Desta forma, com a junção da comunicação e da educação, o público mobilizado pode compreender e consumir, de maneira mais consciente, a informação que recebe.

Mesmo compreendidos como nativos digitais, seguindo a denominação de Prensky (2001), as crianças e os adolescentes ainda se mostram prejudicados quando o assunto é interpretar uma informação. A maior dificuldade, no entanto, é entender um fato que não se aproxima da linguagem de sua faixa etária. Sabendo que o Brasil carece de iniciativas midiáticas que valorizem o jovem como protagonista na busca do seu conhecimento, a discussão sobre a presença de um jornalismo com essa característica faz-se necessária.

É possível observar que, nos últimos anos, os suplementos infantojuvenis dos jornais brasileiros vêm desaparecendo. Isso se torna ainda mais visível quando se nota a proeminência do jornalismo digital diante do impresso e a ausência da adaptação de linguagem e formato de notícias para os jovens leitores. Além da acessibilidade, o jornalismo infantojuvenil deve contar com uma diversidade de temas a serem investigados, a fim de ser mais atrativo e educativo para crianças e adolescentes.

Pensando nisso, a estratégia de mídia-educação promovida pelo jornalismo infantojuvenil pode constituir uma metodologia ativa de estudo, na qual o público-alvo se sente estimulado a explorar conhecimentos e a desvendá-los, tornando-se um instrumento de aprendizado da realidade. Logo, suscita a capacidade de enfrentar fenômenos atuais decorrentes da exposição massiva às tecnologias da informação e da comunicação (TICs), como a desinformação e a descredibilização do jornalismo.

Historicamente, a educação midiática possui, como um de seus objetivos, proteger as crianças e os adolescentes contra os perigos dos meios de comunicação de massa. Segundo Buckingham (2016), a implementação dessa política nas escolas do Reino Unido sucedeu devido ao interesse de defender a civilização de desinformações ideológicas, assim como os perigos da publicidade comercial. Já nos Estados Unidos, as iniciativas de mídia-educação

foram motivadas pela preocupação com a propagação da violência e dos estereótipos difundidos pela indústria cultural.

No Brasil, a Base Nacional Curricular Comum (BNCC), em conformidade com o Plano Nacional de Educação (PNE), tem a finalidade de incorporar práticas que são capazes de levar ao fortalecimento do ensino e da aprendizagem no ambiente escolar. (BRASIL, 2018). O capítulo de introdução do documento define as competências gerais que podem ser desenvolvidas durante a educação infantil até o ensino médio. As competências da comunicação e da cultura digital, incluídas na BNCC, têm potencial de alinhar o que os jovens já sabem e o que precisam aprender sobre as TICs, que estão em constante renovação e transformação.

Nesta pesquisa será analisado o jornal Joca, um dos poucos veículos de comunicação que é direcionado para o público infantojuvenil no Brasil. Há 10 anos, o Joca traz notícias quinzenais sobre o país e o mundo adaptadas à linguagem dos pequenos leitores, acercando a esfera da informação ao espaço escolar. Por meio das versões impressa e digital, o jornal se aproxima das salas de aula buscando promover a leitura crítica dos meios de comunicação e a aprendizagem das técnicas utilizadas no jornalismo, contribuindo também para a emancipação cidadã das crianças e dos adolescentes na busca do próprio conhecimento. Como meio de comunicação dirigido aos jovens, o Joca procura incentivar a liberdade de imprensa, a pluralidade de opiniões e a responsabilidade social dos leitores. Conforme o jornal Joca, são propósitos que também fazem parte da linha editorial e estão alinhados aos valores e à missão do jornal. (JORNAL JOCA, 2022).

Considerando as observações acima, este trabalho pretende responder à seguinte questão: “Como o jornal infantojuvenil Joca busca contribuir para o combate à desinformação através do incentivo à educação midiática?”. A pergunta de pesquisa reconhece que o jornalismo possui um papel fundamental para lidar com as notícias fraudulentas, uma vez que a confiabilidade na imprensa ainda é expressiva. Isso ocorre porque os profissionais de jornalismo empenham-se na elaboração de informações confiáveis e de qualidade, verificando as desinformações constantemente propagadas nos meios de comunicação. Assim, as iniciativas de educação para as mídias inseridas no conteúdo de um jornal se tornam ainda mais efetivas.

Para averiguar o problema apresentado, serão explorados os conteúdos publicados pelo jornal Joca que incentivam práticas de educação para as mídias, e, respectivamente, o combate à desinformação. Posto isso, será utilizado o método de análise de conteúdo proposto

por Bardin (2011). A partir da verificação de dados qualitativos, o caminho metodológico contemplará três etapas cronológicas: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados.

Após a leitura flutuante e a escolha dos documentos, constituiu-se o *corpus* de análise da pesquisa: as edições 181 a 190 do jornal, correspondentes aos meses de fevereiro a junho de 2022. O intervalo se relaciona com o primeiro semestre do ano letivo das escolas, dado que o jornal é utilizado como material didático nas salas de aula e espaços educativos. Ao todo, serão analisadas 10 publicações do periódico. Considerou-se também o período eleitoral brasileiro, a ocorrer no segundo semestre de 2022, e, concomitantemente, a ascensão do debate sobre a desinformação.

Para a construção do *corpus*, seguiu-se as regras de exaustividade, com a finalidade de esgotar a totalidade da coleção dos documentos analisados; representatividade, para a amostra escolhida representar parte do universo inicial; homogeneidade, para que os dados se referissem ao mesmo tema; pertinência, para que os documentos se adaptassem às finalidades previstas; e exclusividade, para que um elemento não fosse classificado em mais de uma categoria. (BARDIN, 2011). Também no sentido de compreender o funcionamento da rotina de produção do jornal Joca, será apresentado um questionário com a equipe de redação do veículo.

A justificativa da pesquisa se apoia no aspecto de importância social do tema. Um dos argumentos que sustentam a escolha é a ideia de que o jornalismo deveria compreender os jovens como consumidores de um conteúdo que poderia ser igualmente pensado para e com as crianças e os adolescentes, constantemente excluídos dos processos de informação e comunicação. É perceptível que as mídias são onipresentes na vida em sociedade e entender os fenômenos que permeiam a atualidade mostra-se indispensável. Em razão disso, os estudos sobre o campo da educação midiática se configuram cada vez mais relevantes no cenário contemporâneo. A inclusão desses indivíduos neste debate é de grande interesse, pois interpretar o local onde se está inserido pode resultar em uma juventude mais engajada e participativa. Por esse motivo, a presente monografia busca compreender as crianças e os adolescentes como seres que devem usufruir igualmente do seu direito à informação de qualidade.

É por meio de iniciativas pensadas para esse público que o jornal brasileiro Joca promove ações que encorajam a literacia midiática a partir da identificação e compreensão dos fatos que ocorrem no país e no mundo, e, em função disso, foi escolhido para ser examinado. A

utilização do jornal em questão é importante tanto pela capacidade de promover a leitura autônoma quanto para saber utilizar, de forma responsável, as potencialidades midiáticas.

Ademais, a educação sempre foi uma pauta significativa para a autora, que acredita que os saberes compartilhados de uma aprendizagem através da experiência, inspirada pelo educador e pedagogo Paulo Freire, é um dos caminhos para se conquistar a mobilização coletiva.

A fim de alcançar os objetivos propostos, a monografia está organizada da seguinte forma: inicialmente, apresentam-se os pressupostos teóricos que norteiam a investigação do tema; em seguida, o capítulo de contextualização sobre a relação da juventude com os meios de comunicação e a mídia-educação; depois, o capítulo sobre o jornal Joca, principal objeto de estudo desta pesquisa; por último, as considerações finais, a partir dos resultados da análise dos dados e inferências.

1.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral deste estudo é analisar como as ações de educação midiática são incentivadas pelo jornal Joca e de que forma pretendem contribuir para o combate ao fenômeno da desinformação.

1.1.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos são: (i) enfatizar a inter-relação entre as áreas da educação e da comunicação; (ii) examinar como os conteúdos veiculados nas edições do jornal são apresentados; (iii) investigar o processo de produção de notícias do veículo; e (iv) observar as iniciativas do Joca que estimulam o uso dos meios de comunicação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO

Sob primeira impressão, os ramos da comunicação e da educação podem parecer divergentes entre si. Todavia, se tratando da atualidade, os termos se associam durante as discussões sobre: o processo de informação, a utilização e mediação das tecnologias, a ressignificação dos espaços educativos e outros. Assim, relacionar comunicação e educação:

[...] é versar sobre dois campos de conhecimento, cujas importâncias são indiscutíveis na sociedade contemporânea e que podem se aproximar exatamente na potencialidade de serem instituições de aperfeiçoamento da democracia e colaboradores no exercício da cidadania plena, em diferentes dimensões. (TEMER; SANTANA, 2014, p. 103).

De acordo com Baccega (2000, p. 21), a interligação das duas temáticas é “um dos desafios maiores da contemporaneidade”, pois emerge a relevância de entender, por completo, o funcionamento do campo comunicação/educação, o qual é composto por fundamentos transdisciplinares.

É considerando essa pluralidade de disciplinas que surge o termo educomunicação¹. A definição adotada pela Academia Brasileira de Letras aponta que a educomunicação é o “conjunto de conhecimentos e ações que visam desenvolver ecossistemas comunicativos abertos, democráticos e criativos em espaços culturais, midiáticos e educativos formais (escolares), não formais (desenvolvidos por ONGs) e informais (meios de comunicação voltados para a educação), mediados pelas linguagens e recursos da comunicação, das artes e tecnologias da informação, garantindo-se as condições para a aprendizagem e o exercício prático da liberdade de expressão.”

As raízes da educomunicação se originam dos pensamentos do educador brasileiro Paulo Freire e podem ser utilizadas para compreender as aproximações entre a educação e a comunicação. Segundo Freire (2001, p. 69): “A educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados.” As ideias do precursor incitaram a reflexão de uma educação libertadora, a qual inspira a educação midiática como área teórico-prática. Freire

¹ Em 2021, o verbete foi adicionado ao Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa (Volp), da Academia Brasileira de Letras. Disponível em: <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/busca-no-vocabulario>. Acesso em: 12 ago. 2022.

(2011) entende o educador como sujeito que deve estimular a criticidade do educando, de modo a favorecer a autonomia desse indivíduo, resultando em uma participação ativa nos processos comunicacionais. “O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se, é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo.” (FREIRE, 2001, p. 67). Sendo imprescindível a relação dialógica entre os participantes durante a transmissão do conhecimento.

A visão do autor sobre o âmbito comunicacional contribuiu para a configuração da comunicação popular pela América Latina, onde a educomunicação foi instrumento de estudo do pensador argentino Mario Kaplún. Influenciado pela perspectiva de Freire, Kaplún analisou os modelos comunicativos e difundiu o conceito de comunicação transformadora para contrapor a comunicação bancária, isto é, imposta ao receptor. Suas pesquisas resultaram em diferentes técnicas para consolidar uma comunicação mais participativa. No livro “Una pedagogía de la comunicación”, o teórico faz uma crítica ao método passivo de recepção da informação porque: “O aluno (ou o ouvinte, o leitor, o público) se habitua com a passividade e não desenvolve sua própria capacidade de raciocinar e sua consciência crítica.” (KAPLÚN, 1998, p. 23, tradução nossa).² Além disso, a obra explora o modelo endógeno, no qual o educando é o sujeito da educação, cuja tem ênfase no processo.

Segundo Kaplún (1997), existe uma correspondência entre os modelos da comunicação e da educação. Porém, para que o uso dos meios na educação não seja reduzido à função meramente instrumental, a comunicação não deve ser equiparada a um ecossistema de transmissão unidirecional de mensagens. Para Kaplún (1998), se, no momento da aprendizagem, o conhecimento sobre as mídias for apenas depositado, não haverá a concepção de uma noção crítica e criativa, pois não há a presença de um caráter dialógico: “No entanto, na verdade, o resultado é que geralmente não se aprende, mas memoriza, repete e logo esquece. Não assimila, porque não há assimilação sem participação, sem elaboração pessoal.” (KAPLÚN, 1998, p. 24, tradução nossa)³. Ou seja, a educação que põe ênfase no processo não se preocupa com os conteúdos ali repassados, nem com os efeitos provocados, mas, sim, com a transformação pessoal dos interlocutores.

² Tradução livre. No original: “El alumno (o el oyente, el lector, el público) se habitúa a la pasividad y no desarrolla su propia capacidad de razonar y su conciencia crítica.” (KAPLÚN, 1998, p. 23).

³ Tradução livre. No original: “Aunque, en verdad, el resultado es que generalmente no aprende, sino que memoriza, repite y luego olvida. No asimila, porque no hay asimilación sin participación, sin elaboración personal.” (Ibid., p. 24).

Os primeiros debates sobre educomunicação no Brasil tiveram a mediação do professor Ismar de Oliveira Soares, fundador do Núcleo de Comunicação e Educação (NCE), da Universidade de São Paulo (USP). Inspirado pelos teóricos acima, Soares (2014) determinou as seguintes áreas de intervenção social da relação educação-comunicação: gestão da comunicação em espaços educativos; educação para a comunicação ou educação midiática; mediação tecnológica da educação; expressão comunicativa por meio da arte; pedagogia da comunicação; produção midiática para educação; e reflexão epistemológica sobre o campo da educomunicação.

Conforme Soares (2000), os ramos não são excludentes, nem singulares, mas representam um esforço para sintetizar as possíveis ações do novo campo em consolidação. A educação midiática, portanto, está inserida nas modalidades da educomunicação.

Mesmo não havendo jeito único de se promover a educação midiática, Soares identificou que: “[...] a Media Education tivesse seu centro de preocupações no processo comunicativo e não, exclusivamente, na análise dos meios de informação em si mesmos.” (SOARES, 2014, p. 22). Isto é, a educação para a comunicação se preocuparia com a capacidade de expressão das crianças e dos adolescentes, consagrando a práxis educacional como ferramenta para a emancipação do sujeito, e, desta forma, também se alcançaria o objetivo de compreender criticamente os meios de comunicação.

Em contrapartida, a América Latina não conseguiu que a educomunicação tivesse caráter de política pública em seu território, sendo apenas implementada por instituições e grupos vinculados à educação, como as organizações não governamentais (ONGs). Entretanto, foi a partir desse progresso que a discussão sobre o campo começou a ser difundida. (SOARES, 2014).

2.2 JORNALISMO INFANTOJUVENIL

Denomina-se jornalismo infantojuvenil aquele que se dirige às crianças e aos jovens. Assim como os outros gêneros jornalísticos, o jornalismo para esse público abarca as características fundamentais da profissão: objetividade, credibilidade, investigação e apresentação dos fatos. É importante destacar que duas categorias podem se enquadrar na denominação de jornalismo infantojuvenil. São elas: as produções feitas para as crianças e as produções feitas pelas crianças. (FERREIRA, 2007). Este trabalho se concentrará no conteúdo informativo produzido para as crianças, uma vez que o veículo passa a atuar também como propagador de iniciativas de educação.

Sabe-se que o consumo de produções jornalísticas voltadas para crianças e adolescentes pode ser uma das formas mais efetivas de aproximação desse coletivo com as mídias e os veículos de comunicação. De acordo com Varão e Bemfica (2009), a fabricação de conteúdo para o público infantojuvenil partiu de uma necessidade, pois os infantes passaram a representar possíveis consumidores para esse mercado. Tanto no Brasil quanto no exterior, as primeiras publicações focadas para essa audiência traziam assuntos relacionados à política, economia e sociedade do período. No entanto, o conteúdo voltado para a audiência infantojuvenil ainda é constantemente elaborado a partir da perspectiva dos adultos.

Segundo Ariès (1981), antigamente, as exigências de identidade civil não eram tão discutidas. Esse fato mudou após o fim do século XVII, já que: “A escola substituiu a aprendizagem como meio de educação. Isso quer dizer que a criança deixou de ser misturada aos adultos e de aprender a vida diretamente, através do contato com eles.” (ARIÈS, 1981, p. 5). Com essa evolução, uma nova posição foi assumida pela criança e pela família na sociedade industrial, e, a partir dessa percepção, surgiram algumas iniciativas que passaram a valorizar as crianças e os adolescentes como seres autossuficientes.

Em “Jornalismo para a infância: uma proposta de definição”, Doretto (2014) explora o jornalismo infantil como algo além de uma produção cuja criança seja a audiência e questiona a maneira como as matérias são desenvolvidas para o “leitor imaginado”. A pesquisadora ainda ressalta: “Fala-se para as crianças, sobre assuntos pelos quais, segundo as publicações, elas se interessam, mas não se fala com elas.” (DORETTO, 2014, p. 63). Doretto (2014) sugere que, apesar de serem direcionadas às crianças, somente seus pontos de vista estão expressos nas matérias e não suas próprias falas. Ainda na mesma pesquisa, Doretto (2014) também observou que a pauta escolhida, além de pouco diversificada, é mais direcionada à temática de entretenimento.

Na dissertação “Pequeno leitor de papel: jornalismo infantil na Folhinha e no Estadinho”, Doretto (2010) faz uma análise do perfil do leitor nos suplementos infantis Folhinha e Estadinho, publicados pelos jornais Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo, nesta ordem, e revisita as publicações direcionadas às crianças e aos adolescentes ao longo da história. Investigando as características do jovem entrevistado que aparece nos cadernos, cujas falas se manifestam nas notícias publicadas, Doretto (2010) constata que as redações não conseguem representar nas páginas do jornal, de modo igualitário, seu verdadeiro público-alvo. Segundo ela, a produção de notícias se baseia no modelo de uma criança com faixa etária, classe social e escolaridade pré-determinada, sendo esse um receptor idealizado.

2.3 NEWSMAKING

Para examinar um veículo jornalístico e compreender porque ele se expressa de certa maneira, é necessário fazer uma análise das etapas de construção de seu conteúdo. Alguns teóricos consideram que, no processo de produção de notícias ou no *newsmaking*, as notícias são como elas são devido à rotina profissional que as determinam. Isto é, os jornalistas seguem uma ordem de tarefas durante a elaboração da informação, utilizando técnicas de seleção para reconhecer o que é notícia e organizando acontecimentos, relatos e fatos. Segundo Wolf (1987, p. 188), a abordagem do *newsmaking* “articula-se, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos.”

Em suma, a teoria do *newsmaking* leva em consideração que são estabelecidas práticas consolidadas para a produção das notícias. Também busca compreender como são consumadas as definições do que serão pautas de investigação; como serão determinadas as fontes e a relação com elas; e quais serão os mecanismos de apuração, redação e edição.

A partir disso, indicam-se os parâmetros de noticiabilidade, os quais definem o que será considerado notícia. “Estabelece-se, assim, um conjunto de critérios de relevância que definem a noticiabilidade (*newsworthiness*) de cada acontecimento, isto é, a sua aptidão para ser transformado em notícia.” (WOLF, 1987, p. 188). Para Wolf (1987), essa noticiabilidade está relacionada à estrutura organizacional da profissão jornalística e à padronização de práticas produtivas, como foi citado. Já Silva (2005) designa o critério de noticiabilidade como:

[...] todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2005, p. 96).

Retomando a discussão sobre os fatores que norteiam o processo produtivo jornalístico, constituem-se também os valores-notícia. Os valores-notícia, conforme Wolf (1987, p. 191), são “critérios de seleção de elementos dignos de serem incluídos no produto final”, da mesma forma que orientam a “apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público.” Ou seja, os valores-notícia definem quais acontecimentos são relevantes o suficiente para serem transformados em notícia.

Em seu texto, Silva (2005) faz uma separação das definições de noticiabilidade, valores-notícia e seleção de notícias, dado que, são constantemente empregadas como sinônimos. Ainda segundo a autora:

Delimitar valores-notícia separadamente do conceito de seleção de notícias, definir valores-notícia como atributos do acontecimento e reconhecê-los ao mesmo tempo como construção social e cultural é apenas um primeiro procedimento para pensar a noticiabilidade, cujo processo exige muitas outras reflexões, passando, como etapas seguintes, pelo tratamento dos fatos noticiosos e pela interpretação que a notícia faz desses acontecimentos.” (SILVA, 2005, p. 106).

Silva (2005) propõe uma tabela de tipificação de valores-notícia, a qual serve para instrumentalizar a análise de acontecimentos noticiáveis por diferentes veículos da imprensa. Veja abaixo:

Quadro 1 - Proposta de classificação de valores-notícia

Valores-notícia	Definição
impacto	Número de pessoas envolvidas (no fato); número de pessoas afetadas (pelo fato); grandes quantias (dinheiro).
conflito	Guerra; rivalidade; disputa; briga; greve; reivindicação.
polêmica	Controvérsia; escândalo.
raridade	Incomum; original; inusitado.
surpresa	Inesperado.
tragédia/drama	Catástrofe; acidente; risco de morte e morte; violência/crime; suspense; emoção; interesse humano.
proeminência	Notoriedade; celebridade; posição hierárquica; elite (indivíduo, instituição, país); sucesso/herói.
entretenimento/curiosidade	Aventura; divertimento; esporte; comemoração.
conhecimento/cultura	Descobertas; invenções; pesquisas; progresso; atividades e valores culturais; religião.

proximidade	Geográfica; cultural.
governo	Interesse nacional; decisões e medidas; inaugurações; eleições; viagens; pronunciamentos.
justiça	Julgamentos; denúncias; investigações; apreensões; decisões judiciais; crimes.

Fonte: Silva (2005, p. 106)

Traquina (2005, p. 29) entende a interação entre os jornalistas “como membros de uma comunidade que partilha uma identidade profissional, valores e cultura comuns”, visto que os profissionais do campo jornalístico trabalham conjuntamente para a construção de uma informação. Por isso, as rotinas produtivas são frequentemente investigadas em diversos estudos associados ao jornalismo, pois são práticas transformadas a todo o momento nos diferentes veículos de comunicação, tal como a relação com o público, entre outros aspectos.

2.4 DESINFORMAÇÃO

Nesta pesquisa também será abordada a temática da desordem informacional, dado que o assunto, além de relevante para o contexto atual, gera grande debate público.

Em 2016, o Dicionário Oxford elegeu o termo “pós-verdade” como palavra do ano⁴. Desde então, surgiram vários debates sobre como esse cenário influencia o mundo em que vivemos. Apesar de ter ganhado uma nova roupagem, as notícias fraudulentas sempre estiveram presentes em diferentes contextos ao longo da história. Foi a velocidade do fluxo de informações, principalmente nas redes sociais, que propiciou um ambiente favorável para a propagação de conteúdos falsos. Com isso, sua popularização é amplamente discutida nas esferas sociais, assim como as questões relacionadas às nomenclaturas e às formas de difusão.

No entanto, a conceituação do termo *fake news* não é suficiente para abarcar os diversos tipos de desinformação existentes. Para Wardle e Derakhshan (2017), hoje em dia, o conceito *fake news* é utilizado como artifício para atacar as organizações de notícias, tornando-se um mecanismo que pode cercear a imprensa livre e democrática:

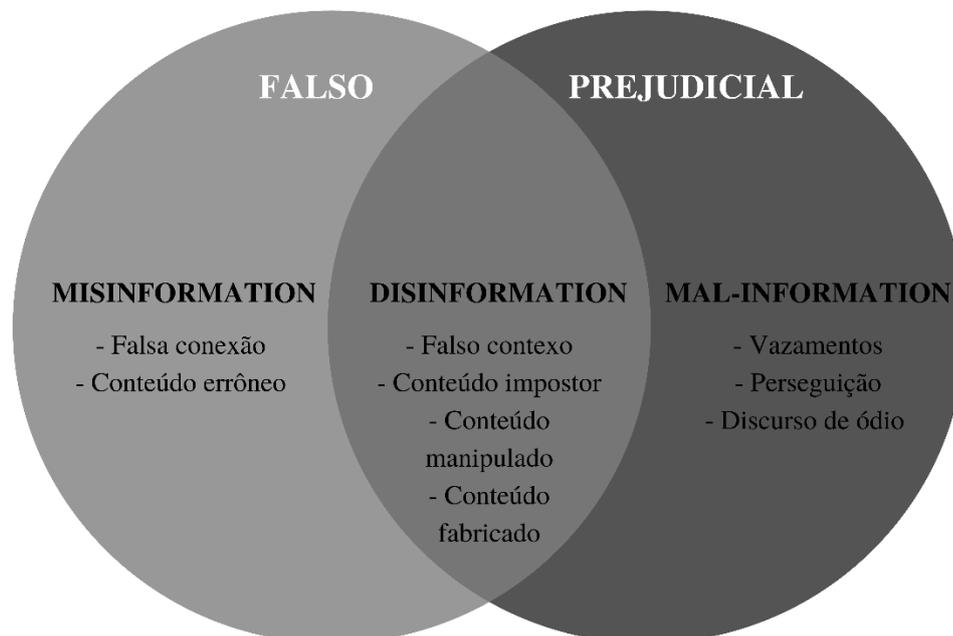
⁴ 'Post-truth' declared word of the year by Oxford Dictionaries. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/uk-37995600>. Acesso em: 21 ago. 2022.

Primeiro, é lamentavelmente inadequado para descrever os complexos fenômenos da desordem informacional. O termo também começou a ser apropriado por políticos de todo o mundo para descrever organizações de notícias cuja cobertura consideram desagradável. Desta forma, está se tornando um mecanismo pelo qual os poderosos podem reprimir, restringir, minar e contornar a liberdade de imprensa. (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 6).

Wardle e Derakhshan (2017) também sugerem evitar a limitação da definição de *fake news*, por isso, os autores investigam a estrutura desse fenômeno identificando três diferentes conceituações. São elas: a “*misinformation*”, a “*disinformation*” e a “*mal-information*”.

A *misinformation* é a informação falsa que não tem intenção de causar danos ou prejuízos. A *disinformation* é a informação falsa fabricada propositalmente para prejudicar ou causar danos. Já a *mal-information* é a informação maliciosa, baseada em fatos reais que são editados e utilizados para prejudicar ou causar dano a alguém, um grupo social, organização etc. (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017).

Figura 1 - Diagrama da desordem informacional



Fonte: Wardle e Derakhshan (2017, p. 5)

Da mesma forma, o uso do termo *fake news* é discutido entre outros teóricos que estudam o fenômeno. De acordo com Tandoc Jr. *et al.* (2018), *fake news* se tornou uma expressão popular e um “termo da moda” que ganhou novas definições, apesar de ter sido propagado anteriormente: “Estudos anteriores aplicaram o termo para definir tipos de conteúdo

relacionados, mas distintos, como paródias de notícias, sátiras políticas e propaganda de notícias.” (TANDOC JR. *et al.*, 2018, p. 138, tradução nossa)⁵.

Os demais autores defendem que as *fake news* não se encaixam como objeto de investigação da informação, pois “se é notícia, não pode ser falsa e, se é falsa, não pode ser notícia”. (BRAGA, 2018, p. 16 *apud* VITORINO; RENAULT, 2020, p. 232).

Com o objetivo de expandir as significações do conceito de *fake news*, Tandoc Jr. *et al.* (2018) identificaram algumas definições para o termo e as tipificaram em duas dimensões: níveis de veracidade e de enganação. Foi através de uma revisão de 34 artigos antecedentes sobre o tema, que os pesquisadores definiram a tipologia das notícias falsas em seis conceitos: sátira noticiosa, paródia noticiosa, invenção, manipulação, publicidade e propaganda.

Também pretende-se demonstrar aqui a problemática da apropriação das notícias falsas como arma política, especialmente em períodos eleitorais, onde a desordem informacional vira pauta central. O tópico é instrumento de análise em vários países. Segundo Vitorino e Renault (2020), o assunto teve sua irrupção no Brasil entre 2017 e 2018, período em que o país observou a desinformação sendo utilizada por candidatos políticos e seus apoiadores. “É nesse mesmo ecossistema de circulação de notícias, o qual desconsidera o profissionalismo nos procedimentos de produção jornalística, que também têm se assentado as estratégias de comunicação e marketing político do mundo contemporâneo.” (VITORINO; RENAULT, 2020, p. 253).

As produções aqui citadas exploram aspectos importantes sobre essas informações, que nem sempre são falsas, mas que podem ser manipuladas, armadas e/ou utilizadas fora do contexto original. A discussão favorece a compreensão desse fenômeno no meio digital e contribui para a reflexão acerca dos públicos mais vulneráveis ao compartilhamento de conteúdos nocivos na internet.

⁵ Tradução livre. No original: “Earlier studies have applied the term to define related but distinct types of content, such as news parodies, political satires, and news propaganda.” (TANDOC JR. *et al.*, 2018, p. 138).

3 CONTEXTUALIZAÇÃO

3.1 A JUVENTUDE E A MÍDIA

O número de pesquisas sobre a relação entre infância, adolescência e mídia, aumentou consideravelmente na última década. Junto aos novos recursos digitais e as recentes plataformas, cresceu, também, a diversidade na maneira de se consumir os meios de comunicação, gerando mais objetos de investigação. (PEREIRA; PONTE; ELIAS, 2020).

O avanço das redes sociais fez com que os indivíduos fossem atingidos com mais intensidade pelas informações compartilhadas nos meios de comunicação. O público infantojuvenil está igualmente inserido nesse ambiente, uma vez que utiliza a internet para se entreter, se comunicar e também se informar. Com o surgimento de uma visão mais positiva sobre a ligação entre infância e mídia, as crianças e os adolescentes começaram a ser vistos como nativos digitais, isto é, dotados de entendimento midiático. (BUCKINGHAM, 2006).

De acordo com Prensky (2001), os nativos digitais podem ser compreendidos por aqueles que nasceram e foram cercados pelas tecnologias digitais desde a infância. Em busca de informação, essa audiência opta por conteúdos instantâneos e com uma linguagem que corresponda à sua realidade.

Os alunos de hoje – do maternal à faculdade – representam as primeiras gerações que cresceram com esta nova tecnologia. Eles passaram a vida inteira cercados e usando computadores, videogames, tocadores de música digitais, câmeras de vídeo, telefones celulares, e todos os outros brinquedos e ferramentas da era digital. (PRENSKY, 2001, p. 1).⁶

Vivendo entre curtidas, mensagens e compartilhamentos, os jovens criaram um novo padrão de consumo na internet. Esse comportamento foi captado pelas plataformas digitais, as quais apostam em estratégias variadas para conquistar, ainda mais, esse público engajado.

Nas redes sociais, um exemplo que utiliza as novas narrativas é o aplicativo de vídeos TikTok. Por meio do audiovisual, é produzido um conteúdo mais plural e diverso. Com a sua

⁶ Tradução livre. No original: “Today’s students – K through college – represent the first generations to grow up with this new technology. They have spent their entire lives surrounded by and using [computers, videogames, digital music players, video cams, cell phones, and all the other toys and tools of the digital age. Today’s average college grads have spent less than 5,000 hours of their lives reading, but over 10,000 hours playing video games (not to mention 20,000 hours watching TV). Computer games, email, the Internet, cell phones and instant messaging are integral parts of their lives.” (PRENSKY, 2001, p. 1).

característica viral, o app é sucesso entre os jovens, que encontram na plataforma uma forma de compartilhar tendências com pessoas em torno do país e do mundo.

Em 2020, a TIC Domicílios⁷ analisou a posse de perfil na rede social, pela primeira vez, e se constatou que a plataforma teve um resultado “expressivamente superior”: 46% da população de 10 a 17 anos, reportou possuir conta no TikTok. (CGI, 2020). A pesquisa tem o objetivo de mapear o acesso às TICs nos domicílios do Brasil e os usos por pessoas a partir de 10 anos de idade.

Contudo, as novas plataformas nem sempre têm fontes confiáveis, o que se mostra como obstáculo para o alcance da informação verídica e de qualidade. A entrega do conteúdo no meio digital é quase instantânea, e, com o avanço do algoritmo, esse ritmo tende a aumentar. Com a rápida circulação dos fatos, esses jovens estão propensos a fazer sua própria comunicação dentro de uma bolha informacional, o que acaba limitando, e, às vezes, até distorcendo as informações que recebem.

Segundo Jenkins (2009), a cultura participativa se manifesta na medida em que surgem novas propostas de tecnologias midiáticas. Embora tenham sido pensadas para a participação, essas tecnologias ainda não conseguem promover as habilidades necessárias para a utilização:

Estamos usando a participação como um termo que atravessa as práticas educativas, processos criativos, vida comunitária e cidadania democrática. Nossos objetivos devem ser para encorajar os jovens a desenvolver habilidades, conhecimentos, estruturas éticas e autoconfiança necessária para serem participantes plenos na cultura contemporânea. (JENKINS, 2009, p. 9).⁸

Para ele, a sociedade está se afastando de cenários nos quais os indivíduos apenas produzem ou apenas consomem, na proporção em que essa colaboração é estimulada. Ou seja, os consumidores deixaram de ser apenas passivos para serem produtores de conteúdos e integrantes de uma cultura midiática com regras mais atuais de colaboração. (JENKINS, 2009).

Outro fato interessante é que, de acordo com o relatório “Leitores do Século 21: Desenvolvendo Habilidades de Alfabetização em um Mundo Digital”, da Organização para a

⁷ Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil (2020). Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-da-internet-por-criancas-e-adolescentes-no-brasil-tic-kids-online-brasil-2020/>. Acesso em 02 set. 2022.

⁸ Tradução livre. No original: “We are using participation as a term that cuts across educational practices, creative processes, community life, and democratic citizenship. Our goals should be to encourage youths to develop the skills, knowledge, ethical frameworks, and self-confidence needed to be full participants in contemporary culture.” (JENKINS, 2009, p. 9).

Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), apenas 33% dos estudantes brasileiros foram capazes de distinguir fatos de opiniões em uma das perguntas aplicadas no Programa Internacional de Avaliação de Estudantes (Pisa).

Esta pesquisa considera que o jornalismo é uma das instituições capazes de combater e prevenir o fenômeno da desinformação. Com o desaparecimento dos suplementos infantojuvenis dos jornais brasileiros, percebe-se a falta de materiais que possam introduzir, à audiência infantojuvenil, o formato jornalístico. A produção desse material, de caráter informativo, pode contribuir para a perspectiva sobre outros temas, além de ser um instrumento mais fácil para compreender a estrutura do próprio jornalismo. Outrossim, com a presença de vários canais de comunicação difusos entre si, torna-se indispensável a mídia-educação, conhecimento que será explorado na próxima seção.

3.2 MÍDIA-EDUCAÇÃO: DESAFIOS E PERSPECTIVAS

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) promoveu, em 1982, o Simpósio Internacional sobre Educação para os Media, na cidade de Grünwald, na Alemanha, dando origem à Declaração de Grünwald⁹. O documento, assinado por diversas nações, firmava o compromisso a favor da educação midiática para o exercício da cidadania responsável, já considerando o contexto futuro. Hoje, tendo em vista a sociedade digitalizada, é importante que as pessoas saibam, além de produzir, interpretar os conteúdos aos quais são constantemente expostas, sobretudo nas redes sociais.

Em concordância com a Declaração de Grünwald (1982), em 2013, a UNESCO lançou a publicação “Alfabetização Midiática e Informacional: currículo para a formação de professores”. Com a exposição de habilidades e metodologias de letramento midiático, a obra é voltada para a formação de professores e colabora para se pensar o papel do docente como incentivador do pensamento crítico.

A UNESCO reúne os termos alfabetização midiática e alfabetização informacional em um único conceito: alfabetização midiática informacional (AMI). Para a instituição, a definição vai além do que os dois conceitos significam individualmente, pois a AMI engloba elementos das duas áreas. “O uso que a UNESCO faz da expressão AMI busca harmonizar as diferentes

⁹ Declaração de Grünwald sobre Educação para os Media (1982). Disponível em: <https://milobs.pt/politica/the-grunwald-declaration-on-media-education-declaracao-de-grunwald-saida-do-simposio-internacional-em-media-education-em-grunwald-alemanha/>. Acesso em 31 ago. 2022.

noções à luz de plataformas convergentes de utilização.” (WILSON *et al.*, 2013, p. 19). No entanto, muitas organizações preferem utilizar as expressões educação midiática e mídia-educação ao se referir à práxis educacional, e, por isso, serão os termos utilizados com maior frequência durante a pesquisa.

A mídia-educação é uma prática que pode ser utilizada como ferramenta de mobilização social. Diante dessa afirmação, surgem algumas discussões a respeito da implementação das suas políticas no sistema educacional e os desafios de sua consolidação. Bévort e Belloni (2009) apresentam perspectivas e obstáculos da educação midiática na atualidade. As autoras sustentam a ideia de que as mídias¹⁰ fazem parte, cada vez mais, do cotidiano de crianças e adolescentes e, por conseguinte, as competências de mídia-educação se fazem fundamentais para compreender o ambiente comunicacional. As pesquisadoras também estabelecem um panorama sobre o engajamento das autoridades internacionais para o desenvolvimento das ações de educação para as mídias nos países ao redor do mundo.

Para Bévort e Belloni (2009, p. 1087), a mídia-educação é “definida como formação para compreensão crítica, mas também se reconhece o papel potencial da mídia para promover expressão criativa e participativa dos cidadãos”. A educação midiática promovida durante a infância e a adolescência, portanto, desperta o senso crítico em crianças e adolescentes, além de levá-los à capacidade de analisar, produzir e ainda participar da produção de conteúdo midiático:

Entende-se, a partir de então, por “mídia-educação”, a formação para a leitura crítica das mídias em geral, independentemente do suporte técnico (impresso, rádio, cinema, televisão). As finalidades concernem à formação das novas gerações para uma compreensão distanciada, analítica e crítica das mensagens midiáticas, tanto de seus conteúdos quanto dos contextos políticos e econômicos de sua produção. (BÉVORT; BELLONI, 2009, p. 1086).

Ainda de acordo com as autoras, a integração das TICs no ambiente escolar revela-se fundamental, visto que as escolas são instituições de socialização, assim como a família. Bévort e Belloni (2009) defendem a utilização das mídias como ferramentas, sem o foco unicamente instrumental, e com a reflexão sobre seus usos e apropriações. Esse pensamento é semelhante ao do educador Mario Kaplún, mencionado anteriormente neste trabalho.

Já Buckingham (2016) faz um balanço dos caminhos percorridos até o reconhecimento da importância da educação para as mídias no Reino Unido. Analisando o contexto histórico, o

¹⁰ Entende-se por “mídias” os meios pelos quais se torna possível a difusão da comunicação e da informação.

autor examina quais são os desafios da última década para a permanência da prática no ensino formal. Para Buckingham (2016), o advento das novas tecnologias pode trazer oportunidades positivas para as ações de educação midiática. No Reino Unido, em particular, a abordagem é frequentemente relacionada à criatividade, o que reverbera a mudança na relação dos jovens com as mídias. Ainda assim, o paradigma pode apresentar impasses:

No entanto, é importante tomar cuidado com a ideia de que essa tecnologia é de alguma forma instantânea ou automaticamente “empoderador”: fazer mídia requer habilidades e conhecimentos, bem como uma compreensão crítica de como ela pode ser usada para comunicar. (BUCKINGHAM, 2016, p. 81).

A educação midiática como prática alternativa de ensino, levando em conta a presença das mídias na rotina de crianças e adolescentes, também pode colaborar na busca ao acesso à informação de qualidade. Pensando nisso, Chaves e Melo (2019) abordam a mídia-educação como método de combate à disseminação de conteúdos falsos na internet. As pesquisadoras exploram as diferentes conceituações relacionadas à desinformação, além de fazerem aproximações entre a educação para as mídias e o jornalismo.

As autoras argumentam que, apesar de ter conhecimentos adquiridos socialmente sobre os dispositivos e as plataformas, o público infantojuvenil não domina as competências da literacia midiática¹¹. Entretanto, ressaltam a necessidade de se desenvolver projetos de mídia-educação nos espaços educativos. À vista disso, Chaves e Melo (2019) investigam se as escolas brasileiras estão se empenhando em explorar essas práticas. Foi encontrado que o tema é percebido como uma preocupação menor, embora a questão da propagação da desinformação entre os jovens seja um tópico urgente, uma vez que gera consequências para o futuro.

Recentemente, ainda em fase de implantação, incluiu-se o campo jornalístico-midiático na BNCC. Tal acontecimento suscita debates acerca da concretização dessa política no país, mesmo considerando que:

[...] a educação midiática não deve ser alçada como solução, pois para funcionar deve estar sustentada por um programa educacional abrangente, visto que nações que historicamente investem em educação sofrem menos com o impacto da desinformação. (SPINELLI; SANTOS, 2019, p. 48).

¹¹ Literacia midiática ou *media literacy* se refere à alfabetização midiática, o “letramento” que possibilita o entendimento das mensagens veiculadas nos meios de comunicação.

Martín-Barbero (2000) traz reflexões sobre o uso dos meios de comunicação à luz dos desafios enfrentados pela educação. Pensando no modelo verticalizado que impossibilita a relação dialógica no ensino, já explorado por Kaplún (1997), o autor analisa os impasses da aplicação desse método:

A escola deixou de ser o único lugar de legitimação do saber, pois existe uma multiplicidade de saberes que circulam por outros canais, difusos e descentralizados. Essa diversificação e difusão do saber, fora da escola, é um dos desafios mais fortes que o mundo da comunicação apresenta ao sistema educacional. (MARTÍN BARBERO, 2000, p. 55).

De acordo com Martín-Barbero (2000), uma das soluções para o problema é formar indivíduos comprometidos com a mudança dos cenários socioculturais, assim como é de competência da mídia-educação. Para que a temática desperte a atenção dos órgãos competentes ligados à educação, por exemplo, é conveniente que se construa um referencial específico para a prática de educação midiática na sala de aula. Assim, o material pode guiar, tanto os docentes como as crianças e os adolescentes, em um cenário onde a informação de qualidade pode ser utilizada como artifício de combate à proliferação de notícias falsas.

4 JOCA: UM JORNAL A FAVOR DA EDUCAÇÃO

O jornal infantojuvenil Joca é uma publicação brasileira lançada quinzenalmente pela editora Magia de Ler e atualizada diariamente na versão digital. Desde 2011, o jornal busca, através das editorias Mundo, Brasil, Ciência e Tecnologia, Maluquices, Esportes, Cultura e Entrevistas, produzir notícias com uma linguagem adequada à faixa etária do público infantojuvenil. Fundado por Stéphanie Habrich, o jornal foi inspirado por periódicos voltados para crianças e adolescentes de outros países, após ser notada uma carência de veículos do gênero no Brasil¹².

Figura 2 - Edição n° 1 do jornal Joca



Fonte: Reprodução/Jornal Joca

Apesar de adotar o modelo de assinatura, muitos recursos do Joca são disponibilizados gratuitamente no portal. A distribuição das publicações ocorre nas escolas, principalmente privadas, mas também com uma fração enviada aos colégios públicos. Por esse motivo, o lançamento das edições do Joca segue o calendário do ano letivo.

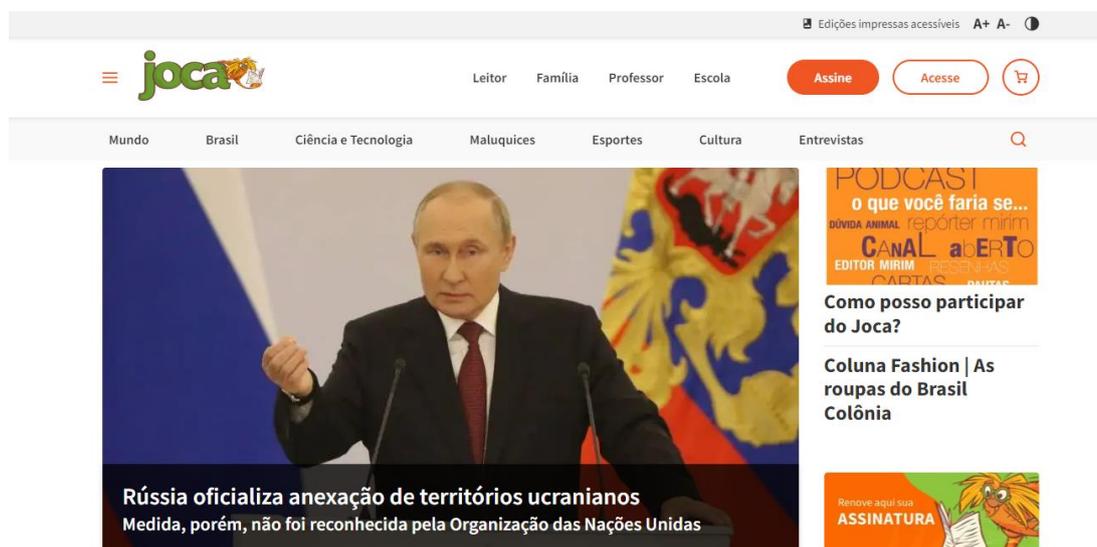
Uma das missões do Joca é “levar a escolas e famílias brasileiras recursos que dêem apoio à formação de crianças e jovens do século 21”. (JORNAL JOCA, 2022). Tendo isso em vista, os conteúdos do jornal têm o objetivo de apoiar o desenvolvimento crítico e reflexivo

¹² Quem somos. Disponível em: <https://www.jornaljoca.com.br/quem-somos/>. Acesso em 30 ago. 2022.

dos leitores, além de se configurarem como materiais didáticos a serem utilizados em salas de aula e em comunidades escolares, visto que são alinhados à BNCC.

Algumas ações do Joca são direcionadas aos professores, famílias e escolas, para que esses indivíduos auxiliem na educação dos jovens leitores. A série “Ler o mundo com o Joca” e o podcast “Saiu no Joca, prô!” são exemplos de iniciativas para pais e educadores que organizam dicas sobre como utilizar o jornal na escola e em casa. Também é o caso do “Blog do Joca”, que reflete o papel do jornalismo na educação, o uso das novas tecnologias de informação, entre outros temas de interesse. No projeto “Repórter Mirim”, os leitores experimentam a rotina jornalística realizando entrevistas a serem publicadas no jornal. Já a seção “Canal Aberto” é um fragmento do impresso, também disponível no digital, onde são promovidas diferentes ferramentas de interação com o público, tais como: jogos, testes, quizzes e dicas. Neste espaço se encontra a coluna do Imprensa Jovem, projeto municipal de São Paulo, a qual será relevante para vários apontamentos deste trabalho.

Figura 3 - Homepage do jornal Joca



Fonte: Reprodução/Jornal Joca

No artigo “O jornalismo infantojuvenil e o caso do Jornal Joca no Brasil”, Doneda (2022) ressalta a importância do jornalismo direcionado aos jovens e as potencialidades do seu uso nas escolas. A autora explora a temática analisando as inovações do jornal Joca, compreendendo o público-alvo do veículo, que está inserido em uma era voltada para a informação, fazendo-se relevante o ensino da organização de uma notícia jornalística, entre

outras questões. Para Doneda (2022, p. 124): “Isso significa analisar não somente a linguagem da informação, mas a representação de problemas, conflitos, contradições, soluções [...]”.

Assim, o veículo aponta como seus valores: estimular o protagonismo da criança, respeitar os direitos das crianças e dos adolescentes, desenvolver o hábito da leitura, incentivar a liberdade de imprensa, assim como a pluralidade de opiniões e a responsabilidade social; características intrínsecas ao jornalismo. (JORNAL JOCA, 2022).

Esta pesquisa busca investigar o papel do Joca enquanto instrumento de estratégia para a educação midiática focada em crianças e adolescentes, avaliando a presença de iniciativas do jornal que promovem a mídia-educação e favorecem o entendimento sobre a importante temática da desinformação. Para alcançar tal objetivo, é necessário compreender o funcionamento da rotina produtiva do jornal. Por esse motivo, foi aplicado um questionário com a equipe de redação do jornal, considerando os seguintes pontos: o processo de produção do conteúdo jornalístico, a exploração da temática da desordem informacional pelo veículo e a participação dos leitores nas páginas do jornal (ver Apêndice A).

Com perguntas abertas, para que os entrevistados pudessem responder livremente, o questionário foi enviado por e-mail, devido à localidade da redação do Joca, em São Paulo. O instrumento também auxiliou o andamento desta pesquisa, de caráter qualitativa. As respostas aqui apresentadas foram elaboradas pela repórter Helena Rinaldi e pela editora-chefe Maria Carolina Cristianini.

O primeiro passo para compreender a produção de notícias ou *newsmaking* de um veículo, é saber quais são os critérios escolhidos durante esse processo. No jornal Joca, algumas pautas são produzidas considerando a utilização nas escolas:

Muitas vezes, escolhemos pautas que sabemos que podem ser utilizadas em sala de aula. [...] Além disso, acreditamos que a figura do professor é importante para que os alunos entendam a matéria e tirem suas dúvidas sobre os temas. No entanto, o Joca não se limita a pensar em temas diretamente conectados às disciplinas escolares. Um dos objetivos de um jornal para crianças e jovens é que ele seja a ponte entre a escola e o que acontece no mundo. Dessa forma, temas da atualidade de relevância para a sociedade também precisam, e devem ser considerados na pauta.

Já as atribuições do processo de produção são distribuídas de maneira equilibrada entre os membros da equipe, podendo se modificar conforme a afinidade de cada integrante:

Isso pode variar conforme alguns fatores, como afinidade e/ou conhecimento do jornalista com o tema, o fato de determinado repórter ter proposto uma pauta e manter a equipe trabalhando de forma equilibrada entre as demandas.

Uma das propostas do Joca é incentivar o protagonismo dos leitores para que esses sejam capazes de desenvolver uma postura crítica diante da informação que recebem. Para isso, o jornal promove, além das atividades para uso didático, iniciativas com chamadas para engajar o público infantojuvenil sobre determinados assuntos e, com isso, alcançar os leitores e decidir o que será publicado a partir disso:

Temos um e-mail da redação para que eles mandem sugestões, críticas, elogios, comentários e produções que querem que a gente publique. Eles também podem entrar em contato conosco através do formulário no nosso site. Geralmente, recebemos mais mensagens fora do período de férias escolares e respondemos a todas. A gente publica as produções que têm um conteúdo adequado para a faixa etária dos nossos leitores (ou no nosso site ou no Joca impresso).

Sabendo que o presente trabalho considera que aprender a estrutura de uma notícia, assim como a organização dos fatos e a compreensão do ocorrido, contribuem na hora de reconhecer uma notícia falsa, também procurou-se entender de que forma o Joca busca combater os perigos do fenômeno da desinformação:

Sempre que possível, tentamos abordar o tema das notícias falsas. Essa abordagem pode ser feita de várias formas, como através de dicas para não cair em conteúdos falsos ou por notícias sobre o tema. Na última edição do Joca, por exemplo, trouxemos uma matéria sobre uma ferramenta do Google que combate as fake news. Além disso, é constante o contato da equipe de jornalismo do Joca com os leitores em encontros para explicar o passo a passo de fazer o jornal. A partir desse conhecimento e experiência, as crianças passam a entender como se dá o fazer jornalístico profissional, o que também colabora, e muito, para que elas estejam mais preparadas para lidar com a desinformação.

Questionou-se, ainda, quais são os conteúdos e formatos considerados mais atrativos para o público, envolvendo a temática da desordem informacional:

Um dos formatos que mais funciona é o que explicamos anteriormente, do contato com os leitores explicando o passo a passo de se fazer o jornal. Esses encontros podem se presenciais, como um de nossos jornalistas ir até uma escola assinante do Joca, ou virtual, algo muito feito durante a pandemia, com videoconferências. A explicação do fazer jornalístico profissional para as crianças as deixa preparada para identificar fontes seguras de informação e entender como funciona o trabalho de um jornalista – e os processos de apuração e reportagem, por exemplo.

O Repórter Mirim é um quadro do jornal Joca, no qual a criança e/ou adolescente assume o papel do entrevistador. A iniciativa se mostra relevante no que diz respeito a participação do leitor nas páginas do periódico. O trecho abaixo facilita a compreensão sobre como ocorre a interação e o envolvimento dos jovens nessa proposta:

Os leitores que têm interesse em participar nos escrevem e, geralmente, apontam quem querem entrevistar. Se o assunto é pertinente, marcamos com o entrevistado e fazemos a entrevista por uma chamada de vídeo entre o repórter mirim, o

entrevistado e um dos nossos jornalistas – a entrevista também pode ser presencial, conforme a disponibilidade dos envolvidos. Caso não seja possível agendar uma data, enviamos as perguntas (que ajudamos o leitor a formular – sempre desejamos que as perguntas sejam originalmente feitas pela criança e damos suporte para que isso aconteça) por e-mail ou WhatsApp. Depois, um dos nossos jornalistas fica responsável por escrever a entrevista nos moldes do Joca.

Também foi perguntado se constam, no veículo, outras atividades com objetivos similares aos do quadro Repórter Mirim:

[...] o Canal Aberto e o Em Pauta são algumas das seções que sempre contam com a participação dos leitores. Também publicamos cartinhas enviadas por eles em todas as edições e tentamos, sempre que possível, ter opiniões sobre os assuntos retratados (principalmente de correspondentes internacionais). E, desde o início do ano, temos o Clube do Joca, um grupo de leitores que selecionamos para que eles possam nos ajudar a melhorar o jornal em reuniões mensais – contando do que gostam do Joca, quais matérias gostariam que tivessem mais informações etc.

A última questão buscou investigar se as iniciativas geram, de fato, alterações no processo de produção de notícias do Joca:

Com certeza. Para entender o nosso público, é necessário ter crianças e jovens em contato constante conosco para que possam apontar sobre quais temas querem saber mais, o que interessa a eles etc. Uma publicação infantojuvenil precisa ser feita para crianças e jovens, mas também por crianças e jovens.

Ao avaliar os resultados da aplicação deste instrumento de coleta de dados, constatou-se que, mais do que um veículo jornalístico com conteúdo noticioso, o jornal cumpre uma função educadora, levando o conhecimento sobre as mídias e outros temas relevantes para a sala de aula. Considerando que o Joca é um meio de comunicação direcionado para crianças e adolescentes, foi pertinente analisar o *newsmaking* do veículo e os procedimentos que fazem com que a linguagem utilizada faça sentido e seja interessante para esse público. No próximo capítulo, por meio da análise de conteúdo, serão examinadas algumas edições do Joca. Desta forma, poderá ser verificado se as afirmações aqui colocadas se confirmam ou não.

5 METODOLOGIA

Na etapa inicial deste trabalho, foi utilizado o método de pesquisa exploratória. Segundo Gil (2002, p. 41), esse instrumento “tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições” e, por isso, a pesquisa exploratória teve o intuito de investigar o problema de estudo. A busca também contribuiu para o desenvolvimento da investigação, visto que a procura por materiais relacionados tanto à educação midiática para crianças e adolescentes quanto ao jornalismo infantojuvenil facilitaram a compreensão do assunto.

Agora, para explorar o objeto de pesquisa, será empregado o método de análise de conteúdo de Bardin (2011), o qual consiste em um conjunto de técnicas utilizadas na apuração de dados qualitativos. O instrumento de pesquisa foi desenvolvido pela autora, durante os anos 50, sendo utilizado inicialmente nos Estados Unidos, pelos campos da sociologia e psicologia. O aperfeiçoamento do método o levou a se configurar como um modelo para a área das comunicações, pois: “[...] a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.” (BARDIN, 2011, p. 44). Voltando-se, então, para o enfoque crítico, tanto para as pesquisas qualitativas quanto para as quantitativas. Nesse sentido, surgiram as inferências da observação, que recorrem aos indicadores quantitativos ou não, já que a análise de conteúdo deixou de ser apenas descritiva.

Sabendo que um dos propósitos deste estudo é examinar os conteúdos veiculados no jornal Joca, será feita uma observação a partir de interpretações subjetivas, ou seja, através de sensações, pensamentos, opiniões, sentimentos e percepções. “Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade.” (BARDIN, 2011, p. 15). O método também permite que o objeto de estudo seja analisado de maneira descritiva e minuciosa, caminhando para a finalidade de adquirir deduções lógicas e justificadas. (BARDIN, 2011).

A primeira parte da obra de Bardin (2011) foca na relação da análise de conteúdo e a linguística, que possuem a linguagem como objeto em comum. A segunda fração do livro destaca a prática da metodologia por meios de exemplos com aplicações em diferentes situações. Já na terceira seção, a pesquisadora apresenta a sistematização da organização da investigação.

Posto isso, a presente pesquisa avançará em três etapas: pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados. Primeiramente, serão pré-analisados os conteúdos das

edições 181 a 190 do jornal Joca, veiculadas de fevereiro a junho de 2022. Para Bardin (2011, p. 125), essa fase de intuições: “[...] tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir a um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise.” A partir da leitura flutuante, contida na pré-análise, foi possível construir o *corpus* de análise da pesquisa, que será melhor descrito no próximo tópico deste capítulo.

Após isso, será explorada a presença do material que reforça o combate à desinformação nas páginas do jornal, a fim de observar um padrão recorrente. Também é o momento em que serão codificados os dados, posteriormente separados e agregados em unidades.

Por fim, o tratamento dos resultados conduzirá as inferências que, por sua vez, trará as interpretações obtidas a partir dos objetivos previstos, entre outras descobertas. Do mesmo modo, servirá para responder à pergunta central da pesquisa, além de nortear a interpretação final do estudo. Vale ressaltar que os resultados aqui encontrados e discutidos não são irrefutáveis:

É certo que o gênero de resultados obtidos pelas técnicas de análise de conteúdo não pode ser tomado como prova inelutável. Mas constitui, apesar de tudo, uma ilustração que permite corroborar, pelo menos parcialmente, os pressupostos em causa. (BARDIN, 2011, p. 81).

A escolha se justifica pelo fato de as publicações corresponderem aos primeiros meses letivos de 2022, já que muitas escolas, sejam públicas ou privadas, utilizam o Joca, de veiculação quinzenal, durante o período de aulas. Considerando que, no segundo semestre de 2022, ocorrem as eleições no Brasil, também será interessante refletir como o jornal irá abordar questões relacionadas ao tema da desordem informacional em uma época na qual o assunto ganha mais força e notoriedade.

5.1 ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A fim de iniciar os procedimentos de investigação, delimitou-se o *corpus* de análise da monografia, o qual demonstra os dados coletados de acordo com a problemática de pesquisa. O *corpus* foi constituído com o apoio da escolha dos documentos, *a priori*, após a leitura flutuante. Segundo Bardin (2011):

Com o universo demarcado (o gênero de documentos sobre os quais se pode efetuar a análise), é muitas vezes necessário proceder-se à constituição de um *corpus*. O *corpus* é o conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos. A sua constituição implica, muitas vezes, escolhas, seleções e regras. (BARDIN, 2011, p. 126).

Para tal propósito, algumas regras sugeridas por Bardin (2011) também foram seguidas. São elas: (i) exaustividade; (ii) representatividade; (iii) homogeneidade; (iv) pertinência; (v) exclusividade. Conforme a recomendação da exaustividade, deve-se esgotar o acervo, considerando todos os elementos do *corpus*. Um dos objetivos do presente trabalho é examinar como os conteúdos do jornal Joca são apresentados. Por isso, foram consideradas as publicações veiculadas no primeiro semestre de 2022, com a finalidade de visualizar as características significativas no processo de produção do jornal durante o primeiro período letivo escolar¹³; além de observar como as ações de educação midiática foram incentivadas e se pretenderam contribuir para o combate ao fenômeno da desinformação. Desta forma, foram determinadas 10 edições do jornal Joca para serem exploradas (ver Apêndice B). A coleta foi possível a partir da disponibilização das versões digitalizadas e disponíveis a partir da assinatura mensal do veículo, adquirida pela autora ainda na fase de pré-projeto desta pesquisa.

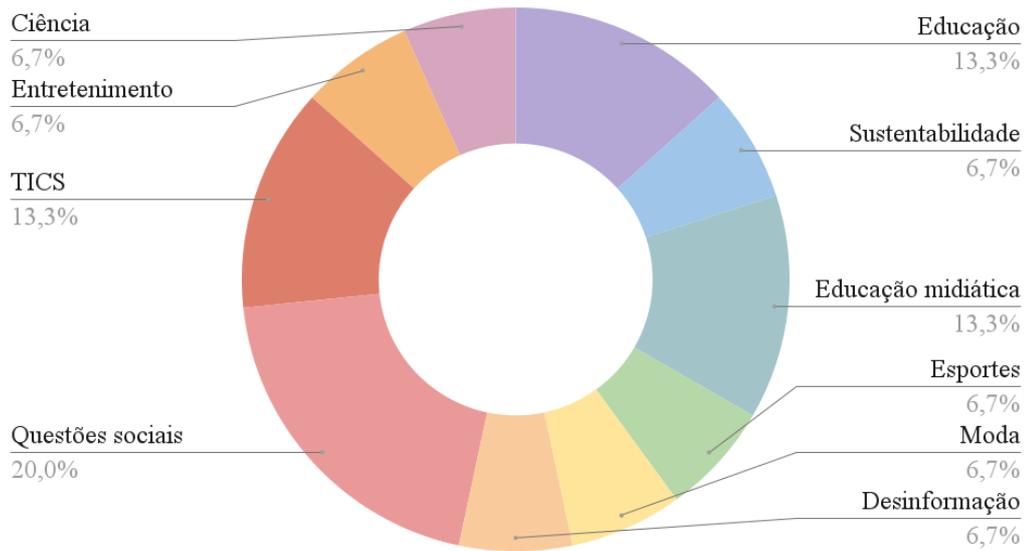
Foi possível constatar, com uma observação prévia, que a participação do leitor é evidenciada em todas as edições escolhidas para o *corpus* inicial. Seja no quadro Repórter Mirim, seja na coluna Imprensa Jovem, da seção Canal Aberto, a qual será discutida posteriormente, assim como as opiniões e as perguntas das crianças que também são contempladas em algumas matérias, especialmente nas reportagens especiais. No geral, os conteúdos trazem temas repercutidos nacionalmente e internacionalmente, entre curiosidades e atividades lúdicas, típicas do formato da produção de conteúdo feita para o público infantojuvenil.

Como exemplo disso, o gráfico que será apresentado a seguir mostra o balanço dos assuntos abordados no quadro Repórter Mirim e na coluna Imprensa Jovem¹⁴. As duas seções foram escolhidas por se relacionarem à temática de educação midiática e/ou uso das mídias. A primeira, por se tratar de uma iniciativa onde o jovem assume o papel do entrevistador, e a segunda, por ser uma proposta de um projeto de educomunicação que ganha espaço nas páginas do jornal.

Gráfico 1 - Demonstrativo das temáticas do quadro Repórter Mirim e da coluna Imprensa Jovem

¹³ Segundo a newsletter do Joca, disponível para assinantes, estão previstas 18 edições para o ano de 2022, veiculadas entre fevereiro e junho e entre agosto e novembro.

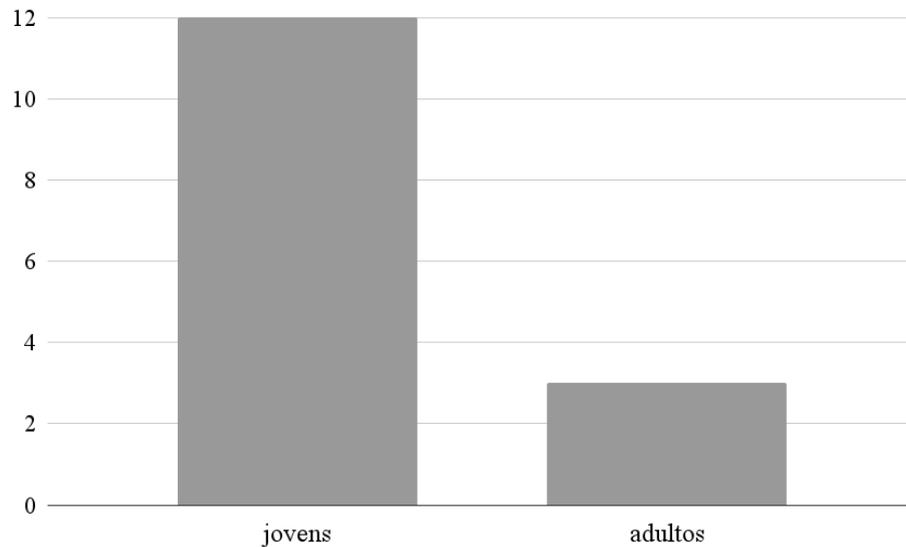
¹⁴ A coluna tem a colaboração dos participantes do projeto de educomunicação Imprensa Jovem, desenvolvido pelo Núcleo de Educomunicação (NCE), da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo.



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Com isso, pode se constatar que o Joca consegue trabalhar, além da área de educação, outros temas importantes para a vida em comunidade e formação cidadã, como: questões sociais, sustentabilidade, ciência etc.

Ao analisar as autorias dos quadros citados acima, se comprova a predominância dos jovens perante os adultos, o que demonstra o incentivo ao protagonismo desse público. Esse fato também foi mencionado pela repórter Helena Rinaldi e pela editora Maria Carolina Cristianini no questionário que serviu de instrumento de coleta de dados para a pesquisa (ver Apêndice A).

Gráfico 2 - Autoria dos conteúdos inseridos no quadro Repórter Mirim e na coluna Imprensa Jovem

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Todavia, após uma análise preliminar, optou-se por investigar as edições em que constava a coluna Imprensa Jovem, por estar mais alinhada ao propósito desta pesquisa, que é verificar o incentivo à educação para as mídias inserida no jornalismo infantojuvenil. A seleção, com mais ênfase, resultou na observação das iniciativas do Joca que estimulavam o uso dos meios de comunicação, seguindo, ainda, a regra da representatividade, pois a amostra simboliza o universo inicial. Essa decisão também seguiu a condição da homogeneidade, cujos dados devem se referir a um único tema, filtrados por técnicas iguais.

Chegando ao final da etapa de pré-análise, se configurou um *corpus* mais expressivo, ou seja, mais adaptado ao conteúdo e aos objetivos, conforme a regra da pertinência. O *corpus* passou, então, a abarcar cinco edições (182, 184, 186, 188 e 190), todas contendo a coluna Imprensa Jovem. Por último, foi empregada a recomendação de exclusividade, para que um elemento não fosse classificado em mais de uma categoria.

Quadro 2 - Sistematização das edições analisadas

Seção	Edição	Eixo temático	Título
	182	Educação midiática	Imprensa Jovem na sala de aula

Coluna Imprensa Jovem	184	Desinformação	O que são fake news e como trabalhar em sala de aula?
	186	TICs	Mobilização dos estudantes pela internet
	188	Educação midiática	Uso de podcasts na educação
	190	TICs	Como usar tecnologias simples para potencializar o Imprensa Jovem na sua escola?

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

É também durante a leitura flutuante, citada anteriormente, que surgem algumas intuições que podem se transformar em hipóteses norteadoras de investigação:

Uma hipótese é uma afirmação provisória que nos propomos verificar (confirmar ou infirmar), recorrendo aos procedimentos de análise. Trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova de dados seguros. (BARDIN, 2011, p. 128).

A hipótese que orienta a pesquisa é de que as ações de educação midiática promovidas durante a infância e a adolescência podem despertar o senso crítico e inspirar o interesse e a reflexão sobre a produção jornalística. E assim, por meio da compreensão dos processos comunicativos e informacionais, com o ensino sobre o uso das mídias, será possível entender os fatores que põem em jogo a credibilidade do jornalismo, como a desinformação. Trata-se de uma suposição indutiva, que examina e deduz, através de dados, para se chegar a conclusões.

Conclui-se, aqui, a fase de pré-análise, composta por três etapas: “[...] escolha dos documentos a serem submetidos à análise, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final.” (BARDIN, 2011, p. 125).

Na etapa de exploração do material, os dados foram organizados e agregados em unidades de registro e de contexto. Tal processo recebe o nome de codificação, que permite tipificar todos os elementos do conteúdo analisado, no caso, da coluna Imprensa Jovem. A codificação é organizada em três fases: recorte, enumeração e classificação. Em primeiro lugar, são definidas as unidades de registro e contexto, depois, as regras de contagem, e, por último, a classificação.

O fluxo de análise do material foi primordial para estabelecer que as unidades de registro seriam palavras. De acordo com Bardin (2011):

[...] A unidade de registro pode ser de natureza e de dimensões muito variáveis. Reina certa ambiguidade no que diz respeito aos critérios de distinção das unidades de registro. Efetivamente, executam-se certos recortes a nível semântico, por exemplo, o “tema”, enquanto que outros são feitos a um nível aparentemente linguístico, como a “palavra” ou a “frase”. (BARDIN, 2011, p. 134).

Diante do exposto, investigou-se os termos que se relacionavam com o jornalismo, com as tecnologias digitais, com os atores sociais, com as chamadas para a ação, com a desinformação, e com a educação. Considerou-se, portanto, que as temáticas poderiam ser utilizadas para encontrar impressões que se conectassem com os propósitos e com a questão de pesquisa deste trabalho. Reuniu-se as expressões, isto é, as unidades de registro, em duas áreas gerais: educacional e comunicacional/informacional. Ao todo, foram encontradas 50 palavras-chaves (ver Apêndice C), correspondentes aos conteúdos e inseridas nos textos produzidos para as cinco publicações com a coluna *Imprensa Jovem*, ou seja, as unidades de contexto da análise. Segundo Bardin (2011, p. 137), a unidade de contexto: “serve de unidade de compreensão para codificar a unidade de registro e corresponde ao segmento da mensagem [...]”.

Também se optou pela frequência para a enumeração desse processo, já que é a técnica de contagem mais utilizada e a “[...] importância de uma unidade de registro aumenta com a frequência de aparição.” (BARDIN, 2011, p. 138). Na enumeração, feita após o recorte, foram consideradas as palavras com frequência acima de 3.

Tabela 1 - Palavras-chave e a enumeração de frequência

Áreas	Palavras-chave	Frequência
Educacional	aluno/alunos/alunas	12
	estudante/estudantes	11
	escola/escolas	10
	professor/professores	9
	sala de aula	4
	educação	4
Comunicacional e informacional	<i>Imprensa Jovem</i>	12
	podcast/podcasts/podcasting	8
	fake news	6
	notícia/notícias	5

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Conforme ilustrado na Tabela 1, não foram excluídos os termos semelhantes, a fim de agregar também as expressões que possuem o mesmo significado. Destaca-se a predominância dos atores sociais como: (i) aluno/alunos/alunas; (ii) estudante/estudantes; (iii) Imprensa Jovem; ressaltando, igualmente, a relevância da presença de termos relacionados ao jornalismo, por exemplo.

Depois de verificar a incidência de termos que conduzirão a formulação das inferências da metodologia, será necessário destrinchar as características encontradas em agrupamentos, os quais podem separados por critérios semânticos, sintáticos, expressivos, lexicográficos etc. Esses agrupamentos fazem parte da categorização determinada por Bardin (2011). Essa fase consiste em impor uma certa organização aos dados brutos enumerados, que serão interpretados posteriormente.

As categorias foram escolhidas a partir da observação dos códigos da Tabela 1, uma vez que a categorização se deu por agrupamentos semânticos, ou seja, por meio do significado das palavras. Observando esses termos, é plausível dizer que foram retirados das cinco edições que continham a coluna Imprensa Jovem, agora posicionadas em um sistema de categorias no Quadro 3. Isso também significa que a categorização indica o contexto em que estão inseridas as expressões encontradas durante a codificação.

Quadro 3 - Categorização a partir dos códigos encontrados na coluna Imprensa Jovem

Edição	Trecho	Objetivo
182	“1. O professor apresenta o conteúdo da aula e traz uma reportagem de jornal que fale sobre o assunto. 2. Os estudantes fazem grupos para leitura e discussão do tema. 3. Em seguida, os alunos podem entrevistar o professor sobre o assunto da aula. 4. Cada grupo tem o desafio de criar uma pergunta para o professor. 5. Um estudante de cada grupo deve ser o repórter que fará a pergunta. 6. Um dos alunos apresenta o evento, como em uma entrevista coletiva para a imprensa. 7. Tudo pode ser registrado em um celular ou tablet.”	Desenvolver o Imprensa Jovem na escola
	“1. Onde a notícia foi publicada? Veio de uma fonte confiável,	

184	<p>como um jornal conhecido, ou é de um site aleatório ou uma corrente de WhatsApp?</p> <p>2. Quando ela foi publicada? Você pode estar vendo algo verídico, mas não atual.</p> <p>3. Quem escreveu a matéria? Geralmente o texto tem o nome do jornalista ou o veículo possui um espaço em que apresenta os colaboradores.</p> <p>4. Observe erros de ortografia e gramática, comuns em sites que divulgam fake news.</p> <p>5. Pesquise sobre o assunto em outros sites de notícias confiáveis. Se for mesmo verdadeira a matéria estará em vários veículos.</p> <p>6. Nunca compartilhe uma notícia sem ter certeza de que é verdadeira.”</p>	<p>Apresentar uma notícia verdadeira em sala e expor seus aspectos</p>
186	<p>“1. Reúna um grupo de estudantes e apresente um problema.</p> <p>2. Juntos, levantem questionamentos sobre o problema.</p> <p>3. Elejam as melhores perguntas.</p> <p>4. Organizem as perguntas em um formulário on-line, como os do Google.</p> <p>5. Usem os recursos de comunicação da escola para divulgar a pesquisa.</p> <p>6. Criem e espalhem cartazes pela escola com um QR code de acesso ao formulário. Usem tablets ou o laboratório de informática da escola para que os estudantes respondam a pesquisa.</p> <p>7. Organizem os dados das respostas em tabelas ou gráficos.</p> <p>8. Elaborem um texto informativo sobre os resultados.</p> <p>9. Publiquem o resultado nos canais de comunicação da escola e divulguem para a comunidade.”</p>	<p>Mobilizar a escola para discutir uma causa</p>
188	<p>“1. Determine o tema.</p> <p>2. Escolha o formato do podcast. Por exemplo: será com base em uma entrevista, informativo ou individual?</p> <p>3. Crie um roteiro baseado no formato escolhido.</p> <p>4. Defina como fará a gravação (pelo celular, computador etc.).</p> <p>5. Faça a edição da gravação.</p> <p>6. Procure maneiras de publicar seu podcast.”</p>	<p>Criar o próprio podcast</p>
190	<p>“1. Inspirem-se nos modelos de produção dos alunos na internet.</p> <p>2. Aprendam sobre tecnologias para produção e veiculação do que for desenvolvido.</p> <p>3. Pensem juntos sobre como usar as ferramentas digitais com responsabilidade e de maneira ética.</p>	<p>Viabilizar a produção</p>

	<p>4. Prefiram tecnologias que sejam de fácil utilização.</p> <p>5. Usem recursos gratuitos para que mais pessoas possam estar envolvidas na produção jornalística.</p> <p>6. Sejam parceiros: estudantes e professores aprendem juntos nesse processo.”</p>	jornalística na escola
--	--	------------------------

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Na categorização, buscou-se obedecer a qualidade da pertinência, que, para Bardin (2011), deve estar associada aos objetivos da análise. Da mesma forma, a pesquisadora recomenda que as categorias sejam produtivas, com o intuito de trazer novos resultados e conclusões.

Ao examinar o Quadro 3, foi possível verificar que os trechos extraídos são constituídos de chamadas para a ação. Desse modo, é válido presumir que as informações são empregadas para que os leitores saibam que também podem ser responsáveis e protagonistas de seu próprio conhecimento. Similarmente, o Joca expõe os estímulos à aprendizagem das ferramentas de comunicação, despertando a consciência da sua utilização.

O estágio final desta análise consiste no tratamento dos resultados, assim como na definição das inferências e interpretações. Para Bardin (2011, p. 163), uma inferência pode: “[...] apoiar-se nos elementos constitutivos do mecanismo clássico da comunicação: por um lado, a mensagem (significação e código) e o seu suporte ou canal; por outro, o emissor e o receptor, enquanto polos de inferência propriamente ditos.” Considerando que a análise de conteúdo é um método empírico cuja interpretação é o objetivo final, neste trabalho, as inferências se relacionam com os significados do que foi encontrado durante a investigação.

Para discorrer sobre a coluna *Imprensa Jovem*, é importante considerar que a seção é desenvolvida pelo projeto de mesmo nome que promove iniciativas de educação midiática na cidade de São Paulo. À vista disso, notou-se que, nas cinco publicações analisadas, foram exploradas as temáticas correlacionadas aos meios de comunicação e suas tecnologias. No entanto, foram encontradas características particulares de cada edição da coluna *Imprensa Jovem*.

No número 182, a coluna sugere aos professores que criem uma espécie de coletiva de imprensa ao explicarem um conteúdo, de forma que os alunos, em grupos, elejam repórteres para fazerem perguntas sobre o tema apresentado pelo docente. Esse processo aproxima a educação da área comunicacional, pois as crianças irão adquirir conhecimento o colocando em prática, assim como é proposto pelo projeto.

No número 184, o texto começa definindo *fake news* como notícias que são fabricadas com o intuito de enganar o público para o qual são destinadas. O excerto demonstra preocupação, em especial, com o público infantojuvenil, argumentando que a escola seria um bom local para se trabalhar a temática. Em seguida, são apresentadas algumas dicas para identificar uma notícia falsa, como: verificar onde a notícia foi publicada, quando foi publicada, quem escreveu, observar erros de ortografia, de gramática etc. O jornal sugere que o professor mostre uma notícia verdadeira e relacione com as características apresentadas.

No número 186, o coordenador do projeto Imprensa Jovem divulga algumas dicas para a coluna. São dicas que incentivam e despertam o olhar para questões comunitárias e de mobilização estudantil: reunir um grupo, levantar questionamentos, utilizar recursos de comunicação, organizar dados e divulgar os resultados posteriormente.

No número 188, uma ex-integrante do Imprensa Jovem escreve sobre o uso de podcasts na educação e a diversidade de temáticas que podem ser exploradas por meio desse recurso. O texto explora uma iniciativa de educação midiática com dicas para fazer o próprio podcast e expõe um pouco da nova tecnologia que está, cada dia mais, em evidência. Constatam-se algumas sugestões para a criação de um podcast: determinar o tema, escolher o formato, definir a gravação, entre outras.

No número 190, a coluna Imprensa Jovem dá algumas dicas para viabilizar a produção jornalística na escola. São elas: se inspirar nos modelos de outros alunos, aprender sobre tecnologias para produção e veiculação, pensar como usar eticamente as ferramentas digitais etc.

A hipótese central desta pesquisa, a qual busca comprovar que a forma que o jornal contribui para o combate a desinformação através do incentivo à educação midiática, se confirma na iniciativa da coluna Imprensa Jovem. Através da análise de conteúdo, tal afirmação foi confirmada e depreendeu-se que as dicas ali expostas possuem a capacidade de incentivar o protagonismo da criança e do adolescente, para que esses tenham uma postura crítica sobre a mídia, assim como podem obter uma informação verídica e de qualidade. Dos cinco tópicos abordados pela coluna, apenas um discute especificamente sobre *fake news*. Porém, esse fato não desconsidera a problemática de pesquisa, pois o jornal estimula a compreensão do processo informacional e suas particularidades. A partir disso, compreendeu-se que o enfrentamento à desinformação é mais uma consequência das iniciativas do que algo que pode ser comprovado explicitamente nas edições, sendo essa a conclusão que encerra a análise apresentada.

Quanto aos termos-chave identificados no momento de codificação, eles expressam de que forma a educação midiática é encorajada nas edições do jornal. Isto é, envolvem, dentre outros temas importantes, os atores sociais: alunos, professores, estudantes, comunidade e jornalista.

Como já mencionado no capítulo 2 desta monografia, o processo de produção de notícias jornalísticas abrange as relações culturais e sociais daqueles que elaboram a informação. Traquina (2005) define que os jornalistas também interagem com a sociedade, dado que: “As notícias têm uma estrutura profunda de valores que os jornalistas partilham, como membros da sociedade, com a sociedade. Como um todo. Como seus membros.” (TRAQUINA, 2005, p. 29).

Logo, ao examinar o discurso que o veículo pretendeu repassar com a inserção das palavras analisadas nas páginas do periódico, é possível refletir sobre os fatores e os personagens que também atravessam a construção da informação. E, por se tratar de um meio de comunicação dirigido ao público infantojuvenil, as mensagens podem transformar as concepções dos receptores e trazer à tona de temas relativos ao cenário contemporâneo, como é o caso da desordem informacional.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho considerou o jornalismo infantojuvenil, ou seja, voltado para crianças e adolescentes, como uma expressiva estratégia de educação midiática. O jornal brasileiro Joca, objeto de investigação desta pesquisa, é um veículo que valoriza a formação de leitores emancipados, assim, também dirige seu conteúdo aos professores e aos responsáveis, reconhecendo o desafio de atuar perante uma realidade marcada pela presença dos meios de comunicação. À vista disso, levar a imprensa para outros espaços, como a sala de aula, pode se configurar um dos passos para integrar, de fato, a mídia-educação no cotidiano dos jovens. Entende-se, por mídia-educação, o conjunto de habilidades e conhecimentos que o receptor deve desenvolver para compreender criticamente o ambiente informacional e midiático.

O objetivo geral deste estudo era analisar como as ações de educação midiática foram incentivadas pelo jornal Joca e de que forma pretenderam contribuir para o combate ao fenômeno da desinformação. Igualmente, buscou-se enfatizar a inter-relação entre as áreas da educação e da comunicação; examinar como os conteúdos veiculados nas edições do jornal foram apresentados; investigar o processo de produção de notícias do veículo; e observar as iniciativas do Joca que estimulavam o uso dos meios de comunicação.

Para a metodologia utilizou-se a análise de conteúdo de Bardin (2011). O modelo foi escolhido para obter informações mais específicas sobre como se caracterizavam e de que maneira eram apresentadas as iniciativas de mídia-educação promovidas pelo jornal. Já a utilização do questionário como instrumento de coleta de dados serviu para entender o funcionamento da rotina produtiva do Joca e a prática da atuação voltada para a educação de crianças e adolescentes. O questionário funcionou, também, como um modelo flexível e dinâmico para a obtenção das respostas.

A hipótese que norteou a monografia se confirmou durante a análise da iniciativa da coluna Imprensa Jovem. Durante a investigação, encontrou-se termos que se relacionavam ao jornalismo, às tecnologias digitais, aos atores sociais, às chamadas para a ação, além das temáticas da desinformação e da educação. O pressuposto buscou comprovar se o jornal é capaz de contribuir para o combate à desinformação por meio do incentivo à educação midiática. Os resultados encontrados foram abundantes em diversos aspectos, especialmente para demonstrar a mobilização do veículo no que diz respeito ao incentivo ao protagonismo durante a infância e a adolescência. Assim, as mensagens identificadas podem despertar o interesse dos leitores e inspirar a reflexão sobre questões relevantes para a atualidade.

Através da investigação dos conteúdos publicados pelo jornal Joca, concluiu-se que aprender sobre as características dos meios de comunicação, seja entender a estrutura de uma notícia, seja a organização de uma informação, também contribui para o combate à desinformação. No entanto, as edições analisadas do Joca comprovaram que o enfrentamento à desordem informacional representa, majoritariamente, uma consequência das iniciativas do jornal, dado que o estímulo ao entendimento sobre as mídias implica na postura crítica diante da informação.

A ideia da presente pesquisa surgiu a partir do interesse em estudar com mais afinco a relação entre comunicação e educação. Entre os propósitos da investigação da temática estava a relevância de destacar as ações de mídia-educação, assim como reconhecê-las como práticas emergentes em consolidação.

Durante a busca por produções antecedentes, foram encontradas publicações sobre os diversos campos de intervenção da educação para as mídias, como por exemplo: a utilização das tecnologias de informação e comunicação em práticas educativas; produtos midiáticos elaborados a partir de iniciativas de mídia-educação; mudanças nas diretrizes pedagógicas para inclusão de políticas de comunicação nas escolas; entre outras abordagens referentes ao consumo de informação pelo público infantojuvenil e correlações com assuntos mais atuais, como o fenômeno da desinformação.

Apesar dos avanços nas publicações voltadas para os estudos sobre o uso das mídias, não foram encontradas muitas produções relacionadas ao jornalismo especializado para crianças e adolescentes, como o jornalismo infantojuvenil. Por esse motivo, optou-se por ter o jornal infantojuvenil Joca como objeto de análise.

Ademais, outras apurações podem complementar a presente investigação. Para pesquisas futuras, propõe-se o estudo dos receptores acerca do conteúdo aqui observado, já que a presente análise focou, sobretudo, no processo de elaboração de conteúdo do veículo. Também se faz necessária a produção científica sobre os desafios da prática de mídia-educação em contextos escolares, particularmente se vinculada à implementação do Novo Ensino Médio, foco de discussões mais recentes no campo da educação.

Nesta pesquisa, atestou-se a importância do desenvolvimento da capacidade de compreender criticamente as mídias na era da informação, por meio de iniciativas inseridas no jornalismo infantojuvenil, podendo se afirmar, da mesma forma, que o protagonismo das gerações futuras será capaz de fortalecer o exercício da democracia e a da cidadania plena. Com isso, depreende-se que o jornalismo é uma instituição que deve agir com

responsabilidade social e proteger a comunidade, em especial a juventude, dos perigos da desinformação e da descredibilização da imprensa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARIÈS, P. **História social da criança e da família**. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.
- BACCEGA, M. A. A construção do campo comunicação/educação: alguns caminhos. **Revista USP**, São Paulo, n. 48, p. 18-31, 2000. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/32888>. Acesso em: 11 ago. 2022.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BÉVORT, E.; BELLONI, M. L. Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas. **Educação & Sociedade**, v. 30, n. 109, p. 1081-1102, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/5pBFdjL4mWHnSM5jXySt9VF/?lang=pt>. Acesso em: 16 ago. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/abase/>. Acesso em: 31 jul. 2022.
- BUCKINGHAM, D. A evolução da educação midiática no Reino Unido: algumas lições da história. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 21, n. 1, p. 73-83, 2016. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/110715>. Acesso em: 20 jul. 2022.
- BUCKINGHAM, D. **Crescer na Era das Mídias**: após a morte da infância. Tradução: Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis: 2006.
- CGI. **TIC Kids Online Brasil 2020**: Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil. São Paulo: Comitê Gestor de Internet no Brasil, 2020. Disponível em: <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-da-internet-por-criancas-e-adolescentes-no-brasil-tic-kids-online-brasil-2020/>. Acesso em: 02 set. 2022.
- CHAVES, M.; MELO, L. Educação midiática para notícias: histórico e mapeamento de iniciativas para combater a desinformação por meio da educação. **Mídia e Cotidiano**, v. 13, n. 3, p. 62-82, 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/38091>. Acesso em: 29 ago. 2022.
- DONEDA, L. O jornalismo infantojuvenil e o caso do Jornal Joca no Brasil. **ECCOM**, v. 13, n. 25, p. 119-130, 2022. Disponível em: <http://unifatea.com.br/seer3/index.php/ECCOM/article/view/1460/1599>. Acesso em: 29 ago. 2022.
- DORETTO, J. **Pequeno leitor de papel**: jornalismo infantil na Folhinha e no Estadinho. 2010. 150 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-05112010-113714/en.php>. Acesso em: 15 ago. 2022.
- DORETTO, J. Jornalismo para a infância: uma proposta de definição. **Ciberlegenda**, n. 30, p. 59-72, 2014. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36955>. Acesso em: 15 ago. 2022.

- FERREIRA, M. F. Jornalismo infantil: por uma prática educativa. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. **Anais [...]**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r0769-1.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2022.
- FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** 11. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.
- FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.** São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- GIL, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2002.
- JENKINS, H. **Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century.** Cambridge: The MIT Press, 2009.
- JORNAL JOCA. Jornal Joca: O único jornal para jovens e crianças, 2022. Quem somos. Disponível em: <https://www.jornaljoca.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 29 ago. 2022.
- KAPLÚN, M. De medios y fines en comunicación educativa. **Chasqui**, Quito, n. 58, p. 4-6, 1997. Disponível em: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1120>. Acesso em: 13 ago. 2022.
- KAPLÚN, M. **Una pedagogía de la comunicación.** Madrid: Ediciones de La Torre, 1998.
- MARTÍN-BARBERO, J. Desafios culturais da comunicação à educação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 18, p. 51-61, 2000. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36920>. Acesso em: 14 ago. 2022.
- ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World.** PISA, OECD Publishing, Paris, 2021. Disponível em: <https://www.oecd.org/publications/21st-century-readers-a83d84cb-en.htm>. Acesso em: 16 ago. 2022.
- PEREIRA, S.; PONTE, C.; ELIAS, N. Crianças, jovens e media: perspectivas atuais. **Comunicação & Sociedade**, n. 37, p. 9-18, 2020. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cs/2155>. Acesso em: 03 set. 2022.
- PRENSKY, M. Digital Natives, Digital Immigrants - Part 1. **On the Horizon.** MCB UniversityPress, v.9, n.5, October, 2001. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10748120110424816/full/html>. Acesso em: 03 set. 2022.
- SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091>. Acesso em: 22 ago. 2022.
- SOARES, I. O. Construção de roteiros de pesquisa a partir dos livros da coleção Educomunicação (Editora Paulinas). **Comunicação & Educação**, v. 19, n. 2, p. 135-142, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/81225>. Acesso: 02 set. 2022.

SOARES, I. O. Educomunicação: um campo de mediações. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 19, p. 12-24, 2000. Disponível em:

<https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/36934>. Acesso em: 14 ago. 2022.

SOARES, I. O. Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 15-26, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/72037>. Acesso em: 13 ago. 2022.

SPINELLI, E.; SANTOS, J. Saberes necessários da educação midiática na era da desinformação. **Mídia e Cotidiano**, v. 13, n. 3, p. 45-61, 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/38112>. Acesso em: 02 set. 2022.

TANDOC JR, E. *et al.* Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1360143>. Acesso em: 16 ago. 2022.

TEMER, A.; SANTANA, M. Educação e comunicação em Paulo Freire: reflexões sobre jornalismo de serviço à luz do pensamento freireano. **Comunicação e Mercado**, Dourados, v. 3, n. 8, p. 4-15, jul./dez. 2014. Disponível em:

<https://www.unigran.br/dourados/mercado/paginas/edicoes/8/artigo8.php>. Acesso em: 12 ago. 2022.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

VARÃO, R.; BEMFICA, V. Quando jornalismo e infância se encontram: notas históricas sobre o surgimento da imprensa jornalística para crianças. *In*: VII Encontro Nacional de História da Mídia, 2009, Fortaleza. **Anais [...]**. Disponível em:

<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Quando%20jornalismo%20e%20infancia%20se%20encontram.pdf>. Acesso em 14 ago. 2022.

VITORINO, M.; RENAULT, D. A irrupção da fake news no Brasil: uma cartografia da expressão. **Comunicação & Sociedade**, v. 42, n. 1, p. 229-259, 2020. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/9398>. Acesso em: 20 ago. 2022.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: 19 ago. 2022.

WILSON, C. *et al.* **Alfabetização midiática e informacional**: currículo para formação de professores. Brasília: UNESCO, 2013. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000220418>. Acesso em: 29 ago. 2022.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Tradução: Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Editorial Presença, 1987.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O questionário, com perguntas abertas elaboradas pela autora, foi distribuído por e-mail, devido à facilidade de alcance à redação do jornal Joca, localizada em São Paulo. O instrumento foi dividido em três eixos de enfoque: o processo de produção de notícias, a abordagem da temática da desinformação e a participação dos leitores.

1 - Quais critérios são considerados pelo jornal Joca durante o preparo do material jornalístico, tendo em vista a sua utilização em espaços educativos, como a sala de aula?

R: Muitas vezes, escolhemos pautas que sabemos que podem ser utilizadas em sala de aula. Por exemplo: decidimos abordar a independência do Brasil na edição que fechamos em 22 de agosto, 16 dias antes do 7 de setembro, para que as escolas tivessem tempo de aproveitar esse material. Além disso, acreditamos que a figura do professor é importante para que os alunos entendam a matéria e tirem suas dúvidas sobre os temas. No entanto, o Joca não se limita a pensar em temas diretamente conectados às disciplinas escolares. Um dos objetivos de um jornal para crianças e jovens é que ele seja a ponte entre a escola e o que acontece no mundo. Dessa forma, temas da atualidade de relevância para a sociedade também precisam, e devem ser considerados na pauta.

2 - De que maneira as funções e as atividades de produção são distribuídas entre os membros da equipe?

R: Isso pode variar conforme alguns fatores, como afinidade e/ou conhecimento do jornalista com o tema, o fato de determinado repórter ter proposto uma pauta e manter a equipe trabalhando de forma equilibrada entre as demandas.

3 - Como funciona o contato com os leitores e como escolhem o que será publicado a partir disso? Recebem muitas mensagens? Se sim, como são filtradas?

R: Temos um e-mail da redação para que eles mandem sugestões, críticas, elogios, comentários e produções que querem que a gente publique. Eles também podem entrar em contato conosco através do formulário no nosso site. Geralmente, recebemos mais mensagens fora do período de férias escolares e respondemos a todas. A gente publica as produções que

têm um conteúdo adequado para a faixa etária dos nossos leitores (ou no nosso site ou no Joca impresso).

4 - Embora engajado nas novas tecnologias de comunicação e informação, o público infantojuvenil é constantemente exposto a conteúdos falsos e desinformativos. De que forma o jornal busca combater os perigos dessa exposição?

R: Sempre que possível, tentamos abordar o tema das notícias falsas. Essa abordagem pode ser feita de várias formas, como através de dicas para não cair em conteúdos falsos ou por notícias sobre o tema. Na última edição do Joca, por exemplo, trouxemos uma matéria sobre uma ferramenta do Google que combate as fake news. Além disso, é constante o contato da equipe de jornalismo do Joca com os leitores em encontros para explicar o passo a passo de fazer o jornal. A partir desse conhecimento e experiência, as crianças passam a entender como se dá o fazer jornalístico profissional, o que também colabora, e muito, para que elas estejam mais preparadas para lidar com a desinformação.

5 - A coluna Imprensa Jovem traz um conteúdo que encoraja o conhecimento sobre os meios de comunicação. Pensando nisso, o jornal reconhece a educação para as mídias como um caminho para lidar com a desordem informacional?

R: Certamente! Essa é uma das ferramentas mais importante nesse processo. O próprio possui um material sobre educação midiática, disponibilizado gratuitamente aqui: <https://conteudo.jornaljoca.com.br/educacao-midiatica>

6 - Ainda sobre os conteúdos que incentivam o combate à desinformação, consideram formatos mais atrativos para tratar o assunto com os leitores? Se sim, como são desenvolvidos?

R: Um dos formatos que mais funciona é o que explicamos anteriormente, do contato com os leitores explicando o passo a passo de se fazer o jornal. Esses encontros podem ser presenciais, como um de nossos jornalistas ir até uma escola assinante do Joca, ou virtual, algo muito feito durante a pandemia, com videoconferências. A explicação do fazer jornalístico profissional para as crianças as deixa preparada para identificar fontes seguras de informação e entender

como funciona o trabalho de um jornalista – e os processos de apuração e reportagem, por exemplo.

7 - Um dos quadros fixos do Joca é o Repórter Mirim, no qual a criança e/ou o adolescente ocupa o papel de entrevistador. Como se dá essa participação? De que forma realizam?

R: Os leitores que têm interesse em participar nos escrevem e, geralmente, apontam quem querem entrevistar. Se o assunto é pertinente, marcamos com o entrevistado e fazemos a entrevista por uma chamada de vídeo entre o repórter mirim, o entrevistado e um dos nossos jornalistas – a entrevista também pode ser presencial, conforme a disponibilidade dos envolvidos. Caso não seja possível agendar uma data, enviamos as perguntas (que ajudamos o leitor a formular – sempre desejamos que as perguntas sejam originalmente feitas pela criança e damos suporte para que isso aconteça) por e-mail ou WhatsApp. Depois, um dos nossos jornalistas fica responsável por escrever a entrevista nos moldes do Joca.

8 - Existem outras iniciativas do jornal que estimulem a participação dos leitores? Se sim, quais?

R: Sim, o Canal Aberto e o Em Pauta são algumas das seções que sempre contam com a participação dos leitores. Também publicamos cartinhas enviadas por eles em todas as edições e tentamos, sempre que possível, ter opiniões sobre os assuntos retratados (principalmente de correspondentes internacionais). E, desde o início do ano, temos o Clube do Joca, um grupo de leitores que selecionamos para que eles possam nos ajudar a melhorar o jornal em reuniões mensais – contando do que gostam do Joca, quais matérias gostariam que tivessem mais informações etc.

9 - Acreditam que essas iniciativas de participação geram alterações no processo de produção de notícias do Joca?

R: Com certeza. Para entender o nosso público, é necessário ter crianças e jovens em contato constante conosco para que possam apontar sobre quais temas querem saber mais, o que interessa a eles etc. Uma publicação infantojuvenil precisa ser feita para crianças e jovens, mas também por crianças e jovens.

APÊNDICE B – CARACTERIZAÇÃO DO CORPUS

Edição	Data	Mês de veiculação	Matéria de capa	Conteúdo que incentiva a educação midiática e/ou combate à desinformação	Descrição	Autoria	Temática	Subtemática
181	07/02/2022	fevereiro	Vacinação para crianças: perguntas e respostas	Entrevista no quadro <i>Repórter Mirim</i> .	A criança experimenta o fazer jornalístico e ocupa o papel de repórter.	Larissa, 10 anos.	Educação	Educação financeira
182	21/02/2022	fevereiro e março	Taxa de crianças ainda não alfabetizadas cresce 66% no Brasil	Entrevista no quadro <i>Repórter Mirim</i> .	A criança experimenta o fazer jornalístico e ocupa o papel de repórter.	André, 10 anos.	Sustentabilidade	Cozinha sem desperdício
				Nota informativa na editoria <i>Mundo</i> .	O texto expõe os mecanismos adotados pelos meios de comunicação no combate à desinformação nas eleições da França.	Redação do Joca	Desinformação	Imprensa contra as fake news

				Texto na coluna <i>Imprensa Jovem</i> , disposto na seção <i>Canal Aberto</i> .	Há o depoimento de um aluno que faz parte da iniciativa de mesmo nome: o projeto <i>Imprensa Jovem</i> , do Núcleo de Educomunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo. A coluna também conta com dicas para a escola e para os professores trabalharem a imprensa em sala de aula, a fim de posicionar os jovens como protagonistas do seu próprio espaço de comunicação.	André, 10 anos.	Educação para as mídias	<i>Imprensa Jovem</i> na sala de aula
183	14/03/2022	março	Guerra na Ucrânia	Entrevista no quadro <i>Repórter Mirim</i> .	A criança experimenta o fazer jornalístico e ocupa o papel de repórter.	Gabriel, 13 anos.	Esportes	Rúgbi
				Quiz na seção <i>Canal Aberto</i> .	O quiz busca induzir a compreensão sobre a temática da desinformação, além de contribuir para o	Redação do Joca	Desinformação	Você sabe evitar as fake news?

					entendimento dos leitores sobre os meios de comunicação e seu funcionamento.			
184	25/03/2022	março e abril	Ajuda aos ucranianos	Entrevista no quadro <i>Repórter Mirim</i> .	A criança experimenta o fazer jornalístico e ocupa o papel de repórter.	Isabela, 10 anos.	Moda	História da moda
				Texto na coluna <i>Imprensa Jovem</i> , disposta na seção <i>Canal Aberto</i> .	O conteúdo ajuda a compreender e dá dicas de como combater o fenômeno das fake news.	Lucas, 15 anos.	Desinformação	O que são as fake news e como trabalhar com elas em sala de aula?
185	11/04/2022	abril	Os desafios da volta presencial às escolas	Entrevista no quadro <i>Repórter Mirim</i> .	A criança experimenta o fazer jornalístico e ocupa o papel de repórter.	Isabel, 10 anos, e Vinicius Marques (repórter do Joca).	Questões sociais	Povos indígenas
186	24/04/2022	abril e maio	A China e a covid-19	Entrevista no quadro <i>Repórter Mirim</i> .	A criança experimenta o fazer jornalístico e ocupa	Maria Luiza, 12 anos e Guilherme,	Educação	A juventude na imprensa

					o papel de repórter. Desta vez, tanto o entrevistado, coordenador do Núcleo de Educomunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo, quanto os entrevistadores se relacionam com a iniciativa <i>Imprensa Jovem</i> , que também contribui para outro quadro do jornal, a coluna <i>Imprensa Jovem</i> .	12 anos.		
				Texto na coluna <i>Imprensa Jovem</i> , disposta na seção <i>Canal Aberto</i> .	Discute o movimento #estudentetemvoz e a mobilização de jovens por meio das mídias digitais.	Carlos Lima (coordenador do Núcleo de Educomunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo).	Tecnologias de informação e comunicação	Mobilização dos estudantes pela internet
187	09/05/2022	maio	Garimpo ilegal	Entrevista no quadro <i>Repórter Mirim</i> .	A criança experimenta o fazer jornalístico e ocupa	Sara, 11 anos.	Entretenimento	Comédia infantojuvenil

					o papel de repórter.			
188	23/05/2022	maio e junho	O preço do diesel no dia a dia dos brasileiros	Entrevista no quadro <i>Repórter Mirim</i> .	A criança experimenta o fazer jornalístico e ocupa o papel de repórter.	Lucas, 11 anos.	Questões sociais	Cães-guia
				Texto na coluna <i>Imprensa Jovem</i> , disposta na seção <i>Canal Aberto</i> .	Explora uma iniciativa de educação midiática com dicas para criar o próprio podcast.	Isabella Almeida (ex-integrante do <i>Imprensa Jovem</i>).	Educação para as mídias	O uso de podcasts na educação
189	06/06/2022	junho	A Chuva em Pernambuco	Entrevista no quadro <i>Repórter Mirim</i> .	A criança experimenta o fazer jornalístico e ocupa o papel de repórter.	Alunos do 5º ano da Peak School (SP).	Ciência	Covid-19
190	21/06/2022	junho a agosto	Migrantes e refugiados	Entrevista no quadro <i>Repórter Mirim</i> .	A criança experimenta o fazer jornalístico e ocupa o papel de repórter.	Helena e Pedro (sem idade).	Questões sociais	Crise migratória
				Texto na coluna <i>Imprensa Jovem</i> , disposto na seção	Explora uma iniciativa de educação midiática com	Carlos Lima (coordenador do	Tecnologias de informação e	Como usar tecnologias

				Canal Aberto.	dicas para usar tecnologias em sala de aula e fortalecer a comunicação.	Núcleo de Educomunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo).	comunicação	simples para potencializar o Imprensa Jovem na sua escola?
--	--	--	--	---------------	---	---	-------------	--

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

APÊNDICE C – RELAÇÃO DE PALAVRAS-CHAVE DA COLUNA IMPRENSA JOVEM

Termos	Incidência	Temáticas	Edições
reportagem	1	jornalismo	182
jornal/jornais	4	jornalismo	182, 184, 190
repórter	1	ator social	182
entrevista	2	jornalismo	182, 188
imprensa	1	jornalismo	182
imprensa jovem	12	ator social	182, 186, 188 e 190
celular	2	tecnologia digital	182 e 188
tablet/tablets	2	tecnologia digital	182, 186
protagonismo	1	chamada para a ação	182
participação	2	chamada para a ação	182, 186
crianças	2	ator social	182, 184
adolescentes	2	ator social	182, 184
mídias sociais	1	tecnologia digital	182
notícia/notícias	5	jornalismo	182, 184
expressão	2	chamada para a ação	182, 190
escola/escolas	10	educação	182, 184, 186, 190
professor/professores	9	ator social	182, 184, 186, 188, 190
aluno/alunos/alunas	12	ator social	182, 186, 188, 190
estudante/estudantes	11	ator social	182, 186, 190
coletiva de imprensa	1	jornalismo	182
aula/aulas	3	educação	182

sala de aula	4	educação	182 e 184
fonte	1	jornalismo	184
site/sites	2	tecnologia digital	184
jornalista	1	ator social	184
veículo/veículos	2	jornalismo	184
matéria	2	jornalismo	184
fake news	6	desinformação	184
notícias falsas	1	desinformação	184
mentiras fabricadas	1	desinformação	184
redes sociais	2	tecnologia digital	184, 190
mobilização	1	chamada para a ação	186
internet	3	tecnologia digital	186, 190
educação	4	educação	186, 188
intervenção social	1	chamada para a ação	186
comunidade	2	ator social	186
ensino fundamental	2	educação	182, 186
texto informativo	1	jornalismo	186
podcasting/podcast/podcasts	8	jornalismo	188, 190
informação/informações	2	jornalismo	188
produção	2	jornalismo	188, 190
aprendizagem	1	educação	188
computador	1	tecnologia digital	188
edição	1	jornalismo	188
veiculação	1	jornalismo	190

ferramentas digitais	1	tecnologia digital	190
blogs	1	tecnologia digital	190
revistas	1	jornalismo	190
agência de notícias	2	jornalismo	190
produção jornalística	2	jornalismo	190

Fonte: Elaborado pela autora (2022)