

## **Caleidoscópio: uma revista experimental para pais e filhos<sup>1</sup>**

PIETA, Amanda Padilha<sup>2</sup>  
BORTOLINI, Amanda Gollo<sup>3</sup>  
CARVALHO, Renata Kaminski<sup>4</sup>  
CZOVNY, André Justus<sup>5</sup>  
MACIEL, Amanda Bastos<sup>6</sup>  
PAMPLONA, Igor Vinícius Pires<sup>7</sup>  
PRETTO, Diana<sup>8</sup>  
ROCHA, Jéssica<sup>9</sup>  
URBANO, Luísa Araújo<sup>10</sup>  
LEONARDI, Elisa Ferreira Roseira<sup>11</sup>  
Universidade Estadual do Centro-Oeste

**Resumo:** A Revista Caleidoscópio surgiu a partir da vontade de produzir um conteúdo voltado para pais e filhos, com linguagem própria para ambos os públicos. Por isso, o produto foi dividido em duas partes correspondentes às necessidades dos adultos e das crianças na relação de maternidade/paternidade. Em um dos lados há conteúdo direcionado para os pais, com matérias principalmente sobre orientação. Do outro lado, informações sérias de um modo descomplicado trazem dicas e atividades para os filhos. As pautas dos dois lados são complementares, tendo um mesmo assunto para ambos os públicos, porém tratado de forma específica para cada um.

**Palavras-chave:** Infância; Comportamento; Revista.

### **1 INTRODUÇÃO**

A revista é um produto jornalístico que busca um aprofundamento em um conteúdo voltado para um público-alvo bem específico. No caso da Caleidoscópio, tantos os textos quanto as fotos ou ilustrações foram pensadas para que pais e filhos possam compartilhar informações e conhecimento.

O caleidoscópio é um brinquedo que possibilita diversos olhares, por diferentes ângulos, formando diferentes combinações de imagens, cores e formas. Como o brinquedo, a revista apresenta mais de um “olhar” sobre as pautas escolhidas.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista Laboratório Imprensa

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: amndpieta@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: amandabortolini@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: rezhakc@hotmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: andrejustusc@gmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: amandamaciel01@hotmail.com

<sup>7</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: hayflick@gmail.com

<sup>8</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: pretto\_diana@hotmail.com

<sup>9</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: jessica--r1994@hotmail.com

<sup>10</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: luisaaurbano@gmail.com

<sup>11</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: elisaroseira@hotmail.com.

Um mesmo assunto rende um conteúdo apresentado para os pais com opiniões de especialistas e informações de orientação, mas também ganha espaço na sessão dos filhos de um modo descomplicado e sempre tentando unir a informação ao lúdico para a absorção mais eficaz do sentido das mensagens pelas crianças. Enquanto do lado voltado para os pais há uma matéria sobre a importância das fábulas na infância, no lado dos filhos o mesmo assunto é abordado através da confecção de fantoches para vivenciar a ludicidade, por exemplo.

## **2 OBJETIVO**

### **2.1 Geral:**

Produzir uma revista com conteúdo especializado que busque descomplicar alguns problemas, tirar dúvidas e melhorar situações na relação entre pais e filhos através da orientação de ambos sobre esses assuntos.

### **2.2 Específicos:**

- Orientar os pais sobre como agir diante de assuntos delicados da infância;
- Oferecer conteúdo para ambos os públicos, com linguagem apropriada para cada um;
- Abordar assuntos relevantes dentro da temática geral a partir da opinião de profissionais como psicólogos e pedagogos;
- Despertar o hábito de leitura nas crianças para que tenham contato desde cedo com informações jornalísticas;
- Incentivar a criatividade das crianças, por meio de atividades lúdicas;
- Promover a interação entre pais e filhos através da leitura conjunta de um mesmo material.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A revista foi pensada para atender a um público-alvo que não possui nenhum produto especializado em Guarapuava-PR, mas que tem um enorme potencial, já que sabemos do interesse de mães e pais sobre tudo que envolva a vida de seus filhos. Uma das

evidências disso é a existência de grupos no próprio Facebook em que mães se reúnem para tirar dúvidas sobre seus pequenos e nem sempre os conselhos de mães mais experientes são suficientes para essa demanda.

O produto, então, traz uma proposta inovadora com conteúdo para os dois públicos, pais e filhos, no mesmo material. A revista possibilita que ambos públicos tenham uma leitura individual cada um com sua parte correspondente para que haja diálogo familiar. Espera-se que os assuntos tratados sejam úteis para a relação pai/mãe e filho tornar-se o mais aberta e harmônica possível.

São encontrados poucos materiais jornalísticos voltados para o público infantil no mercado. Existem exemplos como o site Recontando, que reescreve notícias do jornalismo diário e convencional readaptando-o com linguagem descomplicada e didática, apropriada para crianças. A proposta da revista, portanto, é parecida com a do site: fazer com que as crianças tenham contato com a leitura de notícias desde cedo, usando temas sobre o seu universo para lhes chamar atenção para essa prática.

Para a diagramação, a equipe também se preocupou em se pôr no lugar do público-alvo para estabelecer critérios que seriam importantes para a identidade visual da revista. As páginas priorizam elementos visuais como fotos, desenhos e infográficos, bem como a disposição deles de forma dinâmica, sempre atentando às cores, para que se tornasse um produto atrativo primeiramente para as crianças, mas também para os adultos.

Juliana Doretto estuda o jornalismo para o público infantil e em um de seus artigos analisa alguns veículos dessa área como a revista “Visão Júnior”, a seção do jornal “Zero Hora” “Para o seu filho ler” e o blog do “Globinho”. Em termos de design, podemos ver pela experiência desses outros produtos que para as crianças:

Esses exemplos mostram parágrafos pequenos e fontes grandes; fotos e desenhos de grandes proporções; e cores de tons fortes. Entende-se, então, que a criança, talvez por estar em fase de início ou fortalecimento da alfabetização (“criança aluno”), precisa de uma diagramação com muitos espaços em brancos, pouca mancha de texto e vários elementos ilustrativos: ou seja, os leitores em formação precisam de atrativos para fixar a atenção no texto e de outros recursos que facilitem a compreensão da mensagem, como gráficos, fotos e desenhos. Nesse cenário imagético, aparecem em profusão desenhos e animais humanizados (que funcionam como

mascotes de veículos) e, em menor proporção, fotos de crianças (...) (DORETTO, 2014, p. 13).

No entanto, sabemos que até mesmo os adultos, nesse caso, os pais, se sentem mais interessados por um conteúdo organizado de forma mais dinâmica e atrativa do que somente o texto corrido já que, por exemplo:

O infográfico vem atender a uma nova geração de leitores, que é predominantemente visual e quer entender tudo de forma prática e rápida. Segundo pesquisas, a primeira coisa que se lê num jornal são os títulos, seguidos pelos infográficos, que, muitas vezes, são a única coisa consultada na matéria (CAIXETA, 2005, p. 1 apud Módolo, 2007, p. 5).

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Os assuntos abordados nas reportagens foram pensados a partir da relevância e o interesse social de cada um deles. Para as crianças, pensou-se em assuntos familiares, com uma abordagem focada na infância, através de uma linguagem coloquial. Um produto especializado como esse precisa determinar:

O que e como vai ser enunciado, pressupõe seu leitor e refere algo que já faz parte do universo dessa criança. Para tal, acredita não ser necessária a nomeação dos enunciadores. O jornal, como dispositivo que faz parte de um contexto social, pode até produzir sentidos, mas, mais que isso, ratifica aquilo que crê ser do conhecimento de seu leitor (MACHADO; BORELLI, 2013, p. 234).

A partir das pautas definidas, o grupo saiu a campo para produzi-las. Foram coletadas informações sobre os temas e feitas entrevistas com personagens e especialistas como psicólogos e pedagogos, além da cobertura fotográfica em alguns casos. Neste processo, todos os textos passaram por um processo de revisão e edição até chegarem no resultado final considerado ideal para ser publicado.

Na diagramação, o principal objetivo foi criar uma identidade visual descolada, sem prender-se à tipos de fontes ou colunas estáticas, fazendo o material chamar a atenção principalmente das crianças com elementos visuais do seu universo lúdico (desenhos, cores) para que sentissem curiosidade de consumir o produto.

Aparentemente, o divulgador se posiciona, pelo uso da primeira pessoa do plural, no mesmo lugar do leitor, contudo, constata-se uma assimetria. O divulgador sustenta a imagem de mediador do saber e projeta a imagem de um leitor que, por viver cercado pelo

mundo-de-faz-de-conta e/ou inserido no mundo ficcional, precisa ter sua curiosidade aguçada para aprimorar seus conhecimentos científicos (BAAL-BAKI, 2007, p. 357).

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O resultado é uma revista de 24 páginas, sendo 15 delas destinadas a conteúdo para os pais e 9 para os filhos. Buscando a originalidade do produto, apostou-se na ideia de que cada um dos lados da revista teria sua própria capa, índice e editoria, sendo preciso virar a revista “de cabeça para baixo” para ter acesso ao conteúdo do lado oposto<sup>12</sup>.

As matérias abordaram assuntos como o uso moderado de equipamentos eletrônicos pelas crianças, orientação sobre sexualidade, a explicação psicológica da “fase dos porquês” quando as crianças têm muitas dúvidas e fazem muitas perguntas, a importância do lúdico para o desenvolvimento infantil, entre outros assuntos para o lado dos pais. Da mesma forma, no lado dos filhos, as mesmas pautas também renderam conteúdo para estes como uma lista de aplicativos e jogos que divertem e auxiliam no aprendizado ao mesmo tempo, uma reportagem infográfica em forma de ilustração que explica algumas das dúvidas mais frequentes das crianças, dicas de confecção de brinquedos pela própria criança para incentivar o lúdico, entre outros temas.

## 6 CONSIDERAÇÕES

O planejamento e execução de um produto jornalístico especializado dá ao futuro profissional uma nova dimensão de trabalho. Com isso, existiu o desafio de não só se produzir uma revista com matérias interessantes e relevantes ao interesse dos dois públicos ao mesmo tempo, mas também, a experiência de planejamento de ações, pesquisar o mercado e organizar-se enquanto equipe.

A linguagem utilizada na revista possibilitou também conhecer mais a respeito de um novo público-alvo, o infantil. Além de adaptar o produto para que fosse compatível com duas faixas etárias.

---

<sup>12</sup> Para o Expocom preferiu-se enviar a revista na disposição regular, com todas as páginas no mesmo sentido (sem estar de “cabeça para baixo”) para que a banca examinadora conseguisse ler e avaliar o conteúdo com mais facilidade

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAALBAKI, Angela, C. F. **“Quem é o leitor: uma reflexão sobre o discurso de divulgação científica para crianças”**. In: RIBEIRO, Ana P. G. Mídia e memória. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

DORETTO, Juliana. **Jornalismo para a infância: uma proposta de definição**. Trabalho apresentado no congresso de 2014 da Lusocom (Federação Lusófona de Ciências da Comunicação), realizado em Pontevedra, na Espanha.

MACHADO, Lara. N.; BORELLI, Viviane. **“As estratégias ‘para o seu filho ler’: estudo do contrato de leitura da seção infantil da Zero Hora”**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 9, n. 2, p. 223-238, jul. a dez. 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/1984-6924.2013v10n1>>

MÓDOLO, Cristiane Machado. **Infográficos: características, conceitos e princípios básicos**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste. Juiz de Fora - MG, 2007.

**Site Recontanto**. Disponível em [www.recontando.com](http://www.recontando.com). Acesso em 15 de março de 2016.