

Webjornalismo Infantil: Uma Análise do Portal Plenarinho¹

Luana MACIEL²

Yasmine FEITAL³

Yasmin WINTER⁴

Luana VIANA⁵

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG

Resumo

A internet abrange públicos de todas as categorias. Sua importância para o jornalismo e uso cada vez mais frequente pelas crianças fez com que refletíssemos o webjornalismo e suas sete principais características, propostas por Canavilhas (2014). Sendo assim, foram feitos um estudo de caso (YIN, 2010) e uma análise de conteúdo (HERSCOVITZ, 2007), pensando em como os elementos estudados estão aplicados no portal Plenarinho. Como principais resultados, observamos que todas as características, exceto a personalização, estão presentes e cumprem um papel crucial para a construção da narrativa no site.

Palavras-chave: Jornalismo; webjornalismo; infantil; criança; comunicação.

1. Introdução

Frequentemente, é notável como crianças dominam a tecnologia com grande facilidade, surpreendendo os adultos ao redor com tanta agilidade e destreza ao manusear *tablets* e *smartphones*, por exemplo. Essa geração, que já nasce conectada, tem as mídias digitais presentes no seu cotidiano e não conhece a vida sem internet. Ao conviver rodeados por aparatos tecnológicos, essas crianças estabelecem uma relação rotineira com a enxurrada de informações disponíveis e a velocidade de mudanças no cenário comunicacional.

Essa interação com as novas mídias é uma tendência normal, pois, como nos lembra Martino (2014, p. 185), cada geração cresce em um ambiente formado por diferentes mídias: começou com o cinema e rádio, posteriormente com a televisão e o computador e, recentemente, com os *tablets*, *smartphones* e as mídias digitais. Uma

¹ Trabalho apresentado no IJ 01 – Intercom Júnior Jornalismo do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFOP, e-mail: luanaribnikeer@gmail.com

³ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UFOP, e-mail: yas.gbf@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da UFOP, e-mail: yasminlwinter@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Mestre em Comunicação pela UFOP, e-mail: lviana.s@hotmail.com

pesquisa realizada em novembro de 2017⁶ revelou que nas famílias brasileiras em que os pais têm *smartphone*, praticamente três em cada quatro crianças com 10 a 12 anos também possuem um aparelho próprio. Um número expressivo, principalmente para aqueles que produzem conteúdo digital voltado para esse público infantil.

Com base nesses dados, o questionamento central deste artigo busca compreender como o conteúdo jornalístico voltado para crianças é construído na *web* e se essas produções utilizam as potencialidades proporcionadas pela plataforma digital na construção de narrativas informativas. Dessa forma, nosso objetivo é observar como ocorre a apropriação das sete características do webjornalismo (CANAVILHAS, 2014): hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade, nessa construção de produtos para o público infantil, utilizando como objeto o portal “Plenarinho⁷”.

Para desenvolver a pesquisa, este artigo foi dividido em três tópicos teóricos e um de análise. Discorreremos sobre como o ato de contar história é base do jornalismo contemporâneo, discutimos sua transformação e principais características quando passa a coexistir na *web*, e como as produções voltadas para o público infantil podem se apropriar dessas ferramentas. Na interpretação, utilizamos como metodologia a análise de conteúdo (HERSCOVITZ, 2007) e o estudo de caso (YIN, 2010) para organizar nosso trajeto e coletar os resultados.

2. O contar história como base do jornalismo

O jornalismo não só conta histórias como também tem sua própria. Recortando uma parte de sua cronologia, durante o período de 1789 a 1830, o que se chama de “primeiro jornalismo” foi caracterizado por um tipo de escrita literária. Isso significa que, naquela época, a construção dos textos se dava através de recursos literários, como a musicalidade, estética detalhada da escrita, tons poéticos etc., com a finalidade de proporcionar as mais diversas sensações no leitor.

Segundo Nelson Traquina (2005), em Teorias do Jornalismo, os jornalistas enxergam as situações como histórias a serem contadas. Isso porque esses profissionais buscam respostas concretas para os fatos: o que e como aquilo aconteceu? Onde,

⁶ Pesquisa desenvolvida pelo Panorama Mobiletime. Disponível em: <http://panoramamobiletime.com.br/criancas-e-smartphones-no-brasil-novembro-de-2017/> Acesso: 11 abr. 2018.

⁷ Disponível em: <https://plenarinho.leg.br/> Acesso: 4 abr. 2018.

quando e porquê? Quem está relacionado? Tais perguntas são a estrutura de um *lead*, geralmente o primeiro parágrafo de uma notícia, e é através delas que os jornalistas percebem e notificam os acontecimentos de forma completa e única, uma vez que nem todas as pessoas fazem tais observações.

É possível perceber certa expressividade em textos jornalísticos, já que, além do *lead*, a escrita carrega elementos pessoais, como a escolha de palavras, tons serenos ou hiperbólicos, as comparações e o contexto ali representado. No entanto, além deste lado poético e admirável da profissão, podemos perceber que existem “dois pólos que emergiram com o jornalismo: o econômico (que trata as notícias como negócios) e o ideológico (que trata as notícias como um serviço público)” (TRAQUINA, 2005, p. 24).

O último é elucidado a partir do momento em que o jornalismo se faz como um meio formador de opinião, ou seja, dá à população conhecimentos/dados/referências necessárias para que a mesma participe do sistema político, econômico e social vivido no país. Já o primeiro, por outro lado, entende o jornalismo como uma prática que visa somente os benefícios alcançados através do mercado de trabalho.

Associar o jornalismo às questões financeiras talvez faça mais sentido nos tempos vigentes do que nos mais distantes. A expressão “tempo é dinheiro” pode ser levada em consideração na medida em que a elaboração de notícias se dá através de “fórmulas prontas”, segundo o jornalista Ricardo Nogueira em um texto para o Portal Gazeta⁸. Isso significa que quanto maior for a fabricação, maior o lucro do jornal, por exemplo, além de fazer com que os produtos jornalísticos percam a característica de produtos que “contam histórias”.

Em uma era imediatista, na qual qualquer um pode produzir e reproduzir informação em tempo real (através de um simples celular é possível cobrir uma manifestação ou advertir sobre o trânsito, por exemplo), o que se chama de “quarto jornalismo” também confirma que as formas de geração e veiculação de uma notícia são diferentes agora. Isso porque este período tem como principal característica a incorporação de ferramentas tecnológicas na produção dos meios de comunicação, que começou nos anos de 1970 e que segue até hoje.

Sendo a internet, atualmente, o principal meio de abastecimento de informações, Canavilhas (2013, p. 3) afirma que os “jornais, rádios e televisões procuram apropriar-

⁸Jornalista ou contador de histórias? Disponível em: <https://www.g37.com.br/c/ricardo-nogueira/jornalista-ou-contador-de-historias> Acesso: 8 abr. 2018.

se das características mais atrativas da Internet – nomeadamente dos serviços de Web e email - para ganharem e fidelizarem novos públicos”. Sendo assim, encontramos na internet jornais digitais, rádios e plataformas digitais de emissoras televisivas. O autor também defende que os produtos móveis (celulares e *tablets*, por exemplo) modificam as formas com as quais nos associamos às notícias.

(...) O potencial de um novo mercado caracterizado pelo consumo individual e móvel é que os utilizadores podem aceder à informação que lhes interessa no lugar onde estão em cada momento. Ao explorar a geolocalização e as preferências temáticas de um utilizador único, a notícia atinge o grau máximo da personalização, situação apenas possível em dispositivos portáteis (CANAVILHAS, 2013, p. 4).

Ou seja, os algoritmos têm como objetivo armazenar as preferências daquele(a) que busca algo na internet. Por isso, ao procurar por notícias, por exemplo, os resultados aparecem de acordo com as propensões políticas, econômicas e sociais.

Outra questão colocada por Canavilhas (2013, p. 6) é que “os meios de comunicação [...] devem disponibilizar informações que ajudem o leitor a compreender o acontecimento”. Em outras palavras, é sugerir notícias/dados adicionais que se relacionam àqueles apresentados na matéria para que o mesmo tenha uma melhor contextualização e entendimento. Tal peculiaridade se dá devido à algumas características da internet que serão explicadas no próximo tópico.

3. Características do webjornalismo

É preciso adaptar o jornalismo. Do impresso, para o rádio, para a TV e agora para a *web*. A convergência entre os diversos formatos, as hiperligações e a facilidade de postar e acessar de qualquer lugar com rapidez e a qualquer momento se mostra presente. O ciberespaço também permite escolher o que ler e como, sem estar preso a linearidade e poder interagir com o que está posto, além da facilidade de acessar a qualquer tempo e armazenar informações individuais.

Essas mudanças são expostas e estudadas por Canavilhas (2014), que nomeia e estuda características próprias do webjornalismo. O jornalismo está na internet, se adaptando ao meio e/ou ainda resistindo. É através das 7 peculiaridades, pensadas por Canavilhas (2014) e descritas abaixo, que o autor propõe que o jornalismo da *web* é diferente de todos os outros e merece atenção e reconhecimento.

1) Hipertextualidade - Costa Val (1999) caracteriza texto como qualquer produção linguística, falada ou escrita, que faça sentido em uma comunicação humana. A internet pode ser vista como uma obra coletiva, apresentando textos dentro de outros e formando uma grande rede de informações interativas, e traz essa ideia de que a partir de um texto inicial, outras ideias e possibilidades sejam abertas. É possível migrar entre vários assuntos através de hiperligações (*links*). A hipertextualidade auxilia também na profundidade de conhecimento do tema pesquisado, pois é possível navegar por diversas plataformas, consumindo elementos diferentes sobre o mesmo assunto. O hipertexto propõe autonomia, a condução da própria leitura. O conceito é, de certa forma, o definidor da internet. Informações não hierarquizadas, *links* para outras plataformas ou artigos e elementos relacionados, essa é a hipertextualidade.

2) Multimídia - Apontada, junto à hipertextualidade, como principal característica do webjornalismo por Canavilhas (2014). Vem da ideia de convergência de formatos tradicionais (vídeo, texto, som etc) em uma história contínua e complementar. Então, é possível perceber a junção de três principais fatores, como Salaverría (2014) propõe: o conteúdo disponível em vários formatos e plataformas, a multifuncionalidade dos jornalistas nas redações por trabalhar para várias mídias, e a combinação de vários elementos envolvendo visão, audição e tato com os diversos recursos jornalísticos. A facilidade de acesso e publicação na internet, o auge de comercialização e uso dos dispositivos móveis multifuncionais contribuem diretamente para que a multimídia esteja cada vez mais forte e presente no jornalismo atual. Sua importância vem da possibilidade de combinar numa só mensagem, pelo menos dois elementos, como texto, imagem e som, criando aprofundamento e unidade de elementos sobre um tema.

3) Interatividade - Esse conceito está presente em todas as esferas da vida social, mas, com a tecnologia, surge um tipo de interação diferente. Se antes era comum uma “face a face”, como observa Thompson (1998), agora ela é mediada por dispositivos. Com a televisão e o rádio, a interação é condicionada e limitada a curtas intervenções, levadas pelos temas previamente selecionados e pelo controle do mediador. Já na internet, a parte da escolha do assunto é feita pelo internauta, mesmo que ainda exista um controle de veiculação pelas máquinas. Jarvis *apud* Zamith (2013) diz que, com a interatividade, os leitores também se tornam redatores e o jornalismo se torna

colaborativo, recolhendo dados que os repórteres não poderiam obter sozinhos.

4) Instantaneidade - Com as tecnologias em alta, principalmente dispositivos móveis, as notícias são procuradas, produzidas e postadas em movimento. Assim, as informações não saem apenas das redações, mas em qualquer lugar ou momento, modificando também o conceito *deadline*, já conhecido dos jornalistas. O processo de produção e divulgação da notícia se modificou com a facilidade e o tempo propostos pela *web*. Santaella (2003) diz que a era digital é o período do imediatismo e do instantâneo. Segundo ela, o único tempo que existe é o aqui e o agora, uma vez que a nova unidade de medida de tempo é o tempo real. O conceito tem importância especial, principalmente na cobertura noticiosa de fatos imprevistos, como catástrofes e atentados. A instantaneidade, então, é peça chave no webjornalismo, pois a demanda é de que tudo precisa ser produzido, postado, lido e questionado em um tempo curtíssimo.

5) Ubiquidade - É o conceito chave da globalização e propagação da informação. É a ideia de poder estar em todos os lugares, alcançando mobilidade e um maior número de pessoas, independente da região, aumentando ainda mais o alcance e a democratização da informação. Com os dispositivos móveis, pode-se produzir e veicular conteúdo de qualquer lugar, assim como acessá-los e interagir com o meio. Além disso, ao mesmo tempo, várias pessoas estão postando conteúdos e acessando sobre o mesmo assunto, com diferentes interpretações.

6) Memória - Para Pollack (1992), a memória constitui identidade e sempre é coletiva, mesmo quando aparece como algo individual. Pensando então nas relações que a *web* propõe, a memória torna-se coletiva por suas hiperligações. O ciberespaço permite uma extensão da capacidade humana, quando se trata de armazenamento e busca de informações, recentes ou não, além de criar uma continuidade de múltiplos fluxos. A memória, a possibilidade de buscar informações de e a qualquer tempo é uma potencialidade da internet importante para o jornalismo. Com isso, é possível, além da facilidade para encontrar fontes, elementos antigos e artigos relacionados, armazenar notícias e dados que podem ser estudados e revisados atemporalmente, se necessário.

7) Personalização - É como uma escolha de conteúdo, uma customização. Por mais que alguns aplicativos possuam algoritmos que filtram ainda mais as escolhas, com a internet, é possível pesquisar, acessar e baixar somente o que interessa e precisa, otimizando o tempo e chegando ao objetivo mais rapidamente. O processo de repensar a

experiência de consumir informação, baseada na escolha, merece atenção e aprimoramento especial. Enquanto é possível pensar que a personalização sustenta um nicho de pensamentos, conhecimentos, pesquisas e posicionamento sempre de mesmas fontes, segundo Palacios (2002), é interessante configurar produtos jornalísticos de acordo com interesses individuais.

Essas características, como dito, são peculiaridades de um jornalismo construído na internet, independente do gênero produzido. São encontradas no esportivo, político e infantil, por exemplo. Sobre este último, lançaremos um olhar detalhado no próximo tópico.

4. Webjornalismo para crianças - uma introdução da ideia

A história do início da produção de jornalismo infantil surge com a criação de jornais infantis que apresentavam uma preocupação educativa. Essas produções se destacaram no século XIX com a chegada da família real ao país, que incentivaram o desenvolvimento da educação e produção de jornais escolares, sendo os primeiros jornais infantis e que não possuíam um caráter mercadológico.

A revista Tico-Tico é o marco da imprensa infantil, sua primeira edição é datada em 11 de outubro de 1905 (FERREIRA, 2007). Subsequentemente ao Tico-Tico, as empresas de jornalismo impresso vislumbraram um público-leitor específico e passaram a editar produções especiais para crianças. Percebe-se, então, o reconhecimento da criança como figura potencial para consumidor de materiais, como livros e revistas.

As crianças passaram a ser um público importante para esses meios, sendo necessário suprir as necessidades deste mercado consumidor, produzindo materiais especialmente para elas, cujas mensagens são trabalhadas e direcionadas, indo além da lógica do consumo e do entretenimento. Essas produções influenciam o modo como a infância, de forma geral, é compreendida, podendo, inclusive, mudar e gerar novas concepções que as próprias crianças têm do que é ser criança na sociedade contemporânea.

Como vimos, com o webjornalismo, desenvolve-se uma nova forma de noticiar, de fazer coberturas e de atrair leitores, novas formas também de comunicação e possibilidade de explorar outras oportunidades. Essas produções influenciam também no modo como a infância, como instituição, é entendida de forma geral. Desse modo,

pensar o jornalismo infantil na era da web vai além da compreensão de que se trata de uma simples produção jornalística.

Para definir o webjornalismo infantil, é preciso pensar que, além de ter como público as crianças, se pretende assumir certa autonomia ao falar diretamente com elas, tentando desenvolver o interesse e o desejo para que busquem outras produções. Devido às transformações da sociedade contemporânea, nas quais as crianças passaram a ter acesso a informações mais cedo e de forma mais rápida, é necessário observar até que ponto a mídia e suas produções contribuem para a formação deste público a partir dos conteúdos e formatos veiculados, principalmente com relação às produções da mídia infantil, uma vez que passa a atuar também como educadora.

O jornalismo, ao se relacionar com esse público - que também é fonte de informação - ajuda a construir uma representação de infância, ao quebrar ou reforçar estereótipos e papéis sociais que recaem sobre meninos e meninas quando ainda crianças. Ao mesmo tempo, nesse processo, o jornalismo deixa claro quem é a criança para a qual essas produções falam ao abordar as áreas sobre as quais elas podem se informar, do que podem falar e como esse produto deve ser apresentado.

Entretanto, é evidente que estas produções não podem negligenciar a parte lúdica presente no período da infância, já que muitas vezes as mensagens direcionadas a essas crianças são trabalhadas e pensadas, com sentido de instruí-las para aquilo que a sociedade espera. Vale ressaltar também o poder de participação e contribuição efetiva das crianças, tanto na produção quanto na prática do jornalismo infantil, colaborando de forma significativa na elaboração de conteúdo e reforçando a importância da produção jornalística para as crianças e sua manutenção.

5. Plenarinho: o jeito criança de ser cidadão

Visando compreender como o conteúdo jornalístico voltado para crianças é construído na web e se essas produções utilizam as potencialidades proporcionadas pela plataforma digital na construção de narrativas informativas, lançamos mão da análise de conteúdo e do estudo de caso como ferramentas metodológicas. A primeira nos permite analisar elementos “a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando se em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicações”

(HERSCOVITZ, 2007, p. 127), já o estudo de caso “pode confirmar, desafiar ou ampliar a teoria. Ele pode ser usado, então, para determinar se as proposições da teoria são corretas ou se algum conjunto alternativo de explicações pode ser mais relevante” (YIN, 2010, p. 71).

Para realizarmos a análise do site “Plenarinho”, baseamo-nos, então, nas sete características do webjornalismo apresentadas no segundo tópico deste trabalho. Para guiar nossa análise, estabelecemos os seguintes operadores a serem observados:

- 1) Hipertextualidade - existência de links e se são externos ou apenas internos;
- 2) Multimídia - presença dos formatos áudio, fotografia, ilustração/desenhos, infográfico e texto;
- 3) Interatividade - espaços para comentários; viabilidade de compartilhar as produções (via e-mail e/ou redes sociais), referência para contato (e-mail, telefone, redes sociais), possibilidade de download dos arquivos e de contribuição para o site por parte do usuário;
- 4) Memória - banco de dados e conteúdos históricos;
- 5) Personalização - assinatura de newsletter para personalização do conteúdo recebido de acordo com o perfil do usuário;
- 6) Instantaneidade e 7) Ubiquidade - são características intrínsecas à internet.

O portal Plenarinho é um canal de caráter educativo e de relacionamento da Câmara dos Deputados com a comunidade, voltado especialmente para o universo infantil: crianças de 7 a 14 anos, além de pais e professores. Visa informar sobre o Poder Legislativo e sua função na elaboração de leis e atuação parlamentar. Também são abordadas questões sobre política e outros temas sociais e educativos relacionados ao cotidiano infantil, como meio ambiente, educação, saúde e lazer.

A criação do portal é fruto de uma proposta de servidores da Câmara dos Deputados que venceram o concurso “Câmara em Ideias” em 2002. O site foi ao ar em 2004 e alçado à categoria de portal no ano de 2006. Em 2017, ganhou uma nova plataforma, com reformulação da linguagem, da navegação e das ferramentas para uma maior interação com as crianças. Essas ferramentas serão observadas a seguir.

O hiperlink, como dito, é uma rede de informações disponibilizada em uma página/site e tem como principal objetivo a ampliação de conhecimento em uma determinada área. Logo na *homepage* do Plenarinho, o internauta é guiado por sete divisões principais, são elas: “*Nós*” (com três links), “*Diversão*” (apresenta seis),

“*Câmara Mirim*” (outros cinco), “*Descubra!*”, (onze links), “*Notícias*” (não possui hiperlinks, diretamente⁹), “*Participe*” (sete links) e “*Professor*” (dois links).

O site também apresenta, no meio de sua homepage, seis tópicos: Jogos, Áudios, Vídeos e Animações, Imagens, Revistinhas e Descubra!. Todos estes estão agrupados em algumas das sete principais sessões. É importante perceber, no entanto, que cada uma delas traz, além dos conteúdos próprios mencionados, destaques particulares, facilitando, assim, a procura por produtos específicos. Além do mais, todos os sub links são internos. Isso significa que, quando clicados, levam o internauta para uma outra página, também do Plenarinho. Tal estratégia mantém o leitor no site e permite a constância de acessos.

Além da quantidade de links presentes, a página inicial chama atenção por sua predominância ilustrativa, com figuras coloridas e pequenas chamadas textuais. Em geral, o Plenarinho se apresenta dessa forma: possui ilustrações em todas as páginas, assim como textos explicativos. Áudios também estão presentes em uma sessão própria e hospedados no próprio servidor. O site disponibiliza radionovelas com temas sociais e como crianças podem lidar com isso, como exploração sexual, bullying e cidadania. Também é possível escutar músicas sobre assuntos como o decreto legislativo ou hinos nacionais. Além disso, “A vez do Plenarinho” apresenta conteúdos mais jornalísticos, trazendo informativos como economia de água, alimentação saudável e recesso parlamentar. O áudio se apresenta na leitura de histórias, no lançamento e divulgação das revistinhas. O Plenarinho também disponibiliza cards para serem compartilhados e álbuns de fotos de eventos promovidos pelo portal, além de compor reportagens e notícias. As imagens têm relação com os textos escritos e áudios que levam ao maior entendimento por parte das crianças.

As ilustrações também se fazem presentes nas histórias em quadrinhos, disponibilizadas em formas de revistinhas em pdf. Além disso, na sessão de vídeos (alguns do próprio site, outros com links do Youtube, com créditos) e animações, diversos temas são abordados, junto a textos explicativos, como a história de Tiradentes e Anita Garibaldi. É importante salientar que o texto escrito e as ilustrações estão presentes em todos os ambientes propostos pelo site. As músicas contém a letra, assim como as radionovelas ou contação de história possuem a descrição, por exemplo.

⁹ Mas, ao selecionar tal aba, pode-se encontrar destaques para assuntos sobre as oportunidades oferecidas pelo Plenarinho e acontecimentos diários, como: inscrições para eleitores mirins, lançamentos de livros e outros.

Como visto, multimídia se caracteriza pela junção de duas ou mais mídias. Partindo da ideia de que crianças são atraídas por variedade de cores, desenhos e formatos, o Plenarinho chama e prende atenção muito bem. É importante pensar que para uma geração que já nasceu conectada e se descobre muito fácil nesse meio, quanto mais formas de entretenimento forem apresentadas, mais as crianças se sentirão contempladas.

Em relação à interatividade, observamos que na homepage não existe a possibilidade de comentário por parte do leitor, sendo possível, ao final da página, o acesso às redes sociais do projeto, Facebook, Instagram, Twitter e Youtube, e ao final se encontra também telefone e endereço para contato. Em nenhum dos principais tópicos, localizados na página superior do site, existe a possibilidade de compartilhamento ou comentários logo na primeira seção, apenas nas secundárias. Também não é possível realizar download dos conteúdos contidos ali, seja vídeo, áudio ou imagem. Quando realizado o compartilhamento por email, só é possível enviar o conteúdo que está em texto, as outras mídias não são enviadas. Já nas redes sociais como Facebook, por exemplo, compartilhamos o link do site que direcionada para o conteúdo em questão.

Na seção “Participe”, como o próprio nome sugere, há o incentivo à participação ativa no portal. Nela, verificamos a possibilidade de maior interação do leitor, através da participação nos concursos de continuação de histórias. Os leitores escrevem possíveis finais e sugerem, através de comentários, qual caminho gostariam que a história seguisse. Os melhores textos são selecionados pela redação e veiculados na página do portal. É possível também fazer a divulgação dessas histórias através dos mecanismos de compartilhamento do site, que permite a veiculação em amplas redes sociais. Também podemos perceber a interação no subtópico onde o leitor pode votar no assunto proposto, além de compartilhar o conteúdo e fazer comentários. No subtópico seguinte, “Fale com o Honestinho”, é possível deixar comentários para o personagem e ser respondido diretamente por ele, além também das opções de compartilhamento. Isso, no entanto, não é possível na parte do “Fale Conosco”, que apresenta a possibilidade ou por telefone ou por email apenas, não existindo um chat ou área de comentários para maior interação.

Em relação ao quarto item de análise, as memórias ajudam na formação de pessoas através de informações anteriores, isso porque histórias e referências também

constroem conhecimentos de mundo. Observamos a presença de matérias/áudios/vídeos com temáticas históricas, como por exemplo: “Trívia História do Brasil”; “A Mudança da Capital para Brasília”; “Joaquim José da Silva Xavier, o Herói da Liberdade”; “Anita Garibaldi”, entre muitos outros. Tal vertente introduz às crianças um conhecimento sobre o Brasil e também sobre indivíduos importantes para o país e o mundo. Ensinar história é mostrar questões políticas, culturais, econômicas e sociais, de modo a formar cidadãos inteligentes e aptos a exercer a cidadania da melhor e mais respeitosa maneira possível. Este processo, portanto, se faz intrínseco ao ser pelo contato desde pequeno.

Há, também, um grande bancos de dados, como no link “Revistinhas”, em que existe a opção “ver todas”, mostrando, assim, edições passadas: a primeira, divulgada em 17/01/2017, fala sobre aquecimento global. Não há periodicidade nas publicações, e a última, que fala sobre intolerância, foi divulgada no dia 09/03/2018. Assuntos sociais importantes como exploração sexual e analfabetismo também são temas dos produtos. Além deste tópico, em “Imagens”, “Vídeos e Animações” e “Áudios” também se pode achar uma extensa lista de materiais produzidos pelo site (através da opção “ver todos”), principalmente quando clicado no último link. É interessante perceber que todos os conteúdos do site tem um propósito educativo e formador de opinião. Nas radionovelas, por exemplo, por mais que seja perceptível uma peculiaridade infante (afinal de contas, são as crianças o público alvo), assuntos como “Trabalho Infantil” e “Bullying” são sempre apontados como realidades vividas no país.

A temporalidade, neste caso, é de extrema importância quando se fala sobre webjornalismo e memória. O fato do Plenarinho ter um banco de dados online com conteúdos proveitosos, faz com que as crianças tenham acesso ilimitado e a qualquer momento, armazenando e revendo as produções, além de obterem novas leituras toda vez que assistem a um mesmo produto.

Em um universo onde se tem pouco tempo para checagem de notícias, a instantaneidade opera a todo vapor e *fake news* e sensacionalismo ganham espaço, a personalização se faz consideravelmente presente. A possibilidade de entrar em um aplicativo ou site e já visualizar os assuntos e formatos de maior interesse otimiza o tempo, apesar de reafirmar um nicho de informações. Em contraponto, é possível partir do pressuposto de que crianças estão em um processo de formação de pensamento, identidade e opinião. Assim, além da importância do acesso a diversos conteúdos,

também é necessário o contato com diversos formatos, já que os estímulos aos sentidos são essenciais para o desenvolvimento físico e intelectual.

O portal Plenarinho opera sem nenhum caráter de personalização. Em outras palavras, o site não configura nenhuma de suas páginas e chamadas de acordo com interesses individuais, como estudado acima, pela apresentação do conceito por Canavilhas (2007). O portal não apresenta nenhum algoritmo de repetição ou hierarquização de informações acessadas, ou seja, todas as vezes que for acessado, se apresentará da mesma forma, independente de idade, dispositivo utilizado ou localização geográfica.

É importante salientar que, em alguns hiperlinks de interação, se faz presente um login através de alguma rede social, como *Google+* ou *Twitter*, porém, o próprio site não tem um campo para cadastro exclusivo. Também é fundamental considerar que o portal não opera com mecanismos de personalização, mas ao se transpor para outras plataformas, os algoritmos modificam. A página do Plenarinho no Facebook¹⁰, por exemplo, tem o seu conteúdo selecionado e personalizado pelo algoritmo da rede social.

6. Considerações Finais

O webjornalismo é essencial para a atualidade e tem um papel especial na construção de conhecimento e educação do público infantil. Por se tratar de um público específico e em formação social, algumas peculiaridades nos chamaram a atenção. Primeiramente, em relação às características do webjornalismo, percebemos que todos os itens analisados estão presentes com grande expressividade, exceto personalização.

A hipertextualidade é utilizada constantemente no aprofundamento da informação; a multimídia proporciona uma variedade de atrativos para audiência por utilizar diversos formatos; a interatividade convida à experimentação; e a memória contribui para a construção de uma identidade histórico nacional. A ubiquidade e a instantaneidade são intrínsecos à internet, por isso não tiveram análise detalhada, já que tudo que é postado, automaticamente aparece no site e qualquer um que possuir dispositivos de acesso a internet pode consumir o conteúdo a qualquer momento. A personalização é o único item em que não foi observada uma contribuição expressiva no portal. Há ainda muito o que se trabalhar nesse quesito pelo Plenarinho.

¹⁰ Ver em: <https://www.facebook.com/plenarinho/>.

Além desses itens, podemos observar uma construção lúdica no conteúdo: há o uso de cores vibrantes, linguagem simples e matérias produzidas com traços didáticos. Esses pontos, ao nosso ver, tornam-se fundamentais na construção de um jornalismo voltado para as crianças em ambiente digital, aliados ao que Canavilhas (2014) aponta como características de um webjornalismo. Sendo assim, esse conjunto contribui para o envolvimento do público infantil com o portal Plenarinho, uma vez que ele continua exercendo seu papel na formação da criança cidadã.

Referências

- CANAVILHAS, João. **Jornalismo móvel e realidade aumentada: o contexto na palma da mão**. Verso e Reverso, 27, 64, 2-8, 2013.
- _____. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: UBI/ LabCom, Livros LabCom, 2014.
- COSTA VAL, Maria da Graça. **Redação e Textualidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- DORETTO, Juliana. **Jornalismo para a infância: uma proposta de definição**. Ciberlegenda. (UFF. ONLINE), v. 30, p. 59-72, 2014.
- FERREIRA, Mayra Fernanda. **Jornalismo infantil: por uma prática educativa**. In: Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 2007.
- HERSCOVITZ, Heloíza. Análise de Conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia. BENETTI, Márcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2015.
- PALACIOS, Marcos. **Jornalismo Online, informações e memória**. Comunicação apresentada nas jornadas de Jornalismo Online. Porto: Universidade de Beira Interior, 2002.
- PAVLICK, John. Ubiquidade: O 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: UBI/ LabCom, Livros LabCom, 2014.

PELLANDA, Eduardo. **Internet Móvel: novas relações na cibercultura derivadas da mobilidade na comunicação.** Tese de doutorado apresentada na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, 2005.

POLLACK, Michael. **Memória e identidade social.** Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-215, 1992.

SANTAELLA, L. **Cultura e artes do pós-humano.** São Paulo; Paulus, 2003

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: por que as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, v1, 2005.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZAMITH, Fernando. **A contextualização no ciberjornalismo.** Porto: Porto: Edições Afrontamento/CETAC. MEDIA, 2013.