



UNIVERSIDADE
FERNANDO
PESSOA

**JORNALISMO INFANTOJUVENIL:
CONSTRUÇÃO ESPECIALIZADA E SEGMENTADA
PARA CRIANÇAS CONTEMPORÂNEAS –
ROTINAS PRODUTIVAS DA *VISÃO JÚNIOR* E *RADAR XS***

Children's Journalism: Specialized and Segmented Construction for Contemporary
Children – Production Routines of *Visão Júnior* and *Radar XS*

Tese de Doutoramento
Ciências da Comunicação

Ana Cátia de Sousa Ferreira

Orientador
Doutor Jorge Pedro Sousa
Coorientadora
Doutora Juliana Doretto

Julho 2025

JORNALISMO INFANTOJUVENIL:

CONSTRUÇÃO ESPECIALIZADA E SEGMENTADA

PARA CRIANÇAS CONTEMPORÂNEAS –

ROTINAS PRODUTIVAS DA *VISÃO JÚNIOR* E *RADAR XS*

Children's Journalism: Specialized and Segmented Construction for Contemporary

Children – Production Routines of *Visão Júnior* and *Radar XS*

Tese de Doutorado

Ciências da Comunicação

Ana Cátia de Sousa Ferreira

Orientador

Doutor Jorge Pedro Sousa

Coorientadora

Doutora Juliana Doretto

Julho 2025

© 2025

Ana Cátia de Sousa Ferreira

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

Ana Cátia de Sousa Ferreira

Jornalismo Infantojuvenil: Construção Especializada
e Segmentada para Crianças Contemporâneas
– Rotinas Produtivas da *Visão Júnior* e do *Radar XS*

Tese apresentada à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos
para obtenção do grau de Doutor em Ciências da Comunicação,
sob orientação do Prof. Doutor Jorge Pedro Sousa
e coorientação da Prof. Doutora Juliana Doretto.
Este trabalho é financiado por fundos nacionais através
da FCT- Fundação para Ciência e Tecnologia, I.P.,
no âmbito do projeto com o identificador
DOI <https://doi.org/10.54499/2022.10828.BD> e Ref.2022.10828.BD
e com o apoio do Instituto de Comunicação da Nova (ICNOVA).



Fundação
para a Ciência
e a Tecnologia



INSTITUTO
DE COMUNICAÇÃO
DA NOVA



REPÚBLICA
PORTUGUESA

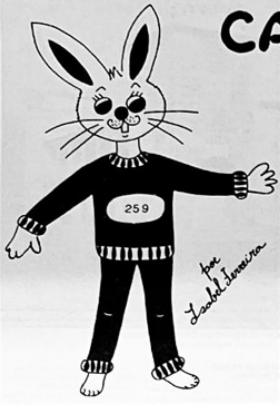
À esperança de que a minha filha, os meus sobrinhos,
as suas amigas e todas as outras crianças
tenham um mundo melhor
através da informação e da participação.

30

Comitê de Porto

Cantinho do Nicolau

19-7-84



OLÁ MEUS AMIGUINHOS!

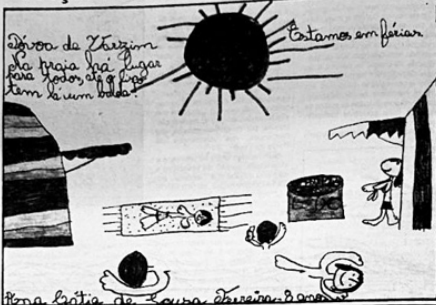
CANTINHO DO NICOLAU

DIVERTIMENTO PARA TODOS (GRANDES E PEQUENOS)

«FAÇA FÉRIAS TRANQUILAS»

*Alvo da Xezim
Pra praia há lugar
para todos e lá
tem a um bocado!*

Estamos em férias



Para brincar de bola, descansem!

Aqui temos o primeiro cantinho
em este espaço dedicado às
suas férias. A ANA CATTÁ, que
sempre anda imprimindo
ser, apesar de não escrever
caligrafias para pôr o
cantinho. Podem pedir a
pessoas mais criativas e
inventarem desenhos e
dar todas as pessoas a
uma férias bem tranquilas.
Enfim os vossos trabalhos
«CANTINHO DO NICOLAU»,
Comitê de Porto - 488
4005 PORTO CODEX - e
toda a
oportunidade de se ver
agora publico.

Agradecimentos

Desde cedo aprendi que o mundo está contido nas palavras escritas, lidas, faladas e ouvidas. Nos livros da Alice Vieira, nas notícias da Dina Aguiar e no espaço infantil do “Cantinho do Nicolau” do *Comércio do Porto*, percebi que as palavras transportam consigo todas as informações que precisamos para aqui estar.

Em primeiro, o meu profundo agradecimento aos meus orientadores, que abraçaram as minhas palavras nestes últimos anos e pelas suas transferiram-me conhecimentos inigualáveis.

Ao esperado reencontro com o Professor Doutor Jorge Pedro Sousa, que me lecionou a disciplina de Imprensa na Escola Superior de Jornalismo há 30 anos. O seu extenso saber e espírito crítico foram valiosos para a construção deste trabalho e, em paralelo, para o início de um currículo académico. Fez-me perceber que a combinação de vários saltos poderia levar-me mais além. Sempre demonstrou confiança no meu desempenho.

Ao meu inesperado encontro com a Professora Doutora Juliana Doretto, que revelou ser uma descoberta maravilhosa como orientadora dedicada, mas também como amiga generosa. Mesmo longe, estivemos muito perto, unidas não apenas pelo projeto de doutoramento, mas pela vontade de contribuir para o jornalismo infantojuvenil.

Ambos provaram que a vida circula em dois sentidos, aqueles que procuramos e aqueles que nos são dados.

Numa situação particularmente tensa, em que o meu destino se encontrava em jogo, empenhei a minha palavra, como saída para a situação, tornando-me um ser novo num mundo transformado. Outros transmitiram-me a sua confiança, e eu uni-me a eles pelo compromisso duma fidelidade recíproca (Gusdorf, 1952, p. 105).

Agradeço à Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) pela bolsa de doutoramento, cujo financiamento proporcionou os recursos necessários para a minha pesquisa, bem como conferiu um voto de confiança ao meu estudo. A minha gratidão ao ICNOVA como

instituição de acolhimento da investigação. Foi fundamental para as oportunidades de colaboração, participação em encontros académicos e conexões importantes com outros pesquisadores. À Universidade Fernando Pessoa por me ter proporcionado condições para desenvolver este estudo.

Manifesto a minha maior gratidão às direções da *Visão Júnior*, Cláudia Lobo e Sara Belo Luís, e do *Radar XS*, Andrea Basílio e João Barreiros, pelas autorizações e pela disponibilidade ao reconhecerem a importância deste estudo. Aos outros colaboradores regulares, em particular dirijo-me à editora da *Visão Júnior* e à jornalista-coordenadora do *Radar XS*, pela partilha destes últimos anos, que não se ficou pelo jornalismo infantojuvenil. Durante os estudos fizeram-me sentir que o trabalho delas era um pouco meu e deram inspiração para que as palavras aqui escritas possam saltar do papel para a construção efetiva de algo mais. A estas equipas agradeço a paixão e a missão com que desempenham a sua profissão.

Após concluir os agradecimentos académicos, volto-me para outra fonte de motivação e encorajamento para a produção da tese de doutoramento.

Dedico as primeiras palavras de amor aos que viveram de perto: o meu marido e a minha filha. Os seus olhos espelham o orgulho que sentem por mim.

A ti, grande companheiro de vida, meu marido e melhor amigo, que me estendeu a “rede” para dar este salto. Lembras-me todos os dias que a vida deve ser descomplicada, mas enfrentada com perseverança.

A ti, filha, o docinho da minha vida, que partilhou comigo a pré-adolescência e o consumo da *Visão Júnior* e o *Radar XS*. Ensinas-me todos os dias a querer ser o melhor de mim.

Aos meus pais que me proporcionaram oportunidades para perguntar, procurar, arriscar, ir e voltar. A ti, pai, agradeço a curiosidade incessante pela informação. A ti, mãe, que me fizeste descobrir a força e coragem.

À minha irmã, o outro equilíbrio de uma balança chamada vida.

Aos meus sogros e madrinha pela generosidade e afeto.

À madrinha da minha filha, por estar próxima e pronta a estender a mão nas tarefas mais apertadas.

À família de coração que tenho construído, que prova que o caminho nunca se faz sozinho.

À minha amiga Maria José Brites, que ao longo dos anos, foi-me lembrando do sonho em dar este salto e me deu a mão nos momentos de maior desequilíbrio.

Aos meus colegas da Universidade Fernando Pessoa que fizeram do companheirismo uma força, em particular ao Rúben Sousa Ferreira, Tadiane Popp, Ana Gabriela Frazão-Nogueira, Patrícia Weber e Samantha Sousa Fernandes. A colegas de outras universidades que me ofereceram oportunidades para a evolução académica, em particular à Margarida Maneta e Pedro Eduardo Ribeiro. Todos tornaram-se meus amigos e, por isso, encontram-se neste espaço.

Por último, às crianças com quem convivo e àquelas de quem ouço histórias, que foram fontes de motivação e inspiração, especialmente as do colégio, tanto a menina que escrevia maravilhosos artigos de opinião com apenas 8 anos como o menino que não sabia o que era o jornalismo aos dez anos e continuava a não querer saber. Elas não contribuíram apenas para o desenvolvimento desta pesquisa, mas também para o meu crescimento pessoal.

Obrigada a todos vocês que me oferecem o que de melhor a vida tem.

Cada frase orienta-nos num mundo que aliás não nos é dado tal qual, de forma definitiva, mas que aparece construído *palavra por palavra*, com a expressão mais insignificante a dar o seu contributo para a obra de reconstrução permanente (Gusdorf, 1952, p. 37).

O meu contributo são as palavras que se seguem.

Resumo

A presente investigação procurou compreender em que medida o jornalismo infantojuvenil se caracteriza como uma prática especializada no campo jornalístico português e como se estrutura a produção noticiosa destinada à infância. A análise dos processos produtivos foi elaborada a dois estudos de caso nacionais, a revista impressa, de natureza privada, *Visão Júnior*, e o noticiário televisivo público *Radar XS*, através de uma combinação metodológica: análise de conteúdo, observação participante e entrevistas. Além disso, procedeu-se a um levantamento dos *websites* e das redes sociais. Do trabalho empírico resultaram 31 edições impressas e 29 episódios analisados, a partir de categorias temáticas; oito períodos de observação nas respetivas redações e reuniões *online*, com muitos minutos de conversas informais registados em 38 páginas de apontamentos em diário de bordo e oito questionários preenchidos; e seis entrevistas realizadas aos jornalistas das direções e editores. Todos os procedimentos foram realizados de 1 de janeiro de 2022 a 31 julho de 2024, sendo o calendário alargado para registar as reestruturações internas verificadas em ambos os órgãos de comunicação social, que decorreram, coincidentemente, no fim de 2023. A construção da infância como categoria social e a especificidade da produção noticiosa para crianças constituíram os dois eixos centrais que sustentaram este trabalho, num diálogo contínuo entre teoria e prática. O estudo conclui que o jornalismo infantojuvenil, enquanto prática jornalística especializada, atua como agente de mediação na construção social das infâncias contemporâneas, vivendo as crianças num mundo único (e não separadas do “mundo dos adultos”), onde são cidadãs no presente (e não em estágio para a adultez). Apesar dos dois veículos possuírem características singulares da especialização e próprias do seu meio, ambos partilham rotinas produtivas, agendas, linguagem e discursos contextualizados, assentes em valores-notícia clássicos e contemporâneos, sem abandonar os valores basilares do jornalismo. Os dados permitem inferir que esta produção está alinhada com outros subcampos do jornalismo: participativo, construtivo, soluções e conexão. Contudo, ainda é marcada por uma lógica adultocêntrica e dependente do contexto escolar, traduzindo-se, frequentemente, numa representação unidimensional da criança enquanto “aluno”. Com este estudo torna-se evidente que fatores como a falta tempo, a inexistência de formação especializada, a pressão do mercado, as equipas reduzidas e a desvalorização profissional são constrangimentos que dificultam as rotinas produtivas, influenciam as escolhas dos *gatekeepers*, a construção de agenda e a participação infantil. As redações, predominantemente femininas, revelam forte motivação e resiliência, demonstrando compromisso em informar, formar, educar, entreter e servir o público mais novo. Após a análise dos resultados, esta investigação sustenta cinco ideias centrais a partir das suas descobertas. A primeira é que o jornalismo infantojuvenil apresenta o mundo às crianças pelas *soft news*, como mostra a literatura. Não são os acontecimentos atuais, mas as narrativas jornalísticas ligadas à atualidade mais alargada que atuam na representação da infância. As *soft news*, nomeadamente, as efemérides, são utilizadas estrategicamente como cabides jornalísticos para abordar temas atuais mais sensíveis. Em segundo, a curiosidade própria da “faixa etária sanduíche” (dos 7 aos 12 anos), destaca-se como essencial para os jornalistas explorem a sua vontade de saber e compreender o mundo que também lhes pertence. De seguida, identifica-se uma atuação contracorrente em três

níveis. No próprio campo do jornalismo, revela-se um cenário português – nunca estudado com este detalhe –, em que o trabalho desenvolvido pelos jornalistas surge contracorrente, quer pelo desprestígio da prática quer pelo desinvestimento nesta especialização dentro das estruturas organizacionais. No plano da infância, sublinha-se que o jornalismo infantojuvenil reconhece as crianças como sujeito de direitos, ao garantir a informação e a participação, o que contraria as visões limitadoras predominantes. Por fim, o estudo contrapõe o discurso comum da infância estar apenas ligada ao digital, demonstrando que as crianças continuam a receber informação através de plataformas tradicionais, especialmente pela televisão, e existem desigualdades no acesso às tecnologias. As produções infantojuvenis analisadas evidenciam a importância de se continuar a estudar os meios tradicionais.

Palavras-chave: Jornalismo Especializado; Jornalismo Infantojuvenil; Criança contemporânea; *Visão Júnior*; *Radar XS*.

Abstract

This research aimed to understand the extent to which children's journalism is characterised as a specialised practice within the Portuguese journalistic field, and how the production of news content is structured. The analysis of news production processes was developed based on two national case studies: the privately owned print magazine *Visão Júnior* and the public television news programme *Radar XS*. It was adopted a mixed-method approach, involving content analysis, participant observation, and interviews. In addition, a mapping of relevant websites and social media platforms was conducted. The empirical work resulted in the analysis of 31 print editions and 29 television episodes. That was based on thematic categories, eight observation periods in the respective newsrooms and online meetings, including informal conversations registered in 38 pages of field notes, eight questionnaires, and six interviews conducted with directors and editors. All research procedures were carried out between 1 January 2022 and 31 July 2024. This timeline was extended to record the internal restructurings that took place in both media organisations, which coincidentally occurred at the end of 2023. Within a continuous dialogue between theory and practice, this study relies on two central axes: the construction of childhood as a social category, and the specific nature of news production for children. Among the main findings, the study concludes that children journalism, as a specialised journalistic practice, acts as a mediating agent in the social construction of contemporary childhoods, living children in a single world (and not apart from the “adult world”), as citizens of the present (rather than in preparation for adulthood). Although both media outlets possess distinctive specialisation and medium-specific features, production routines, editorial agendas, language, and contextualised narratives are shared by them. They are grounded in both classical and contemporary news values, without abandoning the core principles of journalism. The data allow us to infer that this form of production is aligned with other journalistic subfields: participatory journalism, constructive journalism, solutions journalism, and connection journalism. Nonetheless, the production remains shaped by an adult-centred logic and is highly dependent on the school context, often resulting in a one-dimensional representation of the child as a “student.” This study makes it clear that factors such as time constraints, lack of specialised training, market pressure, small editorial teams, and professional undervaluation represent a body of meaningful limitations. These hinder production routines, influence gatekeepers' editorial decisions, shape the news agenda, and restrict children's participation. Mostly female, the editorial boards and their professionals, demonstrate strong motivation and resilience, revealing a clear commitment to informing, educating, entertaining, and serving younger audiences. Based on the analysis of the results, this study supports five core insights derived from its findings. The first is that children's journalism presents the world to children through soft news, as the literature shows. It is not current events, but journalistic narratives linked to broader current affairs that shape the representation of childhood. Soft news, namely ephemerides, are strategically used as news peg to address more sensitive current issues. Secondly, the inherent curiosity of the “sandwich age group” (7 to 12 years old) emerges as essential for journalists to explore their willingness to know and understand the world to which they also belong. Thirdly, the study identifies a counter-current dynamic operating on

three levels. Within journalism itself, it reveals a Portuguese context – never previously studied in such detail – where the work developed by journalists runs against the grain, whether due to the lack of recognition or institutional disinvestment in this specialisation by its organisational structures. In what concerns childhood, it is underlined that this media journalism genre recognises younger ones as rights-holders by ensuring access to information and participation, thus challenging dominant limiting perspectives. Finally, the study defines the prevailing discourse that associates childhood solely with digital environments. It becomes clearer that children continue to access information through traditional platforms, particularly television, and that substantial inequalities persist in terms of access to technology. The analysed children's news productions in this research highlight the importance of continuing to study and value conventional media.

Key-words: Specialized Journalism; Children's Journalism; Contemporary Children; *Visão Júnior*; *Radar XS*

Sommaire

La présente étude a cherché à comprendre dans quelle mesure le journalisme destiné aux enfants et aux adolescents se caractérise comme une pratique spécialisée dans le domaine journalistique portugais et comment s'organise la production d'informations destinées aux enfants. L'analyse des processus de production a été élaborée à partir de deux études de cas nationales, le magazine imprimé privé *Visão Júnior* et le journal télévisé public *Radar XS*, à l'aide d'une combinaison méthodologique: analyse de contenu, observation participante et entretiens. En outre, une enquête a été menée sur les sites web et les réseaux sociaux. Le travail empirique a donné lieu à l'analyse de 31 éditions imprimées et 29 épisodes télévisés, à partir de catégories thématiques; huit périodes d'observation dans les rédactions respectives et réunions en ligne, avec de nombreuses minutes de conversations informelles consignées dans 38 pages de notes dans un journal de bord et huit questionnaires; et six entretiens réalisés avec des journalistes de la direction et des rédacteurs en chef. Toutes les procédures ont été réalisées du 1er janvier 2022 au 31 juillet 2024, le calendrier ayant été prolongé afin d'enregistrer les restructurations internes qui ont eu lieu dans les deux organes de communication sociale, qui ont coïncidé avec la fin de l'année 2023. La construction de l'enfance en tant que catégorie sociale et la spécificité de la production d'informations pour les enfants ont constitué les deux axes centraux qui ont soutenu ce travail, dans un dialogue continu entre théorie et pratique. L'étude conclut que le journalisme pour enfants et adolescents, en tant que pratique journalistique spécialisée, agit comme un agent de médiation dans la construction sociale de les enfances contemporaines, les enfants vivant dans un monde unique (et non séparé du "monde des adultes"), où elles sont des citoyens à part entière (et non en stage vers l'âge adulte). Bien que les deux médias possèdent des caractéristiques singulières de spécialisation propres à leur milieu, ils partagent tous deux des routines de production, des agendas, un langage et des discours contextualisés, fondés sur des valeurs journalistiques classiques et contemporaines, sans abandonner les valeurs fondamentales du journalisme. Les données permettent de déduire que cette production s'aligne sur d'autres sous-domaines du journalisme: participatif, constructif, solutions et connexion. Cependant, elle reste marquée par une logique centrée sur les adultes et dépendante du contexte scolaire, ce qui se traduit souvent par une représentation unidimensionnelle de l'enfant en tant qu' "élève". Cette étude montre clairement que des facteurs tels que le manque de temps, l'absence de formation spécialisée, la pression du marché, les équipes réduites et la dévalorisation professionnelle sont des contraintes qui entravent les routines de production, influencent les choix des gatekeepers, l'élaboration de l'agenda et la participation des enfants. Les rédactions, majoritairement féminines, font preuve d'une forte motivation et d'une grande résilience, démontrant leur engagement à informer, former, éduquer, divertir et servir le jeune public. Après analyse des résultats, cette recherche soutient cinq idées centrales à partir de ses conclusions. La première est que le journalisme destiné aux enfants présente le monde à travers des actualités légères, comme le montre la littérature. Ce ne sont pas les événements actuels, mais les récits journalistiques liés à l'actualité au sens large qui influencent la représentation de l'enfance. Les actualités légères, notamment les commémorations, sont utilisées de manière stratégique comme accroches journalistiques pour aborder des sujets d'actualité plus sensibles. Deuxièmement, la curiosité propre à la

“tranche d'âge sandwich” (de 7 à 12 ans) est essentielle pour que les journalistes explore leur désir de connaître et de comprendre le monde qui leur appartient également. Ensuite, on identifie une action à contre-courant à trois niveaux. Dans le domaine du journalisme lui-même, on observe un scénario portugais – jamais étudié avec autant de détails – dans lequel le travail des journalistes va à contre-courant, tant en raison du discrédit dont souffre cette pratique que du désinvestissement dans cette spécialisation au sein des structures organisationnelles. Au niveau de l'enfance, il est souligné que le journalisme pour enfants et adolescents reconnaît les enfants comme des sujets de droits, en garantissant l'information et la participation, ce qui va à l'encontre des visions limitantes prédominantes. Enfin, l'étude contredit le discours courant selon lequel l'enfance est uniquement liée au numérique, en démontrant que les enfants continuent de recevoir des informations par le biais de plateformes traditionnelles, en particulier la télévision, et qu'il existe des inégalités dans l'accès aux technologies. Les productions pour enfants et adolescents analysées soulignent l'importance de continuer à étudier les médias traditionnels.

Mot-Clé: Journalisme spécialisé; Journalisme pour enfants; Enfants contemporains; *Visão Júnior*; *Radar XS*

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo comprender en qué medida el *periodismo infantojuvenil* se caracteriza como una práctica especializada dentro del campo periodístico portugués, así como analizar cómo se estructura la producción de noticias dirigida a la infancia. El análisis de los procesos de producción se desarrolló a partir de dos estudios de caso nacionales, la revista impresa de titularidad privada *Visão Júnior* y el informativo de la televisión pública *Radar XS*, mediante una combinación metodológica: análisis de contenido, observación participante y entrevistas. Además, se realizó un levantamiento de los sitios web y de las redes sociales asociadas a ambos medios. Del trabajo empírico resultó el análisis de 31 ediciones impresas y 29 episodios televisivos, a partir de categorías temáticas; ocho períodos de observación en las respectivas redacciones y en reuniones en línea, con numerosos minutos de conversaciones informales registrados en 38 páginas de notas de campo y ocho cuestionarios; así como seis entrevistas realizadas a periodistas de las direcciones editoriales y equipos de redacción. Todos los procedimientos se llevaron a cabo entre el 1 de enero de 2022 y el 31 de julio de 2024, ampliándose el calendario para registrar reestructuraciones internas verificadas en ambos medios de comunicación, que ocurrieron, coincidentemente, a finales de 2023. La construcción de la infancia como categoría social y la especificidad de la producción informativa destinada a los niños constituyeron los dos puntos centrales que sustentaron este estudio, en un diálogo continuo entre teoría y práctica. El estudio concluye que el periodismo infantojuvenil, como práctica periodística especializada, actúa como agente de mediación en la construcción social de las infancias contemporáneas, viviendo los niños en un mundo único (y no separado del “mundo adulto”), y en el presente (no únicamente en preparación para la adultez). Aunque ambos medios presentan características particulares derivadas de su especialización y del soporte que utilizan, comparten rutinas productivas, agendas editoriales, lenguaje y discursos contextualizados, sustentados en valores-noticia tanto clásicos como contemporáneos, sin renunciar a los principios fundamentales del periodismo. Los datos permiten inferir que esta producción se alinea con otros subcampos del periodismo: periodismo participativo, constructivo, de soluciones y de conexión. No obstante, la producción sigue estando marcada por una lógica *adultocéntrica* y depende en gran medida del contexto escolar, lo que se traduce, con frecuencia, en una representación unidimensional de la infancia como “alumnado”. A través de este estudio, se evidencia que factores como la falta de tiempo, la inexistencia de formación especializada, la presión del mercado, los equipos reducidos y la desvalorización profesional constituyen restricciones que dificultan las rutinas de producción, influyen en las decisiones editoriales de los *gatekeepers*, condicionan la construcción de la agenda y limitan la participación infantil. Las redacciones, mayoritariamente compuestas por mujeres, muestran una fuerte motivación y resiliencia, revelando un compromiso claro con informar, formar, educar, entretener y servir al público más joven. A partir del análisis de los resultados, esta investigación sostiene cinco ideas fundamentales derivadas de sus hallazgos. La primera es que el *periodismo infantojuvenil* presenta el mundo a los niños a través de las noticias ligeras, como lo demuestra la literatura. No son los acontecimientos actuales, sino las narrativas periodísticas vinculadas a la actualidad más

amplia las que actúan en la representación de la infancia. Las noticias ligeras, como las efemérides, se emplean estratégicamente como ganchos periodísticos para abordar temas de actualidad más sensibles. En segundo lugar, la curiosidad propia de la llamada “franja etaria sándwich” (de 7 a 12 años) se destaca como esencial para que los periodistas exploren su deseo de conocer y comprender el mundo al que también pertenecen. En tercer lugar, se identifica una actuación contracorriente en tres niveles. En el propio campo del periodismo, se revela un contexto portugués – nunca estudiado con tal nivel de detalle – en el que el trabajo desarrollado por los periodistas se configura como una práctica contracorriente, ya sea por el desprestigio asociado a esta especialidad, ya sea por el desincentivo institucional dentro de las estructuras organizativas. En el plano de la infancia, se subraya que el *periodismo infantojuvenil* reconoce a niñas y niños como sujetos de derechos, al garantizar el acceso a la información y promover su participación, desafiando así las visiones limitantes predominantes. Por último, el estudio cuestiona el discurso común que asocia la infancia exclusivamente al entorno digital, demostrando que los niños continúan accediendo a la información a través de plataformas tradicionales, especialmente la televisión, y que persisten desigualdades significativas en el acceso a la tecnología. Las producciones infantojuveniles analizadas ponen de manifiesto la importancia de continuar investigando y valorizando los medios tradicionales.

Palabres-Clave: Periodismo especializado; Periodismo infantil; Niños contemporáneos; *Visão Júnior*; *Radar XS*

Índice Geral

Introdução	1
Capítulo I: O <i>puzzle</i> da infância	9
1.1. Peças da construção da infância	9
1.1.1. <i>Conceções etárias e sociais</i>	16
1.2. Criança com direito à participação e informação	21
1.2.1. <i>Em Portugal</i>	26
1.3. Criança e o consumo nos <i>media</i>	31
1.3.1. <i>Consumo desigual</i>	38
1.4. Criança e o consumo de notícias	41
1.5. Síntese final	48
Capítulo II: O jornalismo infantojuvenil como <i>puzzle</i> especializado	51
2.1. Jornalismo generalizado	51
2.1.1. <i>Fronteiras abertas para o jornalismo especializado</i>	55
2.2. Orientações do jornalismo especializado	60
2.2.1. <i>Ao serviço da sociedade e do conhecimento</i>	63
2.3. Construção do jornalismo infantojuvenil	66
2.3.1. <i>Processo jornalístico</i>	72
2.3.2. <i>Construção da agenda</i>	75
2.3.3. <i>Rotinas produtivas</i>	79
2.3.4. <i>Participação: Repórteres, fontes e protagonistas</i>	84
2.3.5. <i>Distribuição e adaptação às novas tecnologias</i>	93
2.4. Importância do jornalismo infantojuvenil para a literacia para as notícias	99
2.4.1. <i>Escolas</i>	106
2.4.2. <i>Jornalistas</i>	110
2.5. Síntese final	115
Capítulo III: Peças do percurso do jornalismo infantojuvenil	119
3.1. Contexto histórico	119
3.1.1. <i>Imprensa</i>	120
3.1.2. <i>Rádio, televisão e websites</i>	127
3.2. Cenário nacional	130
3.3. Cenário internacional	137
3.4. Síntese final	148

Capítulo IV: Estudos de caso - <i>Radar XS</i> e <i>Visão Júnior</i>	151
4.1 Desenho metodológico	151
4.2. Caraterização dos casos	156
4.2.1. <i>Radar XS</i>	156
4.2.2. <i>Visão Júnior</i>	166
4.3. Descrição das plataformas digitais dos veículos jornalísticos	174
4.3.1. <i>Radar XS</i>	174
4.3.2. <i>Visão Júnior</i>	180
4.3.3. Síntese final	188
4.4. Análise de conteúdo	191
4.4.1. <i>Enquadramento metodológico</i>	191
4.4.2. <i>Procedimentos</i>	193
4.4.3. <i>Recolha de dados</i>	198
4.4.3.1. <i>Radar XS</i>	198
4.4.3.2. <i>Visão Júnior</i>	203
4.4.4. <i>Resultados e discussão</i>	213
4.4.4.1. <i>Radar XS</i>	213
4.4.4.2. <i>Visão Júnior</i>	222
4.4.5. <i>Síntese final</i>	237
4.5. <i>Observação participante</i>	243
4.5.1. <i>Enquadramento metodológico</i>	243
4.5.2. <i>Procedimentos</i>	247
4.5.3. <i>Recolha de dados</i>	249
4.5.4. <i>Resultados e discussão</i>	250
4.5.4.1. <i>Momentos de observação</i>	250
4.5.4.2. <i>Equipas regulares</i>	256
4.5.4.3. <i>Locais de investigação</i>	263
4.5.4.3.1. <i>Radar XS</i>	264
4.5.4.3.2. <i>Visão Júnior</i>	270
4.5.4.4. <i>Formação e aquisição de saberes</i>	272
4.5.4.5. <i>Equipas partilhadas</i>	274
4.5.4.5.1. <i>Radar XS</i>	275
4.5.4.5.2. <i>Visão Júnior</i>	277
4.5.4.6. <i>Integração em grupos de comunicação</i>	278
4.5.4.7. <i>Ambiente</i>	280
4.5.4.8. <i>Construção da agenda</i>	283
4.5.4.8.1. <i>Radar XS</i>	285
4.5.4.8.2. <i>Visão Júnior</i>	290
4.5.4.9. <i>Rotinas produtivas</i>	295
4.5.4.9.1. <i>Radar XS</i>	297
4.5.4.9.2. <i>Visão Júnior</i>	300
4.5.4.10. <i>Participação das crianças</i>	301
4.5.4.10.1. <i>Radar XS</i>	302
4.5.4.10.2. <i>Visão Júnior</i>	303
4.5.4.11. <i>Distribuição e adaptação às novas tecnologias</i>	306
4.5.5. <i>Síntese final</i>	307
4.6. Entrevistas	312
4.6.1. <i>Enquadramento metodológico</i>	312
4.6.2. <i>Procedimentos</i>	314
4.6.3. <i>Recolha de dados</i>	315

4.6.4. Resultados e discussão	316
4.6.4.1. Radar XS	316
4.6.4.1.1. <i>História e identidade</i>	316
4.6.4.1.2. <i>Sustentabilidade e perspectivas futuras</i>	318
4.6.4.1.3. <i>Distribuição e adaptação às novas tecnologias</i>	320
4.6.4.1.4. <i>Rotinas produtivas</i>	321
4.6.4.1.5. <i>Construção da agenda</i>	326
4.6.4.1.6. <i>Participação das crianças</i>	327
4.6.4.1.7. <i>Importância do jornalismo infantojuvenil para a literacia para as notícias</i>	328
4.6.4.2. Visão Júnior	330
4.6.4.2.1. <i>História e identidade</i>	330
4.6.4.2.2. <i>Sustentabilidade e perspectivas futuras</i>	331
4.6.4.2.3. <i>Distribuição e adaptação às novas tecnologias</i>	332
4.6.4.2.4. <i>Rotinas produtivas</i>	333
4.6.4.2.5. <i>Construção da agenda</i>	335
4.6.4.2.6. <i>Participação das crianças</i>	337
4.6.4.2.7. <i>Importância do jornalismo infantojuvenil para a literacia para as notícias</i>	339
4.6.5. Síntese final	340
Conclusão	351
Bibliografia	361
Anexos	395
Anexo A: Material da observação do <i>Radar XS</i>	397
Anexo B: Material da observação da <i>Visão Júnior</i>	400
Anexo C: Cartas de cooperação do <i>Radar XS</i> e da <i>Visão Júnior</i>	402
Anexo D: Exemplos de edições de categorias Conteúdo Noticioso, Entretenimento, Publicidade, Publicidade Revista e Revista	403
Anexo E: <i>Frame</i> de efeméride sobre o 25 de abril	405
Anexo F: <i>Frame</i> de <i>hardnews</i> sobre a morte da Rainha Isabel II	405
Anexo G: <i>Frame</i> de crianças como fonte de informação	405
Anexo H: <i>Frame</i> de infográfico sobre a origem da bola de Berlim	405
Anexo I: Exemplos de edições de “Repórter Júnior” e “Miúdos Inspiradores”	406
Anexo J: Exemplos de capa “Desporto”, tipo <i>hardnews</i>	406
Apêndices	407
Apêndice A: Artigos publicados que resultaram da investigação da tese	409
Apêndice B: Relato da investigadora como observadora da participação da filha na <i>Visão Júnior</i> e no <i>Radar XS</i>	411
Apêndice C: Documento de “Autorização de observação participante”	423
Apêndice D: Documento de “Questionário de observação”	425
Apêndice E: Diário de bordo da observação	427
Apêndice F: Documento da Comissão de Ética	465
Apêndice G: Transcrição das entrevistas com as direções e coordenações do <i>Radar XS</i> e da <i>Visão Júnior</i>	467

Índice de Figuras

Figura 1: <i>Estúdios do Radar XS – primeiro e atual grafismo</i>	158
Figura 2: <i>Capas da Visão Júnior – primeiro e atual grafismo</i>	170
Figura 3: <i>Frames do primeiro e segundo genéricos do Radar XS</i>	201
Figura 4: <i>Capa da Visão Júnior da edição de 234, de novembro de 2023</i>	203
Figura 5: <i>Estúdio de gravação do Radar XS até dezembro de 2023</i>	266
Figura 6: <i>Estúdio de gravação do Radar XS após dezembro de 2023</i>	267
Figura 7: <i>Desenho da redação do Radar XS até dezembro de 2023</i>	268
Figura 8: <i>Desenho da redação do Radar XS após dezembro de 2023</i>	269
Figura 9: <i>Desenho da redação da Visão Júnior</i>	270

Índice de Gráficos

Gráfico 1: <i>Conteúdos publicados no Facebook do Zig Zag do Radar XS no período de análise</i>	176
Gráfico 2: <i>Conteúdos publicados no Instagram do Radar XS no período de análise</i>	177
Gráfico 3: <i>Conteúdos publicados no TikTok do Radar XS no período de análise</i>	179
Gráfico 4: <i>Conteúdos publicados no Facebook da Visão Júnior no período de análise</i>	185
Gráfico 5: <i>Conteúdos publicados no Instagram da Visão Júnior no período de análise</i>	187
Gráfico 6: <i>Frequência das categorias temáticas do Radar XS dos episódios no período de análise</i>	214
Gráfico 7: <i>Tipo de peça jornalística do Radar XS no período de análise</i>	219
Gráfico 8: <i>Frequência das fontes de informação das peças jornalísticas do Radar XS no período de análise</i>	220
Gráfico 9: <i>Tipo de imagens do Radar XS no período de análise</i>	222
Gráfico 10: <i>Percentuais do conteúdo total da Visão Júnior por páginas das edições no período de análise</i>	224
Gráfico 11: <i>Frequência das categorias temáticas da categoria Conteúdo da Visão Júnior das edições do período de análise</i>	226
Gráfico 12: <i>Frequência das fontes de informação das peças jornalísticas da Visão Júnior no período de análise</i>	230
Gráfico 13: <i>Categorias temáticas dos destaques de capa da Visão Júnior no período de análise</i>	235
Gráfico 14: <i>Tipo de peça jornalística nos destaques de capa da Visão Júnior no período de análise</i>	235
Gráfico 15: <i>Presenças fotográficas nos destaques de capa da Visão Júnior no período de análise</i>	236

Índice de Tabelas

Tabela 1: <i>Tiragens, circulação e distribuição da Visão Júnior em 2022</i>	172
Tabela 2: <i>Valores médios por região portuguesa e estrangeiro da circulação impressa da Visão Júnior em 2022</i>	173
Tabela 3: <i>Amostra composta calendarizada da análise de conteúdo do Radar XS</i>	199
Tabela 4: <i>Relação da duração e número dos episódios do Radar XS</i>	200
Tabela 5: <i>Categorias temáticas do Radar XS</i>	202
Tabela 6: <i>Categorias de conteúdo da Visão Júnior</i>	209
Tabela 7: <i>Categorias de conteúdo da Visão Júnior por número de páginas das edições no período de análise</i>	211
Tabela 8: <i>Categorias temáticas do conteúdo noticioso da Visão Júnior</i>	212
Tabela 9: <i>Períodos de observação participante do Radar XS</i>	254
Tabela 10: <i>Períodos de observação participante da Visão Júnior</i>	255
Tabela 11: <i>Composição e perfil da equipa regular do Radar XS até dezembro de 2023</i>	261
Tabela 12: <i>Composição e perfil da equipa regular da Visão Júnior até janeiro de 2024</i>	261
Tabela 13: <i>Composição e perfil da equipa regular do Radar XS após dezembro de 2023</i>	262
Tabela 14: <i>Composição e perfil da equipa regular da Visão Júnior após janeiro de 2024</i>	263
Tabela 15: <i>Ficha técnica do Radar XS até dezembro de 2023</i>	275
Tabela 16: <i>Ficha técnica do Radar XS após dezembro de 2023</i>	275
Tabela 17: <i>Ficha técnica da Visão Júnior antes de janeiro de 2024</i>	277
Tabela 18: <i>Ficha técnica da Visão Júnior após janeiro de 2024</i>	277
Tabela 19: <i>Comparação entre a agenda de reunião de 13 de outubro de 2023 do Radar XS e as peças emitidas nos programas da semana seguinte</i>	286
Tabela 20: <i>Comparação entre a agenda de reunião editorial de 1 de julho de 2024 do Radar XS e as peças emitidas nos programas das semanas seguintes</i>	288
Tabela 21: <i>Comparação entre a agenda de reunião editorial de 9 de outubro de 2023 da Visão Júnior e artigos publicados nas edições dos meses seguintes</i>	290
Tabela 22: <i>Comparação entre a agenda de reunião editorial de 2 de novembro de 2023 da Visão Júnior e artigos publicados nas edições dos meses seguintes</i>	293
Tabela 23: <i>Lista dos entrevistados</i>	315

Lista de Abreviaturas, Siglas, Símbolos ou Acrónimos

APCT	Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação
AEC	Atividades de Enriquecimento Curricular
CNPDPJ	Comissão Nacional de Promoção dos Direitos e Proteção das Crianças e Jovens
FCT	Fundação para Ciência e a Tecnologia
LGP	Língua Gestual Portuguesa
ONU	Organização das Nações Unidas
PNLM	Plano Nacional de Literacia Mediática
PPA	Pós-Produção de Áudio
PPV	Pós-Produção de Vídeo
RDP	Rádiodifusão Portuguesa
RTP	Rádio e Televisão de Portugal
UFP	Universidade Fernando Pessoa
UNICEF	Fundo das Nações Unidas para Infância (siglas em inglês de United Nations Children's Fund)
TIN	Trust in News
Vts	<i>Videotape</i>

Introdução

O acesso à informação é um direito fundamental de todos os cidadãos efetivado pelo jornalismo. E as crianças? São sujeito de direitos em formação e um público segmentado, para quem o mercado tem vindo a prestar uma atenção crescente, estimulando-o ao consumo, inclusive dos *media*. Paradoxalmente, regista-se um contínuo desinteresse e desinvestimento na produção jornalística destinada ao público infantojuvenil e sua desvalorização. Não enquanto referência a projetos de literacia, no sentido de combater a desinformação e *fake news*, mas sim aos que são criados com o simples objetivo (mas complexo processo) de informar, formar, educar, entreter, servir e inspirar. O jornalismo infantojuvenil faz parte da sociedade de informação. Por que não existe uma maior aposta no jornalismo especializado para as crianças?

Partiu-se para esta investigação com a incerteza quanto ao interesse das crianças por notícias, mas com a convicção de que era fundamental abordar a sua produção especializada. Impunham-se interrogações: Como despertar o interesse das crianças pelas eleições legislativas portuguesas ou pela efeméride dos 500 anos do início da viagem de circum-navegação de Fernão Magalhães? Como explicar os conflitos bélicos? Como deverá ser construída esta prática jornalística? Existem certezas quanto à exposição das crianças às notícias para adultos, sujeitas a uma série de consequências. Interroga-se por que não é, então, prioridade a especialização infantojuvenil, nem sequer no serviço público? Por que não criar “portos seguros” de informação, onde as crianças possam encontrar respostas adequadas às suas questões sobre o mundo em que vivem?

Antes de iniciar a apresentação da configuração desta tese, é importante estabelecer um posicionamento da investigadora em relação a três princípios diante da infância. Entende-se que não existe o “mundo dos adultos” e o “mundo das crianças” (Doretto & Costa, 2012), mas um único, onde as crianças são cidadãs no presente (“ser”) e não em estágio para uma fase adulta no futuro (“tornar-se”) (Lemish, 2007). A infância não se confina à

faixa etária, é antes uma estrutura social ativa e participativa (Qvortrup 2010) – seguindo-se a perspectiva da sociologia da infância –, construída por múltiplos contextos, incluindo-se o discurso jornalístico, ponto central da investigação. A idade é considerada apenas como critério de segmentação, tomando-se como referência o intervalo entre os 7 e os 12 anos – abrangido por ambos os veículos noticiosos em estudo¹ –, para o qual se adotou a designação original de “idades sanduíche” e “faixa etária sanduíche”. De modo geral, estes veículos especializados dirigem-se a uma faixa alargada, até aos 14-15 anos (incluindo a adolescência), daí a opção pelo termo “infantojuvenil” (e não apenas “infantil”), usado na literatura em português e no campo do jornalismo.

Em relação ao jornalismo infantojuvenil trata-se de uma prática profissional dirigida para crianças (Doretto, 2015). Não é o jornalismo produzido por crianças em contexto escolar nem o que é produzido sobre crianças por adultos. É uma especialização “gira”, pelo menos foi este o termo mais ouvido quando respondia estar a investigá-la, sem, conseguir interpretar se se tratava de um elogio ou resposta de circunstância.

Os direitos consagrados pela Convenção sobre os Direitos da Criança das Nações Unidas – à participação e à informação são de especial foco nesta pesquisa –, e o avanço tecnológico foram determinantes para que a criança emergisse do silêncio imposto pelos adultos e passasse a ser reconhecida como co-construtora social (Corsaro, 2011), ainda que haja muito a ser transformado. Tornou-se, portanto, interveniente numa “cultura participativa” (Jenkins, 2006), numa sociedade que é cada vez mais plataformizada e que promove a mudança do paradigma comunicacional para o “ser digital” (Negroponte, 1995; Tapscot, 2009). Esta realidade sublinha, porém, a existência de diferentes “infâncias”, envolvidas em distintos modos de vida, dependentes do contexto em que se encontram inseridas, ainda que partilhem características comuns (Corsaro, 2011; Qvortrup, 2010; Sarmiento, 2007). O jornalismo infantojuvenil, enquanto prática especializada, deve atuar como mediador destas infâncias, de modo a atuar também na sua construção social (Doretto, 2015). Os jornalistas que o produzem surgem como agentes responsáveis por notícias de qualidade para serem consumidas por crianças contemporâneas, sendo fundamental a produção especializada de discursos, práticas e formatos (Buckingham, 2000; Carter, 2009; Matthews, 2008), sem abandonar os valores basilares do jornalismo. No levantamento efetuado por Pereira et al. (2015) e Silveira (2015) acerca dos espaços

¹ O *Radar XS* é um noticiário de televisão para crianças dos 8 aos 12 anos e a *Visão Júnior* uma revista impressa dos 7 aos 14 anos.

noticiosos destinados a este público, conclui-se que a oferta é limitada. Na atualidade ainda o é, e, talvez, por isso, permaneça desconsiderada na formação académica e profissional e desprestigiante entre os jornalistas e as empresas de comunicação social. Associado a este panorama está a insuficiente produção de conhecimento científico sobre esta temática, apesar do seu potencial para cruzar contributos interdisciplinares dos estudos em jornalismo e *media*, sociologia, psicologia, história e educação. Semelhante observação é evidenciada nas publicações sobre a história do jornalismo português, nas quais a prática infantojuvenil permanece esquecida. A ausência de atenção a esta especialização é ainda questionada, quando se vive numa época em que se debate e dinamiza como nunca a literacia mediática e a participação infantil.

Mediante todas estas interrogações, centrou-se o foco da investigação na vertente da produção noticiosa, tendo como objetos de estudo a revista impressa *Visão Júnior* e o noticiário televisivo *Radar XS*. Fillol e Pereira (2020) realizaram um levantamento na *Communication Abstracts*, para identificar quem, quando e onde se tem estudado a relação entre crianças e jovens e as notícias. Uma das conclusões destaca que “os estudos de receção e de representação dominam a investigação no tema em apreço, sendo pouco expressivos os estudos sobre a produção” (Fillol & Pereira, 2020, p. 147), quando a sua importância é igualmente reconhecida em perspetivas complementares. Desde logo, segundo Silveira (2019, p. 48), os estudos sobre produção “poderão servir para informar as empresas mediáticas e outros agentes sobre aspetos a considerar no desenvolvimento de espaços informativos concebidos para os mais novos”. Estas reflexões reforçam o que Buckingham (2000) sublinhou no contexto internacional. O autor chama a atenção para a necessidade de se expandir as linhas de investigação aos interesses das crianças e à urgência de maior inovação nos conteúdos. Carrero (2008, p. 154)² justifica a opção por este campo de estudo, ao salientar que os noticiários para os mais novos são como “uma janela para se decifrar o modo como a notícia é produzida e enquadrada pelos profissionais da comunicação”, acentuando a exigência da qualidade do jornalismo para as infâncias contemporâneas.

Após esta fundamentação, urge que o conhecimento académico e a prática jornalística em Portugal se debrucem sobre aquilo que podem fazer pelas e com as crianças. O jornalismo

² Todas as citações apresentadas na tese de doutoramento, originalmente em língua estrangeira, são traduzidas para o português através do DeepL, com o objetivo de preservar a máxima fidelidade ao teor do texto.

faz parte da construção social, cultural, política e económica da infância e para “atuar como educadora, sendo fonte de cultura e informação, é necessário entender a representação que faz DE e PARA a infância” (Ferreira, 2007, p. 647). A especialização infantojuvenil ao produzir informação, permitindo às crianças participar como fonte de informação, protagonista e repórter, não só está a promover e garantir direitos consagrados na Convenção (da qual Portugal é signatário), como também reforça o caminho para o exercício de uma cidadania em pleno, que não se vive somente na idade adulta (Marôpo, 2013). Para tal, é imperativo que se lhes ensine, desde cedo, a importância do jornalismo no dia a dia. Também deve ser considerado que as crianças são capazes de decidir se gostam ou não de determinados assuntos e criar as suas próprias interpretações (Lemish & Götz, 2007; Marôpo, 2014; Silveira, 2015). Por isso, deve-se atender às suas reclamações por notícias mais adequadas aos seus interesses e à sua capacidade cognitiva (Silveira, 2015). “O jornalismo direcionado a crianças também pode falar sobre qualquer assunto, desde que se respeite o estágio de desenvolvimento cognitivo dos leitores”, explica Doretto (2015, p. 10).

No caso particular da *Visão Júnior*, a tese de doutoramento de Doretto (2015) foi o primeiro suporte do presente estudo. Embora a sua questão de partida se centre na participação das crianças no jornalismo feito para elas e não na produção em si, a autora aborda reflexões importantes e propõe uma definição desta especialização. Adicionalmente, sobre a *Visão Júnior* encontram-se os relatórios de estágio de mestrado de Carvalho (2014) e de Dores (2021), que documentam experiências profissionais na revista. O primeiro aborda o jornalismo infantojuvenil como uma tipologia de especialização, enquanto o segundo reflete sobre o contributo deste campo para a formação de crianças e jovens. Em relação ao *Radar XS*, destaca-se o trabalho de Fíllol (2020), que procede a uma análise do programa a partir das lentes da semiótica social e da análise crítica do discurso. De âmbito geral para esta investigação, foram fundamentais os artigos sobre o noticiário televisivo britânico *Newsround* desenvolvidos por Matthews (2003, 2005, 2007, 2008, 2009a, 2009b, 2010, 2016).

Da mesma forma que não se considera somente uma infância, não se pode conceber um único jornalismo. O desenvolvimento do jornalismo especializado, segundo Abiahy (2005) e Fernández Obregón (1998), representa uma tendência no jornalismo contemporâneo e uma resposta à sociedade de informação, que se tornou mais permeável e fragmentada (Erbolato, 2002). As especializações no jornalismo não pretendem apenas

formar segmentos de mercado, mas ir ao encontro dos diversos referenciais que as redações pensam ter dos seus públicos. As rotinas produtivas, a linguagem e a aproximação com o público constituem os eixos da produção jornalística infantojuvenil, com atuação em plataformas *offline* e *online*. É nessa complementaridade que devemos buscar o futuro do jornalismo (Coelho, 2015).

Após a determinação do estado de conhecimento científico e a reflexão pessoal da investigadora, identificaram-se problemas que merecem ser averiguados: 1. *Em que medida se define o jornalismo infantojuvenil como uma área especializada no campo do jornalismo nacional?*; 2. *Como são construídos os produtos jornalísticos para o público infantojuvenil em Portugal?* Tendo em conta os problemas centrais, estabeleceu-se o objetivo geral da pesquisa: Identificar o jornalismo infantojuvenil enquanto prática jornalística especializada, compreendendo os processos envolvidos na produção e as dificuldades inerentes. Em detalhe, definiram-se quatro objetivos específicos: 1. Estabelecer um conceito operativo do jornalismo infantojuvenil; 2. Inventariar e caracterizar os dois produtos nacionais de jornalismo infantojuvenil em estudo quanto aos temas, linguagens e processos produtivos; 3. Apresentar e problematizar o modo como o jornalismo infantojuvenil promove os direitos da criança contemporânea; e 4. Verificar as relações de complementaridade entre os produtos jornalísticos analógicos e os digitais para crianças.

Para delinear o percurso empírico, a metodologia aplicada na investigação de Sousa (1997), – segundo suporte do presente estudo –, serviu de inspiração e foco nos dois estudos de caso. Além disso, recorreu-se à triangulação de fontes quantitativas e qualitativas, suportadas pela análise de conteúdo, observação participante e entrevistas. Ao levantar-se a questão relacionada com a homogeneidade entre os conteúdos jornalísticos *offline* e os publicados *online* dos dois objetos de estudo, procedeu-se à descrição das plataformas digitais utilizadas para essa distribuição.

Inicialmente, o período da investigação foi delimitado entre 1 de janeiro de 2022 e 30 dezembro de 2023. Devido a reestruturações internas verificadas em ambos os órgãos de comunicação social, que decorreram, coincidentemente, no fim de 2023, decidiu-se prolongar o estudo até 31 julho de 2024, de modo a registar tais alterações. Desde o arranque do projeto, havia a consciência dos riscos inerentes à escolha de uma temática nova ou pouco estudada em Portugal. Por um lado, encontra-se a dificuldade em encontrar bibliografia consistente e/ou a possibilidade de cessação de atividade de um dos veículos

estudados, sobretudo do setor privado. Por outro lado, entende-se que os trabalhos académicos devem procurar debruçar-se sobre temas inovadores ou tratados de forma original, com relevância científica e social. Assim, manteve-se a temática e, para cada um dos potenciais riscos, foram identificadas medidas preventivas. De facto, no decorrer da investigação, as notícias sobre as dificuldades financeiras da *Visão Júnior* (alargadas ao seu grupo editorial) vieram a confirmar um dos receios iniciais.

Concluídas as etapas metodológicas e recolhida uma diversidade de conhecimentos, o desafio passou a ser a sistematização e a sintetização dos numerosos dados obtidos. Pretendia-se dar respostas às perguntas de investigação, elaborar reflexões e conclusões, validando ou rejeitando as três hipóteses: 1. A produção de informação para as crianças tem qualidade jornalística ao enquadrar-se nos critérios jornalísticos e ser produzida por jornalistas; 2. O jornalismo infantojuvenil não reflete a conceção subjacente de que criança contemporânea é detentora do direito à informação e à participação; 3 Os produtos infantojuvenis não trabalham os canais analógicos e digitais como complementares para o seu público.

O caminho estrutural escolhido para a tese divide-se em quatro capítulos, que abordam os pontos centrais da investigação. Os três primeiros são dedicados a uma revisão bibliográfica sobre as temáticas da construção da infância e da produção da especialização jornalística para crianças e o quarto e último à análise empírica. O primeiro capítulo aborda inicialmente a infância como uma construção ao longo do tempo, no decurso da qual a criança adquire direitos consagrados pela Convenção sobre os Direitos da Criança, não apenas de proteção, mas também de participação e informação. Segue-se a análise do modo como este público acede a essa informação como consumidor mediático, particularmente, de notícias, num cenário reconfigurado ditado pela tecnologia. O segundo capítulo confere ao jornalismo infantojuvenil uma posição central. Inserido na complexidade atual do generalizado, consolida-se como uma especialização para dar resposta a um público mais novo. Partilha os quadros de referência comuns da prática e ética jornalística, mas possui definição, rotinas e discursos específicos. Ficará claro, com base nos referenciais teóricos, que é um desafio produzir para um público que está a “crescer na imprevisibilidade do mundo e sujeito às ondas tecnológicas, e que, ao mesmo tempo que ganha espaço de participação nos *media*, sobretudo no mercado, continua a precisar de proteção da sociedade como um todo” (Ferreira & Doretto, 2024, p. 225).

Devido à escassez de estudos especificamente sobre a produção jornalística infantojuvenil optou-se por não apresentar um capítulo autónomo dedicado ao estado da arte. As referências consideradas relevantes foram integradas ao longo do subcapítulo “Construção do jornalismo infantojuvenil”, onde estão contextualizadas diretamente no desenvolvimento da problemática teórica do estudo, e nos subcapítulos dedicados à caracterização do *Radar XS* e da *Visão Júnior*. O terceiro capítulo finaliza o enquadramento teórico, focando-se na condição do jornalismo infantojuvenil em Portugal e no seu estado comparativo a outros países. A abordagem inclui um enquadramento histórico, bem como um levantamento de projetos e iniciativas atuais nacionais e internacionais. O quarto capítulo introduz o estudo empírico. Após a descrição dos dois estudos de caso, procede-se à análise de conteúdo, observação participante e entrevistas, apresentando os respetivos resultados e síntese final, acompanhados de discussões. Complementarmente, procede-se ao levantamento dos *websites* e das redes sociais de ambos os projetos, com o intuito de aferir se trabalham os canais digitais como complementares para chegarem ao seu público. Na conclusão faz-se uma compilação final dos resultados obtidos através dos procedimentos metodológicos, em articulação com o enquadramento teórico. Esta investigação sustenta cinco ideias centrais a partir das suas descobertas, articulando-se com as perguntas e as hipóteses. Apresentam-se ainda as limitações do estudo, propostas para futuras investigações e pistas de aplicação prática.

A escolha por esta estrutura teórica baseou-se na crença que o jornalismo infantojuvenil não deve ser fechado em si mesmo. Todos estes dados e reflexões evidenciam a pertinência da sua problemática na sociedade atual. Não bastaria simplesmente abordá-lo enquanto especialização, visto que, para o fazer com qualidade, as empresas de comunicação social e os jornalistas devem conhecer a construção da infância, identificar como e onde as crianças consomem notícias, observar o cenário nacional e internacional, refletir sobre o estado do jornalismo e respetivo valor e posicionamento da especialização na contemporaneidade. Tem de se trazer o jornalismo infantojuvenil para perto dos estudos em jornalismo e media. Após a análise destas literaturas académicas é que a discussão metodológica encontra formas mais sólidas de sustentação. É como esta tese de doutoramento constituísse um *puzzle* investigativo em construção. A partir do encaixe de cada uma das peças do índice forma-se, no final, uma figura única consistente. São estas peças encaixadas que, na perspetiva desta investigação, podem trazer novo fôlego ao

jornalismo infantojuvenil em Portugal, considerando-se como um *puzzle* estratégico para a construção da infância através dos seus discursos especializados.

Do ponto de vista científico, pretende-se preencher uma lacuna dos estudos sobre esta temática, contribuindo para uma reflexão sobre o reconhecimento do seu valor e das suas possibilidades. Além disso, o conhecimento gerado pode ter aplicações práticas na sociedade civil, com vista à resolução de problemas específicos, nomeadamente no aumento da oferta de meios noticiosos infantis e na consolidação dos já existentes.

Antes de iniciar a investigação, deixam-se algumas notas de leitura. Ao longo do texto, procede-se uma sucessiva remissão para outros pontos da tese, de modo a evidenciar e relacionar os tópicos estudados. Também é recorrente a indicação de casos práticos para ilustrar a fundamentação teórica sobre jornalismo para crianças, os direitos, a oferta noticiosa nacional e internacional, a literacia para as notícias e outros tópicos pertinentes. Considera-se igualmente importante demonstrar estas implicações práticas na sociedade e, por isso, inserem-se várias notas de rodapé que comprovam a sua efetiva atividade, bem como permitem o acesso direto aos leitores interessados em explorar os conteúdos. Além disso, estes exemplos comprovam o potencial do jornalismo infantojuvenil como canal para dialogar com as crianças. Justifica-se, como última nota, a extensão desta investigação. Dada a escassez de estudos sobre esta prática, esta tese procurou relacionar e registar diversas dimensões teóricas fundamentais para a construção e compreensão global do *puzzle* investigativo, de modo a consolidar a presente, bem como preparar caminho para as futuras. Além disso, exploram-se dois estudos de caso, com características distintas, e uma metodologia tripartida (análise conteúdo, observação e entrevista), o que resultou em muitos dados para análise e reflexão.

Para finalizar, assinala-se que durante a pesquisa, a investigadora publicou estudos científicos, participou em encontros científicos, conversou com especialistas, colaborou na criação de um coletivo de comunicadores brasileiros, adquiriu formações especializadas e ministrou formação. Sempre no campo do jornalismo infantojuvenil. O resultado desta tese não representa apenas horas de pesquisa e escrita solitárias, mas sim um esforço contínuo de partilha e construção de conhecimento (Apêndice A).

A 15 de julho de 1984, com 8 anos, assinava mais uma participação no espaço infantil d' *O Cantinho do Nicolau*, d' *O Comércio do Porto*. Quarenta anos depois, assino um trabalho de investigação dedicado ao jornalismo para crianças.

Capítulo I: O *puzzle* da infância

Este capítulo propõe uma análise da infância enquanto categoria histórica, social e culturalmente construída. Partindo da premissa de que a criança é um sujeito ativo, detentor de direitos – contrapondo-se à visão reducionista adultocêntrica –, amplia-se a reflexão para a sua intervenção no âmbito do consumo dos *media* e de notícias. Estas peças, tal como num brinquedo de encaixe, articulam-se entre si nas práticas e nos discursos sociais que conferem sentido à infância – ou infâncias, uma vez que se entende que as crianças têm diversas vivências em contextos desiguais.

1.1. Peças da construção da infância

Cada vez existem menos crianças em Portugal. De acordo com #ConhecerAsCrianças (UNICEF, 2020), um retrato estatístico das crianças em Portugal, contabilizaram-se aproximadamente 1,7 milhões de indivíduos abaixo dos 18 anos em Portugal, em 2019. Este valor representa 19% face à totalidade da população. Desde 1980, Portugal perdeu mais de 40% deste grupo etário, segundo o mesmo relatório. Para Sarmento e Pinto (1997, p. 11) “as crianças são tanto mais consideradas, quanto mais diminui o seu peso no conjunto da população” e isso pode justificar a crescente produção científica, ao longo da última década, para além dos domínios da medicina, psicologia e pedagogia (Qvortrup, 2010; Sarmento & Pinto, 1997; Silveira, 2015).

Estes dados no arranque da leitura chamam a atenção para a diminuição do número de crianças em Portugal. Longe de significar a sua irrelevância, reforça a necessidade de as valorizar e trazê-las para a sociedade como protagonistas e produtoras de significados. Como tal, a infância deve ser pensada não apenas como uma fase biológica, mas antes como uma construção social que varia conforme o tempo e o espaço. James, Jenks e Prout (1998) defendem essa perspetiva relacional e contextual, enquanto Qvortrup (2010)

entende a infância como uma categoria estrutural que tem identidade própria. Estas duas visões devem ser consideradas para a compreensão da evolução histórica das concepções.

A edição de *História social da criança e da infância*, datada de 1973, de Philippe Ariès (1986), apresentou, pela primeira vez, a infância numa perspetiva de construção histórica. O autor francês defendeu que este período da vida era um fenómeno da modernidade e analisou a concepção do “sentimento de infância”, interpretando-o como um conjunto de compreensões, sensações dos adultos em relação a elas. Na Idade Média, explica o autor, a infância não existia como é compreendida atualmente. As crianças eram consideradas como pequenos adultos, a quem cabiam responsabilidades de comportamentos maduros desde muito cedo. Apesar de controversa busca por uma origem absoluta para a infância, Ariès (1986) abriu debate sobre a evolução histórica e inspirou investigações posteriores, sobretudo no domínio da sociologia da infância, que constitui o foco desta reflexão. A sua representação social ao longo da história demonstra que fatores como o contexto familiar, classe social, género, étnica e grupo etário são determinantes para a construção da infância, que, por sua vez, está também sujeita às mudanças sociais, políticas e económicas (Ponte, 2005).

A palavra “infância” vem do francês *enfant*, que significava “aquele que não tem voz”, uma origem que carrega implicações simbólicas relevantes. Em cada etapa histórica, em uma sociedade específica, a infância foi sendo modelada e construída pelos valores e normas sociais, não podendo, por isso, ser reduzida à luz da imaturidade biológica.

De acordo com Ariès (1986), entre os séculos XVII e XVIII, a infância foi sendo construída, em resultado de uma nova organização social, ideologia burguesa e valorização da escolarização (não generalizada à população infantil). A família é tida como uma instituição e as crianças, apesar de estarem separadas do “mundo dos adultos” – com novo vestuário, brinquedos e livros infantis –, desenvolviam-se dentro dos padrões dos mais velhos. Para o historiador francês (1986), este novo “sentimento da infância” ditava que as crianças de classes abastadas deveriam ser paparicadas, cuidadas e protegidas das adversidades, por serem ingénuas, imaturas e incapazes. A escola passa a ser determinante para a nova compreensão da infância, mais controlada. Era um espaço exclusivo, voltado para a aprendizagem e formação moral, e considerado um período para a preparação para a vida.

Esta educação disciplinada foi contestada por Rousseau (1995), por considerar que prejudicava a essência livre da criança. Esta não era um pequeno adulto, mas sim um ser em formação, com características e necessidades próprias – esta ideia vem, aliás, a influenciar a pedagogia moderna. O filósofo suíço, na sua obra *Émilie ou da Educação, datada de 1762*, revela ter uma visão idealizada da infância ao representá-la como um estado de inocência, que deveria ser protegida das corrupções da sociedade adulta (Ponte, 2012). A ideia romântica da infância de Rousseau é corrompida pela Revolução Industrial. As crianças passaram a trabalhar nas fábricas e a viver em situações degradantes. Contudo, este cenário acabou por gerar uma ampliação do debate público sobre a situação das crianças e, em resultado, reforça-se novamente a ideia de que elas têm de ser protegidas e educadas com a implementação de medidas de proteção infantil. Começa-se a reconfigurar um sentimento moderno da infância, que se prolonga pelo século XIX.

Já no século XX, as teorias de desenvolvimento infantil ganham forma para uma melhor compreensão da infância. Neste campo, destacam-se os estágios de desenvolvimento cognitivo de Jean Piaget (Piaget & Inhelder, 2002) e a teoria histórico-cultural de Lev Vygotsky (2007). Ambos seguem um modelo construtivista, o qual defende que a criança é um agente ativo e aprendiz no seu próprio desenvolvimento. Contudo, seguem perspetivas diferentes na visão da infância: o primeiro valoriza o processo mental e o individual de uma infância esquematizada, enquanto o segundo privilegia o sociocultural e a interação. Apesar destas duas linhas não dialogarem entre si, ambas trazem distintos olhares à construção da infância: o da cognição e o da social. Como tal, a linguagem na infância é entendida em diferentes dimensões:

Se em Piaget a linguagem é indicadora do pensamento de um sujeito cognitivo, a dimensão dada por Vygotsky à linguagem abre a porta para toda uma produção cultural, artística e simbólica de um sujeito que é criador de sentido, inserido numa história que é viva (Souza & Kramer, 1991, p. 76).

Cada um dos estágios de desenvolvimento cognitivo de Piaget (Piaget & Inhelder, 2002) corresponde uma etapa de crescimento a cada idade biológica. O recém-nascido e bebé (0-2 anos) situa-se no primeiro estágio da inteligência sensório-motora. O pensamento pré-operatório da criança (2-7 anos) é seguido pelo estágio das operações concretas (7-11 anos) até ao nível do operatório formal, a do raciocínio abstrato (a partir dos 12 anos). Esta teoria, apesar da sua relevância reconhecida, foi criticada por Corsaro (2011), não

por Piaget ter retratado uma criança ativa, mas por ser de certa forma solitária, ao não considerar o gênero, espaço, tempo e contexto social. Sarmento (2013, p. 18) também destaca que “a criança é, certamente, um ser em desenvolvimento, mas é errado assumir que é, por excelência, o ser em desenvolvimento”, pois este processo não poderá ser reduzido a uma mera etapa da vida.

Vygotsky (2007) confere importância ao contexto social para a psicologia do desenvolvimento, às relações sociais e à cultura no processo de aprendizagem. Isto porque a criança ao assimilar os significados destas relações também desenvolve uma consciência crítica sobre elas. Na sua obra *A formação social da mente: O desenvolvimento dos processos psicológicos superiores*, de 1978, o psicólogo bielorusso explica que a estrutura de cognição da criança é influenciada pela interação social e pelo apoio de figuras mais experientes. Esta é a chamada “zona de desenvolvimento proximal”:

a distância entre o nível de desenvolvimento real, que se costuma determinar através da solução independente de problemas, e o nível de desenvolvimento potencial, determinado através da solução de problemas sob a orientação de um adulto ou em colaboração com companheiros mais capazes (Vygotsky, 2007, p. 97).

Dá-se nota que a presente investigação posiciona-se na linha vigotskiana, pela sua complexidade ao entender a criança como um sujeito social e histórico. O que a sociologia da infância vem propor é precisamente esta visão de construção social, cimentada nas interações entre crianças e adultos, bem como nas relações entre pares infantis, com ênfase, porém, na construção de cultura pelas próprias crianças, o que não aparece na teoria vigotskiana (Prestes, 2013).

A partir deste enquadramento, consideram-se nucleares para esta investigação os trabalhos de Jenks & Prout (1998), Corsaro (2011), Qvortrup (2010) e Sarmento (2003, 2005a, 2005b, 2007, 2011, 2013). A perspectiva apresentada pelo conjunto destes autores valoriza as ações das crianças, as suas culturas e os significados que constroem sobre o mundo presente enquanto sujeitos infantis e não como uma transição para a vida adulta. Embora esta abordagem desafie a visão adultocêntrica e verticalizada da socialização, reconhece que as vidas infantis continuam a ser muito determinadas e reguladas pelos adultos. No sentido mais comum, até o próprio “processo identitário não é construído diretamente pelas mesmas” (Marôpo, 2013, p. 14), o que significa que as crianças têm de

se apropriar da identidade como grupo social na interação com o mundo, mas contam com os adultos para a sua construção.

Qvortrup (2010, p. 634), um dos principais teóricos da nova sociologia da infância, propõe que esta deve ser entendida enquanto “categoria estrutural” independente e permanente, como um sistema estável na organização social. Ao ser uma categoria geracional contemporânea, definida pela partilha de certos atributos, diferente, distingue-se das outras, como a idade adulta e a velhice. O autor distingue dois traços principais dessa estrutura: a dependência das crianças dentro da organização geracional e o papel da escola como um local produtivo de trabalho. Esta noção coexiste com a da infância como período temporário vivido por sujeitos concretos. Como destaca Qvortrup (2010, p. 637), “quando essa criança crescer e se tornar um adulto, a sua infância terá chegado ao fim, mas enquanto categoria a infância não desaparece, ao contrário, continua a existir para receber novas gerações de crianças”. Dado que esta está sujeita à transição de um período histórico para outro, é mais apropriado falar em infâncias (Dornelles, 2005; Qvortrup, 2010, 2014; Sarmento, 2007), cuja conceção muda entre sociedades e contextos socioeconómicos. Do mesmo modo, fala-se em infâncias entre diferentes crianças de um mesmo tempo, como experiência que não é universal e varia entre sociedades, culturas e comunidades, “pode variar no interior da fratria de uma mesma família e varia de acordo com a estratificação social” (Sarmento & Pinto, 1997, p. 17).

Esta perspetiva desafia a visão tradicional da infância, que a considerava uma fase de preparação para a vida adulta. A partir de então, a criança passa a ser reconhecida como também apta para contribuir para a sociedade. No entanto, não deixam de ser apontados paradoxos sobre a condição da infância contemporânea na Europa Ocidental (Qvortrup, 1995; Sarmento & Pinto, 1997). Como sumariza Qvortrup (1995, p. 9):

Os adultos dizem gostar de crianças, mas têm cada vez menos filhos. Os adultos pensam que é bom passar tempo com as crianças, mas os adultos e as crianças vivem vidas cada vez mais separadas. A espontaneidade das crianças é qualquer coisa de elogiado, mas as suas vidas são cada vez mais organizadas e tuteladas. As escolas detêm um papel crucial nas sociedades, mas não se reconhece como válida a contribuição das crianças para a produção de conhecimento. As crianças devem aprender o significado da liberdade e da democracia, mas são cada vez mais controladas e disciplinadas. As sociedades são tendencialmente mais

prósperas, mas o número de problemas relativos a crianças, nomeadamente em matérias de pobreza e exclusão social, não para de aumentar.

São inquietações que marcam a construção a infância contemporânea e que passam, como apontado por Lee (2005), pela rejeição da binariedade criança-adulto e da representação reducionista do desenvolvimento delas: as crianças são *human becomings* (mutáveis, inacabados, dependentes) e os adultos são *human beings* (estáveis, completos, independentes e autocontrolados). Este cenário dialoga com Sarmento (2005a, para. 15) ao defender a criança deve ser valorizada no presente e não como um ser “em trânsito para um outro” ou como um adulto “em construção” ou “futuros adultos” (Harden et al., 2000, para. 3). Para Lee (2005) esta divisão chega a ser questionável no tempo atual, marcado por incertezas familiares e profissionais. A própria noção de adulto-padrão torna-se passível de crítica, uma vez que “a mudança e a incompletude entraram na idade adulta como princípios de vida” (Lee, 2005, p. 8). O autor acrescenta ainda que “as implicações desta desestabilização da idade adulta são de importância vital para a compreensão das relações contemporâneas de autoridade e poder entre adultos e crianças” (Lee, 2005, p. 8). Apresenta-se, portanto, uma construção social da infância contemporânea com uma abordagem mais crítica e inovadora, que ajuda a compreender e valorizar as várias experiências das crianças. Este cenário desafia as noções tradicionais e abre caminho para novas formas de compreender o contributo e a participação da infância na sociedade. Contudo, há ainda a considerar que, embora a infância vivida não se encaixe na visão idealizada de infância de Rousseau, não se pode ignorar que algumas crianças vivem marcadas pela vulnerabilidade social (Sarmento, 2005b).

Para Corsaro (2011), a socialização infantil ocorre através da co-produção. As crianças não se limitam a adaptar-se e a aprender, mas participam nas rotinas do seu contexto social, apropriando-se e reinterpretando criativamente os seus elementos (como o *role-play*). Isto resulta em contributos próprios de mudança cultural. É o processo criativo que Corsaro (2011) define como “reprodução interpretativa”, cujo foco é a participação das crianças na produção e reprodução cultural, mais do que no processo de internalização de habilidades e conhecimentos captadas através dos adultos. Este processo centra-se na noção de “criança tribal” (Almeida, 2016, p. 49), referente às comunidades onde elas estão inseridas como membros, como o familiar, religioso, educativo, comunitário e ocupacional, e nos quais produzem culturas entre si e com os adultos. A produção de culturas de pares é tão importante quanto a interação com os adultos (Corsaro, 2011).

Este é um ponto divergente de Vygotsky (2007) ao não abordar a construção de uma cultura própria das crianças, tal como faz a sociologia da infância (Prestes, 2013).

Sarmiento (2013), no seu artigo *A sociologia da infância e a sociedade contemporânea: Desafios conceptuais e praxeológicos*, defende a “agência da criança”, ou seja, como agentes ativos na sociedade, com direitos próprios e voz autónoma. É a partir desta dinâmica que se entendem as “culturas da infância”, definidas como a “capacidade das crianças em construir de forma sistematizada modos de significação do mundo e de ação intencional, que são distintos dos modos adultos de significação” (Sarmiento, 2003, p. 54). Estas culturas cruzam-se com as culturas sociais estabelecidas nas relações de classe, género e etnia, bem como nas relações intergeracionais e intrageracionais. Para Sarmiento (2003, p. 62) estas culturas sociais estruturam-se em quatro eixos: a interatividade, referindo-se à cultura de pares, que permite a partilha de atividades, rotinas, valores e preocupações entre crianças; a ludicidade, na qual o brincar, embora não exclusivamente delas, é realizado de modo contínuo e sério; o “fazer de conta”, que representa a fantasia do real, “em que o que é verdadeiro e o que é imaginário se confundem estrategicamente para que a brincadeira valha mesmo a pena”; e, por último, a reiteração, entendida como o tempo recursivo das crianças, de modo sincrónico através da recriação permanente das atividades e diacrónico, entre as mais velhas e as mais novas.

Neste contexto, a própria socialização das crianças altera-se quando se reconhece a infância como uma realidade socialmente construída, passando a ser uma dinâmica de aprendizagens simultâneas tanto do adulto como do mais novo. De acordo com Sirota (2001, p. 14), a emergência atual da sociologia da infância pode ser simbolizada mediante a noção de “ofício de criança”, tomando-a a sério “reservando-lhe o lugar de um objeto sociológico em sentido pleno”. A autora (2001) também explora este ofício numa tentativa de reduzir as crianças às instituições, mas antes valorizar o que fazem de si mesmas, nomeadamente através do brincar, como atividade lúdica, imaginativa e livre, ainda que com alguma inspiração dos mais adultos. No entanto, ao serem associadas sobretudo à família e à escola, há uma identificação primária de “ofício de aluno” (Perrenoud, 1994; Sarmiento, 2011), o que pode limitar a amplitude dos estudos sobre as infâncias. Neste contexto, Marchi (2010, p. 185) apresenta a “necessidade de desescolarizar” a abordagem da criança para ser estudada por mérito próprio, sem ser reduzida às instituições e à família, “que têm sido os únicos socialmente habilitados – ao lado dos próprios analistas – para falar sobre e em nome das crianças e da infância” (p.

188). Por “ofício de aluno”³ entende-se um trabalho rotineiro, permanente e obrigatório, realizado sob a supervisão de adultos e apropriado pelas crianças sob influência da família, da turma e dos professores (Perrenoud, 1994; Sirota, 2001). Contudo, Sarmento (2000) alerta que a aprendizagem das “regras do jogo escolar” pode revelar-se penosa, dado que as crianças são induzidas ao “ofício de aluno”. Compreende-se, portanto, que nem sempre o desempenho dos ofícios próprios da infância seja tarefa simples ou isenta de esforço pelas crianças. Trata-se, portanto, de investir os mais novos em alcançar sucesso, podendo nem ser da escolha nem do interesse dos próprios. Além disso, é um processo de aprendizagem baseado no louvor e na crítica, em função do seu desempenho (Sarmento, 2000).

Após esta exposição, entende-se que este estudo corrobora com a visão de que a infância deve a sua diferença à presença de características que a distingue dos adultos. Apesar de se reconhecerem as distinções derivadas das classes sociais, gênero, espaço geográfico, origem e etnia, acredita-se que todas as crianças do mundo tenham algo em comum (Sarmento, 2005, p. 25), como necessidades e direitos, como é abordado adiante. Deste modo, contrapõe-se a visão reducionista adultocêntrica, que concebe a criança em sentido único e passivo da aquisição de competências, que é educada, aprende, internaliza e reproduz o que lhe é transmitido pelo adulto, pelo sujeito ativo que é detentor do saber. Nesta perspectiva também se inclui o jornalismo infantojuvenil como ferramenta e espaço que deve dialogar com as vozes e vivências das infâncias.

1.1.1. Concepções etárias e sociais

No sentido de situar, em particular, a faixa etária representada nos dois estudos de caso⁴, vão ser registados os aspetos que podem contribuir com mais reflexões para esta investigação. Como referido anteriormente, a infância não pode ser pensada apenas como uma fase biológica, mas uma construção social que varia conforme o tempo e o espaço. Contudo, em âmbitos como o jurídico, estatístico, educacional e cognitivo, a idade é um indicador para quantificar e analisar grupos populacionais, incluindo as crianças.

³ Sarmento (2011, p. 594), no seu artigo “A reinvenção do ofício de criança e de aluno” apresenta uma nova dimensão no ofício de aluno, o *e-ofício*, “o desempenho, pelas crianças, das suas atividades de aprendizagem enquanto utilizadores ativos das tecnologias de informação e comunicação”.

⁴ O *Radar XS* é um noticiário de televisão para crianças dos 8 aos 12 anos e a *Visão Júnior* uma revista impressa dos 7 aos 14 anos.

Tal como não se encontra consenso quanto às concepções de infância, também não existe somente uma delimitação para o ser criança, quando se deixa de o ser e até mesmo o início etário (Sarmiento & Pinto, 1997). Pode ser apontado como exemplo o psicólogo norte-americano John Santrock (2016), para quem o período de desenvolvimento pré-natal, que vai desde a concepção ao nascimento, deveria ser adicionado.

A Convenção sobre os Direitos da Criança⁵ (UNICEF, 1989), aprovada pela ONU, de modo a garantir uma proteção mais transversal, optou por abranger um amplo grupo etário. No Artigo 1.º define-se como criança todo o indivíduo com menos de 18 anos, salvo se, nos termos da lei, atingir a maioridade mais cedo. Em Portugal, a infância é também extensível até aos 18 anos, em termos legais. Apenas depois é permitido ao indivíduo adquirir a plenitude dos direitos cívicos, como o de voto. A escolaridade obrigatória vai até aos 18 anos ou ao fim do ensino secundário (Lei de Bases do Sistema Educativo n.º 85/2009). A contratação laboral pode ser feita a partir dos 16 anos (Código do Trabalho, Lei n.º 7/2009, Artigo 68.º). Os 16 anos são também sinalizados para questões de perfilhação, emancipação, liberdade religiosa e imputabilidade penal. Isto apesar do quadro jurídico português distinguir entre atos praticados antes e depois dos 12 anos Código Civil, (Decreto-Lei n.º 47344). Mediante este panorama legislativo, Cruz e Costa (2024) questionam a adequação das normas vigentes no âmbito digital. O Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados, no Artigo 16.º, Consentimento de menores (Lei n.º 58/2019), prevê que uma criança, a partir dos 13 anos, pode consentir no tratamento dos seus dados pessoais para acesso a serviços da sociedade da informação.

Pode ser encontrada, neste contexto, uma negatividade constituinte da infância do ponto de vista jurídico e linguístico. O termo “menor” é frequentemente associado a esta fase da vida, sinalizado pelo prefixo da negação (como inimputáveis e incompetentes) e pelas interdições sociais (não votar, não ser eleitos, não casar, não trabalhar, não conduzir, etc.), ainda que estas restrições sejam de proteção. Trata-se de “um efeito simbólico de conceptualização e representação sócio-jurídica da infância pela determinação dos factores de exclusão e não, prioritariamente, pelas características distintivas ou por efectivos direitos participativos” (Sarmiento, 2005, p. 368).

Sabe-se que qualquer limite cronológico para definir as crianças dificilmente consegue traduzir na íntegra as dimensões biológicas, físicas, cognitivas e sociais associadas a estas

⁵ A Convenção sobre os Direitos da Criança é objeto de reflexão em “Criança como sujeito de direitos de participação e informação”.

fases do desenvolvimento. No entanto, a fim de atender ao público dos dois objetos de estudo, também se faz uma análise à estrutura etária compreendida entre os 7 e os 12 anos⁶. Neste contexto são sinalizadas linhas de pensamento de autores de referência para o período em questão, consideradas relevantes para os propósitos da investigação.

Como antecipado, tanto Piaget como Vygotsky (Souza & Kramer, 1991) concebem a criança como um ser ativo em construção, divergindo, porém, no modo desse mesmo desenvolvimento: o primeiro foca na maturação biológica e o segundo destaca o ambiente social. Assim sendo, ambos privilegiam ideias distintas para crianças dos 7 aos 12 anos.

Segundo Piaget (Piaget & Inhelder, 2002), as crianças nesta faixa etária encontram-se no estágio das operações concretas. É um momento caracterizado pela expansão do pensamento lógico, o que significa que começam a entender o ponto de vista dos outros, a importar-se com o que os outros pensam e sentem curiosidade em obter respostas – os “porquê” e “como” (Piaget & Inhelder, 2002). As crianças ainda desenvolvem capacidades para resolver problemas de forma estruturada e para se exprimirem de modo criativo. Para o psicólogo suíço (Piaget & Inhelder, 2002), estes são traços essenciais, uma vez que o principal objetivo da educação é tornar os indivíduos capazes de fazer coisas novas e não repetir aquilo que outras gerações já fizeram. Mediante o exposto, “entendo da teoria do desenvolvimento cognitivo é que crianças de 7 aos 11 anos exibem algumas características que lhes permitiriam entender alguns conceitos de alfabetização jornalística” (Campos, 2018, p. 63).

Vygotsky (2007) traz outras interpretações que exploram outras habilidades das crianças dentro desta faixa etária, especialmente a linguagem. A curiosidade e a exploração são determinantes na aquisição de conhecimento e na autonomia intelectual. A entrada na escola e o estabelecimento de novos contactos com professores e pares demonstra a importância do contacto social nesta fase. Para este psicólogo, apesar do professor não estar no centro do processo educativo – um outro ponto comum com Piaget –, neste período, os adultos podem ser facilitadores importantes na transmissão de saberes e competências. Neste contexto, “o aprendizado escolar produz algo novo no desenvolvimento infantil” (Souza & Kramer, 1991, p. 78), que também passa pelo papel

⁶ Apesar da *Visão Júnior* ser destinada a leitores até aos 14 anos e de se considerar que as idades não são balizas de desenvolvimento, compreende-se, a partir dos autores mencionados, que por volta dos 12 anos as crianças entram numa outra etapa da vida. A delimitação dos 7 aos 12 nesta investigação permite uma abordagem mais homogênea em termos de desenvolvimento e delimita as crianças ao ensino do primeiro e segundo ciclos de escolaridade.

da imitação. Pode associar-se, desde já, este cenário à educação para os *media* jornalísticos, em que os pais e os professores podem servir de exemplo aos mais pequenos no consumo de notícias, abordada mais adiante.

Erikson (1976) partilha com Vygotsky (2007) a importância do ambiente social e emocional. Contudo, em vez de encarar o desenvolvimento como contínuo, dividiu-o por estágios, mas sempre em relação aos contextos sociais. Na sua teoria do desenvolvimento psicossocial, o estágio quatro⁷, correspondente às idades entre os 6 e os 12 anos, é crucial para o desenvolvimento da competência, da criatividade e do senso de indústria, ou seja, a criança “pode-se tornar uma unidade viva e integrada de uma situação produtiva” (Erikson, 1976, p. 238). Ela começa a sentir orgulho das suas realizações em tarefas escolares e sociais e desenvolver uma visão positiva de si mesma. No entanto, em caso de não atingir essas aspirações, “o perigo para a criança nessa etapa reside em um sentimento de inadequação e inferioridade” (Erikson, 1976, p. 239). É neste momento que a sociedade assume um papel crucial na promoção da participação infantil em diferentes contextos, inclusive nos discursos jornalísticos destinados a este público. Para o autor, esta etapa é socialmente decisiva, uma vez que precede a crise de identidade que caracteriza a adolescência, entre os 12 e os 18 anos.

Corsaro (2011), atuando no campo da sociologia da infância, como explanado atrás, foca as suas pesquisas na cultura das crianças e como elas reinterpretam o mundo através das relações entre pares e os adultos. Para o pesquisador norte-americano (2011), a cultura de pares entre os pré-adolescentes, que geralmente é “definida como o período dos 7 aos 13 anos de idade”, é marcada pela amizade e lealdade, pela construção da identidade social enquanto grupo e pela resistência às normas adultas. O autor ainda sublinha um aspeto que vale a pena ressaltar ao afirmar que é nesta altura que as crianças revelam maior reflexão “sobre os sentidos de seus mundos em mudança e de avaliá-los durante as conversas umas com as outras e com os adultos” (Corsaro, 2011, p. 249).

Ao contrário dos nomes anteriores, Santrock (2016) não criou nenhuma teoria, mas a partir das principais sobre o desenvolvimento apresentou um processo sequencial da vida em oito níveis⁸, da infância à velhice. Para o autor, o período da infância é uma das mais

⁷ De acordo com Erikson (1976), o desenvolvimento processa-se em oito estágios, desde a infância à velhice, cada um dos quais corresponde a uma etapa psicossocial e uma determinada tarefa colocada ao sujeito ao longo da vida.

⁸ Os níveis de desenvolvimento propostos por Santrock (2016) são: pré-natal (concepção ao nascimento), infância (nascimento aos 2 anos), primeira infância (2 a 5 anos), infância intermediária e tardia (6 aos

críticas e dinâmicas e, por isso, os fatores biológicos, cognitivo, emocionais e sociais devem ser vistos como um todo integrador. A infância intermédia e tarde, dos 6 aos 12 anos, é o quarto nível da sua teoria de desenvolvimento. A entrada para a escola torna-se marcante para o fortalecimento de habilidades cognitivas e estabelecimento de relações sociais entre pares e professores. Segundo o psicólogo norte-americano, nesta faixa etária “a criança domina as competências fundamentais da leitura, da escrita e da aritmética e é formalmente exposta ao mundo e à sua cultura. A realização torna-se um tema central do desenvolvimento da criança e o auto-controlo aumenta” (Santrock, 2016, p. 15).

Esta investigação enquadra-se na perspetiva de que a faixa etária dos 7 e os 12, conhecida por “pré-adolescência”, “segunda infância”, “infância intermédia” ou *teens*⁹ (Ponte, 2012; Tomaz, 2014), é um período da vida que, embora não se possa circunscrever, de modo rígido, a estas balizas cronológicas, tem especificidades que a marcam. Por esta altura, a criança evidencia uma maior percepção do mundo à sua volta, em resultado do início da escolarização, da dinâmica de conhecimento, bem como do envolvimento com professores e pares. Já não se trata da criança apapricada descrita por Ariès (1986) nem a adolescente em processo de juvenilização. Em comparação, com a fase inicial da infância e com a que a sucede, compreende-se, a partir do que foi exposto, que esta fase intermédia é de relativa estabilidade e talvez isso justifique ser menos estudada. Perante este cenário, optou-se por designar em português, para esta investigação, como “idades sanduiche” e “faixa etária sanduiche”¹⁰. Desde já evidencia-se um paradoxo. Como se verá posteriormente, são precisamente as crianças com estas idades que despertam interesse do jornalismo infantojuvenil. Esta prática especializada reconhece, que embora seja uma faixa etária intermédia, não deve ser negligenciada, até porque “consomem ‘feito gente grande’ e abastecem os adultos de conhecimento tecnológico” (Tomáz, 2014, p. 1).

11/12 anos), adolescência (10/13-19 anos), adultez inicial (20-30 anos), adultez intermédia (35-40 a 55-65 anos) e adultez tardia (60-70 anos em diante).

⁹ O termo *tween* surge para posicionar no mercado uma camada jovem intermediária com idades entre 9 e 15 anos (Tomaz, 2014).

¹⁰ É uma analogia ao termo “irmão sanduiche” ou “filho sanduiche”, utilizado para descrever a posição do filho do meio. Surge também o conceito de “geração sanduiche”, introduzido por Miller, em 1981, que se refere os adultos, geralmente de meia-idade, que se encontram “espremidos” entre cuidar dos seus pais idosos e dos seus próprios. Ler *The sandwich's generation: adult children of the aging*, de Dorothy A. Miller (1981) e *The Sandwich Generation*, de Michel Zap (1992).

1.2. Criança com direito à participação e informação

Os direitos da criança são argumentados no reconhecimento internacional de que são sujeitos merecedores de proteção, providência e participação, devido à condição especial de desenvolvimento e crescimento. Os seus direitos humanos são uma questão indiscutível. O que parece estar em causa é a manifestação de se estabelecer e defender esses direitos, ou seja, o alcance e o modo de os exercer, cujo processo evolutivo não tem sido como desejável.

O primeiro sinal no avanço na autonomia das crianças deu-se em 1924, com a Declaração de Genebra sobre os Direitos da Criança, avançado pela Save the Children e adotada pela Sociedade das Nações (Ponte, 2012). Apesar desta declaração reconhecer a necessidade de proteção especial para os mais novos, apenas se limitava a interpretação assistencialista. De seguida, a Declaração Universal dos Direitos da Criança procurou, em 1959, superar as lacunas da anterior ao tomar medidas mais precisas nos direitos das crianças (Ponte, 2012) e ao enquadrar-se na Declaração Universal dos Direitos Humanos, aprovada pelas Nações Unidas, em 1948.

Como foi abordado anteriormente, a infância tem vindo a ser determinada pela evolução dos tempos e a “a globalização trouxe novas oportunidades para as crianças, que passam a ter acesso a novas opções culturais e mediáticas que trazem consequências diretas para as suas vidas” (Silveira, 2015, p. 15). A implementação da Convenção sobre os Direitos da Criança, aprovada pela Assembleia Geral das Nações Unidas, a 20 de novembro de 1989, surge nesse sentido de atualidade. Foi um caminho de mais de 60 anos até se estabelecer um compromisso internacional com as crianças, em que esta passa a ser um sujeito de direitos, ou seja, não é mais um ser passivo, que precisa somente de assistência e proteção, mas um que integra a construção da sociedade (Silveira, 2015). Ratificado por quase todos os Estados do mundo – à exceção dos Estados Unidos –, este tratado internacional “tornou-se rapidamente e amplamente ratificado, resultando de um processo colaborativo e de debate sobre os direitos e a composição dos artigos, no qual intervieram 80 países” (Silveira, 2015, p. 15).

A Convenção assenta em quatro pilares que se relacionam com todos os outros direitos das crianças: a não discriminação (Preâmbulo e Artigo 2.º), o interesse superior da criança (Artigo 3.º), a sobrevivência e o desenvolvimento (Artigo 6.º) e a opinião da criança (Artigo 12.º) (UNICEF, 1989; Marôpo, 2013, p. 17). Buckingham (2007) divide os direitos convencionados em três categorias. As duas primeiras estão relacionadas com a proteção

(contra discriminação sexual, exploração comercial e violência) e a provisão (acesso à educação e saúde); e a terceira a da participação (expressão de opinião, liberdade de expressão, de pensamento, de associação e direito à privacidade). É esta última categoria que confere um caráter inovador ao tratado, a qual, de acordo com Marôpo (2013, p. 21), oferece direitos “que afirmam a identidade da cidadania infantil”, embora seja um processo flexível, uma vez que as crianças não podem exercer a totalidade das “tarefas”, por exemplo, o direito de voto. A introdução dos direitos à participação na legislação e no debate público chamou atenção para que as crianças fossem vistas como membros da sociedade com certo grau de determinação, com direito de expressarem as suas opiniões e pontos de vista sobre todas as questões que as envolvam.

A criança enquanto ser humano passa a ser titular de direitos fundamentais, procurando-se o seu bem-estar e a valorização da sua voz sobre questões que a todos os cidadãos dizem respeito. A sua capacidade – adequada à faixa etária e ao grau de desenvolvimento – é, então, considerada para contribuir para o seu próprio desenvolvimento e o das suas comunidades (Marôpo & Jorge, 2009; Sarmiento, 2003), independentemente de raça, género ou estatuto social. Ser “agentes de sua própria vida” (Marôpo, 2013, p. 17) tornou-se uma conquista significativa, pois, ao reconhecer as crianças como sujeito de direitos, está-se a promover uma visão equitativa da infância. As suas necessidades e vozes são (ou deviam) ser ouvidas, afastando-se da representação de um grupo “minoritário” ou “marginalizado” (Marôpo, 2013). No entanto, não foi fácil a aceitação da Convenção, desde logo porque “os direitos das crianças põem em causa os direitos dos adultos (especialmente dos pais), o seu poder e a relação de autoridade que mantêm com as crianças” (Marôpo, 2013, p. 18). Alguns países levantaram questões políticas e desacordos em relação a matérias como a religião, a incorporação no serviço militar, os direitos de participação, entre outras (Marôpo, 2013). Esta questão prende-se com o facto de a Convenção apresentar uma visão ocidental da infância e, portanto, os direitos não serem universais, mas culturalmente específicos. Ainda uma outra reação diz respeito às idades que tornam as crianças aptas para exercer determinados direitos de participação, desconsiderando o processo gradual de competências em diferentes idades, como foi referenciado nesta investigação no subcapítulo anterior sobre a construção da infância. Por último, encontraram-se dúvidas quanto às pressões económicas que impedem o investimento prioritário na infância.

A Convenção sobre os Direitos da Criança inclui 54 artigos (UNICEF, 1989). Para este estudo, interessa particularizar os direitos com implicações no jornalismo e nas crianças: o direito de formular a sua opinião (Artigo 12.º), o direito à liberdade de expressão (Artigo 13.º), o direito ao acesso à informação apropriada (Artigo 17.º) e o direito à participação em atividades lúdicas e culturais (Artigo 31.º). De acordo com o que é legitimado por esta Convenção, as crianças têm o direito de: “Expressar livremente a sua opinião sobre as questões que lhe respeitem, sendo devidamente tomadas em consideração as opiniões da criança, de acordo com a sua idade e maturidade” (Artigo 12.º) e a “liberdade de procurar, receber e expandir informações e ideias de toda a espécie, sem considerações de fronteiras, sob forma oral, escrita, impressa ou artística ou por qualquer outro meio à escolha da criança” (Artigo 13.º) (UNICEF, 1989, p. 12). O artigo 17.º estabelece que os Estados Partes devem:

- a) Encorajar os órgãos de comunicação social a difundir informação e documentos que revistam utilidade social e cultural para a criança e se enquadrem no espírito do Artigo 29.º; b) Encorajar a cooperação internacional tendente a produzir, trocar e difundir informação e documentos dessa natureza, provenientes de diferentes fontes culturais, nacionais e internacionais; c) Encorajar a produção e a difusão de livros para crianças; d) Encorajar os órgãos de comunicação social a ter particularmente em conta as necessidades linguísticas das crianças indígenas ou que pertençam a um grupo minoritário; e) Favorecer a elaboração de princípios orientadores adequados à protecção da criança contra a informação e documentos prejudiciais ao seu bem-estar, nos termos do disposto nos artigos 13.º e 18.º (UNICEF, 1989, p.15).

O Artigo 31.º promove “o direito ao repouso e aos tempos livres, o direito de participar em jogos e actividades recreativas próprias da sua idade e de participar livremente na vida cultural e artística” (UNICEF, 1989, p. 25).

O direito à participação da criança foi reafirmado, em 2000, na Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, no Artigo 24.º: “Podem exprimir livremente a sua opinião, que será tomada em consideração nos assuntos que lhes digam respeito, em função da sua idade e maturidade” (Comissão Europeia, 2020, s.p). O Artigo 11.º refere a liberdade de expressão e de informação, mas não de modo específico à criança: “Qualquer pessoa tem direito à liberdade de expressão. Este direito compreende a liberdade de opinião e a

liberdade de receber e de transmitir informações ou ideias, sem que possa haver ingerência de qualquer poderes públicos e sem consideração de fronteiras”.

Recentemente, surgiram dois documentos estratégicos que promovem os direitos das crianças, estando alinhados com a Convenção sobre os Direitos da Criança: a Estratégia da União Europeia sobre os Direitos da Criança 2021-2026 (Comissão Europeia, 2021) e a Estratégia do Conselho da Europa para os Direitos da Criança 2022-2027 (Conselho da Europa, 2022). Ambos incluem o direito à expressão e à participação, mas denota-se a ausência do direito à informação. Apenas na Estratégia da União Europeia sobre os Direitos da Criança 2021-2026, especificamente no quinto ponto dedicado à “Tecnologias digitais e sociedade da informação”, encontra-se referência à literacia mediática e digital, mas numa abordagem de desinformação, discurso de ódio e conteúdos nocivos ou ilegais, e sem reconhecer o jornalismo como uma ferramenta e estratégia contra estes processos nem como material pedagógico (Comissão Europeia, 2021). Ao consultar o documento estratégico do Conselho da Europa, intitulado “Os direitos das crianças em ação: da implementação contínua à inovação conjunta”, verifica-se a vontade em fazer um caminho de consolidação. Num dos pontos do documento, “Dar voz a todas as crianças”, identifica-se que um dos desafios da participação infantil é ser “frequentemente negligenciada e fragmentada a nível nacional” (Conselho da Europa, 2022, p. 40). Aponta-se, assim, a necessidade de maior coordenação dos intervenientes e a criação de mecanismos permanentes para acederem à informação, a promoção de métodos e instrumentos de trabalho para profissionais que atuam com e para as crianças, o estabelecimento de canais sustentáveis para comunicação direta com elas, bem como o fortalecimento das possibilidades e capacidades para o acesso às tecnologias digitais (Conselho da Europa, 2022). Embora nenhum destes pontos foque diretamente a informação jornalística, admite-se que possam ser formuladas interpretações que conduzam à sua intervenção.

Um aspeto que merece ser destacado e, que vai ao encontro do compromisso com o Artigo 12.º da Convenção (UNICEF, 1989) é que, em ambas as estratégias da União Europeia e do Conselho Europeu, as crianças desempenharam um papel ativo na sua criação, contribuindo com opiniões, sugestões e experiências, o que evidencia o compromisso das organizações em colocá-las no centro das suas ações. Além disso, foram produzidas versões “amigas das crianças” dos documentos, adaptadas a uma linguagem e imagens acessíveis à leiturabilidade por parte das diferentes faixas etárias. Não basta, portanto, garantir direitos. As crianças têm de os conhecer, compreender e usufruir, para que depois

os possam defender. Esta atuação está alinhada com o princípio estipulado no Artigo 42.º da Convenção (UNICEF, 1989).

A crescente participação das crianças reflete-se também na produção científica, que passou a ser construída não apenas sobre elas, mas também para, com e por elas. Demonstra-se, assim, que a criança pode ser coparticipante e coinvestigadora dos projetos de investigação, desde a sua fase embrionária, sendo “informadoras credíveis sobre as suas vidas e os significados que lhes atribuem” (Almeida, 2016, p. 34). Mais ainda, entende-se que nós, os adultos, “só poderemos capturar o mundo a partir da perspetiva das crianças, se essas nos explicarem, se dispuserem a nos mostrar como veem esse mundo” (Dornelles, 2015, p. 74). Entre os exemplos de participação infantil mencionados, vale ainda a pena acrescentar o *Frontiers for Young Minds*¹¹, uma revista científica infantojuvenil, cuja revisão é feita por crianças dos 8 aos 15 anos, e a iniciativa “Tua voz numa revista científica”, promovida pelo grupo de Sociologia da Universidade de Complutense de Madrid, para a produção, em 2025, de um número especial da revista *Sociedad e Infancias*¹².

No âmbito específico da produção jornalística infantojuvenil, destacam-se dois projetos internacionais: *Headliners*¹³, agência de notícias onde as crianças produzem matérias a serem divulgadas em diferentes jornais ingleses; e *Voices of Youths*¹⁴, um *website*, fundando pela UNICEF, que publica opiniões, textos e vídeos de crianças de todas as partes do mundo.

Para compreender e promover a intervenção das crianças e jovens nos processos de decisão, diversos autores desenvolveram modelos de participação. Entre as abordagens reconhecidas, destacam-se o modelo de Lundy recomendado pela Comissão Europeia (2022), e a “escada de participação” de Roger Hart, mencionada numa publicação da UNICEF (1992). O primeiro identifica quatro dimensões fundamentais e estruturadas para a promoção da participação: espaço (ambiente seguro e inclusivo que permita às crianças formar e expressar ideias e perspetivas), voz (informá-las e encorajá-las a expressar ideias, por partilha, desenho, etc.), audiência (compromisso dos adultos em considerar as propostas dos mais novos, como a realização de assembleias) e influência

¹¹ <https://kids.frontiersin.org>

¹² <https://www.cibercorresponsales.org/perfiles/partyrul/blogs/%F0%9F%93%A2-%C2%A1tu-voz-en-una-revista-cient%C3%ADfica>

¹³ <https://headliners.org>

¹⁴ <https://www.voicesofyouth.org>

(consideração efetiva das ideias das crianças nas decisões que lhes dizem respeito). O segundo modelo apresenta uma abordagem diferente, distinguindo níveis de envolvimento infantil em processos de decisão. A extremidade inferior da escada evidencia o que não é participação, a começar pela manipulação dos adultos, e mais acima coloca-se ênfase nas relações de parcerias entre adultos e crianças em tomadas de decisão.

1.2.1. Em Portugal

A Convenção sobre os Direitos da Criança implicou transformações para a categoria social da infância, constituindo uma conceção mundial de que as crianças são sujeito de direitos. O Governo português, ao ratificar a Convenção a 26 de janeiro de 1990, assumiu o compromisso de proteger e assegurar esses mesmos direitos perante a comunidade mundial. O Artigo 43º da Convenção (UNICEF, 1989) prevê a criação de um Comité dos Direitos da Criança, para acompanhar e avaliar a implementação do documento nos países signatários (Marôpo, 2013). É uma espécie de guardião dos princípios fundamentais do tratado. Neste contexto, sucederam-se outros mecanismos legislativos e iniciativas públicas nacionais. Contudo, por ser um tratado internacional vinculativo, a Convenção tem primazia sobre a legislação interna, sempre que assim seja favorável à criança (Artigo 8.º da Constituição da República Portuguesa, 2005).

Portugal aprovou, em 2025, a Estratégia Única dos Direitos das Crianças e Jovens 2025-2035 para criar um quadro estratégico integrado e articulado (Resolução do Conselho de Ministros, 2025). Este documento passa a incluir três planos: a Estratégia Nacional para os Direitos das Crianças 2021-2024 (Resolução do Conselho de Ministros, 2020), o Plano de Ação da Garantia para a Infância 2022-2030 (União Europeia, 2021a) e o Eixo Estratégico 1 da Estratégia Nacional de Combate à Pobreza 2021-2030 (Resolução do Conselho de Ministros, 2021). Percebe-se pela leitura do documento que a importância da produção e do consumo de informação noticiosa por parte das crianças continua a não figurar de modo concreto neste documento. A única referência que pode conduzir a tal interpretação é a seguinte: “Promover uma cultura de informação, audição e participação das crianças e jovens” (Resolução do Conselho de Ministros, 2025). Um dos pontos a destacar na preparação deste documento é que incluiu a audição do Conselho Nacional de Crianças e Jovens¹⁵, uma iniciativa da Comissão Nacional de Promoção dos Direitos e Proteção de

¹⁵ <https://www.cnpdpdj.gov.pt/1-edicao>

Crianças e Jovens (CNPDPJ)¹⁶. De facto, é importante destacar a atuação desta comissão na salvaguarda da Convenção. Isto porque desde a sua fundação, em 1991, tem levado a cabo políticas e programas para a proteção do direito à participação da criança (entre outros de natureza distinta, mas que não se articulam com o presente estudo). O programa “Selo Protetor”¹⁷ é um exemplo de boa prática participativa. De acordo, com o *Mapeamento de boas práticas no âmbito da promoção dos direitos e proteção das crianças e jovens* (CNPDPJ, 2024) foram desenvolvidas 327 práticas participativas a nível local, regional, nacional e até internacional, em 2024, destacando-se, por exemplo, o Parlamento dos Jovens¹⁸. A nível local, várias autarquias portuguesas promovem projetos, como são os casos do Orçamento Participativo Jovem¹⁹ e do Valongo 4.0 – O futuro construído pelas crianças e jovens de Valongo²⁰. Em 2023, a CNPDPCJ também esteve envolvida na produção do *Livro Branco sobre a participação da criança em Portugal*²¹, no âmbito do projeto europeu CP4Europe²². O objetivo desta publicação foi a aplicação do instrumento de avaliação da participação infantil do Conselho da Europa no contexto português, através de consultas ao público infantil e intervenientes institucionais. Esta publicação foi também produzida em versão “amiga da criança”. Existe uma outra iniciativa que merece ser destacada ao relacionar-se com a temática do presente estudo: o Prémio de Jornalismo “Os Direitos da Criança em Notícia”²³, o qual pretende “reconhecer trabalhos jornalísticos para adultos divulgados em Portugal na Imprensa Nacional/Online, Imprensa Regional/Online, Rádio e Televisão que tenham em conta a promoção e divulgação dos direitos da criança, numa perspetiva crítica, pluralista e inclusiva” (CNPDPJ, 2025, para. 3). Ainda que não de uma forma conhecida do grande público, a existência desta iniciativa pode traduzir-se num sinal de atenção aos meios de comunicação para esta temática. Este prémio é atribuído desde 2018 pelo Fórum sobre os Direitos das Crianças e dos Jovens e conta com o apoio da CNPDPCJ e da Sociedade Portuguesa de Autores.

A UNICEF Portugal é outro organismo que tem desempenhado um papel fundamental na defesa dos direitos das crianças no país. Em traços gerais, a sua missão é angariar fundos

¹⁶ <https://www.cnpdpj.gov.pt/inicio>

¹⁷ <https://www.cnpdpj.gov.pt/selo-protetor>

¹⁸ <https://jovens.parlamento.pt>

¹⁹ <https://opjovem.gov.pt>. Este processo de participação democrática integra cidadãos com idades entre os 14 e os 30.

²⁰ <https://www.cm-valongo.pt/participar/processo-participativo-pdmv/valongo-4-0>. O V4.0 tem uma dinâmica direcionada a crianças do pré-escolar, 1º ciclo e 2º ciclo, e outra para o 3º ciclo e secundário.

²¹ <https://www.cnpdpj.gov.pt/publicacoes-cnpdpj2>

²² <https://www.coe.int/en/web/children/cp4europe>

²³ <https://www.cnpdpj.gov.pt/noticias?newsId=137115>

para atividades e sensibilizar e mobilizar o interesse e o apoio públicos (UNICEF, 2025). Entre as iniciativas, com implementação em outros países, Portugal integra “A Maior Lição do Mundo”²⁴, em parceria com a Direção-geral da Educação, e “Cidades Amigas das Crianças”²⁵, em colaboração com o governo local e organizações da sociedade civil.

No país continua a não existir um provedor da criança, de forma institucionalizada como uma figura autónoma, separada do provedor de justiça, apesar de terem sido apresentadas algumas propostas e realizado debates sobre o tema nos últimos anos (Ordem dos Advogados, 2023). Além da UNICEF Portugal defender a necessidade de uma figura institucional nacional dedicada a esta matéria, a Iniciativa Liberal (s/d) propôs a criação do provedor da criança. A nível europeu, já existe a European Network of Ombudspersons for Children, uma rede sem fins lucrativos de provedores de crianças, de instituições independentes de defesa dos direitos da criança. Até 2024, Portugal ainda não integrava a lista dos 34 países-membros do Conselho da Europa que aderiram a esta rede²⁶.

Todas as iniciativas existentes mencionadas são promovidas de modo a criar condições para as os mais novos exercerem a sua cidadania e participarem no processo democrático nos vários contextos, família, escola e comunidade. Compreende-se que:

Quando os jovens na sua adolescência são encorajados a verem-se a si próprios como capazes de agir na forma como são representados, na forma como falam sobre os acontecimentos actuais e na forma como participam em actividades orquestradas para amplificar a voz dos jovens e para garantir direitos para si próprios e para os outros, aprendem a abraçar uma ética de cuidados através da realização de acções cívicas (Clark & Brites, 2018, p. 87).

Nesta análise defende-se que estes direitos devem ser trabalhos de modo articulado, mas integrando os meios de comunicação social, o que não se verifica no panorama nacional. Este estudo adota uma posição crítica face à contínua ausência de iniciativas e referências diretas que reconheçam a importância do jornalismo destinado ao público infantil como caminho para o exercício dos seus direitos, quer de participação quer de informação. No que se refere ao direito à informação jornalística, um aspeto central desta investigação,

²⁴ <https://www.unicef.pt/o-que-fazemos/o-nosso-trabalho-em-portugal/educacao-pelos-direitos-da-crianca/a-maior-licao-do-mundo/?altTemplate=StartView>

²⁵ <https://www.childfriendlycities.org/initiatives/portugal>

²⁶ Em 2024, esta rede europeia contava com 44 instituições em 34 países do Conselho da Europa, 22 dos quais países da União Europeia. <https://enoc.eu>

constata-se que o caminho está aquém do desejável. Ainda se torna mais evidente quando se considera que o Artigo 17.º da Convenção (UNICEF, 1989, p. 15) estabelece que:

os Estados Partes reconhecem a importância da função exercida pelos órgãos de comunicação social e asseguram o acesso da criança à informação e a documentos provenientes de fontes nacionais e internacionais diversas nomeadamente aqueles que visem promover o seu bem-estar social, espiritual e moral, assim como a sua saúde física e mental.

Apesar da história do jornalismo infantojuvenil em Portugal²⁷ narrar que é longínqua a participação das crianças na produção de conteúdos (Ferreira & Doretto, 2024), persiste a ausência de uma aposta e investimentos sólidos nestes espaços. Além disso, mantêm-se escassos os produtos jornalísticos infantojuvenis, sendo o *Radar XS* e a *Visão Júnior*, exemplos ímpares. No caso da RTP, enquanto serviço público de televisão, há uma obrigação de assegurar regularmente um espaço informativo para crianças. Ainda existem outros espaços de participação infantil em meios de comunicação social portuguesa²⁸, mas de distinta natureza, incluindo na programação dos canais públicos.

Ainda relativamente ao direito à informação, conforme estabelecido na Convenção, e ao acesso adequado através dos meios de comunicação social, torna-se fundamental mencionar o mundo digital das crianças contemporâneas. É neste contexto que foi apresentado o Comentário Geral n.º 25 sobre os direitos da criança no ambiente digital (ONU, 2021, p. 3), referindo que este apesar de não ter sido “originalmente concebido para elas, desempenha um papel importante nas vidas destas”. Este documento assenta em quatro princípios gerais: não discriminação, interesse superior da criança, direito à vida, sobrevivência e desenvolvimento e respeito pelas suas opiniões. Evidencia igualmente que “o ambiente digital oferece uma oportunidade única para que as crianças realizem o seu direito de acesso à informação” (ONU, 2021, p. 9). Assim sendo, lê-se:

Os Estados Partes devem fomentar e apoiar a criação de conteúdos digitais adaptados à idade das crianças e potenciadores do seu papel na sociedade em conformidade com as capacidades evolutivas das crianças, garantindo que estas tenham acesso a uma ampla diversidade de informação, incluindo informação

²⁷ Pode encontrar-se este tópico mais desenvolvido no terceiro capítulo em “Peças do percurso do jornalismo infantojuvenil”.

²⁸ Podem encontrar-se exemplos no terceiro capítulo em “Cenário nacional”.

detida por organismos públicos, sobre cultura, desporto, arte, questões civis e políticas e direitos da criança (ONU, 2021, p. 10).

Para o efeito devem utilizar formatos variados e garantir pluralidade de fontes nacionais e internacionais, como meios noticiosos, emissoras, museus, bibliotecas e organizações educativas, científicas e culturais.

Mediante a exposição deste ponto como do anterior, compreende-se a relevância da Convenção sobre os Direitos da Criança como um marco fundamental para ampliar a consciência sobre a compreensão dos mais novos como sujeito de direitos e socialmente ativos. Segundo a Estratégia da União Europeia sobre os Direitos da Criança (Comissão Europeia, 2021, p. 2) “nunca antes as crianças da UE gozaram dos direitos, das oportunidades e da segurança de que gozam atualmente”. Admitindo alguma evolução positiva, há quem entenda que a participação infantil continua a ser negligenciada em diversos domínios. O próprio Conselho da Europa (2022) reconhece que há margem para melhorias em termos da sua participação democrática. Como, aliás, se percebe, pelo relatório “Our Europe, Our Rights, Our Future”, a grande maioria das crianças inquiridas na Europa (70%) gostaria de participar mais se tivesse a oportunidade de o fazer (Child Fund Alliance et al., 2021). No contexto nacional, o projeto português bYou - Estudo das vivências e expressões de crianças e jovens sobre os *media* aponta as perspetivas e as experiências deste público sobre a participação. Pereira et al. (2024, p. 1271) destacam que “sobressai uma conceção alargada de participação, mas que aponta sobretudo para a participação social, que se traduz em ajudar e intervir”. Além disso, verificam que há uma valorização da participação no desporto, contrastando com uma menor expressão das participações política, cultural e mediática. Ainda assim, o mesmo estudo (Pereira et al., 2021, p. 60) mostra a necessidade de “criar um ambiente propício à cultura participativa, que ofereça às crianças e aos jovens oportunidades para se expressarem e que valorize efetivamente as suas vozes”. Por outro lado, identificam-se, dificuldades que condicionam a participação infantil, como a inexistência de oportunidades na localidade, a falta de informação, a não valorização dos jovens, a falta de tempo livre e a sobrecarga escolar (Pereira et al., 2024). Até a própria ausência de vontade em não quer participar constitui outro motivo, causada pela vergonha, a falta de coragem, o medo de errar e ser julgado, a dificuldade em formar e defender uma opinião e a falta de capacidade para receber críticas (Pereira et al., 2024).

Apesar destas demonstrações de vontade, muitas não se traduzem em ações contínuas e integradas, e até se assiste ao desconhecimento de muitas delas pelos adultos e pelas crianças. Como Sarmento e Tomás (2020, p. 28) sublinham a “conquista de um corpo de direitos para as crianças, apesar de ser considerado um dado adquirido para grande parte da sociedade ocidental – pelo menos teoricamente – apresenta-se ainda hoje, em muitos contextos, como uma miragem”. Até porque, tal como menciona a Estratégia da União Europeia sobre os Direitos da Criança: “a pandemia de Covid-19 exacerbou os desafios e as desigualdades existentes e criou novos” (Comissão Europeia, 2021, para. 11).

É, portanto, implementar mais esforços (urgentes) para a sua efetivação, numa sociedade globalizada e desigual. Desta forma, a promoção dos direitos exige uma abordagem nova e abrangente que reflita estes desafios persistentes, bem como as novas realidades que vão surgindo. A finalidade é salvaguardar, na prática, o princípio do “interesse superior da criança” (Artigo 3.º da Convenção, UNICEF, 1989, p. 8), bem como o respeito pela mesma, de modo que, tradicionalmente tida como “menor”, seja convertida em “cidadã”, com direitos e vozes que devem ser ouvidas pelos adultos. A concretização desta transformação requer um esforço, quer individual quer coletivo, por parte de decisores políticos, serviços institucionais, organizações não estatais, famílias, escolas, sociedade civil e das próprias crianças. Cees Hamelink (2008, p. 507), um dos mais referenciados autores dentro do campo dos direitos infantis, nomeadamente o da comunicação, afirma que “o desafio crucial que a Convenção coloca aos adultos é ouvir as crianças, consultá-las, trabalhar com elas e fazer delas parceiras ativas no traçar do futuro comunicacional comum da humanidade”.

1.3. Criança e o consumo nos *media*

Ao reconhecer a infância como construção social e o acesso a informação e a participação como direitos consagrados das crianças, amplia-se a reflexão sobre o modo como o público mais novo acede aos conteúdos noticiosos. Isto num ambiente de popularização das tecnologias digitais de informação e comunicação, em coexistência com as plataformas *offline*, e dos canais de participação que têm à sua disposição.

O facto das crianças iniciarem cedo a socialização do consumo (John, 1999) tem consequências no desenvolvimento de uma nova cultura e práticas de mercado (Buckingham, 2006; Lemish, 2022). Como refere Ponte (2012), desde a criação dos *teens*

(8-12 anos), nos anos 1950, as crianças e os adolescentes têm sido uma forte aposta estratégica da indústria do entretenimento. A partir de então, a segmentação etária tem evoluído, tendo os *tweens* sido reconhecidos como um grupo importante “pela sua capacidade de influência e pressão de pares” (Ponte, 2012, p. 140). Importa sublinhar que este comportamento de consumo afeta a dinâmica familiar e a relação com os pares (John, 1999; McNeal, 1992; Montigneaux, 2003).

Para Furtado (2013, p. 52) “uma das formas de refletir sobre as infâncias contemporâneas é pensar sobre o que desejam as crianças de hoje, já que o desejo delas passou a ser valorizado”. Este cenário intensificou-se, sobretudo, nas décadas de 1980 e 1990, com a transformação da paisagem mediática, devido ao aumento de programas, canais e produtos infantis que fundiam o entretenimento e a publicidade (Ponte, 2012). A esta socialização e cultura de consumo associa-se o desejo pelo consumismo, o desejar pela aquisição (Bauman, 2008). Neste ponto, estabelece-se a interligação entre crianças, consumo e media. Como explica Furtado (2013, p. 63) “o fato de elas terem passado a ser consideradas consumidoras fez com que a mídia reagisse e ao mesmo tempo ampliasse esse processo”. Além disso as suas necessidades sociais e culturais são também expressas e estruturadas pelos “textos mediáticos produzidos comercialmente e que permeiam suas vidas” (Buckingham, 2007, p. 109). Os *media* são um agente de socialização, a par da família, escola e pares (Giddens, 2006), que contribui para a construção de culturas e identidades (Pereira et al., 2021; Sarmiento, 2003, 2005b).

À televisão juntaram-se novos ecrãs, e as crianças passaram a estar ligadas ao mundo globalizado, desenvolvendo novas formas de sociabilidade, consumo e partilha de informação (Livingstone, 2007; Ponte, 2012). Neste contexto de transformações digitais, elas acentuaram-se como agentes ativas na interpretação das mensagens (Buckingham, 2000, 2007), mais interativas e participativas. Isto com a intervenção da personalização dos algoritmos, a inteligência generativa e a redefinição sua experiência mediática, em resultado de estratégias de marketing focadas no consumidor (Livingstone, 2002). A internet permitiu, assim, que as crianças se tornassem mais agregadoras de conteúdos ao selecionar, recombinar, partilhar e produzir, atingindo uma audiência ampla, como também disponibilizou recursos diversificados em rede, passíveis de ser consumidos individual ou coletivamente, em privado ou público (Castells, 1999). Não se pode descurar desta realidade a perspetiva material dos dispositivos tecnológicos e as novas possibilidades (*affordances*) que conferem aos processos dinâmicos de consumo e

interação (Damásio et al., 2015). É a partir da interação com múltiplas plataformas mediáticas, acessíveis através de um único dispositivo e a qualquer momento, que Jenkins (2006) introduz a noção de “cultura participativa”. As crianças podem ainda organizar-se de novas formas, mobilizando-se no ativismo digital ou no fenómeno dos *fandoms*²⁹ (Jenkins, 2006). Além desta participação, emerge a ligação com outros fenómenos, como a cultura de celebridades (Jorge, 2012) e os influenciadores digitais (Doretto 2019; Marôpo et al., 2018; Marôpo et al., 2021; Wunderlich et al., 2022), abrangendo todas as idades, como é o caso dos *kidfluencers*, crianças que produzem conteúdos e alcançam milhares (ou milhões) de seguidores. Tomaz (2019), na sua tese de doutoramento, intitulada *O que você vai ser antes de crescer?*, analisa a criança como produtora de uma cultura mediática e de celebridades, analisando como o Youtube lhe atribui significados, oportunidades e riscos. Como explica Jorge (2012, p. 120) para “os *tweens* as celebridades dão corpo a outras marcas e tornam-se importantes na interação com os amigos”; o mesmo pode ser dito dos influenciadores. Embora este cenário se inscreva predominantemente no domínio do entretenimento e do consumo comercial, importa refletir sobre a possibilidade de mobilizar esta dinâmica para o jornalismo infantojuvenil, através de figuras populares, de reputação conhecidas junto dos mais novos, e até dos próprios jornalistas.

As crianças podem, portanto, participar na produção de conteúdos, num contexto de convergência mediática, em que “os velhos e os novos colidem, onde os *media* corporativos e os *media* alternativos se cruzam, onde o poder do produtor dos meios e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis (Jenkins, 2006, p. 2). Mas não deixa de ser uma afirmação questionável. van Dick (2009), Bird (2011) e Hay e Couldry (2011) não concordam com a centralidade da convergência na cultura, preferindo uma leitura mais crítica e contextualizada. Tal como Buckingham (2006, 2019, p. 5) argumenta, embora estas plataformas sejam espaços de partilha, debate e criatividade, estão sustentadas em modelos de negócio – o “capitalismo digital” –, no qual “os dados [dos utilizadores] são o produto que está a ser comprado e vendido”, condicionando o que se vê. van Dick (2009, p. 49) segue a mesma linha ao afirmar que não se pode privilegiar a prática de produção de conteúdos nesta sociedade plataformizada quando se trata igualmente de comportamentos de consumo e de produção de dados, até porque, “o papel

²⁹ Para Jenkins (2006) *fandoms* é uma subcultura composta por fãs e um modo de manifestação representativa de cultura participativa.

do utilizador como fornecedor de dados é infinitamente mais importante do que o seu papel como fornecedor de conteúdos”.

Mediante esta exposição, compreende-se que “a paisagem mediática atual com a sua ecologia rica e diversificada de tecnologias, plataformas, conteúdos, formatos e formas variadas de distribuição” (Bengtsson & Johansson, 2024, p. 4) trouxe novas possibilidades à participação e ao consumo de informação por parte do público mais novo e também mais riscos e ameaças aos seus direitos. Conhecer os meios, “velhos e os novos”, por onde as crianças recebem atualmente conteúdos noticiosos é essencial para a presente investigação, uma vez que os estudos de caso ainda privilegiam as plataformas tradicionais.

Não sendo possível aqui tratar os largos estudos desenvolvidos sobre a relação entre as crianças e o consumo dos media, os critérios de seleção baseiam-se nas idades mais próximas dos 7 aos 12 anos, datas mais recentes, contexto português e que proporcionam novos olhares aos objetivos do presente estudo.

Convém, desde já, salientar duas notas importantes. A primeira é que a maior parte destes estudos antecedeu a pandemia Covid. Desde então, a realidade sofreu alterações significativas, pois “nunca antes as crianças de todo o mundo estiveram tão dependentes dos meios de comunicação social para aspetos tão significativos do seu bem-estar, incluindo informação, regulação emocional, relaxamento e ligação social” (Lemish, 2022, p.1). Em segundo, a rapidez com que ocorrem as transformações nas plataformas digitais impõe sucessivas metas à fidelização das audiências mais novas, as quais se encontram “sempre na linha da frente na procura e aceitação da próxima novidade” em concorrência aos meios tradicionais (Ponte & Brites, 2023, p. 230). Este é um desafio para os meios mediáticos e para os investigadores que estudam o consumo.

Os resultados do mais recente relatório do *EU Kids Online Portugal* (Ponte & Batista, 2019) revelaram que o *smartphone* é o dispositivo dominante no acesso à internet. É utilizado diariamente por quase 90% das crianças entre os 9 e os 17 anos, enquanto o tablet regista uma diminuição de uso frequente com o aumento da idade. Contudo, as faixas etárias dos 9 aos 10 anos ainda são as que menos utilizam este equipamento e as que mais recorrem ao tablet. Em média, as crianças dessas idades não ultrapassam as duas horas por dia, mas esta é uma tendência crescente. Ver vídeos, ouvir música e comunicar com amigos e familiares são as atividades mais comuns. Apenas cerca de um quarto dos

inquiridos utiliza a internet com frequência para consumir notícias e fazer trabalhos da escola (27%), sendo que as atividades de participação cívicas apresentam valores residuais. Destaca-se que os rapazes, mesmo na faixa etária mais nova, usam a internet para ler notícias.

O *Projeto Competências de Informação para Jovens da Era Digital* (Marôpo et al., 2021) corrobora o estudo anterior ao apurar que 90,4% dos inquiridos, estudantes do 5.º ao 9.º anos de escolaridade, acedem à internet através do telemóvel, tendo recebido o seu primeiro dispositivo, em média, aos 9 anos. Os hábitos de consumo passam também por manter contactos, entreter, mas também aprender, em contexto formal e informal. Quase 90% dos estudantes tem perfil em pelo menos uma rede social, sendo as preferidas o YouTube, Instagram e TikTok. Em termos de género são percebidas pequenas diferenças no tempo de uso: 77% das raparigas acompanham estas redes sociais todos os dias, enquanto 73% dos rapazes preferem assistir a vídeos no YouTube. Em ambos os casos, a pouca televisão consumida é feita com recurso a serviços de *streaming*, como Netflix. São limitados os dados sobre o uso de redes sociais por crianças mais pequenas. Porém, percebe-se desde já, que, embora existam restrições etárias para o acesso a estas plataforma por menores abaixo dos 13 anos, eles usam-nas, com ou sem a supervisão dos pais. O uso do telemóvel (29,1%), também foi indicado como o meio mais utilizado pelos alunos do 6.º ano no projeto bYou - Estudo das vivências e expressões de crianças e jovens sobre os media, cujos resultados foram conhecidos entre 2024 e 2025, ou seja, num período pós-Covid. Estes resultados estão em linha com os anteriores, destacando-se, contudo, um reforço do consumo. Este estudo contemplou uma cartografia das práticas mediáticas de estudantes, com idades entre os 11 e os 19, a frequentar os 6.º, 9.º e 12.º anos de escolaridade (Pereira et al., 2024), a qual ainda evidenciou, para os alunos do 6.º ano em específico, o consumo pela internet (19,3%), dos livros (15,1%), jogos de vídeo (10,9%) e redes sociais (7,3%). A televisão (3,4%), jornais (2%), rádio (0,3%) e revistas (0,3%) têm menos expressão, ainda que possam ser acedidos digitalmente. Mas permite concluir que estes meios tradicionais ainda são acedidos pelos mais novos, de forma complementar aos meios mais recentes. O que vem corroborar com Ponte e Brites (2023) quando afirmaram que os interesses das crianças têm vindo a deslocar-se dos meios tradicionais para os novos ambientes digitais, mas registando-se uma coexistência entre ambos.

O entretenimento é que motiva o uso destes *media*. A informação é largamente associada aos jornais e revistas e à televisão apenas pelo grupo mais velho do 12.º ano. Os resultados deste estudo, apresentados no Congresso Crianças, jovens e media: Vidas (des)ligadas? (Pereira & Brandão, 2025), também revelam que quase 90% dos alunos do 6.º ano possuem um perfil em alguma rede social. Este é valor inferior, mas não muito significativo, em relação aos outros anos de escolaridade (99,5% para o 9º ano e 98,5% para o 12º ano). As redes sociais onde estão os alunos deste ano de escolaridade são WhatsApp (90%), TikTok (79%) e Instagram (67%) e Youtube (61%). O que varia em relação aos outros níveis de escolaridade é o Instagram que passa para segundo lugar e o uso próximo do Youtube e do TikTok. A função das redes sociais está relacionada com o entretenimento; apenas uma minoria os considera uma ferramenta de pesquisa de informação e de aprendizagem. Em termos de género também se conclui que as raparigas usam mais tempo o telemóvel, para ler livros e ver redes sociais e televisão. Os rapazes, por sua vez, leem mais jornais e jogam videojogos.

Torna-se também revelante dar nota do estudo nacional *Crescendo entre Ecrãs: Usos de meios eletrónicos por crianças (3-8 anos)* (Ponte et al., 2017), para se conhecerem as tendências de consumo das idades que antecede a faixa etária considerada neste estudo. A televisão é o ecrã que as crianças mais podem usar (96%) e os tablets e as consolas de jogos são vistas como adequadas pelos pais, mas com restrições.

Como se compreende, o público infantil continua a aceder à televisão, rádio e imprensa, mas não em números representativos de outrora. Num panorama generalizado, os meios de comunicação têm vindo a perder audiência, conforme revelam os dados do *Digital News Report 2024* (Cardoso et al., 2024). Ainda assim, a televisão continua a ter um papel preponderante na generalidade da população. Contudo, apenas 31% dos jovens entre os 18 e os 24 anos fazem da televisão a sua principal fonte de notícias, face aos 68% dos portugueses com mais de 65 anos, preferindo recorrer à internet (redes sociais incluídas). Nas plataformas digitais, os vídeos curtos são os preferidos de todas as demografias. Este resultado significa que este formato é aceite pelos portugueses, tendo maior adesão pelos jovens (88%), seguido de vídeos mais longos (83%) e *streams* em direto (78%). A escuta de *podcasts* tem aumentado em todos os escalões etários, incluindo os noticiosos.

Olhando com mais atenção para o panorama dos veículos tradicionais, relevantes para o presente estudo, os dados do Anuário da Comunicação 2023, do Obercom - Observatório

da Comunicação (Vasconcelos et al., 2024), revelam que, no panorama generalizado, os meios de comunicação têm vindo a perder audiência. Ainda assim, o consumo televisivo registou apenas uma ligeira diminuição de cerca 1% face a 2022, mantendo os canais por cabo como os mais vistos. A categoria infantil representa apenas 13,9% e a informação, 41,9%. No perfil de audiência televisiva, as crianças entre os quatro e os 14 anos (o único meio que diferencia este grupo etário) têm vindo a assistir progressivamente menos televisão: em 2004, representavam 10,5%, e, em 2023, apenas 7,3%. Os jovens entre os 15 e os 24 anos são a audiência que menos assiste à televisão (7,3%), privilegiando a RTP2 (7,45%) e os canais por cabo (7,3%). O mesmo anuário (Vasconcelos et al., 2024) revela que a rádio têm mantido a sua audiência, com oscilações pouco significativas (sem incluir todas as estações nacionais). Entre os três meios tradicionais, a imprensa é que apresenta maior declínio. Segundo a mesma publicação, em 20 anos desapareceram 1267 publicações periódicas impressas. Em 2022, das 840 publicações contabilizadas, 384 eram em papel, 346 em papel e eletrónico simultaneamente e 110 só em eletrónico, e o tema com mais unidades é “generalidades e reportagem”. Não se registou nenhuma publicação dedicada ao público infantojuvenil.

Ainda relativamente aos meios tradicionais impressos, o *Boletim Informativo para o Controlo de Tiragem e Circulação* de 2022 registou uma quebra da circulação impressa total³⁰ da maioria das publicações de informação generalizada e especializada. A revista de informação geral *Visão*, a “mãe” da *Visão Júnior*³¹, em comparação com o ano anterior registou uma descida de 13% na circulação impressa total; em contrapartida, na circulação digital total apresentou um aumento de 4%. A revista *Sábado* e os jornais *Correio da Manhã*, *Jornal de Notícias* e *Público* também ascenderam na circulação das suas versões digitais. No que diz respeito às revistas especializadas, destacam-se as publicações digitais dedicadas à economia, negócios e gestão, como a *Marketeer*.

Um estudo elaborado pela Entidade Reguladora da Comunicação Social analisou a programação televisiva infantil e juvenil dos canais RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV (Menezes et al., 2024), concluindo de que os mais novos seguem as tendências dos adultos, encontrando-se entre os programas mais visto o futebol e os *reality shows* (como o *Hell's Kitchen*, da SIC) e, sem grande regularidade, o telejornal da RTP1. Quanto aos

³⁰ Inclui tiragens, vendas em banca, assinaturas em papel, vendas em bloco, ofertas e circulação impressa paga.

³¹ Podem encontrar-se os números da *Visão Júnior* em “Caraterização dos casos”.

programas específicos para o público infantojuvenil, na oferta do canal aberto, o Zig Zag da RTP2³² é o preferido. Estes resultados revelam que, apesar das novas lógicas de consumo e participação e do declínio progressivo dos meios tradicionais, as práticas mediáticas infantis são marcadas pela complementaridade entre plataformas. As crianças ainda continuam a receber informação pela televisão e pelo impresso.

1.3.1. Consumo desigual

Mediante este cenário de crescimento mediático, urge não esquecer outras questões envolventes. A começar pelas crianças que crescem sem este consumo crescente e sem acompanhar as tendências. Se um meio jornalístico quer produzir informação, de forma inclusiva e descentralizada, marcando presença onde elas estão, tem também de considerar este cenário, bem como a continuidade dos meios tradicionais.

Apesar de se viver numa sociedade cada vez mais digitalizada, há ainda famílias que não têm acesso à internet, como apontam os resultados do “Inquérito à utilização de tecnologias da informação e da comunicação nas famílias” (Instituto Nacional de Estatística, 2022). Contam-se 88,2% de agregados familiares em Portugal que possuem ligação à internet. A televisão (62,1%) e as consolas de jogos (30%) continuam a ser os dispositivos mais utilizados pelo grupo familiar. O acesso à televisão por subscrição é mais comum entre as famílias com crianças (95,5%) e mais recursos económicos (93,9%). Em contrapartida, as famílias sem crianças (40,2%) e com menores recursos (43,1%) possuem TDT (sinal sem necessidade de cabo ou satélite; por isso, mais limitado na sua programação)³³. Em um dos estudos referido atrás, também se assinala que 1,6% dos estudantes do 5.º ao 9.º anos de escolaridade não possui nem smartphone, computador portátil, computador fixo ou tablet (Marôpo et al., 2021). Esta análise permite perceber que, apesar da existência de traços digitais comuns entre as crianças, há desigualdades tecnológicas e socioeconómicas, que marcam culturas e identidades da infância (Buckingham, 2006; Doretto, 2015; Dornelles, 2005; Livingstone, 2009). Nesse sentido, é mais apropriado falar (também neste contexto) de infâncias, em vez de uma única. Existem crianças cujos pais não têm condições para comprar-lhes um telemóvel, enquanto outras encaram a criação de uma conta numa rede social como um ritual de passagem e

³² Pode encontrar-se este tópico mais desenvolvido em “Caraterização dos estudos de caso” do *Radar XS*.

³³ É um sinal de televisão sem necessidade de cabo ou satélite, por isso, mais limitado na sua programação.

empoderamento da primeira para segunda infância (Doretto, 2015, p. 95) ou “parecem simbolizar uma transição importante para os estudantes, representando o final da escola primária e a entrada no mundo ‘dos crescidos’” (Marôpo et al., 2021, p. 13). Esta noção de ascensão e empoderamento relaciona-se com o consumo que se tratou anteriormente neste ponto. As crianças “aprendem desde cedo que consumir é possuir determinados objetos ou marcadores sociais, adotar certo estilo de vida é ‘condição’ necessária para a ‘felicidade’” (Dornelles, 2005, p. 90).

Neste sentido, o foco colocado na cultura participativa dos jovens na era digital, conforme salientado por Jenkins (2006), não pode ser entendido como abrangente ou homogêneo. Nem todas as crianças e jovens participam de forma equitativa nem o cenário tecnológico é semelhante para todos. De igual modo, não se deve reforçar a narrativa dos “nativos digitais” e “imigrantes digitais” como defendido por Prensky (2010), embora se observe uma transformação no paradigma comunicacional para o “ser digital” (Negroponte, 1995; Tapscot, 2009). Campos (2018, p. 55) refere que “os jovens podem usar a tecnologia o tempo todo, mas isso não os torna necessariamente utilizadores experientes”.

Buckingham (2006) e Livingstone (2009) alertam para as desigualdades socioeconômicas que condicionam tanto o acesso às tecnologias como a capacidade de as utilizar eficazmente. Dornelles (2005, p. 72) identificou esta distinção entre a “cyber infância” (as crianças consumidoras) e a “infância ninja” (os que estão à margem, sem acesso aos produtos de consumo). O estudo nacional *Crescendo entre Ecrãs: Usos de meios eletrónicos por crianças (3-8 anos)* (Ponte et al., 2017) revela que a escolaridade dos pais constitui, também ela, um elemento influenciador nesta desigualdade, indicando que os de menor nível de escolaridade tendem a ter filhos que usam mais intensamente os dispositivos eletrónicos.

O futuro aponta para uma digitalização progressiva da infância (como da sociedade como um todo), o que reforça a urgência em resolver não apenas a desigualdade de acesso, mas também outros desafios subsistentes, como a proteção de dados, exploração comercial, *cyberbullying*, exposição a conteúdos inapropriados e o vício de estar sempre *online* (Marôpo et al., 2021). Já Postman (1999) atribui aos *media* a responsabilidade pela diluição das fronteiras entre os adultos e o público infantojuvenil, sobretudo no que se refere ao acesso à informação e a conteúdos sensíveis, chegando mesmo a sugerir a “morte da infância”. Porém, Buckingham (2006) não tem uma visão tão pessimista ao defender um outro ponto de vista. Alega que as crianças também se apropriam dos *media*

para construir as suas experiências, devendo, por isso, ser preparadas e não apenas protegidas ou até mesmo proibidas. Convém ainda lembrar que o acesso à informação e à participação (UNICEF, 1989), incluindo pelo uso dos telemóveis, constituem direitos fundamentais consagrados às crianças.

Neste contexto, faz-se uma breve nota sobre o debate crescente do uso dos *smartphones* nas escolas portuguesas. A discussão intensificou-se após a recomendação do Conselho da Europa, em 2024, que sugeriu, aos países membros, a restrição desse uso em contextos escolares, sobretudo no ensino básico. Em resposta, o governo português (2024, pp. 3-4) publicou “Recomendações às escolas sobre uso de smartphones”, propondo a proibição nos primeiro e segundo ciclos “do uso e/ou entrada de smartphones nos espaços escolares”³⁴. Aqui vale a pena sublinhar a urgência da literacia mediática e de estratégias de mediação parental (Pereira et al., 2020; Ponte et al., 2017). Existem também iniciativas que ajudam nesse sentido, como o Cria.On³⁵, uma plataforma digital portuguesa focada em promover a segurança e o bem-estar no ambiente digital das crianças e adolescentes, através de recursos para elas, pais e profissionais de educação.

Ainda relacionada com esta questão da segurança, encontra-se uma outra ideia que merece também atenção. Se, por um lado, se procura atualmente proteger as crianças dos perigos associados à rua (Livingstone, 2007; Ponte, 2012); por outro lado, os dispositivos móveis, especialmente os telemóveis, ocupam cada vez mais os seus tempos livres dentro de casa, o que pode conduzi-las ao isolamento e outros riscos e ansiedades, como o *fear of missing out*³⁶. Livingstone (2007, p. 303) identifica o declínio da “cultura de rua” provocado pela sensação de insegurança no exterior e a ascensão da “cultura do quarto”. Para Dornelles (2015, p. 80) este tipo de cultura passa pela “cyber infância”, cujas crianças têm, nos seus quartos, computadores com internet, televisão a cabo e outros dispositivos que as mantêm conectadas ao mundo virtual. Espaços como este “reconfiguram a infância contemporânea” (Furtado, 2014, p. 66). Nesta linha de pensamento, conforme enunciado na primeira peça deste capítulo, torna-se pertinente remeter para Lee (2005) sobre as relações contemporâneas de autoridade e poder entre

³⁴ A 3 de julho de 2025 o Governo português aprovou a proibição do uso de telemóveis nas escolas até ao 6º ano de escolaridade.

³⁵ <https://criaon.fcsh.unl.pt>

³⁶ O *fear of missing out* ou abreviado FOMO é o medo de perder algo ou ficar de fora de alguma atualização ou evento. Este termo foi identificado por Dan Herman, no artigo “Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality”, publicado em 2000, no *The Journal of Brand Management*.

adultos e crianças e Qvortrup (1995) sobre os paradoxos relativos à condição da infância contemporânea. A própria negociação entre pais e filhos, também abordada anteriormente sobre o uso, responsabilidades e direitos digitais, pode conduzir a um maior envolvimento dos mais novos em tomadas de decisões da sua vida, pois a responsabilidade parental de salvar e educar os filhos incluiu os deveres de cidadania ativa (Clark & Brites, 2018).

Apesar de serem direitos consagrados, as crianças não têm acesso à informação e nem oportunidades de participação em condições de igualdade. As estruturas no acesso e uso das tecnologias são diferenciadoras entre o “cyber infância” e “infância ninja” (Dornelles, 2005). Neste ponto torna-se evidente – o que é fundamental para o presente estudo – a importância de se continuar a levar informação às crianças através dos meios tradicionais, tornando-os passíveis de serem consumidos por mais crianças e em diferentes locais de acesso, por exemplo, disponibilizar a revista impressa da *Visão Júnior* em mais bibliotecas nacionais e escolares em todo o país.

1.4. Criança e o consumo de notícias

Tendo mapeado os padrões de uso mediático das crianças portuguesas contemporâneas e compreendendo a sua importância para a construção social da infância, parte-se agora para a análise do consumo noticioso a que as crianças têm acesso por meio desses *media*, dando ênfase ao cenário nacional. Entende-se, como já exposto nesta tese, que estes processos são fundamentais para a construção da compreensão social sobre a infância – daí a discussão se estabelecer neste ponto.

Na tese de doutoramento *Crianças e Notícias: Construindo sentidos sobre a atualidade e o mundo*, Silveira (2015) pesquisa a relação entre os alunos do ensino primário (8 aos 12 anos) e o consumo de notícias, com o objetivo de compreender como constroem significados sobre a atualidade e o mundo que as rodeia. Os resultados reforçam, o que foi referido anteriormente, que a televisão é o principal meio que utilizam, mas é associada a histórias negativas. Apesar disso, as crianças têm a percepção que a informação noticiosa é uma referência fundamental para o conhecimento do mundo, apesar de manifestarem pouco interesse em acompanhar, pois consideram que não é adequado para as suas idades. Contudo, a autora (2015) sublinha que estes dados não significam que as crianças não estejam a par dos acontecimentos; apenas a sua

representação passa pela “atualidade como retrato de assuntos negativos relacionados com crimes, morte e violência), aborrecidos e enfadonhos (de política e de economia)”.

O projeto bYou - Estudo das vivências e expressões de crianças e jovens sobre os media, (Pereira et al., 2024; Pereira & Brandão, 2025), dirigido a alunos entre os 11 e os 19, a frequentar os 6.º, 9.º e 12.º anos de escolaridade, revelou dados pertinentes a considerar para as práticas de consumo dos mais novos. Por exemplo, “são mais as raparigas, do que os rapazes, a dizer que não gastam nenhum tempo a ler jornais”, no entanto “é a maior percentagem de raparigas que diz que lê/vê/ouve notícias”, segundo Pereira e Brandão (2025, s.p.). Outras conclusões relacionam-se com os temas da atualidade que mais preocupam os alunos do 6.º ano: saúde, crime e violência, pobreza, futuro profissional e racismo. Os assuntos de menos preocupação são política, conflitos políticos, sociais e religioso, desinformação/notícias falsas, discursos de ódio *online* e álcool. O assunto que provoca mais alegria na vida é a família/bem estar. Estes resultados reforçam a importância de se ajustar as práticas jornalísticas aos interesses de consumo, como é explorado em “Construção do jornalismo infantojuvenil”.

Compreende-se que as notícias estão presentes na vida dos mais novos, sem isso significar que elas escolhem acompanhar esses conteúdos, apesar de lhes ser reconhecida a capacidade para decidir o que gostam e que não gostam de determinados assuntos e criar as suas próprias interpretações, não sendo, portanto, espectadoras passivas das notícias (Bezerra, 2023; Doretto, 2015; Ferreira, 2007; Lemish & Götz, 2007; Marôpo, 2014; Silveira, 2012). As crianças consomem notícias (Notley et al., 2023) e reconhecem a sua importância, mas tendem a evitar conteúdos paternalistas e aborrecidos, preferindo programas informativos com assuntos relevantes para elas (Buckingham, 2000). O estudo de Lemish (2007) confirma esta afirmação ao demonstrar que as crianças acompanham conteúdos noticiosos com pouca ou nenhuma motivação, uma vez que não tratam de assuntos dos seus interesses e necessidades, são repetidas e têm forte impacto emocional. Face à aparente rejeição às notícias, Buckingham (2006, p. 113) avança com a hipótese de ser “um reflexo do seu sentimento de exclusão do campo político e das formas dominantes de discurso público”. Segundo alguns estudos (Alon-Tirosh & Lemish, 2014; Carter, 2007; Carter et al., 2009), a motivação, a curiosidade e o interesse das crianças por conteúdos noticiosos poderia ser maior se estes fossem apresentados em formatos e linguagem mais ajustados à sua faixa etária. Importa sublinhar que as conclusões do estudo recente de Narberhaus Martínez (2018) mantêm-se consistentes com estas

premissas mais datadas: as crianças continuam a reconhecer a importância das notícias. Ao analisar três noticiários infantis europeus – *Newsround*, *Logo* e *InfoK* – e crianças entre os 10 e 11 anos, Narberhaus Martínez (2018) concluiu que os participantes valorizam o consumo noticioso para se manterem informados, sobretudo por motivos práticos no seu quotidiano: “Evita ser estúpido, ser capaz de conversar, saber o que está a acontecer, como doenças, greves, guerras, desporto, novas leis, e serviços, como trânsito, clima” (Narberhaus Martínez, 2018, p. 50).

Denota-se, que mesmo numa lógica *crossmedia*, em que se oferecem oportunidades para transitar entre plataformas – as tradicionais e os dispositivos móveis e redes sociais (Silva et al., 2017, p. 178) –, as crianças continuam a demonstrar falta de interesse em acompanhar as notícias. Existem vários autores dedicados a esta temática (Boczkowski et al., 2018; Craft et al., 2016; Doretto, 2015; Feio & Oliveira, 2024; Fletcher & Nielsen, 2018; Mensonides et al., 2024; Newman et al., 2023; Notley, 2023; Tamboer, et al., 2020), que indicam que o conteúdo noticioso chega às crianças e jovens de modo incidental, circunstancial e em abundância. Newman et al. (2023) refere dados específicos para crianças dos 9 aos 12 anos, as quais acedem às notícias de forma casual através de redes sociais, como YouTube e TikTok.

A verdade é que Buckingham (2000, 2006) já tinha sublinhado a complexidade do consumo noticioso ao apontá-lo como um fenómeno fragmentado, contextual e mediado por interesses pessoais e emocionais. Tal como Lemish e Pick-Alony (2014) ao afirmarem que a relação das crianças com as notícias tem de ter em consideração, não só o meio, mas também os fatores e experiências pessoais e circunstanciais, como o género, idade, preferências pessoais, níveis de literacia, graus de habilitação dos pais e contexto socioeconómico, o que gera práticas de consumo heterogéneas (Lemish & Götz, 2007). Importa não desconsiderar os *influencers* digitais como novos líderes de opinião, que emergem com os *media* sociais e desempenham o papel de fonte e veiculadores de informação, podendo condicionar os hábitos de consumo (Doretto 2019; Marôpo et al., 2018; Marôpo et al., 2021; Wunderlich et al., 2022). Além de tensão criada entre estas práticas de mercado e os limites legais de proteção da infância no ambiente digital, estes novos consumos representam mais desafios para o jornalismo, pois qualquer espaço digital pode tornar-se um veículo potencial de práticas jornalísticas e informativas, como é aprofundado no próximo capítulo.

Esta realidade foi considerada por vários autores que, em datas muito próximas, concluíram estar em causa o que se entende por notícia e a dificuldade em distinguir o que é noticioso do que é entretenimento, publicidade ou desinformação (Ashley, 2020; Harcup e O'Neill, 2017; Swart & Boersma, 2023; Tamboer et al., 2022; Silva et al., 2017; Wunderlich et al., 2022). Doretto (2019, para. 32) refere que para os mais novos “o termo ‘notícia’ é associado ao carácter inédito ou mais crível (segundo seus padrões) dos fatos vistos na Internet, e a fonte jornalística tradicional em certos casos é negligenciada ou rechaçada”. A notícia adquire, assim, um sentido alargado, para além da esfera jornalística, aproximando-se da ideia de novidade e interesse pessoal. Por sua vez, os adolescentes no estudo de Tamboer et al., (2022), consideram notícia uma variedade de conteúdos, associando ao que é “novo”, como informações sobre celebridades e eventos das redes sociais. É, portanto, um panorama que gera tensão entre as concepções tradicionais da prática jornalista, a experiência quotidiana de consumo e os diferentes tipos de fontes e plataformas utilizadas (Costera Meijer, 2007; Swart, 2021). Como referem Vraga et al. (2016, p. 14), “o facto de já não ser claro, se é que alguma vez o foi, quem é um ‘jornalista’, o que são ‘notícias’ e onde se deve depositar a confiança” transpõe a atual transformação do ecossistema jornalístico. Este assunto é retomado no primeiro ponto do segundo capítulo.

O mais recente projeto nacional YouNDigital – Jovens, notícias e cidadania digital teve como principal objetivo compreender a relação entre jovens (15 aos 24 anos) e notícias, enquadrando-se nas dinâmicas de cidadania digital. Este estudo não se concentra nas “idades sanduiche” do presente estudo, mas foi remetido para análise, uma vez que os seus dados atuais suscitaram um olhar diferenciador que merece ser introduzido nesta investigação. Ao observar os dados e associando à atual linha de investigação, considera-se que podem servir como um alerta estratégico de intervenção, tendo em consideração distintos grupos. Na conferência final, os resultados (Universidade Lusófona, 2025) relativos ao modo como os jovens se posicionam face às notícias identificaram quatro grupos (clusters). O primeiro grupo, designado “Exploradores Digitais Centrados no Lazer” e composto por 50,27% de repostas do sexo masculino, revela interesse por notícias desportivas, tecnológicas, de saúde e de entretenimento e menos interesse em notícias locais. Os jovens deste grupo recorrem aos *media* essencialmente para conversar e ocupar o tempo livre, considerando as notícias, sobretudo as de cariz político, como “tendenciosas” e “aborrecidas”. Identificam os *youtubers* como a principal forma de

aceder a informação sobre “o que se passa no mundo”, utilizando as redes sociais como fontes de informação, enquanto usam menos os jornais, rádio ou professores. O segundo grupo, denominado “Exploradores Digitais de Temas Variados”, teve a maior percentagem em quase todos os tópicos noticiosos. É constituído maioritariamente por 59% de respostas do sexo feminino. Este grupo manifesta interesse por temas como saúde, entretenimento, tecnologia, sociedade, educação e economia. Tal como o grupo anterior, recorre aos influenciadores digitais, sobretudo *instagrammers*, para se manter informado. Consideram as notícias “tendenciosas” e com “um impacto negativo” na sua “vida e estado de espírito”, procurando os meios de comunicação para conversar e realizar trabalhos escolares. A família é identificada como a principal fonte de informação. O terceiro grupo, intitulado “As Notícias Não São a Minha Praia”, apresenta uma predominância de respostas do sexo masculino (cerca de 61%). Apesar de demonstrar baixos níveis de interesse pelos media, preferem desporto e entretenimento. Este grupo também recorre aos *youtubers* para se saber o que se passa no mundo, embora com menor frequência do que o primeiro grupo. Partilha da mesma visão crítica sobre as notícias, considerando-as aborrecidas, sobretudo as políticas. Apesar de acederem aos meios de comunicação para conversar e realizar trabalhos escolares, tal acontece com menor regularidade em comparação com o segundo grupo. Os *media* são apontados como fonte de informação, embora com reduzida importância do que os outros grupos. O quarto e último grupo, os “Vislumbre dos Media à Antiga”, tem interesse por temas como desporto, entretenimento e, em menor grau, tecnologia. Este grupo é mais heterogéneo do que os grupos um e dois, mas revela um envolvimento mais significativo com as notícias do que o terceiro grupo. É constituído por 50,69% de respostas do sexo feminino. Os jovens deste grupo consideram que os jornalistas têm uma presença mais significativa do que os *influencers*, que são mais valorizados nos primeiros dois grupos. Mesmo assim, partilham a ideia de que as notícias têm “um impacto negativo” na sua vida e no seu estado de espírito e que os *media* são “tendenciosos”. Os jovens deste grupo acedem aos meios de comunicação sobretudo para conversar e realizar trabalhos escolares, tendo como principais fontes de informação as redes sociais e a família.

Em primeiro lugar, torna-se visível a desigualdade entre os jovens de gostos, interesses e expectativas, o que torna o processo jornalístico mais exigente no cumprimento do direito à informação. De seguida, reflete-se sobre a importância de iniciar mais cedo a relação das crianças com o jornalismo infantojuvenil, sobretudo por se observar uma

desvalorização do consumo entre os jovens e uma crescente fragmentação das fontes de informação. Ao identificar que, entre os 15 e os 24 anos, prevalece uma percepção negativa sobre o jornalismo – considerado tendencioso, aborrecido e distante das vivências pessoais – sugere-se que os hábitos de consumo noticioso não estão a ser formados de modo consistente e integrado nas fases anteriores da vida. Esta ausência pode contribuir para uma relação frágil com as notícias na adolescência, juventude e até na fase adulta. Mediante este cenário, uma das propostas desta investigação é a atuação preventiva, promovendo o contacto com o jornalismo desde idades mais jovens, antes dos 15 anos, mas que seja o especializado e não o produzido para adultos. Esta pode ser uma estratégia jornalística para inverter ou mitigar estes resultados menos positivos no futuro.

Importa ainda referir o estudo de Mensonides et al. (2024), *Playful citizens: How children develop and integrate news-related practices in their daily lives*. Este introduziu uma abordagem distinta ao analisar como as crianças, com idades entre os 8 e 12 anos, integram práticas relacionadas com notícias no seu quotidiano, através de atividades lúdicas em contextos informal e formal. Esta perspetiva contraria a tendência da academia na centralidade em contextos educativo formais (Vraga & Tully, 2016). No ambiente informal, as crianças não conceptualizam o termo “notícia” ao jornalismo tradicional, consumido pelos pais e por outros adultos. Em vez disso, consideram notícia qualquer conteúdo novo, engraçado, que vai ao encontro dos seus interesses e obtido por fontes menos informais, como Youtube e Instagram. Contudo, o que se percebe é que as crianças mencionam assuntos atuais que estavam a acontecer e atores sociais adultos. Aponta-se o seguinte exemplo:

David (11 anos) estava a discutir acontecimentos recentes noutros países. Quando lhe perguntaram como é que ele sabia tanto sobre situações de conflito, partilhou que se interessa por temas relacionados com a guerra. Para obter mais informações, viu vídeos no YouTube de ‘pessoas’ que faziam perguntas à população local. Ele descreveu-os como *vloggers* e não usou termos que refletem as notícias, como ‘jornalistas’, ‘entrevistas’ ou o próprio termo ‘notícias’ (Mensonides et al., 2024, p. 1866).

Em contrapartida, na escola, as crianças são confrontadas com uma abordagem mais convencional e institucional das notícias. Neste local, esta é apresentada como um conteúdo sério e menos interessante, associada a tópicos como política, economia,

guerras, clima e eventos internacionais, e, por isso, o público mais novo sentem-se menos motivados a interagir. Conclui-se, portanto, uma desconexão entre os contextos informais e o ambiente escolar. As conceptualizações das notícias, pelos professores do primeiro ciclo, são tidas como “sérias que introduzem as crianças no mundo adulto” (Mensonides et al., p. 1853), impedindo-os de reconhecer as práticas lúdicas relacionadas com as notícias. Nas escolas, as atividades são mais normativas e limitadas à lógica adulta de consumo e produção noticiosa. Esta investigação revela-se relevante pela integração do lúdico, quer na produção jornalística, quer na educação de práticas noticiosas no ensino, merecendo maior aprofundamento no ponto dedicado à literacia para as notícias.

O consumo de notícias por parte das crianças pode ainda ocorrer em contexto familiar, mesmo que isso não traduza que seja por escolha própria (Buckingham, 2000; Delorme, 2013; Silveira, 2015). No estudo de Silveira (2015) revela-se que as crianças portuguesas seguem a atualidade no contexto das refeições em família, referindo-se aos conteúdos noticiosos produzidos para adultos. A investigadora sugere que esta relação familiar pode maximizar os benefícios e a minimização dos prejuízos decorrentes do consumo de notícias (quando tratam de assuntos mais sensíveis e agressivos). Delorme (2013) também argumenta que o diálogo, principalmente, com os pais sobre assuntos da atualidade potencia a motivação e o interesse das crianças em consumir questões “sérias” da sociedade, como política e economia, pois sentem-se valorizadas. Para a autora (2013, p. 214) “essa troca de informações e as possibilidades de diálogo permitem às crianças reconhecerem-se como sujeitos ativos e participativos na vida social”. Observar os pais a ler notícias pode igualmente contribuir para o consumo de notícias com consequências na idade adulta (Campos, 2018). Esta realidade é relatada não só em crianças, mas também em jovens, o que evidencia que podem ser adotadas rotinas em tenra idade para potenciar que perdurem no tempo. A título de exemplo, refere-se o estudo recente de Feio e Oliveira (2024, p. 13), cujos resultados com jovens revelam que os pais são uma fonte de informação e a promoção de conversas sobre a atualidade, empoderam os mais novos a sentirem-se mais confiantes no seu conhecimento noticioso e em outros enquadramentos sociais. Como explicam as autoras (2024, p. 13), “os jovens crescem integrados nesta prática, tendo as suas primeiras interações com o consumo de notícias, antes de ganharem os seus smartphones e começarem a desenvolver consumos individuais”. Para Notley et al., (2023, p. 878), esta transição dá-se mais cedo, observando-se “uma mudança significativa que ocorre quando as crianças entram nos seus anos *teens*, tornando-se muito

mais provável que obtenham notícias *online* a partir de redes sociais, *websites* de notícias e apps”. Estes dados revelam, portanto, que o ambiente doméstico pode ter influência na construção do interesse pelas notícias (Brites, 2013, 2017; Campos, 2018; Delorme, 2013; Notley et al., 2023; Silveira, 2015; Silva et al. 2017), e que este é reforçado quando existe o hábito e o espaço para diálogo entre as crianças e os adultos. Os familiares podem então constituir-se como uma referência positiva para as crianças, não só ao possibilitarem-lhes o direito de serem informadas, mas como capazes de interpretar o que se passa no mundo. Além disso, enquadrando-se com os resultados apresentados anteriormente, constata-se que neste ambiente de consumo noticioso se mantém a ligação à televisão. Ressalva-se, no entanto, que o consumo noticioso que está a ser debatido aqui é o produzido para adultos e não o jornalismo para crianças, o qual permite que as crianças se mantenham informadas mesmo quando não há essa mediação familiar, como é abordado em “Construção do jornalismo infantojuvenil”. Contudo, é importante fazer uma nota menos positiva sobre o potencial desta relação de influências. De acordo com os dados da *Digital News Report* (Cardoso et al. 2024) aumentou o evitar ativo de notícias – Portugal surge em 4.º lugar na Europa – e o nível de saturação com notícias entre os adultos, em 2024. Estes resultados podem, portanto, impactar o consumo noticioso por parte dos mais novos, que acabam por desconetar, resistir e evitar as notícias – o *news avoidance* (Schröder, 2016; Swart et al., 2022).

1.5. Síntese final

Em traços gerais, este primeiro capítulo centrou-se na criança – o público do jornalismo infantojuvenil –, e na construção social da infância, que se traduz, na contemporaneidade, como sujeito de direitos, sendo o direito à informação o de maior relevância para este trabalho. Nas peças seguintes encaixaram-se as análises de como elas acedem aos meios tradicionais e digitais, que lhes permitem exercer esse direito e, de seguida, de como consomem e o que pensam das notícias que acedem. Estas foram estas as primeiras peças do *puzzle* investigativo.

Inicialmente apresentou-se o enquadramento teórico que sustenta o entendimento da infância como categoria social e identidade própria, tornando-se evidente que a história ocidental, com suas complexidades e dinâmicas próprias, condicionou a contemporaneidade da criança. Seguindo a linha da sociologia da infância, é

entendimento desta investigação que a infância não é uma fase universal e natural. É antes um fenómeno cultural, social e geracional, que conhece diferentes vivências, paradoxos e interpretações. Daí falar-se em infâncias, no plural. Mesmo partindo destas premissas, houve a necessidade de se delinear limites etários, nos campos científico, institucional, legal e desenvolvimento cognitivo, para situar as idades entre os 7 e os 12 anos como as “idades sanduíche” ou “faixa etária sanduíche”, designadas para este estudo. Contudo, ressalva-se, mais uma vez, que esta forma esquematizada de olhar para as crianças é apenas orientadora, pois, como analisado, elas podem estar a experienciar infâncias diferentes, com a mesma idade, devido às suas múltiplas vivências.

Também ficou claro que persiste entre o que está consagrado na Convenção sobre os Direitos da Criança (1989), na legislação nacional e o que é efetivamente posto em prática. Reconhece-se que têm sido feitos esforços, mas percebe-se de que o que se relaciona com as crianças concretiza-se de um modo lento e demora a crescer. Ao contrário do que se costuma dizer delas: “Crescem tão rápido”. Questiona-se, em particular, o facto do jornalismo infantojuvenil ainda continuar pouco valorizado na discussão sobre a efetiva garantia dos direitos da criança, uma vez que se reconhece a informação como direito para o desenvolvimento de práticas cívicas e participativas dos mais novos, sobretudo numa altura que se fala em plataformização, convergência e conectividade. A criança contemporânea consome, mas também produz e torna-se influenciadora. Isto revela que, ao mesmo tempo, que a infância é modelada pelo consumo é igualmente modeladora, ainda que dentro das normas impostas pelas empresas, sobretudo as de *media*. Esta relação é transformadora e quebra a lógica tradicional das práticas adultocentristas. Este reposicionamento da infância no mundo, marcado pelo consumo, incluindo o mediático, por um lado, traz consigo reconhecimentos como sujeito e agente ativo, com voz, direitos e habilidades legítimos. No entanto, por outro lado, vinca-se também a necessidade de se estar mais alerta para a invisibilidade de algumas vozes e acessos desiguais e discriminados, responsabilidades partilhas e mediações familiares e escolares, que podem colocar em causa não apenas o consumo mediático, mas o bem-estar das crianças.

Sendo a informação um direito, procurou-se mapear os modos de acesso do público infantil, identificando as tendências atuais. Verificou-se que as crianças continuam a receber notícias através da televisão e do impresso, contrariando a lógica da centralização do consumo digital. Para a “faixa etária sanduíche” a televisão continua a ter importância

mediática e as publicações impressas, embora que em declínio, ainda subsistem. Tais dados são fundamentais para esta investigação, uma vez que os meios tradicionais são os objetos de estudo, justificando a pertinência de continuá-los, não apenas como coexistentes ao digital, mas também como mecanismos para combater as desigualdades sociais mediáticas. Após a constatação de que as crianças estão expostas à informação, procurou-se descobrir o que pensam das notícias que consomem. Ficou igualmente evidenciado que elas reconhecem a importância das notícias, mas tendem a evitá-las, por serem aborrecidas e desajustadas aos seus interesses e por ser “um reflexo do seu sentimento de exclusão do campo político e das formas dominantes de discurso público” (Buckingham, 2006, p. 113). O consumo noticioso ocorre mais numa lógica incidental, circunstancial e em ambiente de abundância. As plataformas digitais, ao propiciar a oferta informativa mais engraçada e leve, recorrendo, por exemplo aos *influencers* digitais, contribuem para a perda da noção tradicional jornalística de notícia, que passa a ser confundida com entretenimento, publicidade ou mesmo desinformação. Neste cenário, o contexto familiar revela-se determinante para as crianças acederem às notícias. Os pais, ao serem fonte de informação e de diálogo, passam a ser mediadores (no caso do produzido para adultos) e influenciadores do interesse dos mais novos pelo jornalismo e servem de exemplo pelo seu próprio consumo.

Com a finalidade de estimular a motivação, curiosidade e interesse das crianças por conteúdos noticiosos, apresenta-se como solução a criação de veículos jornalísticos com formatos e linguagem mais ajustados à sua faixa etária (Alon-Tirosh & Lemish, 2014; Carter, 2007; Carter et al., 2009). Outra proposta reside na necessidade de se atuar de modo preventivo, promovendo o contacto com o jornalismo desde idades mais jovens, antes dos 15 anos, desde que se trate do especializado e não o produzido para adultos. Esta pode constituir uma estratégia para contrariar ou mitigar os indicadores menos positivos identificados em estudos com jovens.

Todas estas leituras e reflexões ao longo do primeiro capítulo são indispensáveis na construção deste *puzzle* investigativo. O jornalismo para crianças surge, assim, como um dos pilares fundamentais na construção da infância e na garantia do direito à informação. Deste modo, só após o encaixe de todas as peças relativas à infância e ao consumo mediático se pode pensar na produção de jornalismo infantojuvenil, que constitui o objetivo maior desta investigação. No próximo capítulo, examina-se o seu enquadramento e operacionalização.

Capítulo II: O jornalismo infantojuvenil como *puzzle* especializado

As peças centrais dos pressupostos teóricos deste capítulo são a especialização como consequência de um mercado e de públicos exigentes e diversificados e o jornalismo infantojuvenil com uma definição e configuração próprias. Antes parte-se de uma perspectiva macro, sendo crucial refletir sobre o estado do campo generalista face ao novo cenário mediático, marcado pela crescente problematização em torno do que se entende por jornalismo e quais são as suas fronteiras.

2.1. Jornalismo generalizado

Apesar da sua relevância científica, não cabe neste capítulo o debate sobre as perspectivas históricas e teóricas do jornalismo como profissão, identidade e formação. O foco, em vez disso, recai sobre a reflexão acerca do estado e do ambiente da prática para se contextualizar o rumo para a especialização.

Ao longo da história, inúmeros autores contribuíram para o entendimento do que é o jornalismo, sem se encontrar uma definição estanque, pois é unânime pensar que as mudanças constantes que compõem a sua trajetória tornam impossível a formulação de um conceito linear. Até porque esta prática participa direta ou indiretamente nas grandes transformações mundiais: “O ecossistema jornalístico se formou por fenómenos de acumulação, interação e adaptação” (Letria & Goulão, 1982, p. 109) e, por isso “há vários órgãos jornalísticos, vários jornalistas, várias pessoas que podem ser equiparadas a jornalistas, vários contextos em que se faz jornalismo” (Sousa, 2005, p. 12).

“O que é o jornalismo?”, questionou Traquina (2007, p. 9). É a vida, é a realidade, é uma atividade intelectual e criativa, é um negócio. São algumas propostas do autor para uma questão para a qual não existe uma única resposta. Não há um conceito estante nem uma única forma de o praticar, pois

Numa breve passagem pelos jornais diários vê-se a vida dividida em secções que vão da sociedade, à economia, à ciência e ao ambiente, à educação, à cultura, à arte, aos livros, aos media, à televisão, e o planeta seccionado em local, regional, nacional (onde está essencialmente a política do país) e internacional (Traquina, 2007, p. 9).

O jornalismo é, pois, um processo inacabado e permeável, “de renovação permanente que o transformam numa profissão perpetuamente nova” (Ruellan, 1993, p. 224), que progride pelos diversos contextos, mantendo-se aberto a influências. No entanto, possui uma base de princípios subjacentes que sustentam a sua prática, desempenhada por um grupo heterógeno de profissionais em constante transformação. Esta questão relaciona-se com os estudos de Ruellan sobre a identidade evolutiva do jornalismo no âmbito da sociologia das profissões, definida pelo conceito de *flou identitaire* (imprecisão identitária). Este conceito estabelece três proposições: primeira, o jornalismo como um processo construtivo, relacionado com a sua história e com os seus desempenhos literários, artísticos, políticos e sociológicos; segunda, como um somatório de práticas, especialidades, interações e autoridade, sujeito a uma visão dominante ditada pela concorrência; terceira, como um campo volátil e subjetivo por estar envolvido em conflitos de interesses individuais e coletivos, que constroem discursos simbólicos em benefício próprio.

Mesquita (2003, pp.191-192) salienta que “a especificidade e a riqueza da profissão dos jornalistas depende precisamente da sua fluidez, maleabilidade, capacidade de acolhimento e de integração de pessoas com diferentes formações e áreas de interesse”. No entanto, se, por um lado, esta capacidade de adaptação ou plasticidade do jornalismo é um elemento desafiador, por outro lado, há quem defenda que demonstra igualmente a sua fragilidade, devido aos seus “grupos diferenciados e ao recurso a estratégias de atuação diversas” (Garcia & Castro, 1994, p. 18). Trata-se, portanto, de uma atividade de múltiplas interações, onde os jornalistas, os “operários em construção” (Fidalgo, 2009, p. 3), atravessam reconfigurações de práticas e competências profissionais, mantendo as fronteiras abertas e “embaralhadas de todas as formas” num contexto mediático (Buckingham, 2006, p. 64). Este cenário configurou um “jornalismo de mercado” (Kovach & Rosenstiel, 2005), movido pela inovação tecnológica, a concorrência e concentração dos grupos de comunicação (Buckingham, 2006; Silva, 2024). É preciso referir que os próprios meios de comunicação social são marcas que tentam seguir as

tendências de consumo mediático e que se posicionam no mercado com modelos de negócio submissos ao lucro (Silva, 2024). Os produtos infantojuvenis não fogem a essa realidade. Por esta razão a autonomia jornalística depende não só do valor informativo, mas também do comercial e esta gestão é, por vezes, conflituosa. O jornalismo encontra-se assim perante desafios e constrangimentos do seu “valor percebido”, composto pela valorização social (contribuição para a democracia, formação e cidadania), económica (dificuldades financeiras e necessidade de modelos de negócio sustentáveis) e profissional da atividade (produção de qualidade e credibilidade, considerando novas formas de produção e distribuição) (Costera Meijer, 2021).

Assiste-se ao aparecimento do novo paradigma de um jornalismo associado a uma nova paisagem mediática (Bengtsson & Johanson, 2024; Buckingham, 2006; Silva, 2024) e ao conceito de comunicação feito pelo *media-worker*³⁷ (Neveu, 2005) e como mercadoria permite que se misture e se confunda com outros produtos originários da ampla área da comunicação, os *boundary work* (trabalho de, sobre e em torno de fronteiras, Fidalgo, 2019; Silva, 2024), como, por exemplo, publireportagens, infoentertainment, *native advertising*, *corporate journalism* ou *brand journalism* e *producers*³⁸. Ramonet (1999, p. 55) chama a atenção para o fim do monopólio do jornalismo na divulgação das informações para o universo da comunicação ou “sociedade da informação”, no qual a instantaneidade causa maior pressão do tempo e todos comunicam entre si e produzem informação. Naturalmente, que a inteligência artificial tem de ser apontada como outro fator que está a transformar a prática jornalística, assim como outros setores da sociedade (Cools & Diakopoulos, 2024). Tudo isto conduz a um afastamento dos valores clássicos do jornalismo (Ramonet, 1999). Esta nova “esfera pública de ação comunicativa” de Habermas (2003) revela a perda da importância social do jornalismo, o qual é empurrado para uma produção de imposição mercadológica comum à “modernidade líquida”³⁹ (Bauman, 2008). Se, por um lado surge um público a exigir por novas mercadorias; por

³⁷ Esta definição surge, de acordo com Neveu (2005), como resultado da profissão jornalística numa mistura de ofícios e comunicação.

³⁸ Termos vulgarmente empregues em expressão inglesa, mas que podem ser traduzidos por publicidade nativa e jornalismo institucional ou de marca. Para *producers* não há uma única palavra traduzida no âmbito da comunicação, mas refere-se à simultaneidade do papel de produtor e de consumidor de informação (Jenkins, 2006).

³⁹ Para Habermas a comunicação é o processo humano mais importante ao possibilitar a sociabilidade e a racionalização. Contudo, numa outra perspetiva, a “sociedade em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação de hábitos e rotinas, das formas de agir. A liquidez da vida e da sociedade se alimentam e se revigoram mutuamente” (Bauman, 2008, p. 1).

outro, esse mesmo passa a ter nas mãos as mesmas ferramentas tecnológicas para produzir e transmitir informação (Buckingham, 2006; Jenkins, 2006). Esta fragmentação da prática jornalística permite, por um lado, a precariedade da profissão; e, por outro, que seja desempenhada por não profissionais.

Esta relação dos valores jornalísticos com os critérios comerciais, a desinformação, as *fake news*, a plataformização (van Dick, 2009) e o uso da inteligência artificial nas redações (Cools & Diakopoulos, 2024) coloca em causa o papel dos jornalistas e os limites do exercício da profissão. Isto leva Ramonet (1999) a enumerar o ceticismo, a desconfiança e a incredulidade como os sentimentos que os cidadãos nutrem perante esta atividade profissional. Torna-se, por isso, urgente promover o valor social do jornalismo na ótica do público, o qual segundo Costera Meijer (2021) passa a ter uma experiência que otimiza o prazer da notícia, a capacitação cívica e a satisfação das necessidades humanas da inspiração, sentimento de pertença, competência, autonomia e relação social.

Neveu (2010) e Ruellan (2017) chegam a questionar sobre o papel do jornalista no futuro, se poderá ser dispensável no ambiente de cultura de convergência e na prática *online*. Mesquita (2003) coloca a hipótese de vir a ser um “género minoritário”. Talvez, para trás tenha ficado o jornalismo como “sacerdócio” de Balzac (citado em Sousa, 2009, p. 9) e a “mitologia do jornalismo” de Neveu (2005) e Ruellan (1994), mas, mesmo neste contexto, considera-se que é exercido como uma atividade profissionalizada, sujeita a normas e códigos de conduta específicos. Em Portugal, a profissão afirma-se com um discurso e estatuto deontológico e legislativo⁴⁰, com a atribuição da carteira de jornalista, e competência técnica que garantem a unicidade do grupo profissional. Consente-se com Fidalgo (2019) ao considerar que as exigências éticas e práticas estarão no centro da identidade jornalística em Portugal e com Ramonet (1999, p. 58) quando apresenta dois fatores que parecem essenciais para se restabelecer a relação de confiança com os cidadãos: a realização pelos *media* de “análises sobre o seu próprio funcionamento” e pelo reforço da presença dos provedores. Acredita-se no jornalismo assente nos valores da democracia, da justiça e da liberdade, representado na figura infantojuvenil de banda desenhada: o jornalista e super-homem Clark Kent (Adghirni, 2005). Posto isto, compreende-se que as fronteiras têm de ser delimitadas pela própria atividade

⁴⁰ Em Portugal, a atividade jornalística está definida na Lei da Imprensa, de 26 de fevereiro de 1975, no Primeiro Código Deontológico, de 13 de setembro de 1976, e no Estatuto de Jornalista, de 13 de janeiro de 1999.

profissionalizada, suas especializações e subcampos, uma vez que não se conhece apenas uma forma única de ser praticado, mas que não deixa ser jornalismo. É a partir deste princípio que se parte para a especialização e, de seguida, para o infantojuvenil.

2.1.1. Fronteiras abertas para o jornalismo especializado

Ao contrário do que tem vindo a ocorrer em Portugal, o jornalismo especializado ganhou terreno há mais de 40 anos, em Espanha, tanto em termos académicos quanto profissionais. Os professores espanhóis Orive e Fagoaga (1974) foram os pioneiros ibero-americanos nos estudos sobre a estrutura e a especialização jornalística, defendendo, na década de 70, que cabia a esta prática diagnosticar os problemas da sociedade contemporânea em áreas específicas de interesse, debater soluções e contribuir para a formação de uma consciência crítica nos leitores. Naquela época, este cenário focava mais na imprensa e no jornalismo de profundidade. A especialização foi alvo de estudos posteriores em Espanha. Nesse sentido, com base no pioneirismo e na proximidade geográfica, o presente estudo suporta-se, em grande medida, nos autores espanhóis como referências de destaque. O Brasil também tem ocupado uma posição produtiva nos últimos anos, com contribuições de Abiahy (2005), Erbolato (1981), Lage (2005), Lustosa (1996) e Tavares (2007, 2009, 2011, 2012). Este último é mais citado devido à afinidade com os autores espanhóis.

Em Portugal, o lançamento recente dos dois volumes *Jornalismo de Especialidade*, coordenados por Jaime Lourenço (2024) proporcionam novos olhares às variáveis que se praticam no país, cujas origens são, aliás, remotas. Conforme indica Tengarrinha (1989, p. 52), “desde inícios de 1749 até finais de 1807 apareceram no nosso país 11 jornais literários e musicais, 7 científicos, 6 históricos, 3 comerciais, 2 de agricultura e 1 feminino”. No século XIX, já se configurava a especialização, não só na capital, como também no Porto: “Na cidade produziu-se uma maior diversidade de títulos, que de alguma forma acompanharam o panorama nacional e que se traduziu na afirmação de um publicismo especializado. A par de outros jornais de orientação ideológica, publicaram-se outras folhas que traduziam a diversidade de interesses que consubstanciavam o dinamismo da vida material e social” (Lima, 2012, p. 11). Embora tenha sido um ensaio do que é hoje, na prática, consolidava-se neste período o jornalismo especializado, cujas raízes estão na primeira contratação de um jornalista, Horace Greely, fundador do *The New York Tribune*, para redigir notícias especializadas e dividir uma redação por secções

temáticas (Sousa, 2024, p. 151), e no lançamento da primeira revista *Time*, em 1923 (Tavares, 2012).

Apesar de acumular anos de existência, as pesquisas em torno do jornalismo de especialidade continuam a demonstrar falta de consensualidade em torno de uma definição das características e do seu lugar no generalizado, o que tem gerado confusões refletidas no ensino, pesquisa e própria profissão. No estudo de Iglesias e Alcaide (2010) e Quesada Pérez (1998) são apresentadas propostas esquematizadas das diferenças entre generalizado e especializado, para facilitar a compreensão antes de se avançar para outras discordâncias. Uma “mudança de paradigma” é apresentada por Tuñon (1993). A sociedade tecnológica e de massas abre espaço à coexistência de diferentes modos de vida e de modelos comunicativos, com públicos ora mais vastos ora mais segmentados. Para Marchetti (2020, p. 241) “o campo jornalístico estrutura-se em torno da oposição entre um polo ‘generalista’ e um polo ‘especializado’”. Do seu ponto de vista, deve-se ir além da simples referência ao jornalismo e aos subcampos, como o económico, para pensar na especialização. Este também deve considerar as necessidades do público, os vários suportes e as habilidades do profissional. Numa visão oposta, Iglesias e Alcaide (2010, p. 157) alegam que:

O jornalismo generalista e o jornalismo especializado não se excluem mutuamente, nem são antagónicos: complementam-se. É, precisamente, a existência de um modelo prévio, o generalista, que permitiu a evolução da informação desde um plano mais superficial para um mais específico e profundo.

Na verdade, “de forma relacional, as especialidades jornalísticas e, portanto, o mapa do jornalismo ainda questiona a forma como as especializações emergem e se institucionalizam” (Neveu et al., citado em Tavares, 2012, p. 99).

A falta de clareza do que é “especialização” estende-se também à própria nomenclatura Gallego Ayala (2003). Martínez Albertos (2002) chega mesmo a estabelecer distinções entre “Imprensa Especializada” e “Jornalismo Especializado”⁴¹ para evitar confusões entre publicações técnicas não jornalísticas e as publicações especializadas jornalísticas.

⁴¹ O primeiro termo inclui as publicações com ou sem periodicidade fixa, que são dirigidas a profissionais concretos, especialistas de uma atividade científica, técnica ou industrial, e o segundo termo dirige-se a um público teoricamente tão amplo como pode ser a audiência concreta de um jornal.

Apesar de Bahia (2009) defende que a prática da especialização é tão antiga quanto a própria imprensa, mas não com a configuração de hoje, essa é datada em meados da década de 50 do século XX. É nesta altura que se consolida um jornalismo mais explicativo, em detrimento do ideológico e do informativo (Erbolato, 2002, Llano, 2008, Martínez Albertos, 1968). Historicamente, a especialização está também associada ao surgimento de novos meios de comunicação, à crise da imprensa, aos regimes de produção e à formação de novos grupos sociais consumidores de *media* (Tavares, 2009). Esta prática foi, portanto, uma resposta a uma necessidade histórica, social e mediática (Fernández del Moral, 2004). Diezhandino Nieto (1988) chegou mesmo a afirmar que foi “a tábua de salvação da imprensa”, que estava a sofrer do impacto destas várias condicionantes.

Segundo Berganza Conde (2005), Fernández del Moral e Esteve Ramírez (1996) e Quesada Pérez (1998) estavam, portanto, reunidas as condições para se consolidar a especialidade jornalística tal como é hoje conhecida. Assim, a especialização surge como “uma exigência da própria audiência, cada vez mais segmentada, e, por outro lado, como uma necessidade dos próprios meios de comunicação para alcançar uma maior qualidade informativa e uma maior profundidade nos conteúdos (Fernández del Moral & Esteve Ramírez, 1996, p. 53).

Neste cenário, o jornalismo especializado primário passou a integrar, de modo inseparável, as secções ou os cadernos temáticos dos jornais impressos ou os programas nos formatos audiovisuais, com periodicidade e publicidade próprias (Carvalho, 2007). Para Borrat (1993), este pode ser encontrado em diferentes tipos de texto jornalístico (narrativos, descritivos, argumentativos), linguagens (de alto nível teórico, de divulgação ilustrada, de divulgação popular), jornais (de informação geral ou seletiva: comercial, militante, académica...) e audiências (massas, elites, especialistas).

À professora Fontcuberta (1997) deve-se a primeira classificação do conhecimento em quatro grandes áreas temáticas de especialização – economia, política, sociedade e cultura –, de acordo com Quesada Pérez (1998, pp. 58-59), a qual ainda remeteu para as suas subdivisões, por exemplo, a área da política pode subdividir-se em política internacional, política nacional, etc. Anteriormente tinham sido feitas tentativas que não se estabeleceram, como o conjunto de Orive e Fagoaga (1974) dividido em três: políticas,

humanas e recreativas⁴². Os autores espanhóis Fernández del Moral e Esteve Ramírez (1999) apresentaram, de seguida, uma proposta mais completa, semelhante à de Muñoz-Torres (1997), a qual inclui as áreas clássicas e acrescenta a ciência, tecnologia e desporto. É a partir destas áreas que, segundo eles, surgem tipos de jornalismo, como o cívico e o social. Todavia, a progressiva ampliação de temas e subdivisões e a realidade mediática tornaram esta proposta insuficiente, a qual, entretanto, ultrapassou a esfera da secção, suplementos ou cadernos especiais e assumiu autonomia nos jornais, revistas, televisão, rádio e plataformas digitais.

A proposta de Lourenço (2024b, p. 21) passa por um modelo de especializações jornalísticas que assumem cinco variáveis – meio, tema, narrativa, metodologia e público, sendo estas subdivididas em categorias e microcategorias – “que não se encontra totalmente fechado, mas aberto e permeável”.

No panorama nacional, podemos indicar, além dos canais abertos generalistas, os canais especializados em informação, tais como a SIC Notícias, e em desporto, como a Sport TV. Adicionalmente, no panorama dos *media* generalista com secções temáticas, destacam-se o jornal de referência *Público* e a revista *Visão*, enquanto no campo radiofónico, referencia-se a TSF. Há ainda exemplos de especialização que cruzam diferentes meios, temáticas e públicos, como o programa *Pais e Filhos*, um programa de sociedade da rádio TSF, o *Jornal de Letras* na imprensa, o *podcast Contas Poupança*, de Pedro Andersson, e a *RHmagazine*.

Mediante este cenário, entende-se para esta investigação como definição de jornalismo especializado a de Fernández del Moral e Esteves Ramírez (1986, p. 98):

A estrutura informativa que penetra e analisa a realidade através das diferentes especialidades do conhecimento, situa-a num contexto alargado, oferece uma visão global ao destinatário e elabora uma mensagem jornalística que adapta o código ao nível de cada público, atendendo aos seus interesses e necessidades.

De acordo com Berganza Conde (2005), esta é uma das definições mais completas e que retoma a desenhada por Orive e Fagoaga (1974). Tantos os dois autores pioneiros como

⁴²As áreas merecem um esclarecimento adicional. Orive e Fagoaga explica que na primeira incluem-se os conteúdos que estão direta ou indiretamente relacionados com a vida política das nações e instituições, como a educação, a religião e a sociedade. O segundo grupo engloba entrevistas de personalidades, assuntos de interesse humano, medicina e ciências comportamentais e o terceiro trata de informações sobre renovação de valores do ser humano e tempos livres (desporto, cultura, passatempos, etc.).

Fernández del Moral (2004) partilham a ideia de estrutura de aprofundamento e interpretação, bem como a adaptabilidade da linguagem a cada grupo com características específicas. O que Fernández del Moral (2004) acrescentou foi o conceito da visão global (que Orive e Fagoaga, embora tenham mencionado, não incluíram na definição) e a contextualização das mensagens.

Apresenta-se ainda uma definição mais recente, a de Tavares (2009, p. 124), que corrobora as anteriores e que, para este estudo, é igualmente assumida como válida:

A especialização jornalística diz respeito a uma estrutura informativa que abarca ‘todo o processo comunicativo’ para apresentar a realidade através de múltiplos âmbitos temáticos que são objeto de tratamento pelo jornalismo (por seus profissionais qualificados em distintos níveis de especialização), satisfazendo aos usuários e às suas demandas.

Apoiados nestas definições, encontram-se os elementos fundamentais para uma proposta de definição de jornalismo especializado nesta investigação. Trata-se, portanto, de uma estrutura informativa que aborda acontecimentos e temas que compõem a complexa realidade, considerando os interesses e as necessidades de diferentes públicos, sejam eles de massa ou seletivos, desde que o tratamento seja jornalístico e que implique uma contextualização, metodologia, linguagem e produção adequadas, requerendo uma especialização do próprio jornalista. Não existe apenas um tipo de prática especializada, mas distintos níveis que produzem conhecimento para os públicos.

Importa ainda ressaltar que não se trata de qualificar o jornalista especializado melhor do que o profissional generalista, mas sim reconhecer que é um tipo distinto: “para um jornalista especializado, jornalista é substantivo e especializado é o adjetivo” (Berganza Conde, 2005, p. 93).

2.2. Orientações do jornalismo especializado

Como referido anteriormente, ao longo dos anos, a imprensa passou por mudanças significativas, sempre com o intuito de atender às necessidades de diversas audiências e adaptando-se às particularidades e exigências de cada uma. A emergência de múltiplos segmentos impulsionou o surgimento de um jornalismo mais direcionado, com a publicação de conteúdo especializado e uma abordagem mais personalizada. Esta nova

fronteira informativa aberta reflete não apenas a evolução jornalística, mas também a transformação do próprio público.

As exigências dos públicos, agora mais fracionado, levaram os meios de comunicação a reestruturar as suas práticas para o tornar especializado (Fernández Obregón, 1998, p. 6). Para que a informação seja especializada deve-se considerar que é “algo comunicável, objeto de informação jornalística passível de codificação para mensagens universais (Fernández del Moral, 2004, p. 24). Desta citação, percebe-se que uma das principais preocupações da especialização é tornar o conhecimento de interesse público algo universal e comunicável. Em outras palavras, transformar mensagens complexas e especializadas em compreensíveis ao alcance da sociedade, sem descaracterizar os profissionais nem desvirtuar a prática jornalística.

O olhar limitativo de autores, como Erbolato (1981), Lage (2005), Lustosa (1996) e Rovida (2010), que focam o olhar na especialização em secções na imprensa diária, é contraposto por Berganza Conde (2005, p. 88), que defende que a tendência é “encontrar textos de jornalismo especializado na imprensa de informação geral e textos generalistas em meios especializados. Esta forma de trabalhar não é determinada pelo suporte, mas sim pelos métodos de produção informativa e pelo resultado”. A autora ainda afirma que um conteúdo pode ser seletivo, privilegiando a temática, estar numa secção e, mesmo assim, não ser especializado. Está ciente da existência de posições contrárias à sua, bem como de autores que abordam a especialização de modos distintos, por audiência, meio, conteúdo ou por quem a escreve, o próprio especialista. Para Fontcuberta (1993) também não são os meios que se especializam, mas sim os conteúdos. Os veículos apenas são facilitadores da difusão dos conteúdos. A professora espanhola (2006) defende que a temática é a “razão de ser” do jornalismo especializado. Com uma outra visão, Marchetti (2020, p. 241), acrescenta a variável do papel dos jornalistas que têm de ter sempre em mente para quem estão a escrever e que o “grau de especialização varia fortemente segundo o tipo de suporte (generalista/especializado; audiovisual/imprensa; pequenas/grandes redações), as especialidades e a posição que estas ocupam nas hierarquias internas das redações”.

Diante este cenário, Tavares (2012, p. 108) avançou com a ideia de que “é verdade que o foco no texto (e suas temáticas) abre uma perspectiva ‘melhor resolvida’ em relação a uma linguagem, um estilo e, conseqüentemente, a um contrato com um certo público leitor”.

No entanto, tratar da especialização jornalística é também procurar conformidades entre as manifestações empíricas especializadas, podendo estar associada a “meios de comunicação específicos (jornalismo televisivo, radiofónico, ciberjornalismo, etc.); a temas (jornalismo económico, ambiental, esportivo, etc.); ou pode estar associada aos produtos resultantes da junção de ambos (jornalismo esportivo radiofónico, jornalismo cultural impresso, etc.)” (Tavares, 2009, p. 115).

A perspetiva adotada por esta pesquisa não considera que o cerne da especialização resida exclusivamente no eixo temático, reconhecendo, ao invés disso, que os demais componentes coexistem e complementam-se significativamente nessa prática jornalística. Estamos alinhados com a proposta de Quesada Pérez (1998) quanto à estrutura de tripla especialização por conteúdos temáticos, públicos e meios que caracterizam o jornalismo moderno. A professora espanhola também sublinha este último ponto e reforça a diferenciação dos profissionais com especialização pelo seu método de trabalho, formação, atitude, objetivos e relação com as fontes, apesar de os princípios serem os mesmos do generalizado. Por sua vez, esta tripla vertente partilha a metodologia oriunda do jornalismo de investigação. Estas considerações seguem a linha de Berganza Conde (2005) e Atala (2005). Contudo, outros autores apresentam a relação da especialização com o interpretativo (Beltrão, 1976; Erbolato, 2002), o explicativo (Berganza Conde, 2005; Casasús, 1988) e de precisão, “cuja fundação está associada ao pesquisador norte-americano Philip Meyer e encontra-se aplicada ao jornalismo especializado por Fernández del Moral (1993-1994)” (citado em Tavares, 2009, p. 126).

Em termos práticos, a especialização está associada a uma nova metodologia para a produção dos textos (Tavares, 2012), fugindo à instantaneidade e fazendo uso destas matrizes normativas: investigação, interpretação, explicação e de precisão (hoje associado ao jornalismo de dados e estatístico). Daí o texto apresentar-se em profundidade e a reportagem ser o género mais comumente encontrado. Sem esquecer, todavia, que a especialização aborda os temas de acordo com uma linguagem específica, usando termos e expressões significativas no universo do público (Abiahy, 2005, p. 23) e que pode também ser condicionado pela dimensão geográfica (Meneses Fernández, 2007).

Mediante as discussões apresentadas, verifica-se, tal como é apontado em Lourenço (2024a, 2024b), que a produção de textos jornalísticos especializados está relacionada com diversas variáveis: os temas, o âmbito geográfico (local, regional, nacional, internacional), o público-alvo (mulheres, homens, crianças, jovens, adolescentes, adultos,

idosos), meios de comunicação (impressos, televisivos, radiofônicos, digitais, agências, gabinetes) e ainda ao método de trabalho (investigativo, precisão, de dados, etc.).

Particularizando à linha de investigação do presente estudo, estas variáveis são encontradas em casos especializados inseridos na própria especialização do jornalismo infantojuvenil⁴³. Em Portugal, podem ser apontados como exemplos, o suplemento local *O Gaiense Kids* (distribuído com o jornal local *O Gaiense*) e a revista religiosa *Audácia* (distribuída pelos Missionários Combonianos.) Contudo, ao recuar-se na história, encontram-se menções ao título desportivo português, *Sportsinho*, e aos suplementos para meninas *A Formiga e Lusitas*.

Segundo Ferreira & Doretto (2024, p. 239), “em outros países verifica-se uma maior tendência do que em Portugal para explorar o jornalismo infantojuvenil na vertente da temática” apontando-se casos como a revista desportiva *Match of the Day*⁴⁴ (Reino Unido) e da revista *lifestyle Style Piccoli*⁴⁵ (Itália). Contudo, segundo as autoras (2024), é a temática de ciências que arrecada mais popularidade entre as publicações, como a *National Geographic Kids*⁴⁶, a *Ranger Rick Jr.*⁴⁷ (Estados Unidos da América), a revista *Ciência Hoje das Crianças* (Brasil) e a *Whizz Pop Bang*⁴⁸ (Reino Unido). A bimestral polaca *Kosmos*⁴⁹ pode ser apontada como um exemplo atual de publicação para meninas.

Evidencia-se que:

O jornalismo infantojuvenil pode acumular a força de outras especialidades, como o jornalismo temático, o jornalismo do meio, o jornalismo metodológico e o jornalismo narrativo. Por exemplo, podem ser produzidas peças jornalísticas culturais ou de viagens para crianças, para qualquer meio, seja televisão, rádio, imprensa ou Internet. De igual forma, poderemos ter jornalismo metodológico de investigação ou de dados destinados apenas aos mais novos. O jornalismo de narrativa, como o literário ou o de inovação, traz outras possibilidades profícuas à produção infantil. A estreita distância entre estas especialidades traduz a potencialidade do jornalismo infantojuvenil dos tempos modernos e a

⁴³ Podem encontrar-se estes exemplos mais desenvolvidos em “História”.

⁴⁴ <https://www.newsstand.co.uk/608-childrens-football-magazines/5606-subscribe-to-match-of-the-day-magazine-subscription.aspx>

⁴⁵ <https://www.stylepiccoli.it>

⁴⁶ <https://kids.nationalgeographic.com>

⁴⁷ <https://rangerrick.org/magazines>

⁴⁸ <https://www.whizzpopbang.com>

⁴⁹ <https://kosmosdladziejewczyk.pl>

capacidade de retratar mais públicos infantis, mas na prática não é isso que hoje acontece (Ferreira & Doretto, 2024, p. 239).

Todas estas perspectivas enunciadas têm de ser consideradas no processo produtivo, pois, independentemente do peso de cada uma para o resultado, tem de haver o domínio de conhecimento de todas para o rigor e a qualidade do conteúdo. Não se pode tratar de políticas ou dos seus subtemas (local, nacional, parlamentares, europeus, etc.) sem dominar o tema e as fontes especializadas, nem ignorar se a mensagem é para ser veiculada na rádio ou escrita na imprensa ou se é local ou nacional. Da mesma forma, exige-se que a linguagem seja ajustada ao público, seja adulto ou infantil. Portanto, o objeto do jornalismo especialidade são “os conteúdos informativos classificados por área temática e todos os demais elementos que participam no processo de comunicação: informadores, fontes, meios de difusão, audiências, métodos de trabalho e outros (Berganza Conde, 2005, p. 58). Estas adequações representam as exigências a que uma especialidade está sujeita nos textos jornalísticos.

2.2.1. Ao serviço da sociedade e do conhecimento

No seguimento da tensão conceptual e da prática jornalística, observa-se que a especialização também está em permanente relação com a vida social, tal como o jornalismo como um todo. Esta abordagem reveste-se de significativa importância no âmbito desta investigação, tendo em consideração os objetos de estudo relacionados com o público infantojuvenil, especialmente nos domínios da informação, educação e participação cívica.

O jornalismo ao serviço da sociedade está associado à “mudança de paradigma” de Tuñon (1993). Às funções tradicionais da prática jornalística – informar, formar e entreter (Fontcuberta, 2002) – acrescenta-se o papel de servir. Para os pioneiros Orive e Fagoaga, (1974, p. 76), a especialização é uma “vertebral” para um novo jornalismo ao serviço dos interesses da sociedade, bem como para a criação de novas empresas informativas. Trata-se, em essência, de responder às exigências do mercado, oferecer o que ele deseja e refletir sobre os diferentes estados da opinião pública (Candelas, 2003). Também Bahia (2009) e Marchetti (2020) relacionam a especialização a uma “necessidade social” do quotidiano para o próprio desenvolvimento das relações sociais. Como refere Quesada Pérez (1998, p. 26): “Trata-se, pois, de dotar o público – sendo este o principal objetivo do jornalismo

especializado – do maior número possível de elementos específicos que o permita formar uma opinião própria sobre o que acontece no mundo”. A autora completa:

O especialista permitirá, em grande medida, combater o sensacionalismo da informação, sempre superficial e pouco interessante para aqueles que realmente desejam estar informados sobre o que acontece no mundo em que vivem. Por outro lado, o especialista é capaz de provocar nos leitores um novo tipo de sensibilidade perante os acontecimentos que configuram a atualidade informativa; é também capaz de impactá-los seriamente em seus verdadeiros centros de interesse através de uma informação convenientemente documentada. Atualmente, o jornalismo especializado é percebido pelas audiências como um instrumento básico das sociedades democráticas para facilitar aos cidadãos a intervenção ativa nas decisões de poder (Quesada Pérez, 1998, p. 32).

Além da dimensão social destaca-se uma outra associada à especialização: a produção de conhecimento numa sociedade de informação, que se tornou mais fragmentada. Para Fernández del Moral e Esteve Ramírez (1999), é aqui que a sociologia do conhecimento como área de estudo se cruza com a finalidade de perceber a prática informativa em resposta à exigência atual de interrelacionar e divulgar os saberes.

A necessidade de interpretar e explicar as notícias é manifesta. A vida tornou-se tão complicada e variada, nas múltiplas atividades, que mesmo os especialistas se desorientam em seus próprios campos de conhecimento. O homem mortal comum, perdido no labirinto da economia, da ciência e das invenções, pede que alguém lhe dê a mão e o acompanhe em seus passos, através de tanta complexidade. Por isso, o jornalismo moderno se encarrega não só de noticiar os fatos e as teorias, mas proporciona ainda ao leitor uma explicação sobre eles, interpretando e mostrando seus antecedentes e perspectivas. Tudo isso com o propósito de ajudar o homem a compreender melhor o significado do que lê e ouve (Erbolato, 2002, pp. 32-33).

Mediante esta perspectiva, “um investimento (a) sério nas especializações jornalísticas pode, na medida do possível, contribuir para uma recuperação do virtuosismo do jornalismo, melhorando os seus índices de qualidade, confiança, credibilidade e, por consequência, catalisar a própria democracia” (Lourenço, 2024b, p. 11).

De encontro a esta ideia está a formação da prática especializada dos profissionais. Mais uma vez, surgem vozes divergentes, quanto à questão se a especialidade deve ser exercida por um jornalista ou se este deve adquirir formação específica. Para Quesada Pérez (1998) o futuro da profissão passa pela formação, de conhecimentos teóricos e técnicos especializados por parte dos profissionais. Bahia (1990) defende a ideia de que o jornalista antes de tudo deve ser um “especialista treinado em notícias”, considerando que o especialista deve ter diploma, boas informações, conhecimento técnico e experiência para ter a capacidade de cobrir um determinado campo. Para Iglesias e Alcaide (2010, p. 151), os profissionais devem ser especializados, mas não devem competir com os especialistas técnicos:

Dado que abarcar todas as disciplinas do saber é uma tarefa, a todas as luzes, impossível, o jornalista especializado deve formar-se no campo sobre o qual pretende informar a sociedade. No entanto, não se deve confundir esta necessária especialização jornalística com a aquisição de conhecimentos ao mesmo nível que as mentes especialistas. Acima de qualquer especialidade, o jornalista adquiriu a formação adequada para ser profissional da comunicação, não a do especialista que atua como fonte. Embora ambos possam partilhar o mesmo objeto de interesse, o ponto de vista deve ser oposto. O nexo comum entre ambos é a transmissão de conhecimentos.

Ainda ecoam as ideias de Abramo (1988) de transformar especialistas em jornalistas e não o contrário. O autor critica o caráter demasiado generalista dos cursos de comunicação, que transforma o jornalista num “especialista em generalidades”. A seu ver as redações deveriam estar ocupadas com economistas, sociólogos ou médicos que, além do curso específico, frequentariam um curso de pós-graduação de jornalismo que ensinasse como redigir.

Mediante estas visões não consensuais, a presente investigação assume a posição de que o jornalismo especializado tem de ter como base os estudos em jornalismo generalizado com aquisição, integrada ou subsequente, de formação especializada em uma área específica. Todavia, também se considera que qualquer especialização deve estar atenta às “tensões das relações de força entre as fontes e os anunciantes” (Neveu, 2005, p. 39), ou seja, a produção e conteúdos e a publicidade – a tal fronteira abordada no primeiro ponto deste capítulo – e a consulta das mesmas fontes de informação e a representação de

certos jornalistas especializados como possuidores de uma visão limitada, excessivamente técnica ou tendenciosa (Marchetti, 2020).

Num mercado de pequena dimensão, esta realidade pode adquirir aspetos mais complicados. Estas críticas e estigmas podem ocorrer dentro dos próprios meios de comunicação generalizados, onde os jornalistas com especialização “precisam obter credibilidade de especialista diante de seus pares, principalmente da chefia de redação do veículo em que trabalham, mas também demonstrar as qualidades exigidas dos jornalistas em geral” (Marchetti, 2020, p. 247). Esta não é uma realidade que escapa ao jornalismo infantojuvenil, como se verá adiante.

2.3. Construção do jornalismo infantojuvenil

O jornalismo infantojuvenil partilha o tronco comum com o generalista, adota os princípios das especializações, mas com as suas especificidades. No estudo de Matthews (2003) ao *Newsround*, os jornalistas entrevistados afirmam que é essencial que qualquer novo membro da equipa compreenda tanto as regras do jornalismo em geral como os requisitos específicos da forma particular do noticiário infantil. Este cenário em Portugal não tem aplicação, uma vez que não existe formação especializada em jornalismo infantojuvenil, quer a nível profissional quer a nível universitário e pós-graduações (Ferreira et al., 2024). Além disso, os dois estudos de caso analisados, o *Radar XS* e a *Visão Júnior*, não dispõem de um livro de estilo que normalize a prática linguística e estilística. De modo que o que se expõe não é uma prática consolidada e sistematizada, baseada em manuais de produção especializada deste subcampo.

A revisão da literatura permite verificar que “os estudos de receção e de representação dominam a investigação no tema em apreço, sendo pouco expressivos os estudos sobre a produção” (Fillol & Pereira, 2020, p. 147). Esta constatação resulta da análise de artigos presentes pelas autoras na base Communication Abstracts, cujo objetivo foi identificar quem, quando e onde se tem estudado a relação entre crianças, jovens e as notícias, bem como o ângulo privilegiado da investigação. A esta realidade acresce a dificuldade em encontrar estudos sobre crianças e as notícias, tal como Notley et al. (2023, p. 879) assinala “a maior parte da investigação contemporânea sobre os jovens e os *media* noticiosos tem-se centrado nos adolescentes mais velhos e nos jovens adultos”. A justificação talvez se prenda com o facto de estudar crianças trazer implicações

acrescidas, por ser um grupo dependente (Buckingham, 2000) e, do ponto de vista ético, ser mais complexo (Castro et al., 2024). Nesse sentido, Campos (2018, p. 62) afirma que é “natural que as escolas tenham desenvolvido programas e iniciativas de jornalismo e literacia jornalística para adolescentes e além. Da mesma forma, parece natural que os pesquisadores tenham dedicado um olhar mais atento às pessoas nessas idades”. Mesmo perante este panorama, encontram-se que se afirmaram no campo das notícias produzidas para crianças. Desde logo, o estudo de Buckingham, *The making of citizens: Young people, news and politics* (2000) continua a ser uma referência central, após mais de 20 anos da sua publicação (Notley et al., 2023). Outras investigações de referência sucederam-se e serão abordadas ao longo deste subcapítulo.

Antes de se avançar para as práticas e discursos especializados, a partir das bases da produção jornalística generalista, definem-se duas fundamentações teóricas essenciais para este estudo e que são recorrentemente associadas ao longo do texto que se segue: a definição do jornalismo infantil e os fundamentos iniciais de uma teoria sobre o mesmo. Por jornalismo infantojuvenil entende-se “aquele que tem as crianças como seu público” (Doretto, 2015, p. 8), mas, como salienta a própria autora, esta definição de senso comum não traduz a complexidade do conceito nem do processo de informação, formação, participação e representação que o caracteriza.

No que diz respeito ao entendimento teórico das narrativas jornalísticas infantojuvenis no contexto brasileiro, consideram-se três elementos essenciais, propostos por Doretto e Furtado (2024, p. 1):

A identificação de que esses produtos concebem uma infância universal, reforçando estereótipos sobre essa categoria social; a necessidade de investimento estatal para fazer cumprir os direitos das crianças à informação adequada, por fragilidades do mercado produtivo; e o imperativo de esses produtos ouvirem as crianças na elaboração de seus conteúdos, de forma a agirem como mediadores sociais que as auxiliem a se descobrirem como sujeitos autônomos.

Como se exposto de seguida, produzir um veículo noticioso infantojuvenil pode parecer uma tarefa simples, rápida e pouco exigente, mas é antes um desafio obedecer às exigências do jornalismo (à semelhança do destinado aos adultos) para a criação de um produto atraente, com mensagens que façam sentido, numa linguagem própria (sem infantilizá-la) e com contextualização dos factos destinada a um público específico

(Doretto, 2015; Furtado, 2013). Público esse que está a “crescer na imprevisibilidade do mundo e sujeito às ondas tecnológicas, e que, ao mesmo tempo que ganha espaço de participação nos media, e sobretudo no mercado, continua a precisar de proteção da sociedade como um todo” (Ferreira & Doretto, 2024, p. 225).

Conforme anteriormente assinalado, não existe uma única infância nem um único público, dado que as crianças vivenciam fases de desenvolvimento em múltiplos ambientes. Os jornalistas têm de estar atentos às mudanças deste grupo para conseguir chegar até ele (ou recortes dele). Para contornar as variáveis do público infantojuvenil, a estratégia jornalística pode passar por traçar um perfil de “audiência imaginada” (Matthews, 2008) ou “leitor modelo” (Eco, 1993), o qual está na base do que o jornalismo infantojuvenil entende por infância, com determinadas especificidades, como faixa etária, classe social, escolaridade e interesses. É a este perfil que o veículo noticioso dirige os seus conteúdos, considerando que tem capacidades para saber interpretar e compreender (Eco, 1993). Este é um dos pontos centrais da especialização infantojuvenil: é produzida de modo que as crianças, com suas particularidades, sejam capazes de assimilar e interpretar as informações, tornando-as agentes ativos do seu próprio desenvolvimento e dos processos sociais em que estão envolvidas (Lemish & Götz, 2017). Esta forma de conceber as crianças reconhece-as como sujeito de direitos, incluindo o direito à informação. Tais processos pressupõem que elas acessem a esses conteúdos sem necessidade de qualquer mediação social, institucional ou familiar.

Furtado e Doretto (2024) argumentam que o jornalismo infantojuvenil ao constituir-se como um produto abrangente e ao tratar o seu público sem recorte específico de idade – apenas, por exemplo, “crianças e jovens” –, ou com uma ampla faixa etária, configura uma estratégia comercial que tem como finalidade não perder nenhum grupo potencial de consumidores. Contudo, segundo as autoras, isto causa dificuldades na seleção de abordagens e adaptação de linguagens, constituindo constrangimentos em dialogar com todas as crianças em distintas fases de desenvolvimento, nomeadamente as que estão no início da alfabetização e as que estão a transitar para o terceiro ciclo de escolaridade. No caso da *Visão Júnior*, o público situa-se até aos 14 anos. Nesse caso, Doretto (2010) sugere a separação de produtos segmentados, com equipas e projetos editoriais autónomos. As propostas de Ponte e Brites (2023) para a fragmentação da programação infantil do Zig Zag, da RTP2, onde se inclui o *Radar XS*, também vai nesse sentido. Pode igualmente verificar-se o que foi identificado por Bezerra (2023) na sua dissertação de

mestrado sobre a participação das crianças e os valores-notícia do telejornal *Repórter Rá-Teen-Bum*, exibido de 2016 a 2018, na TV Cultura e TV Rá-Tim-Bum. Apesar do programa ter uma faixa etária bem desenhada até aos 10 anos, nem sempre foi respeitada ao utilizar linguagem confusa e temáticas mais voltadas para os adolescentes. No estudo de Matthews (2008, p. 5) constata-se que o programa de televisão *Newsround*, ao tentar captar por um grupo alargado de crianças dos oito aos 14 anos, “focou a visão profissional do público nas competências, interesses e necessidades das crianças de 10 anos”. No entanto, reconhece-se que, mesmo assim, os profissionais “produziram apenas uma compreensão muito superficial deste público”.

Fica, assim, evidenciado que o jornalismo tende a dirigir-se a um público vasto e a tratar de uma infância universal, “sem as especificidades trazidas pela etapa de vida em que as crianças estão ou pelos contextos sociais em que vivem (Doretto & Furtado, 2024, p. 8). Esta universalidade da infância pode ser compreensível no âmbito da definição legislativa dos seus direitos (primeiro capítulo) e para que as crianças se reconheçam como sujeitos ativos no jornalismo; no entanto, esta prática especializada não deve ignorar a diversidade de infâncias existentes. O jornalismo, enquanto uma das principais fontes de informação na sociedade contemporânea, retrata o público infantojuvenil através dos seus discursos. Este, tal como o produzido para os adultos, desempenha um papel na construção da identidade e da cidadania; por isso os mais novos têm de encontrar identificações no modo como são representados (Buckingham, 2000; Ponte, 2012). Tal representação influencia não apenas a imagem que as crianças têm de si próprias e entre pares, como também aquela que é projetada perante os adultos (Buckingham, 2009; Doretto, 2015). Os estudos, sobretudo os dedicados à representação infantil no jornalismo para adultos – Doretto e Casaqui (2022), Furtado e Doretto (2019), Marôpo (2009, 2013), Pinto-Coelho (2009), Ponte (2005, 2009), Valkenburg e Piotrowski (2017) – indicam que se assiste a uma redução das visões da forma como a infância é representada nas notícias. Contudo, há desafios que persistem e que assumem novos contornos numa sociedade globalizada e plataformizada marcada pela desigualdade. Os discursos noticiosos ao construírem significados sociais podem criar representações negativas e positivas da infância.

Segundo Doretto (2014), o jornalismo deve, portanto, dialogar com as crianças sobre diferentes formas de experienciar a infância e a sua produção não se limitar à divulgação de um único recorte. Caso contrário, os veículos jornalísticos tendem a falar para um grupo restrito de crianças, comum de classe média e alfabetizada, já que são as de mais

fácil acesso, bem como aos seus pais ou avós, os que normalmente compram ou incentivam o consumo. Destaca-se a “criança aluno” e a “criança investida” para o jornalismo infantojuvenil, duas das categorias temáticas propostas por Ponte (2005). A primeira relaciona-se com a frequência na escola, as atividades extracurriculares, os interesses temáticos definidos, como a ciência e a leitura; e a segunda trata da criança que recebe atenção e apoio familiar. Nota-se, portanto, a exclusão de outras realidades, como as marginalizadas e de classes desfavorecidas, ou seja, a “criança ameaçada” e a “criança maltratada” (Ponte, 2005). Este cenário reduz a possibilidade do “leitor imaginado” de “conhecer melhor outras infâncias (solidarizar-se com elas, preocupar-se com elas) e, assim, sendo, entender também as idiossincrasias do mundo em que vivem, do qual já fazem parte como cidadãos completos” (Doretto, 2014, p. 68). Em oposição, contribui para a desvalorização da criança como sujeito de direitos e de agência, ao mesmo tempo reforça estigmas sociais (Brites, 2007, 2010; Costera Meijer, 2012; Doretto, 2015; Elvestad 2019; Marôpo, 2014). Em contraste, destaca-se o estudo de Haavisto et al. (2022), que analisa de forma crítica se os meios noticiosos infantis constroem uma realidade que retrata uma Finlândia diversa e inclusiva.

Por todas as variáveis apontadas, compreende-se que a simplicidade da definição do jornalismo infantojuvenil não pode remeter-se apenas ao gênero do seu público. Segundo Doretto (2015, p. 7), este público se caracteriza por ser aquele que “constrói (e representa) a infância contemporânea, quebrando ou reforçando preconceitos e estereótipos e papéis sociais que recaem sobre os mais jovens”. O jornalismo destinado aos mais novos “traça padrões e modelos para a parcela de infância contemporânea que deseja atingir” (Doretto, 2015, p. 9), contemplando, em simultâneo, os temas que devem ser do seu interesse e sobre os quais devem estar informados (Kress & Leeuwen, 2001). Torna-se, portanto, evidente a complexidade da produção jornalística infantojuvenil para um público, que, tal como afirma Doretto (2015, p. 14) “não há um ponto de vista sobre a criança, mas ela mesma (assim como todos nós) é um ponto de vista”. Deste modo, o jornalismo infantojuvenil vai além do seu público e expande-se de um discurso para o design, produção e distribuição (Kress & Leeuwen, 2001), sendo que “cada uma dessas etapas produz suas próprias camadas de significação, que podem se complementar ou se reforçar ou, por que não, até se contradizerem” (Doretto, 2014, p. 61).

Os estudos enunciados anteriormente, além de permitirem auxiliar os jornalistas nas suas produções, tornam-se cruciais para justificar o investimento na especialização para

crianças. Além de atuarem como fontes de informação sobre assuntos locais e internacionais (Carter et al., 2009), a informação noticiosa pode ser um estímulo

para o aumento de interesse sobre a atualidade, para a formação de uma opinião esclarecida sobre as questões da sociedade, e para o desenvolvimento de competências críticas em relação aos media, podendo incentivar a uma maior intervenção no espaço público (Silveira, 2019, p. 50).

Carrero (2008, p. 154) sustenta igualmente a sua valorização, ao salientar que os noticiários para os mais novos são como “uma janela para se decifrar o modo como a notícia é produzida e enquadrada pelos profissionais da comunicação”, acentuando a exigência da qualidade do jornalismo para as infâncias contemporâneas. O autor acrescenta que um outro benefício desta especialidade é a introdução do público mais novo em assuntos que habitualmente fazem parte dos adultos, como a política e a economia. Estas afirmações estão alinhadas com os contributos de Buckingham (2000), Carter et al., (2009), Doretto (2015) e Matthews (2009a, 2009b, 2010).

Como se explica adiante, a relevância da oferta destes serviços informativos especializados também se pode refletir na própria sustentabilidade do jornalismo, já que “recrutar novas gerações de público é importante para a sobrevivência do futuro” (Elvestad, 2019, para. 1), e na literacia para as notícias, para que “a família e a escola possam também tirar partido” (Pereira et al., 2015, p. 389).

Identificadas estas particularidades do jornalismo infantojuvenil, concorda-se com a posição de Silveira (2019, p. 65) ao afirmar que se devem assumir, nomeadamente o serviço público, “espaços de referência no entendimento da atualidade e do mundo, para os mais novos, proporcionando-lhes espaços informativos com qualidade e com diversidade de tópicos”. Embora na sua investigação, a autora tenha contextualizado esta afirmação no âmbito da televisão, reconhece-se que, na contemporaneidade, é necessário contemplar outros meios de comunicação, tanto *offline* como *online*.

Apesar da Convenção sobre os Direitos da Criança e da recomendação dada aos Estados signatários para conferirem incentivos aos meios de comunicação nacionais a promoverem a informação enquanto direito, Hamelink (2002, 2008) argumenta que o direito à informação por parte das crianças continua a ser um frágil elemento do regime internacional dos direitos humanos. Em Portugal, há ainda muito por fazer neste domínio, por parte dos jornalistas, das empresas de comunicação e do serviço público.

Com este primeiro entendimento, avança-se para a análise de como este conhecimento jornalístico se materializa no processo, na construção da agenda editorial, na rotinização das práticas e na participação infantil.

2.3.1. Processo jornalístico

A redação ainda se mantém como o “coração” do processo jornalístico e as reuniões editoriais como o centro da operação noticiosa, embora se assista atualmente à disseminação do teletrabalho, o qual veio a reconfigurar as práticas jornalísticas e a cultura profissional. A redação está tradicionalmente hierarquizada por uma direção, chefia da redação editoriais, secretaria da redação e o centro de documentação (Sousa, 2006). As reuniões servem para:

coordenar as atividades da redação, selecionar assuntos a cobrir, escolher ângulos de abordagem desses assuntos, decidir quais os temas a destacar, selecionar especialistas para comentar determinados assuntos, decidir como se deve desenvolver uma investigação, debater questões sensíveis e considerações legais, éticas e deontológicas, etc. (Sousa, 2006, p. 113)

Esta planificação é essencial para o funcionamento do processo jornalístico, permitindo a distribuição dos serviços à equipa de profissionais, consoante os recursos técnicos e humanos disponíveis. Traquina (2005a, p. 14) sublinha que os jornalistas, enquanto “tribo jornalística”, partilham “quadros de referência comuns” ao compartilhar modos de ver, ouvir, falar e de agir, bem como o código deontológico da profissão e carteira profissional. Segundo o mesmo autor (2005), é a partir destas referências comuns, que os jornalistas se tornam participantes ativos na produção da notícia, a qual é “uma realidade construída e uma forma de conhecimento” (Sousa, 2000, 148). Este estudo alinha com Sousa (2000, p. 30) quando afirma que a “notícia não se esgota na sua produção”. Para o efeito, tem-se o entendimento de produção jornalística como o:

(...) processo pelo qual se seleccionam e elaboram os acontecimentos susceptíveis de transformar-se em notícias (...). O processo de produção de notícias revela a inter-relação entre os interesses dos diferentes grupos (...): as empresas de comunicação e os profissionais do jornalismo e (...) as fontes e o público (...). As empresas de comunicação (...) estabelecem os seus fins económicos ou políticos (...) e definem mecanismos de controlo que criam (...)

uma perspectiva para a interpretação dos acontecimentos. Os profissionais do jornalismo estabelecem (...) os princípios do seu trabalho e os fundamentos das normas que os legitimam ante a sociedade (...). As fontes de informação e o público influenciam os conteúdos da informação de forma mais ou menos directa. Os meios de comunicação convertem-se num espaço de mediação (...) e a informação deve rentabilizar-se de acordo com as necessidades e os gostos do público (Montero, 1993, p. 67-68).

Desta citação, depreende-se que os “rituais estratégicos” – entendidos como rotinas, normas e procedimentos destinados à objetividade propostos por Tuchman (1972) – se articulam com outros elementos estruturantes, como a cultura profissional, o *ethos* do jornalista (Deuze, 2005; Kovach & Rosenstiel, 2005; Tavares, 2007; Traquina, 2007) e a estrutura organizacional com os seus constrangimentos financeiros, tecnológicos, estruturais e política editorial, dimensões integrantes da teoria organizacional de Warren Breed (1999).

De acordo com Sousa (2000, p. 52), as rotinas definem-se por:

procedimentos que, sem grandes sobressaltos ou complicações, asseguram ao jornalista, sob a pressão do tempo, um fluxo constante e seguro de notícias e uma rápida transformação do acontecimento em notícia, isto é, permitem ao jornalista que “controle” o seu trabalho” e reivindicar objetividade.

Estas surgem, assim, como respostas a situações práticas e ambíguas, auxiliando os jornalistas na construção de sentidos sobre o mundo (Tuchman, 1972). A autora norte-americana ao tratar da rotinização do trabalho jornalístico e dos “rituais estratégicos”, refere ainda que os profissionais para perseguir a objetividade devem recorrer a estratégias no processo de construção noticiosa: apresentação de possibilidade conflituais (duas versões da história), provas suplementares, recurso a citações e uso de pirâmide de invertida (notícias mais importantes em primeiro) ou outra estrutura que se considere apropriada.

Todos estes elementos devem ser igualmente considerados no contexto da prática infantojuvenil, respeitando as suas especificidades e a natureza do seu público. Depreende-se, assim, que o jornalismo infantojuvenil assenta nos pressupostos fundamentais dos elementos básicos da teoria do jornalismo (Sousa, 2006). Para que os factos se transformem em notícias têm de passar por um processo de seleção

(*gatekeeping*), hierarquização (ordem de relevância) e transformação de informações. São depois submetidos a um processo de produção noticiosa (*newsmaking*), que segue determinados critérios, conceitos de noticiabilidade, valores-notícia e rotinas de produção (Sousa, 2000, 2002, 2006; Traquina, 2005b, 2007).

Compreende-se, portanto, que o processo jornalístico “é um processo de transformação de acontecimentos, ideias e problemáticas em notícias e de difusão pública destas últimas”. Este tem início com o jornalista a desempenhar o seu papel de coletor de informação junto de fontes⁵⁰ (Sousa, 2006, p. 112). E por notícia, apesar da atual reserva conceptual anteriormente mencionada, entende-se por:

artefactos linguísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e que resultam de um processo de construção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos factores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural, histórica e do meio físico/ tecnológico, que são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sócio-cultural (ou seja, num determinado contexto), embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia (Sousa, 2000, p. 15).

Partindo destes conceitos fundamentais, avança-se para a análise das práticas e rotinização do trabalho, estabelecendo-se conexões com o jornalismo infantojuvenil. A partir das conversas com crianças e adolescentes, Doretto (2015, p. 190) entendeu que, para este público, a notícia é entendida como algo novo e interessante, o que chama de “conceito expandido de notícia”, ultrapassando as imagens do noticiário, das notas da rádio e dos textos das publicações impressas para o digital.

Configurando-se como abordagem jornalística de carácter generalista, esta conceção partilha igualmente o princípio de que é “uma prática social voltada para o contar histórias” (Tavares, 2007, p. 42). O modo como estas histórias são construídas condiciona o que as crianças entendem do mundo que as rodeia. Tal como referido, esta interpretação depende também das referências contextuais e capacidades de compreensão de cada uma. Está subjacente a perspectiva do jornalismo produzido para crianças como uma forma de

⁵⁰ Pode ler-se a definição de fontes como conceito operacional da análise de conteúdo em “Procedimentos”.

mediação através dos seus próprios discursos, tornando-se um instrumento facilitador da informação compreensível e acessível para o seu público (Isani, 2007).

Considera-se que, na produção jornalística pensada dentro do domínio infantojuvenil, devem ser tidos em consideração os objetivos da especialização propostos por Tuñon (1993): 1. Ampliar o conceito de atualidade jornalística. A prática especializada pode não remeter para a atualidade tradicional do “agora”, mas pode tratar de factos, que embora ocorridos no passado, ainda hoje têm interesse e impacto; 2. Servir como mediador e intermediário entre os especialistas e as audiências, através da sua proximidade e da experiência profissional; 3. Aprofundar a explicação e análise de fenómenos e acontecimentos atuais e emergentes, que trazem rápidas mudanças na sociedade; 4. Promover a credibilidade dos meios e dos profissionais com o aumento da qualidade da prática e da formação; 5. Aperfeiçoar a qualidade da informação jornalística, para divulgar conhecimentos sobre os factos mais significativos da vida social; 6. Fomentar o interesse pelo jornalismo para gerar curiosidade pelo conhecimento social; 7. Permitir o acesso a conhecimentos complexos; 8. Estender e democratizar a cultura; e 9. Substituir, sempre que possível, o colaborador especializado pelo jornalista especializado.

2.3.2. Construção da agenda

Para Bourdieu (1997, p. 25) “os jornalistas têm os seus óculos particulares através dos quais veem certas coisas e não outras, e veem de uma certa maneira as coisas que veem. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado”. É com base nesta perspetiva que a agenda noticiosa é construída, passando a definir o que deve ou não ser divulgado, atendendo às necessidades e os interesses das crianças. São “determinados acontecimentos, ideias e temáticas são, de algum modo, os referentes dos discursos jornalísticos” (Sousa, 2000, p. 24).

Num novo olhar sobre os estudos de receção, os temas relacionados com a ciência e o espaço constituem as preferências das crianças e jovens (Marôpo, 2014), a par da música, televisão, filmes, computadores, celebridades, desporto e animais (Alon-Tirosh & Lemish, 2014). Pelo contrário, os assuntos relacionados com política e economia são percecionados como aborrecidos, pouco interessantes e inadequados à sua idade, embora estes públicos tenham consciência de que se trata de assuntos importantes para a vida pública (Alon-Tirosh & Lemish, 2014). Segundo os mesmos autores, mesmo os

acontecimentos que os podem implicar de modo mais direto, como despedimento de professores, redução de salários nas famílias, entre outros, parecem não suscitar curiosidade e interesse sobre estes tópicos. Na tese de doutoramento de Silveira (2015), as crianças evidenciam “afeição a áreas como desporto, música, acontecimentos da História (de Portugal e do mundo), cinema, educação, animais, ciência, tecnologia e meio ambiente”. Política, economia, conflitos armados são percecionados como assuntos para os adultos e considera-se “que os jornalistas não estão muito preocupados com as crianças e em informá-las de forma adequada (Silveira, 2015, p. 341). Segundo a mesma pesquisa (Silveira, 2015, p. 337), os mais novos preferem as notícias locais às internacionais, apesar de se ter observado “casos de crianças que referiram gostar de saber sobre assuntos de outros países, quando estes dizem respeito a lugares onde vivem pessoas (sobretudo familiares) que conhecem”. Em relação ao género encontram-se diferenças, sendo o desporto, tecnologia e acontecimentos de risco a preferência dos rapazes e as raparigas, por sua vez, têm mais interesse por música, assuntos relacionados com escolas e educação, celebridades e mexericos (Silveira, 2015; Alon-Tirosh & Lemish, 2014).

O estudo de Narberhaus Martínez (2018, p. 50) revela que, nos três noticiários infantis – *Newsround*, *Logo* e *InfoK* –, “quase metade dos temas abordados nas notícias infantis analisadas são temas de sociedade (43,4%) e o outro grande foco está relacionado com a cultura e o desporto que, em conjunto, representam mais de 30% das notícias abordadas”, enquanto os temas relacionados com política (9,6%) e economia (1,3%) são abordados com pouca frequência. Os três programas coincidem neste equilíbrio e também na concentração de temas da agenda dos adultos. Há, no entanto, algumas diferenças relevantes a considerar. Enquanto o *Logo* (ZDF) é o mais semelhante aos programas de notícias para adultos, o *Newsround* prefere temas mais sensacionalistas, o que pode estar relacionado com a curta duração do programa, pois há menos assuntos e são apresentados de forma breve. O *InfoK* (TVC), por sua vez, é o noticiário com mais atualidade focado em temas que considera de particular interesse para as crianças, nomeadamente moda e música. No que diz respeito aos valores promovidos pelos três programas através das suas notícias, Narberhaus Martínez (2018) encontrou algumas variações. O *Newsround* enfatiza a promoção e o respeito pelos Direitos Humanos, o *Logo* demonstra preferência pelos valores educativos, enquanto o *InfoK* incentiva particularmente o desejo de conhecimento e a identidade cultural. Com base nesta análise, compreende-se que o

jornalismo infantojuvenil, com abordagens próprias, além da missão de informar, contribui para a formação do público mais novo.

Apesar de se verificar que certos assuntos não assumem a mesma ordem de importância, constata-se uma variedade de temas (Narberhaus Martínez, 2018), validando a afirmação da pesquisadora brasileira Doretto (2015, p. 224), que “quanto maior diversidade temática nos produtos jornalísticos infantojuvenis, maior probabilidade de atrair a curiosidade de potenciais leitores”.

Segundo Matthews (2003) também é a experiência e compreensões “instintivas” dos jornalistas sobre o cotidiano infantil que ajudam a fundamentar decisões editoriais. Neste sentido, o autor (2003, p. 14) admite que, no centro da produção jornalística e da construção da agenda, existe uma tensão entre as duas audiências “imaginadas”: a “ideal” (mais madura, acadêmica e de classe média) e a “real” (capacidade atenção limitada e desinteresse noticioso), sendo que “a última geralmente ganha na procura de valores de produção orientados para o entretenimento, concebidos para atrair e reter a audiência infantil”. Carter et al. (2009, p. 38), por sua vez, contesta e defende que os jornalistas “não devem evitar abordar uma ampla gama de assuntos políticos, sociais, económicos e pessoais, já que os mesmos podem ser abordados em formas que sejam relevantes e apropriadas para as audiências infantis” As matérias jornalísticas que dizem respeito à esfera de decisão ou de participação adulta não devem ser excluídos, pois, como considera Doretto (2015, p. 10), “o jornalismo direcionado a crianças também pode falar sobre qualquer assunto, desde que se respeite o estágio de desenvolvimento cognitivo dos leitores”. Esta abordagem fomenta a tolerância e a aceitação da diversidade e até de expressividade, reforçando a visão de Lemish (2007), que defende a seriedade com que as crianças devem ser tratadas, sendo vistas como pessoas que podem discutir sobre temas adultos, a partir de seu ponto de vista e de seu conhecimento de mundo. A visão de que o público infantil só pode ser informado sobre assuntos leves, divertidos e do “mundo da infância”, como se vivessem num cenário social à parte do “mundo dos adultos” (Doretto & Costa, 2012), é, assim, contrariada.

Oliveira (2022) afirma que, na sua investigação, encontrou um olhar equilibrado entre o que os leitores do jornal impresso brasileiro *Joca* querem ler e o que a redação acredita que eles devem ler, reafirmando, assim, a função de *gatekeeping* e o papel do jornalismo enquanto mediador profissional. Centrada na formação cívica dos seus leitores, os critérios de seleção da agenda do *Joca* sustentam-se da seguinte forma:

relevância do tema [...], a busca de um equilíbrio entre notícias mais densas (que tenham relevância para a formação do cidadão do século 21) e notícias mais leves (que tornam o hábito da leitura um prazer por meio do jornalismo) e a busca por histórias e fatos que sejam exemplos para inspirar nosso leitor em seu dia a dia” (Oliveira, 2022, p. 88).

A tensão entre informar as crianças sobre assuntos mais sensíveis ou protegê-las está implícita em estudos de recepção, efeitos e prática jornalística, sendo esta última o foco desta investigação. Os mais novos revelam desconforto perante o excesso e repetição de conteúdos trágicos e “tristes” e notícias que afetam diretamente o seu cotidiano (Delorme, 2008). O conteúdo de notícias perturbadoras pode provocar efeitos prejudiciais nas emoções e nos comportamentos das crianças (Riddle et al., 2012; Walma van der Molen, et al., 2002). Mediante este desafio de produção de assuntos negativos – como sofrimento humano, morte, maus-tratos animais e catástrofes ambientais (Matthews, 2016) – os jornalistas devem exercer uma mediação mais cuidada (Brandsen et al., 2025; Furtado & Doretto, 2024; Lemish, 2007; Lemish & Alon-Tirosh, 2014; Lemish & Götz 2007, 2012; Molen et al., 2002; Strohmaier, 2004).

Carter et al. (2021, p. 354) referem que, embora as crianças possuam sensibilidades em lidar com histórias difíceis, o jornalismo, nomeadamente o serviço público, tem de divulgá-las – com recurso às estratégias de produção referidas anteriormente –, tendo em conta o desenvolvimento da maturidade infantil. Os autores (2021) ainda acrescentam que “as tentativas de proteger desnecessariamente as crianças do que se passa no mundo provavelmente prejudicarão a sua cidadania”. Por exemplo, o noticiário *Logo* considera que estar bem informado proporciona mais segurança emocional às crianças e, por isso, os jornalistas consideram que é sua responsabilidade responder a questões, mesmo difíceis, com “Porque é que há guerra?” ou “Porque há tantos desempregados na Alemanha?” (Carter, 2021, p. 357).

2.3.3. Rotinas produtivas

No domínio do jornalismo infantojuvenil continuam a seguir-se, de acordo Doretto (2015), os três eixos básicos da comunicação jornalística, apresentados por Fontcuberta (2002, p. 15): “Acontecimento, atualidade e periodicidade”. Contudo, a autora (2002) alerta para o facto de nem todos os meios de comunicação divulgarem as notícias com a

mesma regularidade e duração temporal (dado significativo para os estudos de caso). Esta variação faz com que determinado acontecimento não seja tratado e editado rapidamente como assunto imediato e “quente”, de acordo com a classificação das notícias em *hard news* e *soft news*⁵¹. As notícias mais brandas ou “frias” são as “referentes a ocorrências sem grande importância e que, geralmente, são armazenadas e apenas difundidas quando tal é conveniente para a organização noticiosa” (Sousa, 1999, p. 29). Apesar de possuir novidade, pode manifestar-se pela “reportagem e a chamada ‘matéria-fria’ ou ‘de gaveta’”⁵² (Schwaab & Tavares, 2009, p. 181).

Associados a estes aspetos, compreende-se que, tal como acontece no jornalismo em geral, esta prática é norteada pelos valores-notícia, definidos como “regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redactoriais” (Wolf, 1999, p. 195). Para este autor e Traquina (2007), o conjunto destes critérios e operações, que conferem valor jornalístico a um acontecimento, é definido por noticiabilidade. A escolha destes critérios determina a imagem mental que estes veículos querem passar de si mesmos ao seu público segmentado (Furtado, 2013).

O jornalismo infantojuvenil não se revela em todos os valores-notícia na sua forma mais clássica. É o caso do “tempo”, como visto anteriormente. Como explica Furtado (2014, p. 102) este marca o que é tido como atual e passa a ser “sinónimo de contemporâneo e não de novo” – a novidade como valor-notícia. Não é “notícia em sua conceção tradicional da novidade imediata, de relato de um acontecimento factual” (Furtado, 2014, p. 102) e a “dimensão temporal do acontecimento não se esgota no presente” (Silveira, p. 90). Outro caso são os valores-notícia de seleção substantivos (os que avaliam a importância do acontecimento), como o a morte, infração, conflito ou escândalo. Tratando-se de crianças, devido à sua conotação mais negativa, podem não ser comuns, sendo evitados ou contextualizados, de modo a minimizar efeitos negativos. Esta questão é retomada mais adiante.

Há ainda que considerar o interesse das crianças pelo entretenimento. “A visualização profissional da forma noticiosa infantil é, assim, informada pela tensão entre a credibilidade do noticiário adulto e o valor de entretenimento dos programas infantis”,

⁵¹ Pode ler-se a definição como conceito operacional da análise de conteúdo em “Procedimentos”.

⁵² Em gaveta ou em carteira são jargões jornalísticos utilizados para denominar matérias intemporais, que podem ser lançadas quando houver necessidade.

reconhece (Matthews, 2003, p. 5). A investigação deste autor (2003, p. 5) ao *Newsround* exemplifica que, tendo este princípio como base, o “objetivo é produzir um programa noticioso altamente visual e apelativo, em contraste com o serviço público noticioso padrão da BBC”. As histórias sobre crianças ou tópicos de entretenimento com apresentação otimista são privilegiadas em relação a outras, segundo o mesmo estudo, pois não só ajudam a criar uma visão positiva do programa, como são utilizadas para aliviar o clima do público após assistir a histórias sérias. Ferreira (2010) acrescenta ainda que o interesse infantil pelo entretenimento justifica a inclusão de passatempos e jogos nestes veículos especializados. A este respeito, considera-se que o lúdico faz parte da construção e da aprendizagem da infância (Corsaro, 2002; Sarmiento, 2019, 2023) e, por isso, deve ser considerado como parte integrante do processo jornalístico.

Tendo em consideração mais esta abordagem do jornalismo infantojuvenil, articula-se um diálogo entre os valores-notícia de Traquina (2007) e os de Harcup e O’Neill (2017, p. 1471), tal como foi constatado por Marôpo (2013). Entre os novos valores propostos por estes autores (2017, p. 1471) encontram-se “entretenimento”, que inclui histórias ligeiras do “mundo do espetáculo, desporto, interesse humano mais leve, animais ou que ofereçam oportunidades de um tratamento humorístico, títulos criativos ou listas espirituosas”, e “boas notícias”, cujas narrativas têm “conotações particularmente positivas, como recuperações, descobertas, curas, vitórias e celebrações”. Harcup e O’Neill (2017) propuseram um conjunto de valores revisado e ajustado às mudanças tecnológicas e sociais, refletida, por exemplo, no valor *shareability* (possibilidade de partilha), ausente nas propostas anteriores de valores-notícia, e que trata de “histórias que são consideradas suscetíveis de gerar partilhas e comentários através do Facebook, Twitter e outras formas de redes sociais”. Ainda é possível identificar o valor-notícia “audiovisuais”, relacionado com “histórias com fotografias, vídeo, áudio e/ou que possam ser ilustradas com infográficos” (Harcup & O’Neill, 2017, p. 1471), atendendo às reivindicações das crianças para as suas notícias referidas atrás, quando sugerem o uso de ilustrações e imagens mais apelativas.

Os resultados do estudo de Alon-Tirosh e Lemish (2014, p. 124), que sintetizam as tendências mencionadas, indicam, de acordo com as próprias crianças, que a produção jornalística infantojuvenil deve ser:

Alegre, colorido, jovem e tecnológico, acompanhado de humor e sagacidade. Ao mesmo tempo, eles se ressentem de serem abordados em tom condescendente ou infantilizado, e gostariam de se retratados de uma forma séria e com autoridade. Em suma, eles querem tópicos de notícias que sejam relevantes para as suas próprias vidas, apresentados de uma maneira mais positiva e atraente, em linguagem clara e direta.

A relevância dos assuntos é, assim, um dos valores-notícia para a construção noticiosa (Traquina, 2007) do jornalismo infantojuvenil. Tal como demonstrado no ponto anterior, sobre o que as crianças querem nas notícias dirigidas a elas, à rotinização jornalística ainda se acrescentam outros critérios: a personalização, a simplificação e consonância. Quanto à relevância, Traquina (2007, p. 199) explica que “quanto mais sentido a notícia dá ao acontecimento, mais hipótese ela tem de ser notada”. Nesse sentido, cabe ao jornalista tornar o acontecimento relevante para as crianças ao demonstrar que tem significado nas suas vidas. Ao selecionar uma notícia relevante, esta deve ser personalizada, o que implica oferecer um enquadramento que constitua uma “estratégia para agarrar o leitor, pois as pessoas interessam-se por outras pessoas (Traquina, 2007, p. 199). A notícia é produzida com foco na identificação em pessoas e eventos, em paralelo com acontecimentos e a experiências vividas pelas crianças. Tornar a peça jornalística personalizada através da exemplificação, isto é, dos testemunhos de pessoas envolvidas, tornam as histórias mais entusiasmantes e, por isso, mais disponíveis na memória (Kleemans et al., 2022).

Por sua vez, a simplificação relaciona-se com a lógica de “quanto mais o acontecimento é desprovido de ambiguidade e complexidade, mais possibilidades tem a notícia de ser notada e entendida” (Traquina, 2007, p. 198). Este critério é fundamental para esta especialização, quer em termos de conteúdo quer de linguagem. Reconhece-se a complexa tarefa de um adulto escrever para um grupo do qual não faz parte, “mas necessariamente já o fez um dia” (Furtado, 2013, p. 4). Este é um critério que não pode ser ignorado: os jornalistas têm de ter sempre em mente para quem estão a escrever (Marchetti, 2020). Um dos profissionais do *Newsround*, entrevistado por Matthews (2008, p. 10) explicou que:

é preciso ter em conta o que é relevante nesta história para crianças e como transmitir isso. É muito fácil esquecer o básico que vai interessar às crianças. Por

isso, temos de nos agarrar ao que é interessante na história e ao que precisa de ser explicado e como deve ser apresentado.

Os traços enumerados por Traquina (2007, p. 156), com aplicação ao jornalismo generalizado e que podem ser replicadas para o infantojuvenil, passam por palavras simples (evitar polissílabos), frases e parágrafos curtos, sintaxe direta e económica e “em certos géneros jornalísticos ‘o jornalês’⁵³ revela as seguintes características: a) o realismo gráfico; b) criação de ambientes, com a utilização de palavras concretas e a descrição detalhada para transmitir a sensação de que se está ali (...)”. Também particularizando ao jornalismo infantojuvenil acrescenta-se o que está indicado e criticado pela organização brasileira não governamental ANDI-Comunicação e Direitos (2002, p. 37): “O uso corriqueiro de pronomes relativos e conjunções pouco frequentes”, “a banalização da linguagem ou do uso dos diminutivos e gírias do jargão infantil”. A ANDI (2002, p. 37). recomenda o uso de glossários, a escolha criteriosa de opiniões e citações e a possibilidade de “oferecer à criança palavras novas, ampliando o seu universo linguístico, sem, necessariamente, tornar o texto chato ou incompreensível”.

O investimento na contextualização obedece à lógica da consonância, o que significa que a notícia deve passar pela explicação das causas, contexto e valorização das mesmas nas vidas quotidianas das crianças (Buckingham, 2000, 2006), “pois corresponde às expectativas do receptor” (Traquina, 2007, p. 200). Naturalmente, que o trabalho de contextualização e explicação sobre os atores, as consequências, interesses, causas dos acontecimentos obriga por parte dos jornalistas a uma maior elaboração de matérias – mas exige menos trabalho para as crianças as compreenderem. A análise destas características transparece, portanto, que a produção destinada às crianças contraria a instantaneidade e o sensacionalismo das narrativas que caracteriza a atividade generalista da atualidade, como já mencionado.

Em comparação com a produção para adultos, as más notícias não são boas notícias para o jornalismo infantojuvenil. Numa tentativa de aliviar a tensão entre o seu papel de mediador e o noticiar assuntos mais sensíveis, sem ser necessário recorrer à mediação familiar e escolar – o que não quer dizer que não conversem, reflitam sobre esse consumo –, os jornalistas podem seguir “estratégias de consolação”. Walma van der Molen e De Vries (2003, p. 7) define-as como as “medidas de proteção que podem ser empregues

⁵³ Como Traquina apelida a específica linguagem jornalística.

quando as crianças são confrontadas com notícias violentas ou emocionalmente perturbadoras”. Estas estratégias incluem a apresentação de finais positivos e esperançosos, a identificação da culpa a um agente responsável, a ênfase no controle das autoridades, a presença de narrativas com heróis e fornecimento de informações úteis e práticas. Tal como este estudo, também os de Nikken e Walma van der Molen (2007), Kleemans et al. (2017) e Kleemans e Tamboer (2021) identificam estratégias que passam pela seleção de acontecimentos e enquadramentos noticiosos; a organização do alinhamento das notícias seguindo a “fórmula sanduíche” (alternar assuntos leves com pesados); a utilização de animações ou infográficos em vez de imagens violentas; a incorporação de fontes com especialistas (psicólogos e investigadores) e crianças (as envolvidas e *vox pops*⁵⁴); e comentários de consolo por parte dos apresentadores ou jornalistas na divulgação da notícia. São situações identificadas na produção, contudo, os autores chamam a atenção para o seu uso. No caso da cobertura sobre o conflito Israel-Hamas, Furtado e Doretto (2024) concluíram que se enfatizou a ideia da paz, nas três publicações brasileiras analisadas, *Jornal da Criança*, *Joca* e *Qualé*. Embora se trate de um valor humano fundamental, as autoras chamam a atenção para a superficialidade da abordagem, no que diz respeito aos diferentes interesses e contradições da situação bélica “e também deixa de abordar com os leitores de forma aprofundada suas angústias em relação ao sofrimento das pessoas, sobretudo o de outras crianças” (Furtado & Doretto, 2024, p. 22).

A partir da análise do noticiário holandês *NOS Jeugdjournaal* e de crianças dos 9 aos 13 anos, Kleemans et al. (2017) constataram que o recurso a técnicas de jornalismo construtivo – centrado em soluções, enquadramentos positivos e de ação –, e a promoção de debates entre colegas, pode reduzir os efeitos negativos das notícias e fomentar comportamentos pró-sociais. Neste ponto encontram-se pontos comuns aos que Orive e Fagoaga (1974) ditaram para o jornalismo especializado, o qual devia diagnosticar os problemas da sociedade contemporânea em áreas específicas de interesse, debater soluções e contribuir para a formação de uma consciência crítica nos leitores. Contudo, Kleemans e Tamboer (2021) alertam para a facilidade de divulgação e de acesso de notícias *online* afetarem a utilização destas estratégias. Emerge, assim, uma articulação entre o jornalismo infantojuvenil e dois subcampos: o construtivo e o de soluções.

⁵⁴ São pessoas selecionadas aleatoriamente que não têm qualquer envolvimento ou conhecimento especializado sobre o tema e que são apresentadas apenas para ilustrar a notícia.

Kleemans et al. (2017, p. 2061) esclarecem que “o jornalismo construtivo não consiste em trazer notícias mais positivas, mas em enquadrar histórias negativas de uma forma mais positiva e construtiva”. Como são dois conceitos em debate, são consideradas as definições apresentadas pelos institutos dedicados a estes subcampos. No *website* do Constructive Institute (s/d), fundado na Dinamarca pelo jornalista Ulrik Haagerup, lê-se que o jornalismo construtivo é uma abordagem editorial, suportada em “três pilares: soluções, nuances e conversação democrática”, acrescentando-se o “e agora?” à seleção de histórias e oferecendo “uma resposta ao sensacionalismo e negativismo”. Por sua vez, o jornalismo de soluções, embora tenha implicações semelhantes ao construtivo, é definido pelo European Journalism Centre (2003), um instituto independente dedicado a várias temáticas do jornalismo, como aquele que pesquisa e explica o modo como as pessoas tentam resolver problemas partilhados. “Enquanto, tradicionalmente, os jornalistas definem notícias como ‘o que correu mal’, o jornalismo de soluções esforça-se por expandir esta definição: respostas a problemas também são valores-notícia” (European Journalism Centre, 2003, p. 2).

2.3.4. Participação: Repórteres, fontes e protagonistas

A única tese de doutoramento que se dedica à publicação infantojuvenil no cenário académico português é a de Doretto (2015), *Fala connosco!: O jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil*. Os resultados identificam que existe maior presença das meninas, com cerca de 11 anos, nas cartas e *emails* enviados à revista impressa *Visão Júnior*. A investigação revela ainda como as crianças querem ter maior presença dos mesmos conteúdos que lhes agradam, o que a autora designa de participação “reforçadora”, ou sejam, pedem mais do que veem e gostam, sem desejar um jornalismo diferente. A autora (2015) analisa se os canais de participação disponibilizados pelos meios de comunicação permitem que as crianças exerçam o seu direito à informação e, em simultâneo, se podem proporcionar maior intervenção no processo produtivo. Por um lado, pretende responder à pergunta de investigação (Doretto, 2015, p. 2) – “a possibilidade que as crianças têm de se aproximarem dos veículos jornalísticos produzidos para elas, por meio de canais digitais, faz que elas busquem participar da elaboração desse discurso jornalístico, exercitando o seu direito à representação, defendido por Buckingham?” –, por outro, remete para uma reflexão que vai para lá do direito de participação consagrado. O “direito das crianças à representação”

(Buckingham, 2009, p. 18), cuja garantia não está consagrada pela Convenção, confere-lhes a possibilidade não apenas de serem ouvidas, como de intervirem na produção, através de críticas, sugestões e produção de conteúdos próprios. Nesta condição, os mais novos têm a oportunidade de criar e defender as suas representações no universo jornalístico, pois “contando com um lugar onde possam publicar estas ‘histórias’, que serão distribuídas a um grande número de pessoas, elas (as crianças) ganham voz na sociedade, tornam-se visíveis e passam a construir culturalmente o lugar onde vivem” (Dementshuk, 2026, p. 936). Contudo, amplificar as vozes das crianças implica também repensar o papel do adulto e a relação de poder (Ferreira & Doretto, 2024b).

Sem entrar na discussão sobre o jornalismo participativo e suas delimitações conceptuais (Oliveira, 2022) e limitando ao campo especializado deste estudo, aponta-se a possibilidade de este efetivar formas de colaboração das crianças nos veículos de comunicação infantojuvenis. Para este contexto investigativo adota-se a definição de participação, apresentada por Oliveira (2022, p. 21), no estudo sobre o jornal infantojuvenil brasileiro *Joca*: “Ação do público que contribua, direta ou indiretamente, para a produção de conteúdo em contextos jornalísticos profissionais”, incluindo-se outros tipos de conteúdos de carácter não jornalístico, mas produzidos em ambiente profissional. Esta definição difere do jornalismo cívico, entendido como “os processos e os efeitos das contribuições dos cidadãos comuns na recolha, seleção, publicação, distribuição, comentário e discussão sobre as notícias” (Hermida, 2011, p. 15), ou seja, mais associado à produção de notícias por pessoas não formadas em jornalismo e sem o auxílio de profissionais.

De facto, ao trazer o público para dentro do processo noticioso, surgem impactos nas rotinas produtivas, no que respeita aos procedimentos de verificação da informação e controlo editorial (Silva, 2024). Esta abertura trouxe igualmente novas oportunidades ao jornalismo, que “também revalida os limites da sua atividade profissional e reforça a sua condição de universo autónomo e especializado para o público, que passa a conhecer melhor seu funcionamento e sua função social” (Oliveira, 2022, p. 25). Além desta vantagem identificam-se outras, como trazer discursos mais equilibrados e inclusivos de comunidades com imagens mediáticas problemáticas ou ignoradas (Costera Meijer, 2012) e a consolidação de vínculos experienciais entre o jornalismo e os valores da comunidade, fenómeno identificado no jornalismo de conexão proposto por Clark e Marchi (2017). Este é descrito como “as notícias são definidas, produzidas e divulgadas em relação a

redes específicas de pessoas, com as distinções tradicionais entre produção ativa e consumo passivo cada vez mais esbatidas” (Clark & Marchi, 2017, p. 5), chamando a atenção para a partilha, a visão pessoal da história noticiosa e a criação das suas próprias histórias. Os jornalistas reconhecem que as comunidades participativas *online* geram um sentimento de pertença, o qual se revela proveitoso não apenas para o público, como também para a própria organização noticiosa, contribuindo para atrair e fidelizar audiências (Clark & Marchi, 2017; Hermida, 2011). Este jornalismo participativo encoraja os profissionais a terem um papel ativo no apoio à mudança social (Zelizer, 2004) e aprender com as próprias crianças ao escutá-las (Doretto & Furtado, 2024), que se tornam também mediadoras.

Para Barichello e Carvalho (2009), as iniciativas jornalísticas que promovem espaços colaborativos do tipo “leitor-repórter” e “repórter-cidadão”, produzidos por não-jornalistas (que enviam à redação partes ou conteúdos inteiros para publicação), constituem formas da atividade profissional para reforçar a sua legitimidade perante a sociedade. É o caso das secções “Repórter XS” do *Radar XS* e do “Repórter Júnior” da *Visão Júnior*. Além destes espaços, ambos os veículos infantojuvenis portugueses proporcionam outras oportunidades de participação, conforme mencionado no quarto capítulo, nas peças dedicadas à caracterização de cada um.

A propósito do “Repórter Júnior” da *Visão Júnior*, Ferreira e Doretto (2024b) analisam como as crianças aproveitam para exprimirem as suas visões de mundo ao assumirem o papel de entrevistadores a figuras públicas. As autoras concluem que a maioria das repórteres é meninas, entre os nove e os 12 anos, e residentes em centros urbanos de Portugal, o que indica que os dados recolhidos revelam as preocupações, os gostos e os desejos de um grupo bastante recortado de crianças. Os resultados ainda revelam que esta secção da revista, apesar do seu potencial participativo, limita a intervenção dos repórteres à escrita e colocação das perguntas, não sendo incluídos no processo editorial. Ferreira e Doretto (2024b) defendem que a produção jornalística beneficiaria se permitisse à criança intervir, por exemplo, na escolha do título e das fotografias. Além disso, propõem que aos repórteres fosse dada a possibilidade de ver a edição em primeira mão, de modo a valorizar o seu contributo e potenciar o sentimento de pertença, pois julgam que, ao não considerá-los nestas decisões importantes, pode gerar distanciamento e descrença à sua participação.

Furtado (2013), na sua tese de doutoramento dedicada à análise dos diferentes discursos presentes na revista impressa brasileira *Recreio*, destaca também a participação dos leitores por meio de comentários, fotos ou desenhos enviados, bem como através de textos produzidos sob a supervisão da equipa editorial, enquanto repórteres em eventos externos. Por sua vez, Oliveira (2022) oferece um panorama mais abrangente da participação dos leitores no jornal infantojuvenil impresso *Joca*. O seu estudo demonstra que esta atuação participativa é exequível em todas as etapas de produção de conteúdo, tanto *offline* como *online*, ainda que em distintos graus e forma. No entanto, “é preciso se atentar às etapas em que elas são menos oportunizadas, principalmente, à de seleção/filtragem que, em um veículo noticioso, é parte formadora da sua identidade editorial” (Oliveira, 2022, p. 155). Note-se que este jornal tem uma estreita parceria com o setor educativo.

Pela sua originalidade à data de criação, justifica-se a apresentação de um projeto regional brasileiro, apesar de já não se encontrar em desenvolvimento, em resultado de mudanças estratégicas e financeiras do jornal. O “Repórter Teen” foi lançado pelo suplemento *Correio Criança*, do jornal *Correio da Paraíba*, entre 2011 e 2012, e contemplava a atuação de jovens como repórteres. O processo de implementação do projeto – que também incluía secções fixas de conteúdo com desenhos e textos dos leitores –, foi acompanhado pela própria investigadora e profissional do jornal à época Márcia Dementshuk (2016) e envolveu órgãos municipais. As crianças selecionadas (incluían as portadoras de deficiências físicas) permaneciam na redação, com o auxílio do professor, após uma agenda previamente definida. No local recebiam formação sobre conceitos e técnicas de verificação da informação. Concluídas estas etapas, produziam as matérias jornalísticas, que eram posteriormente publicadas. Ao acompanharem o turno do trabalho do jornalista, tinham ainda a oportunidade de conhecer outros processos que envolvem as rotinas de produção noticiosa. “Acreditou-se desde o início que a atitude de orientar e conduzir a criança na vivência da construção da notícia iria proporcionar a ela um entendimento sobre como é construída a sociedade em que vive” (Dementshuk, 2016, p. 64). Além disso, a participação de algumas destas crianças estendiam-se ao conselho editorial do suplemento, constituído também por professores e psicólogos. Estas experiências eram serem partilhadas em contexto escolar.

Em conformidade, embora com uma abordagem distinta, identificam-se projetos originais em atividade que merecem destaque, tendo sido analisados na tese de doutoramento de Giovana Resende (2023). São os casos dos conselhos consultivos de crianças na televisão

pública: o *Pakapaka*⁵⁵, do canal infantil público da Argentina, e o *Eureka*⁵⁶, do canal infantil da capital colombiana Bogotá. Ambos colaboram na produção de programas e na construção dos canais. Apesar de serem iniciativas pouco disseminadas na América Latina, a sua relevância motivou a realização do primeiro encontro internacional de conselhos infantis (em formato *online*) em fevereiro de 2025.

Diante do exposto, reconhece-se que, apesar da preferência pelo *online*, a participação infantil passa ainda por experiências *offline*. No seguimento desta perspectiva, Oliveira (2022, p. 32) defende que “o jornalismo de nicho, geográfico (hiperlocais, por exemplo) ou de público (pela formação de comunidades e tendência a trocas discursivas entre usuários), pode ser o caminho para uma realização mais plena (ou diversa) do jornalismo participativo”. O que valida Deuze (2001) ao apontar que a prática participativa poderia funcionar em publicações de nichos específicos. Pelo ponto de vista da convergência, abrem-se novas oportunidades de interação com um público mais participativo e próximo (Jenkins, 2006), através de canais de comunicação *online*, como caixas de comentários, WhatsApp, redes sociais e até aplicativos com esse fim. Nesse sentido, torna-se fundamental que os meios de comunicação dirigidos aos mais novos apresentem novas formas de diálogo entre o seu público e as suas rotinas de produção (Doretto, 2015), sabendo-se, porém, que em Portugal a idade mínima legal para a utilização de redes sociais por menores é de 13 anos.

Além deste tipo de intervenção participativa referidas, as crianças podem envolver-se em outras formas da produção jornalística, nomeadamente como fontes de informação e protagonistas das narrativas. Evita-se, assim, que se confira “ao redator a potência do discurso, a tarefa de redigir algo que traduza os anseios e os pensamentos das crianças, como se elas não pudessem fazê-lo por si” (Doretto, 2014, p. 63). Tal como Furtado (2024, p. 79), concorda-se que “as crianças formam um grupo de grande importância social e têm capacidade para serem excelentes fontes para os jornalistas, pois podem apresentar pontos de vista diferenciadores e surpreendentes sobre as mais diversas temáticas”, contribuindo com novas perspectivas sobre o mundo.

Contudo, o que os estudos de Marôpo (2013, 2015) evidenciam a fraca presença da voz das crianças nas notícias. Os pontos de vista infantis “sobre as questões que lhes dizem

⁵⁵ <https://pakapaka.gob.ar>

⁵⁶ <https://www.canalcapital.gov.co/programas/generacion-eureka>

respeito são frequentemente silenciados em representações noticiosas que os ignoram como sujeitos de interesse político e social” (Marôpo, 2013, p. 131), sendo substituídas por fontes oficiais, autoridades, docentes, assistentes sociais e psicólogos (Furtado, 2022; Marôpo, 2013, 2015; Ponte, 2005). Estas entidades funcionam como uma espécie de fontes autorizadas pela sociedade ou como porta-vozes de um grupo minoritário enquanto grupo social (Marôpo, 2013, 2015).

Por outro lado, Kleemans e Taboer (2021, p. 15) refere que, no estudo sobre o noticiário holandês *NOS Jeugdjournaal*, “há uma clara mudança de fontes especializadas que oferecem consolo através de explicações racionais para fontes infantis que oferecem relatos pessoais mais emocionais”, quando se trata de divulgar notícias negativas. Os autores admitem a hipótese de que alteração decorre da dificuldade de encontrar especialistas capazes de explicar os acontecimentos de forma compreensível para as crianças, sobretudo de modo a também oferecer consolo. Contudo, Kleemans et al. (2022) reconhecem que, no caso de notícias mais sensíveis, os jornalistas devem ser encorajados a continuar com a consulta a especialistas adultos (psicólogos e investigadores), pois podem fornecer o contexto ao evento negativo. Em contrapartida, devem ter cuidado na inclusão de crianças diretamente envolvidas como fontes, sendo preferível ouvir as não afetadas pelo acontecimento. Nesse sentido, os autores (2022, p. 134) deixam duas recomendações: “Os pais e os professores devem educar e orientar as crianças sobre como encontrar e utilizar estes meios de comunicação” e estimular discussões entre pares, em contexto familiar ou escolar, após a ocorrência de eventos violentos. Este estudo corrobora os resultados de Walma van der Molen e De Vries (2003), quando concluíram que o uso de fontes adultas especializadas constituem uma “estratégia de consolação”, “porque os especialistas podem fornecer informações tranquilizadoras, como enfatizar a distância dos acontecimentos, que os incidentes violentos acontecem muito raramente ou que é compreensível sentir medo” (Kleemans et al., 2022, p.135).

Segundo Matthews (2005), encontrar e selecionar uma “voz noticiosa ideal” (no caso da televisão) implica articulá-la com os interesses e necessidades da “audiência imaginada” e que é entendida como aquela que se exprime com clareza, sem necessidade de ser lembrada que está a falar para os mais novos. Tem de ser garantidas “vozes amigáveis” das crianças, mas “não aquelas que aparecem regularmente nos noticiários adultos, como políticos e especialistas de fato e gravata” (Matthews, 2005, p. 512).

O recurso das crianças ou dos adultos especialistas como fontes de informação no jornalismo infantojuvenil continua a ser debatido. Veja-se, por exemplo, as conclusões contraditórias do estudo brasileiro de Arroyo (2017) ao apresentar que a *Folhinha* valoriza a voz dos mais novos e o *Jornal da Criança* a dos adultos especialistas.

As crianças como fontes de informação podem distinguir-se entre relatos pessoais (como o herói, a vítima ou uma testemunha ocular) e reações de espectadores infantis, as *vox pops* (Walma van der Molen & De Vries, 2003), que, em caso de notícias negativas, podem até contribuir para o estabelecimento de uma espécie “luto coletivo” (Nikken & Walma van der Molen 2007; Walma van der Molen & De Vries, 2003).

Ferreira e Doretto (2024, p. 228) afirmam que:

existem enquadramentos que despertam maior interesse dos jornalistas em consultar as crianças. Quando sucede algum acontecimento extraordinário e dramático, como a guerra na Ucrânia, as interpretações dos mais novos têm uma maior carga emotiva. Também é comum ouvir as crianças em datas comemorativas, como o Dia Mundial da Criança.

Buckingham (2009) assinala igualmente que raramente os mais novos surgem nas notícias fora de um enquadramento sensacionalista e emocional, em situações de inocência ou corrupção no jornalismo para adultos. Trata-se da criança no seu papel “experencial”, mais tarde desenvolvido por Matthews (2005). Esta afirmação corrobora a análise de Marôpo (2013, p. 142), que identifica que a voz das crianças é acionada, neste caso jornalismo produzido por adultos para adulto, em quatro circunstâncias: “de forma secundária (para ilustrar), nos (raros) casos em que se insere nas rotinas produtivas dos jornais (...), quando a efeméride é um valor-notícia que propicia essa inclusão (...) ou nos suplementos de *O Globo*⁵⁷ destinados a este público”. Outros adjetivos que descrevem a voz infantil nestas circunstâncias são “curiosa”, “simpática” ou “colorida” (Marôpo, 2013, p. 49). As crianças devem ser compreendidas como produtoras de sentidos e opiniões pelas suas experiências (que são diferentes da dos adultos e dos especialistas) para a construção da notícia e não apenas como mera ilustração. Embora estas observações se refiram ao jornalismo produzido para adultos, a sua análise revela-se pertinente quando comparada com o infantojuvenil, no qual os jornalistas devem acreditar

⁵⁷ Jornal diário brasileiro.

“que há uma responsabilidade profissional em ajudar as crianças a contribuir com a história” (Matthews, 2005, p. 513).

Delorme (2008) observou o sentimento de exclusão das crianças quando aspetos das suas vidas estão ausentes dos noticiários. Em conformidade está o estudo de Carter et al. (2009), cujo objetivo foi explorar as experiências e as expectativas do público infantil em relação ao conteúdo do *Newsround*. Os resultados mostram que as crianças dos oito aos 15 anos também desejam que as suas ideias e opiniões sobre a sociedade e o mundo sejam tidas em consideração. Da mesma forma, na análise que Doretto (2010) realizou às reportagens de capa dos suplementos infantis brasileiros *Folhinha* e *Estadinho*, constata-se que os mais novos são, de facto, pouco ouvidos. Este cenário condiciona o modo como a representação da infância é tida pela sociedade e pelas próprias crianças (Buckingham, 2009; Doretto, 2015). Considerando que os *media* – neste caso particular, o jornalismo infantojuvenil – podem

atuar como educadora, sendo fonte de cultura e informação, é necessário entender a representação que faz DE e PARA a infância e sua relação com as crianças, ao mesmo tempo em que o cenário social ratifica este posicionamento de subjugar a infância tanto como usuária cidadã e crítica da mídia quanto como produtora cultural ativa na sociedade” (Ferreira, 2007, p. 647).

Contudo, reconhecem-se obstáculos à implementação de práticas mais inclusivas. Conforme referem Ferreira e Doretto (2024b), a colaboração sistemática e mais integrada entre os jornalistas e o seu público pode ser dificultada, nomeadamente pela reduzida dimensão de equipas e escassez de tempo disponível. Estas limitações estão diretamente relacionada com dois valores-notícias de seleção contextuais, que afetam diretamente o processo das notícias (Traquina, 2007): a disponibilidade (facilidade de meios necessário para cobrir o acontecimento) e visualidade (existência ou não de imagens ou fotografias). O estudo sobre *Newsround* (Matthews, 2005, p. 513) indica a falta de tempo de preparar adequadamente os mais novos antes das entrevistas, o que leva os jornalistas a adotar “técnicas de entrevista não servem apenas para melhorar as respostas das crianças [...], têm o efeito de inserir palavras na boca das crianças, palavras que muitas vezes já foram planeadas antes da entrevista”. Esta prática coloca em causa, mais uma vez, uma visão incapacitante a nível cognitivo das crianças, nomeadamente no seu papel “analítico” (interpretações mais racionais ou opiniões) do que “experencial” (respostas emocionais e pessoais) (Matthews, 2005), o que pode conduzir a que sejam editadas ou mesmo

excluídas. Mais uma vez a prática jornalística para o público infantojuvenil se assemelha à que é produzida para os adultos. Estas dificuldades estão igualmente identificadas por Marôpo (2013), quando nomeia fatores e condições que impedem a participação das crianças enquanto fontes e protagonistas. Embora o seu estudo se aplique ao jornalismo generalista (jornais *Público* e *O Globo*), constrói conhecimento do ponto de vista prático, que conduz a reflexões relevantes para a produção infantojuvenil. Alguns dos fatores apontados pela autora (2013, p. 136) para justificar a conduta jornalística de desvalorização infantil, incluem a percepção que estas “não percebem o que está a acontecer”; as limitações de tempo e de recursos materiais e humanos; a ausência de conhecimento dos direitos das crianças, do código deontológico e de especialização jornalística na área; e a falta de preparação profissional para as entrevistar. Acresce ainda os constrangimentos decorrentes equipas de trabalho reduzidas e a dificuldade em equilibrar os dois direitos fundamentais em tensão: por um lado, o direito à voz e à autonomia das crianças e, por outro, o direito à proteção da sua privacidade.

A este respeito, constata-se que os jornalistas não estão preparados para ouvir as crianças, como fontes e protagonistas das suas histórias, nem que o ambiente profissional e social seja o mais apropriado. Em Portugal, as orientações específicas para profissionais que abordam temas relacionados com a infância, e que podem ser aplicadas à prática do jornalismo infantojuvenil, encontram-se no Código Deontológico dos Jornalistas⁵⁸. Estas podem ser complementadas por matérias disponíveis do *website* da CNPDPCJ⁵⁹, o qual faculta guias de outras entidades, como *Guidelines for journalists reporting on children*⁶⁰, da UNICEF, e o *Estatuto da criança e do adolescente: Um guia para jornalistas* (2011), da organização brasileira não governamental ANDI-Comunicação e Direitos⁶¹. Neste âmbito, Furtado e Doretto (2020) realizaram um estudo sobre os manuais de redação dos jornais de maior tiragem no Brasil, com o objetivo de verificar se estes incluíam orientações para os seus colaboradores sobre a abordagem de temas que envolvem crianças. Marôpo (2013, 2015), por sua vez, apresenta sugestões para que fontes e jornalistas possam contribuir para um tratamento noticioso que promova os direitos das crianças.

⁵⁸ <https://jornalistas.eu>

⁵⁹ https://www.cnpdpcj.gov.pt/documents/10182/17926/8_orientações/44981bf6-d068-40d4-a4bc-5befd025b9ff

⁶⁰ <https://www.unicef.org/eca/media/ethical-guidelines>

⁶¹ <https://andi.org.br>

Estas questões tornam-se mais prementes pela inexistência de formação dos jornalistas que trabalham para audiências adulta e infantil (Ferreira et al., 2024; Marôpo, 2013), o que evidencia a relevância de desenvolver guias específicos para integração nos currículos das instituições de ensino superior. Um exemplo é o *Children's rights and journalism practice – student guide*⁶², da Technological University Dublin, em colaboração com a UNICEF.

É, pois, fundamental repensar esta abordagem, tanto no âmbito profissional como académico, uma vez que existem elementos teóricos que a configuram numa vertente construtiva e identificativa ao se divulgarem histórias de crianças como protagonistas de sucesso e inspiração para os seus pares, tal como mencionado no ponto anterior sobre a construção da agenda. Dores (2021, p. 76): “É perceptível que as crianças e jovens têm curiosidade em ler temas com os quais se identifiquem, lhes ensinem algo e lhes provoquem emoções positivas”. Um exemplo é o programa *Time for Kids Service Stars*⁶³, desenvolvido pelo meio infantojuvenil norte-americano *Time for Kids*, cuja finalidade consiste em dar visibilidade a crianças e adolescentes que promovem mudanças positivas nas suas comunidades, através de ações de voluntariado e cidadania ativa.

2.3.5. Distribuição e adaptação às novas tecnologias

Ainda que esta temática não constitua o núcleo central desta investigação, torna-se relevante abordar a distribuição pelas plataformas *offline* e *online* utilizadas na divulgação dos conteúdos noticiosos para os mais novos. Não se trata de proceder a uma análise exaustiva, mas apontar sobre alguns dados que, em alguma medida, organizam a “leitura” da descrição das plataformas digitais dos veículos jornalísticos, no quarto capítulo. Além disso, os dados facilitam a reflexão numa lógica mais global de outras possibilidades que se abrem à distribuição dos conteúdos para crianças e de variáveis associadas, como a económica.

De acordo com Kress e van Leeuwen (2001, p. 111), “o desenho de páginas impressas e *online* e o suporte tecnológico em que o produto jornalístico se desenvolve e é distribuído também participam na construção das linhas definidoras desse próprio produto”. As notícias impressas e o noticiário televisivo são variedades do jornalismo com elementos

⁶² <https://arrow.tudublin.ie/cseroth/32/>

⁶³ <https://www.timeforkids.com/service-stars/kids-making-a-difference>

em comum. Contudo, a especialização por “meio”, uma das referenciadas por Lourenço (2024), confere especificidades a cada formato, destacando, desde logo, a mais evidente: as imagens. O noticiário televisivo “vive, depende, das imagens e dos sons que utiliza para contar as suas histórias” (Dias, 2024, p. 27). Ainda permite, de acordo com Weaver (1999, p. 294), que o seu estilo narrativo passe por uma “voz pessoal” e “omnisciente” de um repórter ou pivô, pois “ouve-se, de facto, a voz; vê-se o rosto, o corpo, e a postura da pessoa que fala”, imprimindo “a sua personalidade quase continuamente na narrativa” (Weaver, 1999, p. 301). Em contraste, a “voz” do jornal “sugere um autor que é um facto-máquina” (Weaver, 1999, p. 300), ocultando-se os traços do jornalista. Apesar da ausência de um “rosto”, não se concorda que as produções impressas para crianças adotem na totalidade “uma narrativa impessoal”, como sugere Weaver (1999). No caso particular das publicações, não existe um pivô, mas a capa declara a sua identidade, por ser o “rosto da revista, cria a tão importante primeira impressão” ou seja, envia “uma mensagem sobre a personalidade e a voz” (Cardoso, 2024, p. 96).

Além das imagens, importa assinalar que o meio utilizado influencia o modo com os assuntos selecionados para a agenda são produzidos, quer no jornalismo generalizado quer no infantojuvenil. De acordo com Wolf (1999, p. 147), as notícias em televisão “são demasiado breves, rápidas, heterogêneas e ‘acumuladas’ numa dimensão temporal limitada”, ao contrário da informação escrita, que possui “a capacidade de assinalar a diferente importância dos problemas apresentados”. No campo do jornalismo infantojuvenil, coexistem neste estudo duas ofertas informativas um “noticiário produzido e escrito para que o pequeno telespetador compreenda a notícia num curto espaço de tempo e sem maiores esforços” (Carrero, 2008, p. 154) e, por outro, uma revista, “cujo tratamento jornalístico por temas pode, por isso, ser mais profundo e menos apressado” (Cardoso, 2014, p. 40).

Esta investigação não anuncia o fim das revistas em papel nem dos noticiários televisivos para o público infantojuvenil; mas sim a coexistência e complementaridade com o modelo digital (Ponte & Brites, 2023; Coelho, 2015). Indo mais além nesta afirmação, sustenta-se a convicção que a televisão e a revista representem indicadores de uma atuação de contracorrente. No que diz respeito à televisão, os estudos indicam que continua a desempenhar um lugar importante na vida das crianças, apesar concorrência concreta do *streaming* e cabo (Brites, 2017; Feio & Oliveira, 2024; Menezes et al., 2024; Pereira & Brandão, 2025; Vasconcelos et al., 2024; Wunderlich et al., 2022). Quanto às revistas

impressas, mantém-se uma perspectiva otimista para este segmento, apoiada em Abrahamson (2024, p. 16), quando indica dois elementos fundamentais. O primeiro passa por ser “o ponto ideal que as revistas ocupam entre os jornais e os livros” e o outro pelo “papel profundamente envolvente que as revistas desempenham na vida dos seus leitores. Os profissionais de marketing chamam-lhe ‘valor percebido’, mas estou convencido de que se trata de algo genuíno”. De facto, as revistas oferecem experiências sensorial e de leitura – o tal ponto ideal entre os jornais e os livros –, que criam sentimentos de pertença, comunidade e fidelização (Cardoso, 2024; Furtado, 2013; Scalzo, 2003; Tavares, 2022). O papel, através da sua “experiência tátil de papel brilhante, a portabilidade, as cores vibrantes e design meticuloso”, constitui um atributo únicos das revistas como “construtoras de memórias colecionáveis” (Cardoso & Figueiras, 2024, p. 5). Apesar desta posição, não se recorre à ingenuidade de ignorar as tendências digitais, descritas no primeiro capítulo.

A convergência de conteúdos, a segmentação das audiências, a variedade das plataformas e a personalização da informação têm modificado o modo como os mais novos aprendem o mundo (Bird, 2011; Buckingham, 2006, 2019; Hay & Couldry, 2011; van Dick, 2009), o que representa um desafio para o jornalismo. Segundo Ribeiro e Costa (2024, p. 148), “num cenário de crescente virtualização, as revistas parecem necessitar de desenvolver novas estratégias adequadas ao contexto mediático português, respondendo a diferentes necessidades insatisfeitas partilhadas por pessoas e grupos sociais com uma variedade de histórias e composições”. Outra questão é o custo envolvido nas produções em formato tradicional. As produções noticiosas infantojuvenis são “iniciativas que envolvem altos custos e que, acredita-se, dificilmente atraem a audiência necessária para sustentar o investimento” (Doretto, 2014, p. 69). Alinhada com esta afirmação está Carter et al. (2021) ao reconhecer que os noticiários, como *Newsround*, *Logo* e *Jeugdjournaal* são produções dispendiosas, que requerem muito trabalho e recursos humanos. Perante estes constrangimentos, torna-se imperativo que se considerem novos modelos de negócio que não dependam exclusivamente da publicidade ou da dependência da marca “mãe” associada, como é o caso nacional da *Visão Júnior* (da revista *Visão*) ou de suplementos distribuídos semanalmente encartados, como o internacional *New York Times for Kids*. As alternativas passam pelo *online* e o *offline*, como sistemas de *paywalls*, financiamento colaborativo (*crowdfunding*), subscrições, financiamento privado e jornalismo local com suporte comunitário (Silva, 2024; Vasconcelos et al., 2024) devem ser ponderadas. Além

disso, como foi ilustrado na peça “Cenário internacional”, registam-se veículos jornalísticos infantojuvenis que se apoiam na realização de eventos, enquanto outros são suportados pelo contributo voluntário, nomeadamente de jornalistas.

A análise ao contexto internacional permite também identificar um outro agente económico estratégico: as instituições escolares (Furtado & Doretto, 2024). Foram observados vários exemplos que estruturam os seus modelos de negócio em assinaturas, recursos pedagógicos e *workshops* comercializados a escolas públicas e privadas. Alguns desses meios nem sequer são disponibilizadas para venda direta em banca ou livraria. O caso brasileiro é ilustrativo: as publicações impressas estão integradas nas atividades e currículos escolares, tendo inclusivamente pedagogas nas suas equipas editoriais (Furtado & Doretto, 2024). Oliveira (2022) explica que as escolas podem adquirir o jornal impresso *Joca* em quantidade para distribuição em espaços de uso comum, como salas de aula, bibliotecas, ou solicitar a compra individual; nesse caso, a publicação é incluída na lista de materiais obrigatórios fornecida no início do ano letivo. Para a diretora da revista *Joca e Tino Económico*, em entrevista a Oliveira (2022, p. 84), esta é uma estratégia para contornar a questão: “Como convencê-los a ‘comprar’ jornalismo para os filhos se não existem o conhecimento e a cultura de consumir tal segmento?”.

Apesar das vantagens deste modelo, também se identificam limitações. Furtado & Doretto (2024) alertam para o facto de esta configuração condicionar a linha editorial, a prática dos profissionais e as estratégias discursivas das publicações infantojuvenis. Com o facto dos jornalistas privilegiarem as relações e as expectativas das famílias e escolas, corre-se o risco das crianças passarem a ser um público secundário e de o jornalismo não cumprir a sua função de não o ajudar a compreender e dar sentido ao mundo em que vive. Em vez disso, poderá assumir um papel mais orientado para a formação futura, “como relatos que visam auxiliar crianças e adolescentes a construir o futuro, ou seja, a atuar no mundo quando forem adultos (ainda que de forma crítica)” (Furtado & Doretto, 2024, p. 11). É, pois, um modelo de distribuição e negócio que merece uma apreciação crítica, mesmo quando pode assegurar a continuidade do suporte tradicional, em oposição àqueles que o abandonaram e aproveitaram as ferramentas *online* para a sua reestruturação – exemplo da revista francesa *Phosphore* ou do noticiário norte-americano *Nick News* – ou daqueles que já nasceram do jornalismo digital nativo (Avides Moreira & Caneira, 2025) – exemplo do *podcast* norte-americano *KidNuz*. Veja-se o caso do *Newsround* que, em 2020, teve reduzida a sua transmissão e as horas na televisão linear,

a favor da distribuição *online* (Carter et al., 2021). Sustenta-se, assim, a posição que os meios tradicionais (*legacy offline*) e os meios *online* devem ser encarados como complementares, “de modo a desenvolver as dinâmicas de produção, distribuição e reach das marcas” (Vasconcelos, 2024, p. 17). Para o jornalismo infantojuvenil, estas mudanças são importantes até para atenuar a barreira geracional entre jornalistas e o seu público (Doretto, 2010; Varão & Bemfica, 2009). O que se torna mais pertinente se for considerado que:

em gerações anteriores, apesar de uma momentânea rotura, por exemplo, com o meio da televisão, as pessoas tendem a retornar e apresentar níveis padrões de consumo devido a uma tradição de consumo prévio. No entanto, no caso das gerações mais novas, se estas relações iniciais nunca tiverem sido devidamente estabelecidas e fomentadas, a questão transforma-se, e coloca em causa a renovação geracional das marcas mediáticas, e, consequentemente, a sua sobrevivência. (Casado et al. citado em Vasconcelos, 2024, p. 14).

Já em 2000, o estudo de Buckingham sobre os noticiários *Nick News* e *Channel One News*, nos Estados Unidos, e *First Edition* e *Wise Up*, na Grã-Bretanha (nenhum está em exibição na televisão linear), concluía a necessidade de repensar as estratégias formais das notícias, do conceito e formatos destinados aos mais novos. O autor (2000, p. 120) apelava a uma informação noticiosa inovadora – recordando que “o noticiário é inegavelmente um dos géneros mais conservadores das mídias” –, sem com isto se cair em banalizações e diminuir a qualidade dos conteúdos. Até porque, ainda acrescenta Buckingham (2006), que no caso das audiências infantojuvenis, as notícias possuem responsabilidades educativas, além das informativas. Apesar destas afirmações remontarem a mais de duas décadas mantêm atualidade. Daí que também se revele pertinente a afirmação de Callejo-Gallego (2012, p. 23), igualmente extensível às crianças: “Na obsessão por ‘caçar’ o adolescente, os meios de comunicação tornam-se eles mesmo adolescentes: experimentam novos formatos, programas e mensagens”.

As potencialidades das plataformas *online* podem proporcionar “formatos emocionantes, inovadores e tendencialmente interativos” (Carter, 2013, p. 261) e imersivos, como a realidade aumentada, realidade virtual (Longhi, 2025) e *newsgames* (Campos, 2018), bem como rearranjos linguísticos e novas estratégias, como a “estética easter eggs”, que implica o recurso a elementos interativos ocultos em produções audiovisuais (Bridi et al., 2023) ou inseridas na virada emocional do jornalismo ao moldar as narrativas e o

envolvimento (Wahl-Jorgensen, 2025). Este cenário tem vindo a desafiar as empresas jornalísticas, o papel de *gatekeeper* do jornalista e a produção e distribuição de conteúdos, agora moldados pela integração de algoritmos e inteligência artificial (Cools & Diakopoulos, 2024; Diakopoulos et al., 2024).

No que diz respeito às redes sociais, observa-se, pelos exemplos das peças “Cenário nacional” e “Cenário internacional”, que a maioria dos meios noticiosos infantojuvenis marca presença ativa. Convém assinalar que existem restrições legais europeias legais para o acesso a este ambiente por crianças com menos de 13 anos e que persiste em discussão a eficácia da disseminação de notícias através destas plataformas, em particular o TikTok (Costera Meijer et al., 2023; Longhi, 2025; Vásquez-Herrero, 2022).

De modo a ilustrar como os veículos infantojuvenis estão a fazer esforços no sentido de envolver o seu público num ambiente mediático, aponta-se o estudo de Prieto-Arosa & d’Haenens (2025) sobre o canal belga RTB. Esta estação televisiva tem três programas infantojuvenis segmentados, mas, para fins desta investigação apenas os resultados do noticiário *Les Niuuzz*, dirigido às crianças dos 7 aos 11 anos, é objeto de referência. Em análise às estratégias adotadas pelo noticiário infantil para as redes sociais (apesar da idade mínima legal de 13 anos), os autores (2025) concluem que se prioriza o *online* – a lógica do “primeiro o digital” (*digital first*) – no processo de produção, mesmo que o noticiário continue a ser exibido em televisão linear, mantendo-se inalteráveis as funções e valores tradicionais jornalísticos. Indicam-se, a título de exemplo, algumas práticas de produção: vídeos de curta duração; contratação de jornalistas *freelancers* a cada três meses, “garantindo novas perspetivas além das dos jornalistas internos” (Prieto-Arosa & d’Haenens, 2025, para. 41); foco temático em questões relevantes, como ambiente, igualdade de género, bullying e saúde mental; e pivôs identificados como “amigos” em cada episódio televisivo e conteúdo personalizado para as redes sociais para maior proximidade e autenticidade; e, incorporação de sondagens e perguntas nas publicações das redes sociais. Numa entrevista com os autores do estudo (2025, p. 6), o editor-chefe do *Les Niuuzz* afirma que o principal desafio reside em incentivar o público infantojuvenil a transitar das redes sociais para a plataforma digital oficial do canal: “As redes sociais servem tanto como ferramentas de recrutamento como trampolim para promover ligações mais profundas com o público”.

Por último, convém retomar a ideia da “voz”, “rosto”, “postura” e “omnisciente” associados aos jornalistas, conforme definidos por Weaver (1999), que conferem identidade às narrativas e à marca através dos meios que utilizam para distribuição. Neste contexto, pode abrir-se uma oportunidade estratégica para o jornalismo infantojuvenil: “criação de personalidades jornalísticas enquanto embaixadores de marca” (Vasconcelos, 2024, p. 37), os quais funcionam como extensão da marca e não como um produto/espço pessoal do próprio jornalista. Esta perspetiva articula-se com o que foi anteriormente referido quanto ao papel dos *influencers* digitais, os quais desempenham um importante papel de fonte e veiculadores de informação para o público mais novo (Doretto 2019; Marôpo et al., 2018 2021; Wunderlich et al., 2022).

2.4. Importância do jornalismo infantojuvenil para a literacia para as notícias

Após a definição e caracterização do jornalismo infantojuvenil, propõe-se, neste ponto, abordar os motivos pelos quais este deve ser especificamente utilizado como conteúdo educativo no âmbito da literacia para as notícias. Considera-se esta especialização como uma alternativa mais adequada para as crianças dos 7 aos 12 anos, a “faixa etária sanduiche” deste estudo, em relação ao jornalismo que é produzido para adultos. Contudo, antes de se avançar, é pertinente compreender o campo da literacia para as notícias e os seus eixos de atuação.

É reconhecida a interseção de fronteiras entre as literacias (Stordy, 2015), particularmente no domínio da literacia mediática, cujas definições se multiplicam entre investigadores, educadores, cidadãos ativistas e públicos, como ilustra Potter no artigo *The State of Media Literacy* (2010). Nesse sentido, Aguaded (2011) defende que, em vez de surgirem novas propostas terminológicas, dado que a realidade transforma-se e os conceitos alteram-se, deve-se privilegiar a aprendizagem sistematizada dos códigos, linguagens e discursos mediáticos atuais. Uma década depois, Swart et al. (2021) enfatizam a necessidade de adotar abordagens ajustadas com as práticas reais dos jovens, sobretudo nas redes sociais e em contextos sociais e tecnológicos desfavorecidos. De facto, o ambiente infantil contemporâneo encontra-se imerso nos *media*, com as crianças expostas (com diferentes níveis) a uma diversidade de plataformas e fontes de informação, sendo que o modo como consomem, interpretam e produzem informação sofre contantes alterações. Revela-se imperioso dotar os mais novos de conhecimentos fundamentais para aceder, analisar, interpretar, utilizar, criar e divulgar conteúdos mediáticos para serem consumidores

críticos e cidadãos ativos e participativos *online* e *offline* (Buckingham, 2000, 2006; Carter, 2007). Nas habilidades de literacia mediática que as crianças devem adquirir no século XXI estão incluídas a capacidade de reflexão crítica, a criatividade, a participação ativa e o empoderamento (Buckingham, 2000, 2006; Carter, 2007; Frau-Meigs, 2008; Livingstone et al., 2018).

Não se pode, no entanto, confundir literacia mediática com educação para os *media*. Esta última diz respeito ao processo formativo dinâmico e amplo da prática de ensino-aprendizagem acerca dos *media*, e a literacia mediática é o *outcome* (Buckingham, 2003, p. 4), o resultado, o conhecimento e as competências adquiridas. Isto é, a educação para os *media* vai além da aquisição de competência. Processos como alfabetização mediática, mídia-educação e educomunicação utilizam outras nomenclaturas, adotados particularmente em países da América Latina e do Sul.

Neste contexto, a literacia para as notícias é herdeira deste debate em torno da educação mediática e da terminologia (Ashley, et al. 2013; Campos, 2018; Mihailidis, 2012; Tully et al. 2018), estando igualmente sujeita a diversos conceitos e propósitos (Hobbs, 2010 e 2014; Weinrich, 2020). Ressalva-se, porém, que este é um campo recente, pelo que os estudos disponíveis ainda são limitados. Segundo Fleming (2017), o termo surgiu pela primeira vez em 2006, introduzido por docentes da área de jornalismo. Jaakkola (2022) ainda apresenta o subconceito “literacia jornalística”, de modo distanciar o jornalismo de outros tipos de *media* e, paralelamente, não centrá-lo nas *fake news* e na desinformação.

A dificuldade em encontrar uma definição consensual de literacia para as notícias passa também por não existir um entendimento único de notícia (Ashley, 2020; Swart & Boersma, 2023; Tamboer et al., 2020; Silva et al., 2017; Wunderlich et al., 2022), em resultado das constantes mudanças na era digital. Persiste, por isso, a interrogação “O que é a notícia?”, de Harcup e O’Neill (2017).

Posto isto, segue-se a definição de Vraga et al. (2020, p. 5). A literacia para as notícias é “o conhecimento dos processos pessoais e sociais pelos quais as notícias são produzidas, distribuídas, consumidas e as habilidades que permitem aos usuários algum controlo sobre esses processos”. Para o efeito, segundo os autores, a notícia tem de ser compreendida em cinco domínios. O primeiro refere-se ao contexto (ambiente social, legal e económico da produção), seguindo-se a criação (processo de produção e perfil do jornalista), o conteúdo (características qualitativas de produção, como valores-notícia,

utilização de fontes e verificação), a circulação (como as notícias são distribuídas e alcançam aos públicos) e, por último, o consumo (fatores pessoais para a exposição, atenção e avaliação das notícias). A literacia para as notícias está, assim, relacionada com a literacia mediática, a educação para os *media* e a tecnologia da informação (Kajimoto & Fleming, 2019; Mihailidis, 2012).

O presente estudo segue a terminologia de literacia para as notícias, baseando-se nos critérios de Varga et al. (2020). Paralelamente, alinha-se com Jaakkola (2022), quando defende que o jornalismo deve ser separado dos restantes *media* pelas suas funções sociais específicas e que a literacia para as notícias deve ir além das *fake news* e desinformação. Com efeito, assume-se a posição de que a educação para os *media* jornalísticos (expressão mais precisa) deve, em primeiro, centrar-se na compreensão do que é a informação e a notícia, antes de avançar para as esferas opostas (Ferreira, 2024).

No contexto atual – analisado no primeiro capítulo –, observa-se que as crianças não acompanham as notícias, mas que estas chegam de modo incidental, circunstancial e em abundância (Boczkowski et al., 2018; Craft et al., 2016; Doretto, 2015; Feio & Oliveira, 2024; Fletcher & Nielsen, 2018; Mensonides et al., 2024; Newman et al., 2023; Notley, 2023; Tamboer, et al., 2020). De facto, a “era digital trouxe maior número de fontes noticiosas” (Silva & Brites, 2021, p. 217), mas mesmo assim a existência de uma vasta informação disponível nos países democráticos não garante que os cidadãos estejam bem informados (Ramonet, 1999).

Tal como evidenciado no subcapítulo anterior, os meios noticiosos destinados ao público infantil (tal como as produções para adultos) são fontes de informação, entretenimento e conhecimento. Devem ser retidas, portanto, as seguintes ideias centrais: o jornalismo infantojuvenil produz notícias contextualizadas, com recurso a uma linguagem acessível (vocabulário, compreensão e experiência de vida) e imagens contextualizadas às crianças – nomeadamente as mais sensíveis e tristes –, centradas em temas que são do seu interesse e sobre os quais devem estar informadas (questão da representação e identificação). Esta especialização de jornalismo possibilita aos mais novos uma maior compreensão e interpretação do que se passa na comunidade e no mundo (Panagiotou & Theodosiadou, 2014), sem necessitar de mediação familiar e institucional. Esta aplicação direta facilita e motiva a utilização em contextos formais, informais e não formais, ao contrário do jornalismo produzido para adultos (que reforça que não é feito para elas), que necessita de uma mediação mais intensa por parte dos familiares ou professores. Trabalhar com o

recurso ao jornalismo passa por ajudar os mais novos a distinguir notícias verdadeiras e falsas (Buckingham, 2019; Hobbs, 2010, 2014; Livingstone & Lunt, 2014) e a valorizar a atividade jornalística como produtora de conteúdos relevantes e fidedignas. Campos (2018, p. 38) também sustenta os resultados positivos da prática educativa jornalística, identificando-os em domínios distintos: “O envolvimento cívico e participação política, a exclusão digital, a saúde mental, o paradigma participativo, o conhecimento e a abordagem às notícias, bem como na educação em geral”. Esta afirmação vem corroborar autores como Brites (2015, 2019), Brites et al. (2018), Frau-Meigs (2008), Hobbs (2010, 2014), os quais posicionam a literacia mediática (no sentido amplo), incluindo a jornalística, como fomento do desenvolvimento do pensamento crítico, criativo e comunicacional e da intervenção cívica.

Além dos benefícios que trazem para as crianças, convém sublinhar que estas práticas são, igualmente, positivas para a democracia e a indústria jornalística. Num tempo em que a confiança do jornalismo está fragilizada (Silva, 2024), surge uma oportunidade para a captação de um público infantojuvenil (Elvestad, 2019, p. para.1). Além disso, pode contribuir para a (re)construção da sua credibilidade e do seu “valor percebido” (Costera Meijer, 2021; Kanizaj & Lechpammer, 2019). Para que tais resultados sejam alcançáveis, é necessário, porém, que as iniciativas educativas sejam vistas para além do lucro (Brites & Pinto, 2017), sobretudo por parte da empresa jornalística envolvida no processo. Além das habilidades de literacia para as notícias, é relevante atender ao facto que o contacto com publicações impressas ou *online* pode contribuir para desenvolvimento da leitura e da escrita nas crianças (Campos, 2018). Este papel informativo e formativo do jornalismo infantojuvenil assume relevância no âmbito da literacia para as notícias e, portanto, considera-se que devem ser indissociáveis.

Na mesma linha dos trabalhos de Brites desenvolvidos com jovens (2015, 2017) – aqui reportando-se às crianças –, defende-se que o jornalismo infantojuvenil pode ser usado como conteúdo educativo. Numa perspetiva de recursos educativos, é possível a integração de peças noticiosas da *Visão Júnior* ou o *Radar XS* em dinâmicas educativas, tanto dentro do ambiente escolar como fora. O processo de educação sobre e para os *media* jornalísticos infantojuvenis permite às crianças identificarem quem são os jornalistas, como se constrói uma notícia – respondendo às questões da pirâmide invertida –, a relevância do jornalismo no dia a dia, a pesquisar fontes de informação, por exemplo. Mas a mera capacidade para produzir conteúdo jornalístico não é suficiente, sendo

fundamental aplicar, desenvolver e transformar o pensamento crítico mediante esta produção (Panagiotou & Theodosiadou, 2014). A “literacia para as notícias vai, portanto, para além da compreensão”, como apontam Panagiotou & Theodosiadou, (2014, p. 2). Este processo auxilia os mais novos em dois sentidos complementares. Por um lado, permite-lhes pensar e participar como jornalistas; por outro, habilita o decifrar mensagens e de saber processá-las criticamente. Esta abordagem envolve conhecimentos que dependem das práticas e motivações da própria criança, as quais se desenvolvem em função da idade, cultura, relações entre pares e adultos, experiências e contexto socioeconómico. Nesse sentido, Swart et al. (2021) alertam para a pouca atenção que se tem dado aos contextos onde se aplicam os projetos para a literacia para as notícias. Repare-se que esta perspetiva retoma a reflexão desenvolvida no primeiro capítulo sobre a diversidade de infâncias, estando relacionada com a ideia de “leitura do mundo que precede a leitura da palavra” cunhada por Paulo Freire (1982). Tal pressupõe que não existe uma prática universal de leitura, de escrita e de outras formas comunicativas, sendo os contextos determinantes na aquisição e formação das literacias. A articulação desta ideia com o jornalismo infantojuvenil assenta no facto das notícias terem de ser adaptadas a uma linguagem e discursos especializados e de corresponderem aos interesses e experiências do público mais novo.

Uma outra perspetiva da relação entre jornalismo infantojuvenil e literacia para as notícias reside na possibilidade de impulsionar uma aproximação das crianças ao consumo jornalístico, incentivando-as a procurar notícias adequadas às suas idades e, conseqüentemente, estimular o aparecimento de mais ofertas deste género no mercado. Panagiotou e Theodosiadou (2014, p. 5) afirmam “que o desenvolvimento de abordagens pedagógicas para a literacia noticiosa pode gerar interesse pelas notícias, especialmente nas gerações mais jovens. Um objetivo é mudar o seu foco para oportunidades de participação”. Neste ponto, importa destacar os consultores da *Visão Júnior* e a iniciativa “Miúdos a Votos”⁶⁴, organizada pela referida revista e Rede de Bibliotecas Escolares (Mata & Bridi, 2023).

Segundo um estudo do Obercom-Observatório da Comunicação (Cardoso et al., 2023), a literacia mediática tem registado uma transformação mais dinâmica, à medida da complexidade do consumo de notícias no ambiente *online*. É curioso verificar que, mesmo mediante esta constatação, o jornalismo infantojuvenil está praticamente

⁶⁴ Pode ler-se sobre este projeto em “Caraterização dos estudos de caso” da *Visão Júnior*.

esquecido e que as práticas e os estudos com e sobre as crianças são poucos valorizados em comparação aos dos jovens (Notley et al., 2023). Neste estudo dedicado ao mapeamento dos atores e iniciativas em Portugal e no mundo (Cardoso et al., 2023) são identificados a *Visão Júnior*, o *Expressinho*, a *Rádio Miúdos* e, no âmbito do serviço público, a RTP Ensina e a rádio *Zigzag*. O *Radar XS* não é mencionado, apesar de promover a informação e facultar espaços participativos abertos à opinião, partilha e sugestões, bem como a rubrica⁶⁵ “Repórter Júnior.”⁶⁶ O programa nem é relacionado como produtor de conteúdos para a plataforma RTP Ensina. A OberCom (Cardoso et al., 2023) indica ainda recursos disponíveis (embora sem carácter jornalístico), como o Plano de Intervenção Cidadãos Competentes em Leitura e Escrita (PICCLE), Literacia e Educação para os Media em Linha (LEME) e a Plataforma Crianças e Adolescentes Online (Cria.On). Neste ponto, os veículos jornalísticos produzidos por adultos para as crianças não são considerados como recursos educativos. Aliás, em consulta ao *website* da Direção-Geral da Educação⁶⁷ encontram-se os jornais escolares e os clubes de informação e comunicação, mas denota-se a ausência do *Radar XS* e da *Visão Júnior*.

Assiste-se a uma maior mobilização de atores governamentais e não governamentais (Cardoso et al., 2023), salientando-se a Direção-Geral da Educação, Rede de Bibliotecas Escolares, Plano Nacional de Leitura, Plano Nacional de Cinema, Entidade Reguladora para a Comunicação Social, o Grupo Informal de Literacia para os Media, o Observatório da Comunicação (OberCom), Observatório sobre Média, Informação e Literacia, Associação Literacia para os Media e Jornalismo, o Público na Escola, Media Lab JN⁶⁸ (*Jornal de Notícias*). Além disso, têm sido desenvolvidos estudos académicos e projetos de investigação nacionais, destacando-se mais recentemente o YouNDigital – Jovens, Notícias e Cidadania Digital e o b-You – Estudo das vivências e expressões de crianças e jovens sobre os media. Embora nenhum destes projetos tenha como finalidade analisar o contributo dos espaços noticiosos para crianças, os seus resultados geram reflexões importantes para esta investigação, conforme exposto no primeiro capítulo.

Apesar de assistir a um maior dinamismo de iniciativas no âmbito da literacia mediática, o governo português reconhece que estas “encontram-se fragmentadas e carecem de

⁶⁵ Rubrica ou secção é uma parte regular de um programa ou publicação, que usa uma ou mais palavras para definir o assunto ou tema da matéria.

⁶⁶ Pode ler-se sobre este projeto em “Caraterização dos estudos de caso” da *Visão Júnior*.

⁶⁷ <https://www.dge.mec.pt/recursos#>

⁶⁸ <https://jn.medialabedu.org>

visibilidade, coordenação e recursos” (Resolução do Conselho de Ministros, 2025, para. 7). Nos anos posteriores ao estudo da Obercom, surgiram novos projetos, como o concurso “Informar ou Desinformar”, uma colaboração entre a SIC e a Porto Editora, e o *website* SIC Explica.me. No terceiro capítulo, na descrição do cenário português, estão apresentados os meios noticiosos existentes no país, cuja relevância se estende à compreensão e aplicação da literacia para as notícias.

Em 2024, o governo português apresentou o Plano de Ação para a Comunicação Social (República Portuguesa, 2024), cujas medidas, inseridas no eixo sobre o combate à desinformação e literacia mediática, contemplam duas ações que importa salientar. A primeira medida diz respeito à “oferta de assinaturas digitais a alunos do ensino secundário”, com vista à promoção de hábitos de consumo entre os jovens, a aproximação dos meios juntos de novos públicos e ao apoio aos órgãos de comunicação social. Tal implica que a edição digital da *Visão Júnior* fica excluída da medida, uma vez que o seu público se estende às crianças entre os 7 e os 14 anos. Aliás, o termo “criança” não é mencionado uma única vez no documento, sendo utilizado apenas “jovens”. A segunda medida insere-se no contexto escolar e contempla dois projetos-piloto: a criação da disciplina de “Literacias” para o ensino secundário e os *workshops* para alunos do terceiro ciclo em escolas enquadradas no Programa Territórios Educativos de Intervenção Prioritária. A estas iniciativas acrescenta-se o apoio previsto pelo Plano de Ação para a Comunicação Social (República Portuguesa, 2024) à implementação do Plano Nacional de Literacia Mediática (PNLM), apresentado em 2025 (Resolução do Conselho de Ministros, 2025). Com base na sua análise (2025, para. 12), enuncia-se objetivamente a importância de promover “a literacia mediática junto de todos os públicos”, “o consumo responsável e informado de conteúdos” e “uma cidadania mais informada e participativa” – intenções alinhadas com a Convenção sobre os Direitos da Criança (UNICEF, 1989). Resta interrogar: que meios de comunicação deverão ser consumidos pelas crianças para que estejam devidamente informadas? O documento omite a produção jornalística infantojuvenil, enquanto via de acesso à informação, com rigor noticioso, adequação etária, clareza de linguagem e apelo estético.

Como tal, considera-se que os órgãos de comunicação social ajustados aos mais novos deveriam ser explicitamente contemplados como parceiros educativos estratégicos no PNLM. Desta forma, é-lhes dada oportunidade de contribuir para a concretização de dois pontos-chave deste plano: o educativo e o democrático (República Portuguesa, 2024).

Além disso, o jornalismo infantojuvenil, ao combater a desinformação e as *fake news*, concretiza o segundo objetivo do PNLN (República Portuguesa, 2024).

2.4.1. Escolas

O que se compreende desta primeira leitura é que existe uma ligação intrínseca entre o jornalismo e a educação (Brites, 2015; Clark, 2013; Clark & Marchi, 2017; Jaakkola, 2022; Sengl et al., 2023), a qual evoca os espaços pedagógicos e resulta na aquisição de conhecimentos em literacia para as notícias.

Para Hobbs (2010), o ambiente escolar é o ideal para formar para o jornalismo: como são produzidos os conteúdos recorrendo a diferentes técnicas, quem são os jornalistas, as empresas jornalísticas, como se organizam, qual é a importância de se estar informado no dia a dia, quais são as suas consequências na construção da realidade, entre outros. Trata-se também de ensinar a formular perguntas críticas e vitais sobre o que vê ou lê e de participar no processo de produção noticiosa. São criadas oportunidades para que as crianças se envolvam em processos criativos, críticos, responsáveis que promovem a reflexão sobre os processos de construção da sua identidade e prática social (Panagiotou & Theodosiadou, 2014). Esta aprendizagem está alinhada com a literacia crítica (Clark, 2013), influenciada pelo princípio de Freire (1982) de que existe unidade entre a prática e a teoria, entre a ação e a reflexão (*práxis*).

Concorda-se com Gonnet (2007, p. 47) ao defender que “os assuntos mais difíceis podem ser abordados na sala de aula” e que “a atualidade mais polémica pode ser fonte de construção do saber”. O simples facto de introduzir a leitura da *Visão Júnior* e/ou visualização de peças jornalísticas do *Radar XS* sobre as eleições legislativas ou a guerra da Ucrânia pode estimular o questionamento, a reflexão e a compreensão dos factos e dos seus contextos, numa linguagem que os mais novos entendem, atenuando mesmo o receio que estes possam sentir perante notícias incompreendidas. Ora estas reflexões em voz alta podem relacionar-se com acontecimentos agendados, mas também com situações polémicas e imprevisíveis, como acidentes e catástrofes. O estudo finlandês de Haavisto et al. (2022, p. 257) demonstra que, a partir da análise dos conteúdos produzidos para o público infantil, é possível compreender a melhor forma de apoiá-las “num dos desafios morais cruciais para a educação para a literacia mediática: a sua relação com o ‘diferente’, o ‘não familiar’ e o ‘outro’”.

A verdade é que as crianças trazem o mundo para dentro da sala de aula, devendo-se tirar partido da sua curiosidade para fomentar a motivação pela procura da informação. Como questiona Gonnet (2007, p. 48): “O objetivo da escola não é precisamente o de permitir à criança e ao adolescente adquirirem a capacidade de organizar o seu pensamento a partir das questões que eles próprios colocam?”. Este autor, à semelhança de Hobbs (2010), reconhece que a escola, ainda que não exclusivo, é um local privilegiado para a educação dos *media*.

Gonnet (2007) defende também que a abordagem mediática deve iniciar-se a partir dos 6 anos de idade. Esta ideia encontra-se alinhada com o que foi apresentado no primeiro capítulo. É na infância que se deve iniciar a formação das crianças em várias dimensões, nomeadamente cívica, cultural, política, de modo a torná-las cidadãs participantes, críticas e ativas desde cedo. Embora vivam no mundo adultocêntrico, as suas vozes vão conquistando espaço cívico (Clark & Brites, 2018). Alguns autores sustentam que a educação para os *media* deve ocorrer ainda mais cedo. Theodosiadou (2025) defende que deve ser a partir da pré-escola, em resposta à transformação do cenário mediático, mais premente com a pandemia da Covid-19, e às consequentes mudanças na sociedade, nomeadamente na educação e no cérebro humano. Estudos, como o de Ciboci et al. (2014), e práticas de referência, como as implementadas na Finlândia – país pioneiro na educação para os *media* desde a primeira infância (Haavisto et al., 2022) – apontam também para esta antecipação. Note-se que, em Portugal, o *Referencial de Educação para os Media* (Pereira et al., 2023) já integra orientações do uso da linguagem do jornalismo para idades da pré-escolar, embora sem impor a sua aplicação vinculativa no currículo escolar obrigatório. É, aliás, neste primeiro nível de ensino que se encontra a única referência ao jornalismo infantojuvenil, incentivando os mais novos a “descobrir que há meios de comunicação próprios para as crianças (2023, p. 25). Só a partir do 5º ano, do segundo ciclo de escolaridade, é que as narrativas jornalísticas passam a obrigatórias nos conteúdos programáticos⁶⁹, nas disciplinas de Português e Cidadania e Desenvolvimento.

Ainda assim, não é pela inclusão nos manuais escolares que as crianças passam a estar interessadas em consumir notícias. Do mesmo modo, admite-se que não é por a *Visão Júnior* estar disponível em algumas bibliotecas escolares que esta passa a ser objeto de leitura. Compreende-se, assim, que as notícias e o jornalismo ocupam lugar no quotidiano das crianças, influenciando as perceções do mundo, quer estejam ou não preparadas para

⁶⁹ <https://www.dge.mec.pt/aprendizagens-essenciais-ensino-basico>

as interpretar ou dos conteúdos serem adequados ou não às suas idades. Mediante o exposto, justifica-se a urgência em valorizar os meios jornalísticos infantojuvenis como recursos educativos na promoção da literacia para as notícias ou para a educação mediática como um todo.

Como o público dos dois objetos de estudo abrange crianças dos 7 aos 12 anos, a presente análise centra a relação da educação dos *media* jornalísticos com esta “faixa etária sanduiche”, a frequentar o primeiro e segundo ciclos do ensino básico. Campos (2018, p. 62), na tese de doutoramento, *Improving news literacy among 7 to 10 year old children: An experiment with digital gaming*, investigou uma amostra aproximada, defendendo que “entre sete e onze anos de idade, eles [as crianças] também parecem preparados para começar a aprender sobre o processo de produção de notícias”. Este princípio é corroborado por Ferreira (2024), numa investigação-ação como investigadora-formadora-jornalista. As crianças dos 1.º e 2.º ciclos do ensino básico revelaram-se aptas na aquisição de conhecimentos através da formação de jornalismo infantojuvenil para elas. É pertinente ressaltar que a maioria dos alunos e docentes demonstram desconhecimento sobre programas de televisão, rádio e imprensa destinados ao público mais novo.

De acordo com Potter (2010) antes de chegar aos 7 anos, as crianças já aprenderam a distinguir factos da ficção. Como explicado no primeiro capítulo, é nesta idade que se dá a entrada no estágio das operações concretas do desenvolvimento cognitivo (Piaget & Inhelder, 2002) e, segundo a psicologia de desenvolvimento, na exploração da aquisição de conhecimento e autonomia intelectual, tendo os dos adultos como facilitadores de transmissão de conhecimentos (Vygotsky, 2007).

No campo específico da literacia para as notícias, os resultados apresentados por Campos (2018) evidenciam a relevância destes projetos dirigidos a crianças nestas idades. Embora se tenham utilizados os jogos digitais como abordagem para a compreensão e avaliação das notícias, considera-se que o recurso ao jornalismo infantojuvenil pode ser igualmente favorável. É fundamental ter presente duas indicações de Hobbs (2010). A primeira sublinha que o interesse das crianças devem ser considerados na implementação de um projeto desta natureza; e a segunda refere que as práticas escolares de expor os alunos às notícias tendem a levá-los a ler mais do que os que não estão.

Tal como indicado no terceiro capítulo, existem casos de sucesso em outros países de meios noticiosos para crianças, que atuam de modo direto na educação, sobretudo através

de parcerias com instituições escolares, recursos e guias pedagógicos, programas com patrocinadores, projetos em sala de aula, pacotes de assinaturas, bem como formações e *workshops* tanto a alunos como a professores.

Países como Finlândia, França, Reino Unido, Brasil e Estados Unidos desenvolvem iniciativas de literacia para as notícias nas escolas, em que jornalismo infantojuvenil é utilizado como conteúdo educativo, por exemplo, os documentários apresentados por crianças e produzidos pela *First News* e os *podcasts* diários ouvidos em sala de aula produzidos pela *KidNuz*⁷⁰. Não se assiste a um cenário semelhante em Portugal, mas acredita-se que, tal como Silveira (2019, p. 65) defende a respeito dos programas televisivos noticiosos – extensível a outros meios –, que estes:

poderiam funcionar como um interessante contributo para a literacia para as notícias, ao proporcionarem às crianças formas mais eficazes de olhar o mundo, e de refletir, de forma mais esclarecida, sobre as questões da sociedade que, por vezes, se tornam de difícil compreensão.

Embora a oferta nacional seja limitada, os meios infantojuvenis disponíveis deveriam ser aproveitados para fins educativos. Ainda que se assista a um número de ações no domínio da educação para os *media* jornalísticos, ainda não foi implementada nenhuma de natureza infantojuvenil. É percepção desta investigação que tal cenário não só seria favorável às condições financeiras dos próprios veículos noticiosos, bem como à formação individual e coletiva dos alunos e professores.

Em contrapartida à ausência de jornalismo infantojuvenil, encontra-se o que é feito por crianças, corporalizado nos clubes de informação e comunicação e nos jornais, rádios e canais de televisão escolares. Portugal possui uma longa tradição de jornais escolares, sendo reconhecidas as suas vantagens pedagógico-didáticas, psicológicas e sociais pelo pedagogo francês, o impulsionador da imprensa na escola, Celestin Freinet (1974). A educação para os *media* jornalísticos sempre manteve uma relação próxima com estes veículos escolares, criados a partir de diferentes motivações e conceções (Gonnet, 2007; Pinto, 2003). Tomé (2008), na sua tese de doutoramento, indica que nem todos os jornais produzidos nas escolas interessam à educação para os *media* e que estes não devem estar ao serviço da escola e dos adultos, mas sim das crianças. Acrescenta que estes não devem encontrar-se confinados à própria realidade escolar. Vejam-se os casos atuais de

⁷⁰ Podem encontrar-se mais exemplos em “Cenário internacional”.

municípios que apoiam os jornais escolares, como a Câmara Municipal do Seixal,⁷¹ e os órgãos de comunicação social locais que estabelecem parcerias com escolas, como o jornal *Açoriano Oriental*⁷². Neste contexto, é obrigatório referir os projetos desenvolvidos por órgãos de comunicação social em parceria com as instituições de ensino, como o TRUE⁷³ e o Encontro Nacional de Jovens Jornalistas⁷⁴, promovido pelo *Público*, no âmbito do Público na Escola. Compreende-se, portanto, que os meios de comunicação social escolares podem ocupar um papel importante em contexto escolar, mas convém realçar a distinção entre ensinar com os *media* e sobre os *media*, sendo esta última empregue na literacia para as notícias (Panagiotou & Theodosiadou, 2014).

2.4.2. Jornalistas

A prática, impulsionada por Freinet, da “introdução do tipógrafo na sala de aula, com o qual os alunos faziam os seus jornais, revelou-se revolucionária”, cabendo ao professor “o papel de monitorizar a feitura dos periódicos e o nem sempre linear processo de aprendizagem (Alemão, 2022, para. 6), pode hoje ser associada à intervenção ativa dos jornalistas e da indústria jornalística na educação para os *media* (Ashley, 2020; Brites & Pinto, 2017; Jaakkola, 2022; Foà, 2023; Sengl et al., 2023; Tomé, 2019). No plano nacional, a intervenção dos jornalistas é mais direcionada para os professores e não diretamente para as crianças, através da implementação de ações de formação de literacia mediática para professores, outros educadores, jornalistas e de outros profissionais. Estas são promovidas por diferentes entidades, como instituições de ensino superior, direção-geral de educação, e jornalistas, num contexto aprofundado e diferenciador nesta área de formação (Foà et al., 2023, Tomé, 2019). Estas premissas seguem o que está estipulado pelas políticas europeias no âmbito da aprendizagem ao longo da vida (European Commission, 2019).

Autores como Brites (2015, 2019), Brites e Pinto (2017), Ferreira (2024), Jaakkola (2022), Foà (2023), Panagiotou & Theodosiadou (2014), Sengl et al. (2023) e Tomé (2019) exploram a ligação entre os jornalistas e a literacia para as notícias, revelando-se favoráveis à intervenção da indústria dos *media* e dos profissionais como atores nestes

⁷¹ <https://www.cm-seixal.pt/imprensa-nas-escolas/imprensa-escolar>

⁷² <https://www.acorianooriental.pt/pagina/escolas>

⁷³ www.publico.pt/publico-na-escola/true

⁷⁴ <https://www.dge.mec.pt/noticias/4o-encontro-nacional-de-jovens-jornalistas>

projetos. Os jornalistas possuem experiência de campo e fornecem uma visão autêntica das práticas e desafios da atividade. Tomé (2019, p. 205) enumera algumas especificidades:

Têm conhecimentos acerca de como funcionam os media, quer enquanto empresas, quer enquanto órgãos de comunicação. Conseguem explicar o processo de produção e de seleção das peças jornalísticas (conceitos como *newsmaking*, *gatekeeper*, critérios de noticiabilidade e valores-notícia) recorrendo a conteúdos teóricos, mas também à experiência no terreno. Tal é fundamental para a análise crítica de conteúdos noticiosos e de outros conteúdos dos media. Apesar de poderem ser especializados numa área, dominam a linguagem jornalística e técnicas de produção de peças jornalísticas em múltiplos suportes (texto, fotografia, áudio, multimédia).

Estas mesmas características podem ser valorizadas para a formação de jornalismo destinado às crianças. Os jornalistas mais do que ninguém sabem falar da atividade. Além disso, como refere Tomé (2019), estes profissionais possuem características éticas e legais, conhecimentos e experiências no terreno, que marcam a diferença numa formação de jornalismo. Para as crianças, esta é uma oportunidade para interagir com os profissionais, colocando questões sobre a construção das notícias, decisões editoriais e o uso de fontes especializadas. Segundo Ferreira (2024), na sua investigação-ação, o envolvimento direto da jornalista permite introduzir melhorias ao plano de ação e promove um maior envolvimento das crianças, aproximando-as à realidade profissional. Esta colaboração, aliás, não é nova na educação para os *media* jornalísticos. Além dos casos internacionais apontados em cima, existem outras iniciativas de longa data e sem fins lucrativos, como o News Literacy Project⁷⁵, The Guardian Foundation⁷⁶, The Day⁷⁷ – premiado, em 2025, com o *Best Wellbeing and Safeguarding Resource* nos British Educational Training and Technology Awards –, e The Economist Educational Foundation⁷⁸, que promovem a integração das empresas jornalísticas na educação. Num âmbito mais restrito, aponta-se como exemplo o projeto Teaching Kids News⁷⁹, criado, em 2010 por jornalistas voluntários.

⁷⁵ <https://newslit.org>

⁷⁶ <https://theguardianfoundation.org>

⁷⁷ <https://theday.co.uk>

⁷⁸ <https://economistfoundation.org>

⁷⁹ <https://teachingkidsnews.com>

Segundo a European Newspaper Publishers' Association é “muito importante que os jornais e os *media* noticiosos sejam parte deste debate da melhoria das capacidades de literacia para os *media* na Europa” (ENPA, 2013, p.2). A Declaração de Paris sobre Literacia para os Media e a Informação na Era Digital (UNESCO, 2014) também indicou-os como protagonistas nas estratégias a implementar no panorama educativo. Contudo, após levantamento das iniciativas desenvolvidas pela indústria dos *media* na promoção da literacia mediática na União Europeia, por Kanižaj e Lechpammer (2019), concluiu-se que, apesar do potencial reconhecido, os programas existentes são ainda escassos.

Na que diz respeito ao papel dos jornalistas em projetos de literacia para as notícias, é necessário considerar dois elementos fundamentais: a perspetiva do próprio e obstáculos à implementação prática da educação dos *media* jornalísticos. Nem todos os profissionais concordam em ter um papel ativo pedagógico neste processo. Conforme referem Brites (2015) e Brites e Pinto (2017), existem jornalistas que entendem que o seu dever prioritário é praticar jornalismo, atribuindo às escolas a responsabilidade de promover estes projetos. O jornalista como “educador mediático” (Jaakkola, 2022) parece desajustar-se da sua identidade, da tal fronteira da atividade profissional mencionada no início do segundo capítulo. Contudo, concorda-se com Campos (2018, p. 35), quando indica que isto “não significa que os jornalistas não ativos não possam considerar a educação para as notícias como a sua prioridade”. Além disso, Brites e Pinto (2017) referem que a crise financeira, a falta de recursos e de tempo justifica também a falta de investimento das empresas de comunicação social em projetos de literacia para as notícias, contando-se, por vezes com trabalho voluntário ou horas extra. A este respeito, Jaakkola (2002, p. 1277) também refere que “o contributo do jornalismo é tipicamente intensivo em recursos, exigindo tempo, pessoal e competência pedagógica, que nem sempre estão disponíveis nas redações”.

Embora subsistam divergências quanto à abordagem ideal para estas propostas, existem argumentos válidos para serem os jornalistas e/ou os professores a educar as crianças para as notícias. A verdade é que também as escolas enfrentam obstáculos (Campos, 2018), encontrando-se entre os mais apontados, a falta de tempo, de conhecimento especializado, de formação contínua, de programas mais ajustados e de recursos tecnológicos (Foà, 2023; Tomé, 2019). Campos (2018) ainda aponta a dificuldade em lidar com conteúdos noticiosos mais controversos ou ideologicamente sensíveis, e a inadequação da

linguagem noticiosa, pois a maior parte está muito acima dos níveis de leitura das crianças. Um ponto adicional que merece reflexão: os professores consomem notícias?

A urgência de investigação e de promoção de iniciativas de formação jornalística desde a infância não deve colocar jornalistas e professores em concorrência, mas sim criar uma relação próxima de colaboração, continuidade e sustentabilidade (Foà, 2023), pois “se realmente queremos que os cidadãos literatos nos *media*, precisamos de programas abrangentes, sistemáticos e contínuos de educação dos *media* como um direito básico de todos os jovens” (Buckingham, 2019, p. 5). Os professores mantêm a liderança pedagógicas nas escolas e os jornalistas preservam-se como guardiões da profissão (ainda que se questione o seu futuro). O mais relevante é que todos percebam o valor social do jornalismo para crianças.

Hobbs (2010) deixa, contudo, três alertas: o ensino das notícias não é como uma aula de jornalismo para não jornalistas; formar para a literacia para as notícias não passa apenas por um relato das experiências dos jornalistas; ensinar literacia para as notícias não é sinónimo de gostar de jornalismo nem deve focar-se nos ideais da profissão. Independentemente de serem jornalistas ou professores a ter maior intervenção junto das crianças, autores como Campos (2018), Hobbs (2010), Mihailidis (2012, 2019) e Potter (2010) oferecem linhas orientadores do que pode ou não funcionar para se contruir uma comunidade educativa em torno da educação para os *media* jornalísticos. Jusović e Krajišnik (2000) desenvolveram um manual específico para jornalistas, *Journalists' manual for media literacy work with children*, com o objetivo de promover a literacia mediática entre crianças nos Balcãs Ocidentais. Entre várias publicações nacionais com propostas de atividades educativas, de inspiração para os agentes educativos (Pereira, et al., 2013; Pereira, et al., 2018; Tomé et al., 2021), destaca-se *Literacias Cívicas e Críticas: Refletir e Praticar* (Brites et al., 2019) por incluir uma proposta de produção noticiosa a partir da *Visão Júnior* (Doretto, 2019, p. 121). É visível, mais uma vez, a ausência de referências aos veículos noticiosos infantojuvenis nacionais, o que evidencia uma lacuna relevante neste campo.

Embora as escolas estejam na linha da frente dos projetos desta natureza, a envolvência com a comunidade e outros parceiros é igualmente benéfica para as crianças estabelecerem uma ligação crítica com o jornalismo. Este processo pode suceder em contexto informal, como famílias e redes sociais; e contexto não formal, como evidenciado no estudo de Mensonides et al. (2024), com crianças em centros de atividades

extracurriculares nos Países Baixos, e no projeto RadioActive Europe (2013-14) de Brites et al. (2017), com jovens em comunidades em risco de exclusão. Neste último, o jornalismo adquire a conceção de comunitário, mais visível nas rádios e em jornais locais. Ainda assim, assumem-se que estes contextos enfrentem obstáculos semelhantes ao das escolas. No caso do ambiente familiar, conforme indicado no primeiro capítulo, a influência pode ser relevante para o interesse noticioso, mas, como alerta Campos (2018), “alguns pais também podem não ter literacia para as notícias e podem não saber o que é ou não apropriado ensinar aos seus filhos sobre as notícias, de acordo com a sua faixa etária”. Brites e Pinto (2017) referem que, apesar da participação dos pais nestes projetos educativos, muitos regressam a casa, onde a leitura dos jornais não faz parte da rotina familiar.

Posto isto, retêm-se a ideia de que a educação para os *media* jornalísticos, especialmente com recurso à produção infantojuvenil, é uma jornada de empoderamento (Frau-Meigs, 2008). Uma ideia passível de ser transposta para o universo da animação infantojuvenil, através da personagem de Clark Kent, o jornalista dotado de superpoderes como representação simbólica do herói.

Por fim, colocam-se duas questões essenciais, uma vez que o presente estudo incide sobre um tipo de jornalismo especializado para um público específico, ainda sem formação académica. A primeira questão reflete sobre se é necessário que os jornalistas-formadores adquiriram competências básicas em pedagogia infantil, além da Formação Pedagógica Inicial de Formadores, de modo a ajustar a estrutura formativa aos níveis de compreensão, vocabulário, sentido crítico das crianças e aprender técnicas lúdicas e participativas que favoreçam o envolvimento da turma. A segunda interrogação foca na especialização jornalística. Apesar da aprendizagem do saber fazer jornalismo generalizado, é indispensável que os formadores profissionais detenham conhecimentos sobre esta especialidade? Isto para serem capazes de adaptar a narrativa jornalística a uma linguagem mais simples e contextualizada, abordar assuntos sensíveis e conhecer os meios infantojuvenis nacionais para os utilizar como recurso. A proposta desta investigação é a criação de uma estrutura formativa de jornalismo para crianças, sustentada numa aliança entre o campo académico e a prática profissional, promovida em parceria entre os jornalistas que produzem conteúdos para o público infantil e os professores dos 1.º e 2.º ciclos de escolaridade, tal como é referida no capítulo da conclusão.

2.5.. Síntese final

A revisão bibliográfica deste capítulo centra-se quatro pontos essenciais. O primeiro é que o contexto, marcado pela dinâmica contínua de mudanças estruturais na sociedade, na economia e na tecnologia e as novas realidades de consumo, abre e amplia as fronteiras da área de atuação da comunicação que envolve o jornalismo generalizado e impacta igualmente a prática infantojuvenil. O segundo ponto evidencia que, perante este cenário, reafirma-se a especialização jornalística como uma das soluções estratégicas para responder, por um lado, à fragmentação e personalização dos públicos, e, por outro, à necessidade do jornalismo de profundidade, explicativo e contextualizado, contrapondo-se ao instantâneo e sensacionalista. Esta investigação propõe uma conceção de jornalismo especializado como uma estrutura informativa orientada para acontecimentos e temas que compõem a complexa realidade, considerando os interesses e as necessidades de públicos diversos, sejam eles massivos ou seletivos, desde que o tratamento seja jornalístico e que implique uma contextualização, metodologia, linguagem e produção adequadas, requerendo uma especialização do próprio jornalista. De acordo com Lourenço (2024a, 2024b), a especialização articula-se em cinco variáveis fundamentais: meio, tema, narrativa, metodologia e público. No contexto desta pesquisa, compreende-se que o jornalismo infantojuvenil pode acumular a força dessas especialidades. As práticas especializadas exigem que os profissionais estejam aptos para exercer as especificidades e dominem a área, mas antes disso tornam-se jornalistas que partilham “quadros de referência comuns” da sua “tribo jornalística” (Traquina, 2007) que aderem ao código deontológico da profissão. É a partir destas referências comuns que se constroem narrativas jornalísticas capazes de representar a realidade (Sousa, 2000, 2006).

Segundo Doretto (2015, p. 22), para que algo seja considerado objeto de informação noticiosa especializada para crianças deve cumprir os três eixos básicos da comunicação jornalística de Fontcuberta (2002, p. 15): “acontecimento, atualidade e periodicidade”. Contudo, conforme aponta Tavares (2009, p. 6), “não apenas a notícia deve ser pensada, mas também uma série de universos temáticos, de questões técnicas e de segmentos de público”. Verifica-se, assim, que estas posições teóricas aplicam-se igualmente ao jornalismo infantojuvenil, ao contrário do que outros jornalistas possam julgar ao desvalorizar a sua prática.

O quarto ponto sublinha a importância do papel do jornalismo infantojuvenil para a literacia para as notícias – distinta do jornalismo escolar – e de que forma pode constituir-

se como conteúdo educativo, sobretudo se for estabelecida uma relação de proximidade entre professores e jornalistas. Os benefícios desta prática passam pela capacitação dos mais novos para a educação do jornalismo, pelo desenvolvimento do pensamento crítico, criativo, comunicacional e pela participação cívica (Brites, (2015, 2019; Brites et al., 2018; Frau-Meigs, 2008; Hobbs, 2010, 2014). Além destes, foram apontados impactos positivos para a democracia e a indústria jornalística. No entanto, o enquadramento teórico revela que esta valorização tem sido ignorada. Os meios de comunicação infantojuvenis em Portugal não são reconhecidos como parceiros educativos estratégicos.

Recapitulando o que foi especificamente abordado sobre o jornalismo infantojuvenil. Este é produzido de modo a dispensar mediação adulta ao atuar como um facilitador da informação compreensível e acessível para o seu público (Isani, 2007). Desde que os conteúdos noticiosos estejam adaptados às capacidades cognitivas e experiências das crianças, estas são capazes de interpretar, questionar, formar opinião e consciência crítica em relação à informação que consomem. Defende-se, portanto, que esta autonomia informativa deve ser estimulada desde a infância e não apenas na juventude.

Ao atender um público específico e ao adaptar-se às suas exigências e visões de mundo, esta especialização tem de se tornar um veículo de expressão de diferentes pontos de vista da sociedade, proporcionando a representação de vários grupos e não carregar a ideia de uma infância universal. O jornalismo infantojuvenil não contempla a totalidade das infâncias nem representa a diversidade das suas vivências. Note-se o que anteriormente foi referido: esta prática é um dos elementos que atua na construção da infância, e ao representá-la pode reforçar ou desconstruir estereótipos (Doretto, 2014).

A construção da agenda jornalística deve ter como preocupação a diversidade de temas e acontecimentos, que seja simultaneamente do interesse das crianças e útil para a sua atuação em sociedade. Isto inclui não apenas abordar assuntos de natureza inspiracional, identificativa e positiva, mas também os mais complexos, sérios e sensíveis, utilizando-se, para tal, várias estratégias de produção noticiosa. Isto vai de encontro ao que é defendido por Doretto (2015, p. 10), que o jornalismo infantojuvenil pode “falar sobre qualquer assunto” e Lemish (2007), que defende a seriedade com que as crianças devem ser tratadas, respeitando o seu estágio de desenvolvimento cognitivo, o seu ponto de vista e seu conhecimento de mundo.

Outros dados importantes são a articulação entre os valores-notícia de Traquina (2007) e os de Harcup e O'Neill (2017), bem como o diálogo com os subcampos do jornalismo construtivo e de soluções. Também o jornalismo participativo e o jornalismo de conexão podem e devem, embora ainda com expressão reduzida, integrar-se nos processos produtivos ao ter as crianças como produtores, fontes e protagonistas. As pesquisas indicam que a produção jornalística terá mais sucesso se garantir a abertura de canais de comunicação com os seus públicos, para ouvir as suas opiniões, desejos, insatisfações, preocupações. Ao ouvir as suas vozes, compreende-se como as crianças se relacionam com as notícias, como se apropriam dos discursos e os interpretam a partir do seu contexto social. Estas contribuições devem ser centrais no processo jornalístico (Alon-Tirosh e Lemish, 2014; Carter et al., 2009). Esta investigação defende que, se num cenário de produção para adultos evidencia-se o silêncio, o jornalismo infantojuvenil não pode ser o reforço da noção da criança sem voz. Se esta especialização aborda assuntos que pensam ser do interesse dos mais novos e expressa o que entende como conhecimento sobre as suas vidas, então deve também dialogar com eles, incluí-los nos seus discursos e incentivá-los a interagir com outras crianças e adultos. Garantindo-se, assim, a liberdade de expressão, prevista nos direitos à participação, a promoção da cidadania e a aproximação do jornalismo infantojuvenil à democracia.

Como sugere Buckingham (2009, p. 23): “As crianças só vão desenvolver as competências necessárias para produzir afirmações com conteúdo significativo nos media, ou dar a conhecer seus pontos de vista, se lhes derem oportunidades continuadas e bem fundadas para o fazerem”. Adicionalmente, compreende-se que, se as crianças estiverem devidamente preparadas para o processo de produção jornalística, a sua participação nos meios, enquanto repórteres, fonte e protagonista, será mais influente, autónoma e propensa à valorização pelos adultos. Isto contribui para a superação da visão adultocêntrica sobre a infância, que está bem patente ao longo desta investigação.

Posto isto, entende-se que às funções tradicionais da prática jornalística de informar, formar e entreter (Fontcuberta, 2002) devem ser acrescentadas o educar (Buckingham, 2006), o servir (Tuñon, 1993) e o inspirar (adiantando-se o que vai ser defendido no trabalho empírico).

Não basta aos jornalistas produzir conteúdos de qualidade. Retomando a ideia inicial da dinâmica contínua de mudanças estruturais na sociedade, economia e tecnologia, o processo jornalístico não pode ignorar a inovação de formatos e plataformas, nem outros

agentes económicos estratégicos que afetam a distribuição dos seus conteúdos noticiosos. Esta investigação sustenta a coexistência das plataformas *offline* e *online* dirigidas ao infantojuvenil. Além disso, posiciona as revistas informativas e os noticiários como meios que atuam em contracorrente das lógicas de consumo contemporâneo, oferecendo às crianças experiências informativas e participativas fora da exposição aos pequenos ecrãs.

Para que seja possível consolidar o potencial do jornalismo para crianças em Portugal e assegurar o reconhecimento da sua importância, o Estado deve apoiar esta prática especializada, nomeadamente através da promoção de incentivos fiscais, uma vez que se verificou que o mercado tem dificuldade em sustentar este tipo de produto. O serviço público da televisão e rádio ao operar em diferentes canais abertos pode produzir mais matérias noticiosas ajustadas, desenvolver recursos e formações de jornalismo infantojuvenil para as escolas, estabelecer parcerias com as publicações impressas existentes, as instituições escolares públicas e centros de investigação e contribuir para a valorização desta especialização no espaço público.

Capítulo III: Peças do percurso do jornalismo infantojuvenil

Estas últimas peças encerram o enquadramento teórico do *puzzle* investigativo. Em primeiro explora-se a história da imprensa infantojuvenil em Portugal, recuando ao contexto histórico da literatura para crianças e aos primeiros exemplares internacionais, para prosseguir para as produções radiofónicas e televisivas. De seguida, apresentam-se dois mapeamentos de projetos e iniciativas atuais de veículos infantojuvenis, um nacional e o outro internacional.

3.1. Contexto histórico

O aparecimento do jornalismo infantojuvenil está ligado aos passos iniciais da literatura para crianças (Ponte, 2012; Rocha, 1922). Esta ligação prolonga-se ao longo dos anos, assistindo-se à contribuição de autores de literatura infantil em jornais infantojuvenis, bem como de artistas que criavam ilustrações para ambos os meios (Rocha, 1992). Furtado (2014, p. 81) acrescenta que “junto com a literatura infantil, as histórias em quadrinhos também foram embrião das revistas jornalísticas para crianças”.

A literatura infantil começou a ser valorizada no século XVII, quando a sociedade passou a compreender a importância de educar as crianças como preparação para a vida adulta (Ponte, 2012). As publicações passaram a exibir características diferentes das dirigidas aos adultos, com objetivos pedagógicos e redigidas numa linguagem adaptada à infância, por professores e pedagogos (Varão e Bemfica, 2009). Os primeiros registos de livros para crianças remontam ao século XVII e devem-se ao alemão Johann Amos Komensky, com a enciclopédia em figuras *Orbis Pictus* ou *O Mundo Visível*, e ao francês Charles Perrault, com os seus contos de fadas. Contudo, o título do pai da literatura infantil é atribuído a John Newbery ao tornar este género literário sustentável no mercado literário. Em 1751, este editor inglês lançou a primeira publicação com conteúdo jornalístico para o público infantil, a revista *The Lilliputian Magazine*, e, em 1765, vendeu o que se considera ser o primeiro livro dirigido especialmente às crianças, *Goody two shoes*, com ilustrações de

Thomas Berwick (Arroyo, 2011; Ponte, 2012). Esta primeira publicação informativa contemplava piadas, canções, enigmas e contos morais, embora tenha circulado um ano. De acordo com Arroyo (2011) seguiram-se, em 1772, o jornal semanal alemão *Leipziger Wochenblatt für Kinder* (*Jornal semanal para crianças Leipziger*), e, em 1788, o britânico *The Juvenile Magazine* (*A Revista Juvenil*). Esta última contava com a participação infantil através de correspondência e assemelhava-se, em formato, aos jornais para adultos e, até certo ponto, em conteúdo, incluindo notícias de acidentes com crianças. A primeira revista infantil nos Estados Unidos foi lançada, em 1789, com o título *Children's Magazine* (Ball, citado em Oliveira, 2022) e continha material de caráter moral e religioso.

3.1.1. Imprensa

Nas publicações dedicadas à história do jornalismo em Portugal, verifica-se uma quase ausência de menções ao infantojuvenil (Ponte, 2012), nomeadamente na obra de Tengarrinha (1989), configurando uma lacuna que este estudo pretende colmatar, para registo e estímulo a uma investigação futura⁸⁰. Reconstituir o percurso do jornalismo para crianças no contexto nacional foi uma espécie de sucessivos encaixes de peças para se conseguir uma construção cronológica. Para além da bibliografia encontrada, – ainda que pequena, foi essencial para validação dos dados, com destaque para *Crianças e Media – Pesquisa internacional e contexto português do século XIX à atualidade*, de Cristina Ponte (2012) –, foram imperativas as visitas às livrarias alfarrabistas do Porto, a Chaminé da Mota e a Manuel Ferreira, na tentativa de descobrir exemplares e explorar conteúdos publicados. Dado que esta investigação incide sobre os processos de produção, considerou-se pertinente realizar entrevistas com duas fundadoras de suplementos infantojuvenis, publicados na cidade do Porto, da década de 80 do século XX, dos quais não se encontrou registado documental. Estes testemunhos revelarem-se fundamentais para descobrir de viva-voz como se produziam conteúdos noticiosos para o público infantil.

⁸⁰ Em virtude da escassez de fontes documentais sobre a história e a produção do jornalismo infantojuvenil em Portugal realizam-se quatro conversas exploratórias, cuja informação serviu para o enquadramento teórico da história e do cenário nacional. Estas conversas são tratadas como comunicação pessoal, conforme norma APA.

Com alguns anos de atraso, os ecos das influências literárias e jornalísticas, especialmente francesas, acabaram por chegar a Portugal, sendo que é “nos jornais para crianças que a corrente francesa se afirma” (Ponte, 2012, p. 88), numa linha mais conservadora e didática. O primeiro jornal para a infância conhecido em Portugal antecede o mais antigo livro português escrito expressamente para crianças. Intitulava-se *Bibliotheca Familiar e Recreativa oferecida à Mocidade Portuguesa* e circulou entre 1835 e 1846, pela Imprensa Nevesiana, em Lisboa, ainda que forma irregular (Ponte, 2012). O *Jovem Naturalista*, publicado pela Sociedade Propagadora de Unidade e Recreio, teve uma existência ainda mais curta, de fevereiro a julho de 1840. Ao que está indicado na Biblioteca de São Lázaro, em Lisboa, o livro português mais antigo para crianças é *Memórias de Outras Infâncias*, de Maria Rita Cadet, e foi publicado na década de 1870 (Ponte, 2012). A visibilidade adquirida pelas crianças tornaram-nas o centro das famílias burguesas e foi a partir daí que surgiram diferentes produtos segmentados para este público.

Somente no fim do século XIX é que se denotou um aumento significativo de espaços destinados ao público mais novo, tanto em secções de jornais generalistas como em publicações especializadas. No entanto, apenas as crianças das famílias mais abastadas dos centros urbanos consumiam esses conteúdos. Esta limitação de acesso não se deveu só ao custo, mas também pela elevada taxa de analfabetismo então existente (Ponte, 2012; Rocha, 1992). A natureza destes espaços era informativa, utilitária, didática e educativa, embora, como assinala Carvalho (2014, p. 21), “não se pode afirmar em absoluto que as primeiras publicações elaboradas para o público infantil constituíssem, de facto, jornalismo. O fio condutor entre estas publicações foi sempre o de ter uma finalidade pedagógica”. Caracterizavam-se, de modo geral, pela associação entre texto e ilustração e “nos seus conteúdos informativos e de conhecimentos úteis, apresentavam folhetins e concursos para crianças, traduzidos quase todo do francês” (Ponte, 2012, p. 89).

A partir do catálogo da Livraria Chaminé da Mota sobre *Os 50 anos de O Mosquito e a banda desenhada* (Chaminé da Mota, s.d.), de Marques Junior (1928) e de Ponte (2012), enumeram-se os títulos de maior destaque e suas particularidades: *O Amigo da Infância* (1874/1876⁸¹-1906), primeiro jornal ilustrado, com desenhos de autores internacionais e associado a movimentos evangélicos; *Recreio Infantil* (1876); *Ilustração da Infância* (1877), primeiro jornal semanal e com semelhanças com a imprensa para adultos; *Jornal da Infância* (1883), primeiro na identificação dos nomes dos colaboradores – entre os

⁸¹ A data de fundação varia entre 1874 (Rocha, 1992) e 1876 (Ponte, 2012).

quais Júlio César Machado, Pinheiro Chagas, Rafael Bordalo Pinheiro, Maria Amália Vaz de Carvalho e Maria Rita Cadet (Rocha, 1992) –, ilustrado por autores nacionais e com espaço à correspondência das crianças; e *Jornal da Criança* (1898), primeiro a exibir ilustrações a cores e histórias e enigmas com continuidade na edição seguinte. Há ainda a registar *A Gaivota* e o suplemento ocasional *Zumbido*. Verifica-se, igualmente, a tendência dos jornais generalistas, como o *Diário de Notícias* e *O Século*, para integrarem secções infantis (Marques Junior, 1928).

Durante o século XX, a imprensa infantil vingou no mercado, particularmente no período republicano, que exaltava a importância da educação e das boas maneiras, com a criação do ensino infantil oficial. Rocha (1992, p. 45) descreve este cenário como um “combate ao analfabetismo[...] arrasta o aumento do número de potenciais leitores e a produção editorial para este novo público não pode deixar de crescer”. Acrescenta ainda que “é como consumidor – ou promotor insistente de consumo – que a criança parece ganhar primeiramente um certo estatuto de poder” (Rocha, 1992, p. 54). Na verdade, o jornalismo para crianças acabou por tirar proveito dos “tempos de ouro” (Ponte, 2012, p. 89) da literatura para a infância e da imprensa generalista, verificando-se que “entre a concorrência e a atenção à captação de novos leitores nas famílias” quase todos os diários tinham suplementos infantis (Ponte, 2012, p. 93). Surgiram também mais jornais e revistas, com menor teor didático do que os dos finais do século XIX, constituídos por secções, “onde se encontram construções, adivinhas, charadas, concursos, logogrifos, correio de leitores, além de contos, poemas canções e desenhos (Rocha, 1992, p. 65). Estas publicações periódicas passaram a ser mais lúdicas e divertidas, sendo marcadas pelas imagens e humor, sobretudo com a popularização das bandas desenhadas. No que respeita às características jornalísticas, a mais evidente era a periodicidade, mas a nível de conteúdo, os jornais e suplementos continuavam sem fornecer informações de atualidade “que pudessem despertar o interesse das crianças e dos jovens para o mundo em seu redor” (Carvalho, 2014, p. 24). Um outro elemento de relevo nestas publicações infantojuvenis era o carácter colecionável (Ponte, 2012).

Como exemplos ilustrativos desta imprensa especializada, podem ser indicados alguns títulos. Após o aparecimento d’*O Gafanhoto*, em 1903, e de *A Criançada*, em 1913, foi lançada a primeira revista infantil portuguesa, o *ABC-zinho*, em 1921, que se manteve até 1928/1929⁸². A partir daí, assiste-se a um aumento da produção de suplementos infantis

⁸² A data de encerramento varia entre 1928 (Ponte, 2012; Rocha, 1992) e 1929 (Chaminé da Mota, s.d.).

em vários jornais: *Página Infantil* (1922-1924, *Ilustração Portuguesa*); *O Bêbé* (1923, *Jornal da Europa*); *Chico, Zeca e Companhia* (1923, *A Batalha*); *Notícias Miudinho* (1924-1933, *Diário de Notícias*); *Os Nossos Domingos* (1924, *A Época*); *Sportsinho* (1925, *Os Sports*); *Pim-Pam-Pum* (1925, *O Século*); *Novidades dos Pequeninos* (1926, *Novidades*); *Correio dos Pequeninos* (1927, *Correio da Manhã*); *Semana Infantil* (1927, *A Voz*); *O Comércio Infantil* (1928, *O Comércio do Porto*); *Tiroliro* (1929, *A Voz*); *A Página Infantil* (1931, *Sempre Fixe* e depois *Diário de Lisboa*); e *Rico Pico e Sarapico* (1931, *Diário da Manhã*). Destaca-se ainda, em 1925, o jornal quinzenal com várias secções de Maria Lamas, *O Pintainho*, a qual viria a dirigir o *Correio dos Pequeninos*. Os suplementos infantis eram procurados além Portugal continental, como o *Miau*, encartado com o *Diário dos Açores*, lançado em 1934.

Estes anos foram descritos como “uma época exceccionalmente rica e movimentada que não teve continuação adequada nas décadas seguintes” (Rocha, 1992, p. 65), sendo marcada pelas histórias de quadradinhos (ou banda desenhada) nos anos 30. Entre as publicações que impulsionaram esta nova fase, destacam-se *O Pirolito* (1931-1934), *Tic-tac* (1932-1937), *Senhor Doutor* (1933-1944, com segunda série até 1954), *Papagaio* (1935-1949) e *O Mosquito*, publicado desde 1936 interruptamente até 1953 (com segunda série em 1961). Com um preço de capa de 50 centavos (“cinco tostões”), o jornal era impresso em papel de baixa qualidade (Ponte, 2012) e reunia nas suas páginas ilustrações, curiosidade e histórias em banda desenha. *O Mosquito* foi um exemplo raro de longevidade. Chegou mesmo a apresentar tiragens com sessenta mil exemplares por semana (Pinto, 2019). Convém fazer aqui um esclarecimento. Encontram-se, por vezes, nas fontes consultadas, conotações não muito precisas sobre o termo “jornalismo para crianças” e “publicações jornalísticas”, referindo-se quer aos conteúdos de natureza informativa quer às histórias em quadradinhos. Exemplifica-se com esta citação: “Do ponto de vista da evolução histórica, após uma década (anos 40) marcada de forma indiscutível pelo jornal infanto-juvenil português de referência “O Mosquito”, assistiu-se à emergência dos ‘comics’ americanos” (Pinto, 2019, p. 219).

Nos anos 40 do século XX, os jornais e suplementos estavam em vias de desaparecer ou publicavam material importado, especialmente histórias em quadradinhos. Além dos poucos exemplos que resistiam, surgiram novas iniciativas, como *A Formiga*, um suplemento para meninas d’*O Mosquito*, *O Diabrete* (1941, que durou 11 anos) e *O Mundo de Aventuras* (1949-1987). Foi com este último que “se altera o aspecto multifacetado da estrutura dos jornais infantis e se consolida a influência de conteúdos

estrangeiros” (Ponte, 2012, p. 106). As publicações passaram a ter um formato reduzido e com maior número de páginas, facilitando o transporte e manuseamento pelas crianças. A década de 1950 foi marcada pelo *Mundo de Aventuras*, dirigido por José de Oliveira Cosme⁸³, uma das figuras mais emblemáticas dos períodos infantojuvenis da época. Mas nem por isso escapou às instruções censórias. A Organização Nacional da Mocidade Portuguesa lançou publicações infantojuvenis, como *Lusitas* (para meninas) que, em 1957, foi substituída, por *O Fagulha*, e ainda *Camarada*, que encerrou em 1967 (Pinto, 2019; Rocha, 1992).

Nesta época, a imprensa especializada deixou de encontrar no público infantojuvenil a mesma aceitação e gostos dos anos de 1930 e 1940 (Rocha, 1992). Mesmo assim, assistiu-se à persistência de alguns suplementos, como *Nau Catrineta* no *Diário de Notícias*; *Moinho de Vento* na *A Capital* e *Página Infantil* no *Diário Popular*. Já na década de 50, especificamente em 1957, a edição de sábado do *Diário de Lisboa* passou a distribuir o suplemento *Diário de Lisboa Juvenil*. Este contava com a colaboração de Mário Castrim, Alice Vieira e José Jorge Letria. Também nessa época, surgiu uma tentativa de relançar *O Papagaio*, mas não conseguiu ir além dos quatro números.

Em 1961, foram lançados os jornais *O Foguetão* e o *Pardal*, igualmente de curta duração. “A última tentativa desta década é *Pisca Pisca*, de 68 a 70” (Rocha, 1992, p. 93). Merece ainda destaque o lançamento, em 1966, da revista especializada católica, *Audácia*, ainda hoje publicada em formato impresso. Na década de 70 encontrava-se o suplemento *Quadrinhos*, encartado no jornal *A Capital* (1972-1974). Um exemplo a surgir no fim dessa década foi *O Cantinho do Nicolau*. Com o propósito de celebrar o Ano Internacional da Criança em 1979, o jornal *O Comércio do Porto* decidiu apostar num novo conteúdo, idealizado por uma professora e jornalista, e lançou, em 1979, um espaço infantojuvenil ao domingo, intitulado d’*O Cantinho do Nicolau*. Inicialmente concebido para ter a duração de apenas um ano, o projeto perdurou por 20, mantendo sempre como missão proporcionar um espaço impresso para e com as crianças (I. Ferreira, comunicação pessoal, 21 março de 2023). Isabel Ferreira, em conversa exploratória⁸⁴ à investigadora esclareceu que as preocupações editoriais centravam-se na utilização de uma linguagem

⁸³ José de Oliveira Cosme colaborou e dirigiu várias publicações infantojuvenis, como *Senhor Doutor*, *Rim-Tim-Tim*, *ABC-zinho*, *Mundo de Aventura*, foi diretor literário da Agência Portuguesa de Revista e ainda autor e realizador de vários programas de rádio (Pinto, 2019, p. 173).

⁸⁴ Esta conversa exploratória realizou-se na casa da entrevistada na Póvoa de Varzim, a 21 de março de 2023.

acessível, redigida como se fosse uma criança, para facilitar a identificação, e na escuta ativa dos leitores, a partir da qual se criavam rubricas. “Os temas abordados também tentavam aproximar-se da vida quotidiana das crianças. Daí encontrar-se com frequência assuntos relacionados com o ambiente, as plantas, os animais, as estações do ano, as férias, as localidades e notícias” (I. Ferreira, comunicação pessoal, 21 março de 2023). A fundadora acrescentou ainda que as escolas foram “aliados importantes não só para fomentar a leitura, mas também pela participação das crianças”. A proximidade com os leitores e a sociedade concretizava-se também através de eventos recreativos e culturais anuais organizados pelo *O Cantinho do Nicolau*⁸⁵. De facto, gradualmente, as publicações impressas começaram a apresentar elementos do jornalismo nas suas edições, com “matérias com informações atuais e culturais de interesse dos leitores, a busca por informações novas e explicações com fonte e secções destinadas à participação dos leitores” (Varão & Bemfica, 2009). Estas mudanças refletiram-se no plano gráfico, com alterações nas cores, fontes, tamanhos e desenhos. Na década de 80 surgem títulos a referenciar. Nascido em 1983, o suplemento do *Diário de Notícias*, o *DN Jovem*, foi por mais de vinte anos a rampa de lançamento de jornalistas, escritores, fotógrafos e ilustradores. Era um projeto concebido por Mário Mesquita, herdeiro do *Diário de Lisboa Juvenil*. Em 1996, a publicação transitou para a Internet, mas o público não acompanhou e o suplemento acabou por fechar em 2007. Um ano depois do lançamento da publicação juvenil, em 1984, o *Diário de Notícias* iniciou o suplemento infantil de domingo, o *Catraio*, coordenado por Alice Vieira. Outro exemplo significativo foi *O Janeirinho*. Tal como *O Cantinho do Nicolau*, estava sediado no Porto e tinha enfoque no jornalismo local, de proximidade e participativo com os leitores e escolas. *O Janeirinho* era um suplemento semanal, encartado no diário *O Primeiro de Janeiro*, que circulou entre 1989 e 2008. Embora o jornal tenha tido 47 anos de história, o suplemento existiu apenas 19 anos, mas não contínuos. Vale a pena aqui assinalar a conversa exploratória⁸⁶ realizada pela investigadora a Margarida Fonseca, fundadora, jornalista e coordenadora deste suplemento, para se compreender a produção jornalística à época. A fundadora explicou que o projeto visava cativar o público mais novo, para que conseguisse “entender melhor

⁸⁵ Em resultado da sua pesquisa e da entrevista à fundadora, a investigadora procedeu à publicação de um capítulo mais detalhado sobre este suplemento, em *Jornalismo e estudos mediáticos - Memória VII*, intitulado *1979: O Cantinho do Nicolau no Ano Internacional da Criança*. De modo a contribuir para a construção do conhecimento histórico do jornalismo infantojuvenil, a investigadora analisou este suplemento infantil e *O Janeirinho* em comunicações orais.

⁸⁶ Esta conversa exploratória realizou-se por telefone, a 19 de abril de 2023.

o jornalismo” e fomentar o gosto pela leitura. “Os objetivos eram criar hábitos de interação entre um jornal [*O Primeiro de Janeiro*], os seus jornalistas [havia visitas à redação] e disponibilizar um meio próprio para as crianças e jovens” (M. Fonseca, comunicação pessoal, 19 abril de 2023). Para tal, eram estabelecidas colaborações com as escolas e outras instituições. A linha editorial orientava-se para os interesses do público, recorrendo a uma linguagem simples e familiar, incentivando a sua participação, transformando-o não apenas em leitor, mas também em produtor de conteúdos. Numa fase inicial, o suplemento era “um produto bem elaborado, impresso nas edições Asa, com colaboração de designer e artistas plásticos para a capa e tinha patrocínios” (M. Fonseca, comunicação pessoal, 19 abril de 2023). Mas as dificuldades acabaram por se fazer sentir pelo pouco investimento, publicidade e equipa reduzida, o que conduziu a que o suplemento passasse de revista a impresso em papel de jornal e em formato de caderno.

Em 1991, o jornal diário *Público* lançou a revista de domingo *Público Júnior*, um ano após ter chegado às bancas. A publicação incluía diversas secções, como entrevistas, ambiente, história, filmes, jogos e cartas dos leitores, e incentivava a intervenção dos seus leitores e das escolas locais. “Após o primeiro aniversário, a publicação possibilitou a participação de crianças e jovens ao realizar encontros de leitores na redação do *Público*, em Lisboa” (Dores, 2021, p. 53). Contudo, esta iniciativa não era inovadora, uma vez que *O Janeirinho* e, ainda antes, o *Diário de Lisboa Juvenil*⁸⁷ já haviam implementado.

Vivia-se o que Sousa (2022, p. 274) apelidou de fase de liberalização, o sexto período na história do jornalismo português, iniciado em 1979, com a “reprivatização dos *media* estatizados e à liberalização e dinamismo da Comunicação Social”. Esta fase, que perdurou até 1995, foi igualmente marcada pelo aparecimento de novos projetos jornalísticos, mas alguns de duração curta. “As empresas de *media* geradas nos anos 80 e 90 obedecem a uma lógica de resultados, em que o corte de custos, a gestão de recursos comuns e a atração da publicidade são características dominantes (Lima, 2012, p. 128). Neste contexto, os produtos editoriais para criança sofreram as pressões dos títulos principais. Deu-se, então, uma viragem na imprensa infantojuvenil e este público passou a ser menos atraente comercialmente neste mercado (ao contrário do publicitário). Isto poderá explicar o facto de nenhum dos projetos mencionados ter perdurado no tempo, excetuando a revista católica *Audácia*, cujo modelo económico assenta nas assinaturas

⁸⁷ Este tópico é abordado nas entrevistas, pela antiga editora da *Visão Júnior*, ao recordar que este jornal de 1957 já tinha um grupo de consultores, visitas à redação e estabelecia conversas entre os leitores.

em papel e digital e no apoio institucional da congregação que a publica (Missionários Combonianos, 2025).

Ao longo do trajeto do jornalismo infantojuvenil em Portugal, encontram-se testemunhos que identificam as dificuldades económicas associadas a estes projetos. Já na publicação *Algumas achegas para uma bibliografia infantil* (Marques Junior, 1928, p. 124) lê-se: “Por este correio envio alguns dos últimos números da Revista Infantil, actualmente suspensa por falta daquele auxílio que em Portugal nunca se dispensou às iniciativas daquela índole”. Mais de meio século depois, na edição de 5 de março de 1984, n’ *O Cantinho do Nicolau* (*Comércio do Porto*, p. 25) encontrava-se o seguinte texto intitulado *A Minha Revista*: “... a aceitação da revista pelas crianças tem sido muito boa e só isso nos faz continuar, pois estamos a ter prejuízo com esta iniciativa, no campo económico.”

Apesar deste cenário, a revista semanal *Visão* apostou no segmento infantil e, no âmbito de uma lógica do suplemento, lançou, em 2004, a revista *Visão Júnior*⁸⁸. O sucesso conduziu à reconfiguração como revista autónoma. Por ser a única revista mensal portuguesa de informação para crianças, já foi objeto de estudo de Carvalho (2014), Dorés (2021) e Doretto (2015), mas não do ponto de vista do processo produtivo. Os primeiros autores estudaram esta publicação em ambiente de estágio de mestrado e a pesquisadora Doretto no contexto da participação infantil como tema da sua tese de doutoramento.

3.1.2. Rádio, televisão e websites

Com um aparecimento mais tardio, nem a produção radiofónica nem a televisiva foram contínuas na história do jornalismo infantojuvenil; por isso, foram as publicações em papel que deram forma substancial à especialização para os mais novos em Portugal.

No que diz respeito à rádio, “em Portugal não existe uma produção contínua de programas infanto-educativos na rádio e os trabalhos de investigação desenvolvidos neste meio não abordam especificamente a programação infantil radiofónica” (Silva, 2010, p. 56). A consulta às investigações de Ribeiro (2005) e Santos (2005), embora não se debrucem especificamente sobre a programação infantil, trouxeram contributos para a compreensão da construção da história deste meio.

⁸⁸ Pode ler-se mais sobre a *Visão Júnior* em “Caraterização dos estudos de caso”.

Em 1933 a *Rádio Graça* transmitiu o programa *Tic Tac*; entre 1933-1934⁸⁹, a Rádio Clube Português criou *O Senhor Doutor*; e, em 1935, e a Rádio Renascença fez parceria com o jornal infantil o *Papagaio*. Em 1936, o jornal impresso *Joaninha* colaborou na produção do espaço *Meia hora de recreio* para raparigas (Ribeiro, 2005). De facto, é notória, nestas décadas, a aposta da rádio em programação para os mais novos. Os programas infantis eram maioritariamente culturais, produzidos em parceria com os jornais da época (Ribeiro, 2005; Santos, 2005) e com o convite à participação das crianças como audiência ativa (Ponte, 2012).

Em 1950, a Emissora Nacional emitiu pela primeira vez as *Lições do menino Tonecas* (Silva, 2010). Este e outros programas que se sucederam, de forma irregular, continuavam a ser caracterizados pelo seu conteúdo de entretenimento, e não noticioso, abordando temas como a cultura, história e passatempos. Contudo, se “nos primeiros anos, ouvir a rádio representava uma experiência familiar” (Silva, 2010, p. 37), com o aparecimento da televisão, o “pequeno aparelho de fácil transporte passou a permitir ao ouvinte ter acesso aos conteúdos em qualquer local” (Silva, 2010, p. 39), algo que a televisão não conseguia. Mesmo assim, a sua importância foi-se perdendo. O então diretor de programação da Antena 1, Rui Pêgo em entrevista concedida a Silva (2010, p. 78), justificou que o surgimento da televisão provocou o desaparecimento dos programas infantis da rádio e, nesse sentido “foi progressivamente abandonando as faixas etárias mais jovens da população” (Bonixe, 2017, p. 124). Esta estação radiofónica chegou a adotar um formato que convidava as crianças à participação. No programa *Portugal dos Pequeninos*, que se estreou em 2009), os mais novos expressavam a sua opinião sobre temas da atualidade (ou não), através de um *vox pop* diário de três minutos (Dores, 2014).

Para Bonixe (2015, p. 155), não se pode imputar exclusivamente à televisão a responsabilidade pela extinção da programação infantil na rádio, uma vez que “não é menos verdade que tem faltado aos responsáveis pela programação radiofónica portuguesa alguma imaginação e criatividade no sentido de incorporar programas dirigidos a uma faixa etária inferior aos 10 anos”. Em cumprimento com a cláusula do serviço público, que estabelece que a emissora de radiodifusão pública deve incluir na sua grelha de programação um programa para os mais novos, Rui Pêgo acrescenta que a rádio deve ter um “espírito marialva de se misturar com todos os meios” (Silva, 2010, p. 78), defendendo, assim, a sua integração com a internet.

⁸⁹ A data de fundação varia entre 1933 (Rocha, 1992) e 1934 (Ponte, 2012).

Quanto à oferta televisiva, referenciam-se os estudos nacionais que abordam o percurso da programação infantojuvenil, como de Pereira (2007); Pereira et al. (2009); Pinto (2000); Ponte (1998, 2012). Na década de 60, um dos primeiros programas infantis foi o *Clube Juvenil*, com Júlio Isidro e Maria João Avillez na apresentação (Silva, 2010). Desde então, este tipo de conteúdos ocupou a grelha de programação de entretenimento e pedagógico. Em 1973, segundo dados da RTP, a “Telescola e os programas educativos dominavam a programação do canal de serviço público, com 770 horas, seguida da programação cinematográfica, com 487 horas, e do Telejornal (incluindo as actualidades) que chegava às 431 horas” (Silva, 2010, p. 46).

O noticiário televisivo destinado ao público mais novos só estreou em Portugal em 1984. *O Jornalinho* esteve no ar na Rádio e Televisão de Portugal (RTP) até 1987. Nos anos seguintes, estiveram em exibição outros títulos informativos: *Caderno Diário* (1989 a 2002), *Quiosque* (2004 a 2006), *PICA* (2006), *Mil Gigas* (2008) e *Diário XS* (2010 a 2012, 2014 a 2015). Desde 2019, mantém-se em exibição o *Radar XS*, na RTP2⁹⁰. Neste âmbito, destacam-se os estudos de Candeias (2005) sobre o *Quiosque*, Dias e Borges (2012) sobre o *Diário XS*, e de Fillol (2020) sobre o *Radar XS*.

Fora do meio tradicional, as plataformas digitais que se assemelhavam mais com conteúdos informativos foram o portal *Sapo Kids*, criado em 2009, com uma vertente educativa para crianças entre os três e os 12 anos, e o *Superstars* (também vinculado ao Sapo), que foi o primeiro *website* de desporto português infantojuvenil, embora também incluísse notícias sobre celebridades.

Este percurso histórico demonstra que os antigos jornais, revistas e suplementos infantis “são de uma suma importância para o estudo do processo evolutivo do jornalismo para crianças e jovens (Carvalho, 2014, p. 25). O seu estudo merece, pois, ser referenciado e registado pela representatividade que estes exemplos oferecem ao jornalismo de especialidade, considerando o meio, o tema, a idade e o género. Foi curioso encontrar no decorrer da descoberta de exemplares e exploração de conteúdos publicados nas livrarias alfarrabistas que há temáticas do passado que se cruzam com a atualidade, nomeadamente a importância da efeméride como valor-notícia (Traquina, 2007), como se reforça nos estudos de caso desta investigação. Exemplifica-se o artigo da edição de 3 de julho de 1972 do suplemento *Quadrinhos*, encartado *A Capital*, com o título “Primeira Viagem à volta do Mundo” na secção História. Com um salto para a atualidade, encontra-se na

⁹⁰ Pode ler-se mais sobre o *Radar XS* e os programas que o antecederam em “Caraterização dos casos”.

edição de abril de 2021, da *Visão Júnior*, na secção História, um artigo intitulado “Magalhães e a primeira volta ao mundo”, por ocasião dos 500 anos da viagem.

Tal como acontece com os restantes campos do jornalismo, a especialidade infantojuvenil possui um processo histórico de construção. Conhecer-lo possibilita aprofundar e promover debates acerca da temática. Identifica-se, igualmente, o seu contributo para a promoção da educação jornalística, o estabelecimento de parcerias com as escolas, a valorização das crianças como produtores de conteúdo e a defesa dos direitos à participação e à informação. Com base na sua experiência, Margarida Fonseca, fundadora e coordenadora d’*O Janeirinho*, defende que “o jornalismo está condenado se não houver um meio que crie hábitos de leitura e de participação desde cedo”.

3.2. Cenário nacional

Os estudos sobre as produções jornalísticas infantojuvenis tem sido pouco analisada em Portugal, recaindo a tendência para dois ângulos principais: a receção das notícias pelas crianças e a representação da infância nos conteúdos noticiosos (Pereira et al., 2015; Filloi & Pereira, 2020). A vertente do estudo da produção de conteúdos noticiosos dedicados a este público tem sido descurada, possivelmente devido à escassa oferta de espaços, que exige recursos avultados (Carter, 2021; Doretto, 2014).

Tal realidade pode conduzir os mais novos a acederem às notícias produzidas para os adultos, a adquirir outros formatos centrados no entretenimento ou, ainda, a não procurar notícias (tópicos abordados no primeiro capítulo). A Convenção legitimou que eles têm o direito de receber informações (UNICEF, 1989), as quais lhes permitem compreender o mundo onde vivem, formar opiniões e posicionar-se diante dele. Mas para isso é necessária a produção de jornalismo ajustado às necessidades e interesses delas. (Buckingham, 2000; Carter, 2007; Doretto, 2015; Pereira et al., 2015; Silveira, 2015).

Com base na bibliografia disponível e no conhecimento profissional e académico da investigadora, procura-se traçar um cenário dos veículos jornalísticos para crianças atualmente em circulação ou em exibição em Portugal. Mais uma vez, dada a falta de registos documentais sistematizados, a investigadora recolheu dados com recurso a conversas exploratórias a duas editoras e coordenadoras de projetos infantojuvenis, de dimensão mais pequena do que os estudos de caso. Além dos meios e formatos tradicionais, apresentam-se outros projetos que evidenciam distintas abordagens de

produção noticiosa para se chegar às crianças, incluindo aquelas concebidas por elas para elas, com mediação de profissionais adultos em meios de comunicação social. Não são aqui incluídos os objetos de estudo desta investigação, dado que são tratados de forma aprofundada no quarto capítulo.

Inicia-se a análise por mencionar o *website* de informação, o *Jornalíssimo*, dirigido a jovens a partir dos 12 anos. De natureza independente e com atualizações irregulares, não pertencente a um grupo de comunicação social, foi criado, em 2015, com o propósito de “despertar nos jovens o interesse pela leitura da imprensa escrita, fomentar a curiosidade, promover o espírito crítico e um questionamento constante”, oferecendo, para isso, notícias sobre “ambiente e animais, ciência e tecnologia, artes, desporto e política” (*Jornalíssimo*, 2025, para. 1)⁹¹.

No que respeita à televisão, constata-se que a RTP continua a ser a única estação portuguesa a manter um programa noticioso para crianças, com o *Radar XS*. Num outro formato de atuação infantil no jornalismo, a TVI lançou o programa *Prova dos Novos*⁹², inserido no *J8*, noticiário transmitido ao sábado à noite. Estreado a 1 de junho de 2022, era composto por um painel rotativo de nove crianças a falar livremente sobre as notícias destinadas a um público mais adulto, mas teve um período de vida muito curto⁹³. Considera-se relevante sinalizá-lo pelo seu caráter inovador ao proporcionar um espaço de participação infantil inserido num noticiário para adultos.

Em 2021, a RTP apostou num modelo diferenciador ao lançar o ENTR⁹⁴. Este projeto integra uma rede europeia de jovens criadores de conteúdos jornalísticos, com presença nas redes sociais, estando disponível, em Portugal, no Instagram, Facebook e Youtube. O objetivo é “criar uma maior consciencialização sobre diferentes pontos de vista e realidades europeias, promover um maior envolvimento dos europeus para uma Europa de valores partilhados e ideias europeias comuns” (ENTR, 2025, para. 3). Para tal, a interação com o público é através de “formatos informativos inovadores e acessíveis em vários canais digitais, plataformas, equipamentos e línguas” (ENTR, 2025, para. 3).

⁹¹ <https://jornalissimo.com>

⁹² tviplayer.iol.pt/programa/jornal-das-8/53c6b3903004dc006243d0cf/video/62979f310cf26256cd273a6d

⁹³ Tentou contactar-se, sem efeito, a produção da TVI para conhecer os motivos que conduziram ao fim deste programa.

⁹⁴ <https://media.rtp.pt/entr>

Outro exemplo de adaptação de um meio de comunicação tradicional às novas plataformas digitais é o *website JN TAG*⁹⁵, um projeto do *Jornal de Notícias* (grupo Notícias Ilimitadas). Destinado aos mais novos entre os 8 e os 12 anos, apresenta conteúdos sobre atualidade, entrevistas, atividades pedagógicas e lazer, mas sem periodicidade regular. Durante o ano de 2022, estabeleceu uma parceria com o Ministério da Educação e percorreu várias escolas, para conferir aos alunos noções de literacia mediática. Através da rubrica “Faz Tu”, o *JN Tag* permite que as crianças entrevistem, em estúdio, adultos de diferentes setores. Está também presente no Instagram e no TikTok. De modo a conhecer este projeto (mediante a ausência de outro tipo de fontes de consulta), a investigadora realizou uma conversa exploratória⁹⁶ com Inês Cardoso, diretora do *Jornal de Notícias*, que clarificou o funcionamento deste projeto a partir de três vertentes. A primeira refere-se à produção de conteúdos, “que respondem àquilo que consideramos ser de atualidade e relevantes para o público-alvo a que nos estamos a dirigir. Não fugimos aos temas difíceis, tentamos é explicá-los com uma linguagem e um nível de informação que entendemos ser adequado” (I. Cardoso, comunicação pessoal, 5 julho de 2023), recorrendo, em assuntos mais difíceis, ao apoio de psicólogos e pedagogos. A segunda dimensão incide na participação das crianças nos programas, que se “prepararam para os temas, uma vez que são entrevistadores”. A terceira relaciona-se com a ação direta nas escolas, que inclui sessões esclarecimento e formação do jornalismo para os mais novos e atividades de leitura do jornal impresso. A diretora do acredita que “se desde cedo, as crianças começarem a ler notícias, a perceberem a realidade à volta delas e a terem curiosidade para se informarem com notícias rigorosas e verificadas, de acordo com os critérios do jornalismo, tornar-se-ão cidadãos mais capazes” (I. Cardoso, comunicação pessoal, 5 julho de 2023). Simultaneamente, estas crianças tendem a “valorizar o jornalismo, o papel dos jornalistas e a própria verificação da informação” (I. Cardoso, comunicação pessoal, 5 julho de 2023). Apesar desta visão ideal, Inês Cardoso contrapõe com a realidade diária da pressão dos jornais em obter resultados e a falta de recursos para este tipo de produção. Como explicou por meio de uma metáfora, trata-se de “um trabalho de formiguinha”, produzido por uma “micro equipa que faz o planeamento, discute os temas, mas em complemento de todas as outras atividades diárias da redação” (I. Cardoso, comunicação pessoal, 5 julho de 2023).

⁹⁵ https://www.instagram.com/jn_tag

⁹⁶ Esta conversa exploratória realizou-se na redação do *Jornal de Notícias* no Porto, a 5 de julho de 2023.

O grupo Impresa tem o ano de 2025 como marcante para o desenvolvimento de projetos editoriais digitais com conteúdos jornalísticos infantojuvenis destinados ao público mais novo. A SIC Notícias, lançou, a 31 de março de 2025, o *website* SIC Explica.me⁹⁷, destinado a crianças dos 6 aos 15 anos, em parceria com os programas Escola Missão Continente e Nestlé por Crianças mais Saudáveis e o apoio especializado da Escola Virtual da Porto Editora. O desafio que se propõe é “ler, ver, ouvir e descobrir para compreender, analisar e criticar” (Sousa et al., 2025, para. 2). Pretende-se esclarecer de forma simples e prática as dúvidas dos mais novos sobre temas importantes contemporâneos – segmentados por 6-10; 10-13 e 13-15 anos –, mas não necessariamente relacionadas com as notícias do dia. Para o efeito, o projeto recorre ao Lumi, uma “criatura imaginária constituída essencialmente por luz” (Sousa et al., 2025, para. 8), que fala diretamente com as crianças. Os pais, alunos e professores são convidados a fazer parte do projeto através do envio de perguntas e propostas de trabalhos.

Por sua vez, o *Expresso*, outra marca do grupo Impresa, a partir de 17 de janeiro de 2025, adaptou os conteúdos do *Expressinho*⁹⁸, destinado a crianças a partir dos 6 anos, ao formato digital no *website* do jornal semanal. Contudo, mantém a continuidade da versão impressa, passando a ser distribuído semanalmente na *Revista E*, e da produção pela equipa de Estrelas & Ouriços. Como suplemento encartado no semanário nacional, nasceu em abril 2020, em plena pandemia, sendo distribuído gratuitamente, mas sem ter antes periodicidade regular. Estas alterações justificam-se pela “época em que a educação pelos media é crucial para criar uma sociedade mais informada, crítica, ética e resistente à manipulação” (SIC Notícias, 2025, para. 6). Os temas abordados vão desde a atualidade até passatempos, apelando à participação através da rubrica “Eu acho que...”, um espaço no qual as crianças podem escrever sobre o que pensam sobre um assunto atual.

No âmbito do impresso, apontam-se publicações infantojuvenis especializadas que atuam no mercado tradicional. Um caso representativo e singular é o suplemento *O Gaiense Kids*⁹⁹. É hoje um caso vivo do jornalismo de proximidade e regional, encartado no jornal local o *Gaiense* com mais de vinte anos de existência. Criado em 2020, durante a pandemia de Covid-19, o suplemento tem como propósito de informar e entreter crianças do primeiro e segundos ciclos do ensino básico (aproximadamente dos 6 aos 12 anos).

⁹⁷ <https://sicexplicame.pt>

⁹⁸ <https://expresso.pt/expressinho>

⁹⁹ www.ogaiense.pt/kids/noticiario

A sua periodicidade é mensal, em formato de jornal em papel. A sua distribuição é por assinaturas e venda em banca. Cerca de quatro mil e quinhentos exemplares são adquiridos pela Câmara de Vila Nova de Gaia e oferecidos aos alunos do primeiro ciclo das escolas públicas. O conteúdo privilegia notícias e agenda cultural sobre a localidade, embora se encontrem assuntos nacionais, sugestões de leitura e passatempos.

Anabela Carvalho, jornalista e chefe de redação do *Gaiense Kids* e do *Gaiense*, numa conversa exploratória¹⁰⁰ à investigadora assinala as principais dificuldades associadas à produção deste suplemento infantil. A primeira “talvez seja encontrar coisas diferentes e novas que interessem aos miúdos, porque é muito fácil fazer um jornal apenas com atividades, para eles desenharem” e, em seguida, aponta que “o jornalismo para crianças nem sempre é levado à séria”. Por último, destaca que “se calhar é o primeiro deles todos: somos um jornal local e regional e com estes projetos paramos juntos de parceiros e patrocinadores” (A. Carvalho, comunicação pessoal, a 27 de março de 2023). Apesar destes desafios, as escolas e a Federação das Associações Pais de Gaia têm sido os principais aliados, embora, segundo a chefe de redação, seja necessário sensibilizá-los para a leitura de jornais.

“Praticamos jornalismo de informação com formação”, sublinha Anabela Carvalho (comunicação pessoal, a 27 de março de 2023), defendendo que para isso é preciso escrever “como se estivéssemos a falar para os nossos filhos ou sobrinhos – um ‘tu’, por exemplo –, ou seja, uma linguagem mais simples para eles entenderem as notícias”. Quando o tema assim o exige, recorrem a especialistas, como uma psicóloga para abordar o bullying e violência no namoro. Diogo Ferreira, jornalista estagiário colaborador do *Gaiense Kids*, afirma que este é um trabalho muito gratificante e importante. Explica que as suas preocupações se focam, em primeiro, em dar aos leitores conteúdos da sua realidade, “que às vezes só está no jornal dos adultos – as eleições, por exemplo, eles não votam; mas temos de escrever sobre isso –, e dar a conhecer o que outros meninos fazem nas outras escolas” (D. Ferreira, comunicação pessoal, a 27 de março de 2023). Em segundo, o jornalista procura uma linguagem próxima, “sem simplificar demasiado alguns termos”. Sublinha ainda que o jornalismo para crianças não passa “só por ter notícias, mas dar conhecimento” (comunicação pessoal, a 27 de março de 2023).

¹⁰⁰ Estas duas conversas exploratórias realizaram-se na redação do *Gaiense* em Vila Nova de Gaia, a 27 de março de 2023.

Outro exemplo de publicação nacional é a revista religiosa *Audácia*¹⁰¹, em circulação desde 1966, publicada pelos Missionários Combonianos. Em entrevista à Rádio Renascença, no âmbito da celebração dos 50 anos da revista, o diretor Bernardino Furtuoso explicou que esta “é uma das poucas revistas que há em Portugal para crianças e pré-adolescentes entre os 8 e os 14 anos”, com a missão de “informar, inspirar e divertir” (Roque, 2016, para. 2). A redação é composta por dois jornalistas com carteira profissional, apoiados por colaboradores externos, como a escritora Alice Vieira. As temáticas incluem cultura, política, religião, educação humana e saúde. Além disso, “temos banda desenhada, passatempos, notícias e aventuras contadas na primeira pessoa, de jovens, de crianças, de missionários e missionárias” (Roque, 2016, para. 7). A *Audácia* é distribuída por assinatura, com custo anual de 13 euros em papel e oito euros para a versão digital, tendo uma tiragem de cerca de nove mil exemplares. Como exemplo de longevidade, o diretor reconhece que, muita coisa mudou em 50 anos, mas que tem de ir acompanhando estas novas modalidades de comunicação, por isso “a *Audácia* tem uma página no Facebook e uma página web onde estão algumas das rubricas que os mais novos podem ler nos telemóveis” (Roque, 2016, para. 6).

A Rádio Miúdos e a Rádio Zig Zag são projetos radiofónicos digitais, o primeiro é independente e o segundo alocado ao serviço público da RTP. O aparecimento da Rádio Miúdos¹⁰², com programação contínua desde 2015, resultou do concurso da Fundação Calouste Gulbenkian “Faz – Ideias de Origem Portuguesa”. O terceiro lugar garantiu dez mil euros e apoio jurídico para se criar a primeira rádio feita com e para crianças dos zero aos 12 anos. Por se tratar de uma plataforma digital, o projeto alcançou já 60 países dos cinco continentes. Desde então, tem conseguido angariar parceiros-chave para desenvolver projetos educativos de relevo, como o *podcast P de porquê* com o jornal *Público* (de 2018 a 2020) e a rede Rádio-Escolas, em 2019.

A Rádio Zig Zag¹⁰³ foi lançada em 2016, no âmbito do serviço público de media. Como referiu Mourão & Pereira (2023, p. 211), é “notória a preocupação com a oferta de programas que abarquem um conjunto alargado de assuntos, de natureza mais lúdica e/ou educativa/formativa”, sendo, por isso, a atualidade jornalística menos notada. Desde o início, exhibe o programa *O mundo explicado*¹⁰⁴, pela voz de Sandy Gageiro, o qual

¹⁰¹ www.combonianos.pt/audacia

¹⁰² www.radiomiudos.pt

¹⁰³ <https://www.rtp.pt/play/zigzag/direto/radio>

¹⁰⁴ <https://www.rtp.pt/play/zigzag/p2727/e249854/o-mundo-explicado>

desconstrói a atualidade para crianças dos 5 aos 9 anos. Em episódios, não diários, de aproximadamente um minuto, são explicados temas da atualidade, como o Brexit, crise migratória na Europa e taxa social única, “sem infantilizar os assuntos, mas explicando-os de uma forma acessível, para que as crianças os possam compreender” (Mourão e Pereira, 2023, p. 212). Os programas encontram-se disponíveis na RTP Play e em plataformas de *podcast*.

No início de 2024, a Rádio Comercial lançou uma rubrica em áudio e vídeo, *Explicómetro*¹⁰⁵ - *A vida explicada com jeitinho*, que tem como finalidade responder a questões da atualidade, de forma simples e divertida. O programa é apresentado por duas crianças, de 9 e 11 anos. Questões como “Porque é que os meus pais vão votar outra vez?”, “Porque é que as casas estão tão caras?” “Porque é que as pessoas não acreditam nas alterações climáticas?” são respondidas em episódios quinzenais, com cerca de três minutos de duração. Além disso, já foram realizadas três entrevistas a deputados do Parlamento Europeu.

Além destas iniciativas com periodicidade definida, registam-se ações pontuais por parte dos meios de comunicação, sobretudo em épocas comemorativas, o que está em conformidade com Marôpo (2013) e Ferreira e Doretto (2024a), que defendem que as crianças são mais lembradas em datas comemorativas e contextos simbólicos. Exemplo disso, é que no Dia Mundial da Criança, a 1 de junho de 2015, a rádio Antena 1, produziu um noticiário dedicado os mais novos¹⁰⁶. Mais recentemente, em 2024, também para assinalar a mesma data, o jornal desportivo *A Bola* lançou uma edição com capa totalmente produzida por duas crianças.

O cenário atual tem evidenciado sinais de reforço da oferta e de investimento em iniciativas jornalísticas – não associadas às notícias diárias, mas aos temas da atualidade –, quer nos meios tradicionais quer no digital, dirigidas ao público infantojuvenil, abrangendo desde a primeira infância até à adolescência. No entanto, o passado mostra que a vida dos veículos por ser curta. Este facto talvez se justifique por se viver numa época em que se debate e se dinamiza, como nunca, a literacia mediática em Portugal, e se assiste ao desenvolvimento do Plano Nacional de Literacia Mediática (PNLM).

¹⁰⁵ <https://radiocomercial.pt/artigo/explicometro-a-vida-explicada-com-jeitinho>

¹⁰⁶ https://www.rtp.pt/noticias/pais/jornalinho-da-antena-1-para-os-mais-novos_a833256

3.3. Cenário internacional

Neste ponto são apresentados os atuais espaços noticiosos destinados a crianças no cenário internacional, bem como as perspectivas de estudos realizados sobre os mesmos. Para o levantamento foram considerados apenas espaços de informação noticiosa, tendo sido realizada uma pesquisa através do Google com as palavras-chave “crianças”, “para”, “notícias” em português, inglês, espanhol, francês e italiano, bem como em repositórios científicos, como a b-on¹⁰⁷ e a ResearchGate. A seleção dos meios jornalísticos teve por critério a oferta de conteúdos da atualidade e permanecerem em atividade. Alguns são exclusivamente digitais, enquanto outros são suplementos de jornais impressos, programas televisivos ou radiofônico. Entre os resultados obtidos, encontram-se também exemplos de jornalismo especializado para crianças.

A pesquisa foi complementada pela experiência e conhecimento da investigadora, bem como pelo conhecimento de grupos especializados, como o Global Youth & News Media¹⁰⁸, o Colo-Coletivo de Jornalismo Infantojuvenil¹⁰⁹ e o European Broadcasting Union¹¹⁰.

Foram contabilizados 77 *websites* noticiosos dos seguintes países: África do Sul, Alemanha, Austrália, Áustria, Bélgica, Brasil, Bulgária, Canadá, Dinamarca, Eslovénia, Espanha, Estados Unidos da América, Finlândia, França, Índia, Itália, Noruega, Países Baixos, Polónia, Reino Unido, Suécia e Uruguai. O país que mais oferece projetos infantojuvenis é os Estados Unidos da América.

Devido ao elevado número de resultados, serão apresentados, de forma breve, apenas alguns espaços de cada país, privilegiando aqueles que oferecem maior diversidade de conteúdos, atualização frequente, envolvimento com o público mais novo e que são objeto de estudos científicos. À semelhança do procedimento adotado para o cenário português, esta oferta é apresentada, sempre que possível, focando os seguintes elementos: origem, destinatários, formato, conteúdos, participação infantil e presença no digital.

Existem diversos exemplos europeus de meios noticiosos cuja função é explicar o que se passa no mundo às crianças. Inicia-se pelo Reino Unido, o país da Europa com mais

¹⁰⁷ É uma plataforma digital portuguesa que dá acesso a publicações académicas e científicas.

¹⁰⁸ É um coletivo independente internacional de produtores de notícias para crianças, registado em França e nos Estados Unidos. <https://www.globalyouthandnewsmediaprize.net>

¹⁰⁹ É um coletivo brasileiro composto por jornalistas e comunicadores que se debruçam sobre o jornalismo para as crianças e a relação entre infância e os media. <https://www.coletivocolo.com.br>

¹¹⁰ <https://www.ebu.ch/home>

projetos deste gênero. O *First News*¹¹¹ é o único jornal semanal do país dirigido ao público dos 7 aos 14 anos. Fundado em 2006, é atualmente lido por cerca de 2,6 milhões de crianças no Reino Unido, abordando temas que vão desde o entretenimento à política, passando pelo desporto, ciências e atualidade nacionais e internacionais (Carvalho, 2014). Pode ser de leitura em casa como nas escolas, através do recurso pedagógico *First News Education*. Da sua oferta destacam-se o “FYI Investigates”, uma série de documentários curtos apresentados por crianças, sobre temas atuais e relevantes para o público infantojuvenil, como saúde mental, impactos da guerra e videojogos. Em 2025, o episódio *FYI Investigates: Disability and Me* venceu o prémio BAFTA TV Awards, na categoria de Programas Infantis de Não Ficção. A sua relevância no plano educacional foi evidenciada no estudo *An Evaluation of the First News Reading Package*, realizado pelo National Literacy Trust (Pabion & Clark, 2015), que avaliou o impacto da utilização do *First News* nas escolas, envolvendo mais de 500 alunos do ensino básico. As conclusões indicam uma evolução nas competências de leitura e no aumento de interesse por leitura de textos não-ficção. O último prémio que recebeu foi em 2025, Niche Market Newspaper of the Year, atribuído a jornais de mercado especializado, “pela sua excelência na produção impressa, design, conteúdo e inovação comercial” (*First News*, 2025, para. 5). Possui um *website* próprio e está presente em várias redes sociais: Facebook, Instagram, X, TikTok, LinkedIn e Youtube.

Outro exemplo da imprensa britânica é a revista semanal *The Week Junior*¹¹², fundada em 2015, para crianças dos 8 aos 14 anos, associada à publicação *The Week* (voltada para os adultos), com cerca de 90 mil famílias leitoras por semana. Além das subscrições individuais, oferece planos de assinaturas e recursos pedagógicos para instituições escolares. No âmbito digital, dispõe de um *website* próprio e está presente no Instagram, Facebook e Youtube. Em ambos os casos da imprensa britânica, observa-se a existência de espaços de participação infantil, através de correspondência de leitores, concursos e reportagens realizadas por crianças. Existe ainda uma versão mais recente da publicação norte-americana *The Week Junior*, que é abordada adiante.

O noticiário *Newsround*¹¹³ da BBC é um dos primeiros noticiários infantojuvenis no mundo – desde 1972 –, destinado a um público dos 6 aos 12 anos (Pereira et al., 2015).

¹¹¹ <https://www.firstnews.co.uk>

¹¹² <https://theweekjunior.co.uk>

¹¹³ <https://www.bbc.co.uk/newsround>

Primeiro passou no canal BBC1 e, de seguida, transitou para o CBBC. Talvez, por isso, seja um dos programas desta natureza mais estudado (Buckingham, 2000; Carter, 2007; Carter et al., 2009; Carter et al., 2021; Messenger Davies, 2007; Matthews, 2003; 2005; 2008; 2009a; 2009b; 2016; Narberhaus Martínez, 2014). Contudo, depois de mais de cinco décadas em exibição, em 2020, cancelou-se a edição da tarde, mantendo-se apenas a emissão diária de manhã. A justificação para esta decisão baseia-se na diminuição da audiência e no aumento do consumo de conteúdos *online* (Carter et al., 2021).

O *Newsround* mantém um canal ativo no Youtube e no TikTok. Possui um *website* oficial atualizado, onde é possível aceder aos episódios e às secções, como “Happy News: Stories that make you smile”; “Strange news: The weirdest stories of the week”; “Join in” (convite à participação das crianças e adultos); “Press Pack” (peças produzidas por repórteres juniores).

No que respeita à oferta televisiva nos países nórdicos, o estudo de Syvertsen et al. (2014) refere que canais como o Barnkanalen (Suécia, desde 2003, atual SVT), o NRK Super (Noruega, desde 2007) e o DR Ramasjang (Dinamarca, desde 2009) possuem mais autonomia editorial, beneficiando-se do apoio estatal e orientando-se mais para o bem-estar público e mediático do que pelo financeiro, tal como acontece em países europeus e nos Estados Unidos.

Na programação infantil do NRK, existe o noticiário infantojuvenil *Supernytt*¹¹⁴ (Lorgen & Sørenssen, 2023) enquanto o SVT Barn transmite o *Lilla Aktuellt*¹¹⁵. Pelo mapeamento é possível encontrar, na Dinamarca, um programa noticioso, o Ultra Nyt¹¹⁶, mas no canal DR Ultra. O serviço público austríaco também aposta num noticiário infantil, o *ZIB Zack Mini*¹¹⁷.

Nos Países Baixos, o serviço de notícias público disponibiliza o noticiário infantil *NOS Jeugdjournaal*¹¹⁸ desde 1981, para um público dos 9 aos 12 anos. Além de ser possível visualizar os episódios na íntegra no *website*, encontram-se várias secções temáticas disponíveis, incluindo uma área dedicada à educação para os media, onde se encontram vídeos dos bastidores do programa, os seus “segredos” e quem são os apresentadores. Está também presente no Youtube, Instagram, TikTok e Spotify. Estudos como o de

¹¹⁴ <https://tv.nrk.no/serie/supernytt>

¹¹⁵ <https://www.svtplay.se/lilla-aktuellt-och-lilla-aktuellt-skola>

¹¹⁶ https://www.dr.dk/drtv/serie/ultra-nyt_7071

¹¹⁷ <https://kids.orf.at/sendung/Profile118/zib-zack-mini>

¹¹⁸ <https://jeugdjournaal.nl>

Molen (2003), van Oijen (2019) e Kleemans & Tamboer (2021) indicam que este programa transparece o cuidado em transmitir as notícias com enquadramentos claros, baseados em valores-notícia e na consideração do impacto emocional nas notícias, recorrendo a “estratégia de consolação”, alternância de temas pesados com conteúdos leves e evitando imagens gráficas.

A Bélgica também apresenta, na grelha de programação televisiva de serviço público, o noticiário *Les Niouzz*¹¹⁹, para um público dos 8 aos 12 anos. Com duração aproximada de seis minutos, é composto por várias rubricas, que abrangem as notícias da atualidade, o aprofundamento de um tema e entrevistas com crianças e peças jornalísticas realizadas nas escolas. Foi criado em 2000 e é transmitido pelo La Trois (RTBF), no bloco infantil do canal. Contudo, a sua presença tem sido reforçada no ambiente *online*, nomeadamente através da adaptação dos conteúdos para as redes Tiktok, Instagram, Facebook e Youtube, reconhecendo-se que o público mais novo tem preferência pelo consumo de formatos curtos e digitais, bem como privilegia apresentadores jovens que adotam uma linguagem informal e próxima¹²⁰ (Prieto-Arosa & d’Haenens, 2025). Os autores apontam que este meio “introduziu funcionalidades interativas e novos formatos de conteúdo para se manter relevante, o que a torna um exemplo útil para analisar a forma como os meios de comunicação social públicos se ligam a públicos mais jovens”, alinhado os seus valores jornalísticos tradicionais. Isto num ambiente digital apelidado de “egocentrismo mediático” (Prieto-Arosa & d’Haenens, 2025, p. 2), onde a tendência dos mais novos é consumir principalmente conteúdo personalizado aos seus interesses, isolando-se de visões diversificadas.

A televisão pública belga transmite ainda, desde 2002, outro programa de notícias para crianças, o *Karrewiet*¹²¹, destinado ao público de língua neerlandesa (flamenga), através do canal Ketnet. O país conta igualmente com a edição *online* do *Le Journal des Enfants*¹²², em circulação desde 1992. É destinado a crianças dos 9 aos 13 anos e aos professores.

¹¹⁹ Este noticiário foi dado como exemplo durante a observação e a entrevista pelo coordenador do *Radar XS*. <https://auvio.rtb.be/emission/les-niouzz-15>

¹²⁰ Pode ler-se sobre este noticiário em “Distribuição e adaptação às novas tecnologias” como exemplo de transição para novas plataformas digitais.

¹²¹ <https://www.vrt.be/vrtmax/ketnet/karrewiet>

¹²² <https://www.lejde.be>

Alemanha tem também uma longa tradição televisiva infantil com o noticiário *Logo*¹²³, do canal público alemão ZDF, com transmissão desde 1989. É transmitido ao fim da tarde para crianças dos 8 aos 12 anos, com duração de cerca de 10 minutos. No *website*, além das várias secções sobre a atualidade e temáticas específicas, exibem-se espaços sobre o espaço de participação do repórter júnior e o funcionamento do próprio programa. Desenvolve ainda parcerias com escolas para a criação de conteúdos e realização de formações em tópicos relacionados com o jornalismo. Apesar de não existirem ligações diretas às redes sociais no *website*, o programa mantém presença no TikTok e Instagram. O conteúdo do *Logo!* tem sido objeto de estudo, apontando-se a sua diversidade temática, linguagem acessível e abordagem de temas complexos para melhor compreensão e reflexão dos mais novos (Krüger & Müller, 2011; Lange et al., 2023), nomeadamente nos campos da política e do ambiente (Ağacı, 2025; Aufenanger, 1990).

O país oferece ainda o jornal semanal *Kruschel*¹²⁴, de 12 páginas, lançado em 2012, para crianças dos 7 aos 11 anos. Para as escolas interessadas na subscrição, existem duas modalidades: projeto escolar com patrocinadores (empresas regionais financiam o jornal) e projeto de sala aula durante seis semanas. O jornal tem ligações ao Facebook e Youtube.

Em 2020, a Finlândia lançou três projetos dirigidos ao público infantojuvenil: os suplementos impressos dos jornais principais *Helsingin Sanomat Juniori*¹²⁵ e *HBL Junior*¹²⁶, bem como o serviço de notícias público online *Yle Mix*¹²⁷, para idades compreendidas entre os 8 e os 13 anos. Embora não tenham sido foco principal dos estudos, destaca-se a produção jornalísticas sob a perspetiva de inclusão cultural e social (Haavisto et al., 2022) e da representação infantil nas notícias (Mustola et al., 2019).

Na Europa, encontra-se ainda o jornal online gratuito *Časoris*¹²⁸ – recebeu, em 2025, o primeiro prémio europeu de inovação social, SozialMarie –, na Eslovénia, fundado em 2015 e destinado a crianças dos 6 aos 12 anos. O jornal disponibiliza no *website* recursos para pais e professores, informações sobre prémios e apoios recebidos, bem como projetos de literacia para as notícias em que se encontra envolvido. Possui ainda uma equipa de jovens jornalistas, que se reúnem mensalmente.

¹²³ <https://www.zdf.de/kinder/logo>

¹²⁴ <https://www.kruschel.de>

¹²⁵ <https://www.hs.fi/lastenuutiset>

¹²⁶ <https://e-junior.hbl.fi>

¹²⁷ <https://areena.yle.fi/tv/ohjelmat/57-bbVK3NDbD>

¹²⁸ <https://casoris.si>

De seguida, apresentam-se seis exemplos de produtos jornalísticos infantojuvenis existentes em França: a revista *Okapi*¹²⁹, *Ijourlactu*¹³⁰, *Le Petit Quotidien*¹³¹, *Mon Quotidien*¹³², *Phosphore*¹³³ e o *Arte Journal Junior*¹³⁴.

O estudo de Boulaire (2018) demonstra como a revista *Okapi*, lançada em 1971, pelo grupo editorial Bayard Presse, destinado a um público dos 7 aos 12 anos, representou o período pós-1968 em França. Atualmente, mantém as linhas editoriais, embora o seu segmento se concentre no público dos 10 aos 15 anos. Desde a sua fundação, “preocupou-se em ouvir os adolescentes e em dar-lhes voz” (Carvalho, 2014, p. 47). Estas têm um espaço próprio, onde manifestam a sua posição e preocupação sobre assuntos, bem como podem formular questões a especialistas. A revista está disponível no Youtube e Instagram. Ainda no grupo editorial Bayard Presse, encontra-se a revista *Phosphore*, lançada em 1981, mas publicada exclusivamente *online* desde 2025, com recursos adicionais, como a aplicação móvel “Give me Five”, que apresenta cinco notícias diárias em cinco minutos, e presença no Youtube e redes sociais. Esta publicação bimestral passou por uma reformulação da sua identidade visual para refletir a energia da faixa etária mais jovem, dos 14 aos 19 anos.

O jornal semanal *Ijourlactu* é também produzido por uma editora, a Milan, que edita outras publicações e livros. O seu propósito de informar e explicar notícias dos adultos para crianças entre os 8 e os 12 anos tem sido cumprido, e “a prová-lo está a cobertura do atentado ao jornal satírico Charlie Hebdo, em Paris, a 7 de janeiro de 2015” (Pereira et al., 2015, p. 383). É atualmente um meio presente em várias plataformas digitais: *website*, vídeo, *podcast* e redes sociais (Facebook, Instagram, TikTok e Youtube). O *website* está dividido por notícias, vídeos, *podcasts* e jogos, além de possuir uma secção para os professores.

O grupo editorial francês Play Bac Presse publica os jornais *Le Petit Quotidien*¹³⁵ (7-10 anos) e *Mon Quotidien*¹³⁶ (10-13 anos). Ambos são diários (de segunda sábado), com oito a 10 páginas, com distribuição digital ou impressa por assinatura domiciliária ou escolar,

¹²⁹ <https://www.okapi.fr>

¹³⁰ <https://www.ijourlactu.com>

¹³¹ <https://lepetitquotidien.playbacpresse.fr>

¹³² <https://monquotidien.playbacpresse.fr>

¹³³ <https://www.phosphore.com>

¹³⁴ <https://www.arte.tv/fr/videos/RC-014082/arte-journal-junior>

¹³⁵ <https://lepetitquotidien.playbacpresse.fr>

¹³⁶ <https://monquotidien.playbacpresse.fr>

sendo utilizados ainda como materiais pedagógicos. Os conteúdos podem também ser encontrados no Instagram, TikTok e Facebook. Apesar da variedade de temas, como atualidade, economia, cultura, ciência e desporto, o estudo de Neys et al. (2022) revela que *Le Petit Quotidien* ainda perpetua as desigualdades de género, particularmente no que respeita à representação desportiva das mulheres, que, embora presente, permanece secundarizada. Em termos de serviço público televisivo, existe, desde 2014, o programa noticioso *Arte Journal Junior*, para crianças dos dez aos 14 anos. Além das atualidades, aborda temáticas diversificadas, responde a questões formuladas pelo público mais novo, revela modos de vida infantis em diferentes partes do mundo e apresenta reportagens mensais produzidas por repórteres juniores.

Itália também é um país com vários meios deste género. Já não tem em exibição um noticiário infantil tradicional em televisão, mas transmite o programa *Green Meteo*¹³⁷, dedicado à abordagem de temas ambientais e meteorológicos de forma acessível para as crianças. Na imprensa, destacam-se a revista *Focus Junior*¹³⁸, associada à *Focus* destinada a adultos, e o jornal online *Rassegna Stampa per Bambini*¹³⁹, com um design gráfico em traço preto.

Por último, destacam-se duas meios noticiosos para criança em Espanha. O programa *InfoK*¹⁴⁰ “foi também inspirado no programa de notícias britânico” (Narberhaus Martínez, 2018, p. 46). É transmitido, desde 2001, pela Televisió de Catalunya, no canal infantil SX3, durante a semana ao fim da tarde. A programação é dividida em duas faixas etárias: S3 (pré-escolar) e X3 (pré-adolescentes). Os episódios estão também disponíveis online, bem como está presente em redes sociais. O *Junior Report*¹⁴¹ é um jornal digital e impresso, que oferece notícias diversificadas da atualidade. Os seus conteúdos podem ser trabalhados como material didático em sala de aula, estando dividido por ciclos escolares. Está igualmente presente nas redes sociais.

Deixando o continente europeu, avança-se para “um dos mais visitados sítios deste género nos Estados Unidos, o *Dogonews*¹⁴², nasceu em 2009, por iniciativa de uma mãe que não encontrava na Internet fontes de informação fidedignas que permitissem aos filhos

¹³⁷ <https://www.raiplay.it/programmi/greenmeteo>

¹³⁸ <https://www.focusjunior.it>

¹³⁹ <https://www.rassegnastampaperbambini.it>

¹⁴⁰ <https://www.3cat.cat/tv3/sx3>

¹⁴¹ <https://junior-report.media>

¹⁴² <https://www.dogonews.com>

acompanhar os temas da atualidade” (Pereira, et al., 2015, p. 380). Atualmente já não se caracteriza pela sua essência noticiosa, mas pelos seus recursos educacionais. Com um percurso semelhante, destaca-se o *News-O-Matic*¹⁴³. Fundado em 2013, com o objetivo de informar as crianças sobre notícias atuais, orienta-se hoje para o apoio a alunos e professores através de experiências de aprendizagem.

No domínio da imprensa norte-americana, o suplemento *New York Times for Kids*¹⁴⁴ é distribuído gratuitamente no último domingo do mês, com o *New York Times* desde 2017, para crianças dos 8 aos 13. O seu design editorial é uma das características distintiva, tendo recebido, em 2021, um prémio internacional de design gráfico e publicidade, o D&AD Awards.

Tal como o caso anterior, a próxima publicação está associada a um título de renome jornalístico. “*TIME For Kids* é uma revista norte-americana de notícias semanal que está direcionada para as crianças até aos 14 anos de idade, que funciona em termos editoriais com a notável revista *TIME*” (Carvalho, 2014, p. 44). Criada em 1995, aborda temáticas diversificadas, como ciência, arte, literatura, tecnologia, política, cultura, história, matemática, religião, desporto e solidariedade social. O seu formato tradicional é impresso, com distribuição semanal para escolas e assinantes individuais. Está igualmente disponível uma versão digital no *website*, com recursos interativos, vídeos, atividades e *podcasts*. De modo a chegar a um público mais vasto, encontra-se presente no Instagram e Facebook. A aposta como ferramenta pedagógica é logo visível na entrada do *website*, onde se distinguem com opções para educadores, famílias e crianças, consoante os graus de escolaridade (da pré-escola ao sexto ano). “A *TIME for Kids* assume o seu valor e marca a diferença ao estruturar a sua produção com o trabalho dos professores, considerando os Parâmetros Curriculares dos Estudos Sociais e dos Estudos Científicos” (Dores, 2021, p. 54). A publicação incentiva o desenvolvimento das competências da literacia financeira com uma secção específica no *website*. A participação infantil é promovida nas peças jornalísticas enquanto repórteres, grupo formado a partir de um concurso anual.

Como referido anteriormente, além da versão britânica, *The Week Junior*¹⁴⁵ existe também nos Estados Unidos. Em termos de produção e divulgação de conteúdos

¹⁴³ <https://www.newsomatic.org>

¹⁴⁴ <https://store.nytimes.com/collections/the-new-york-times-for-kids>

¹⁴⁵ <https://theweekjunior.com>

noticiosos, as duas edições são semelhantes, embora mas a norte-americana apresente um foco maior na participação e na valorização da voz dos seus leitores. Para esse efeito, desenvolve dois projetos: o “Junior Council” (composto por 12 alunos que, acompanhados por mentores, aprendem a refletir sobre questões importantes) e o “Junior Journalist” (programa que torna elegíveis os participantes do primeiro para integrarem a produção de conteúdos). A intervenção destes consultores ultrapassa a esfera da publicação, como demonstrado a 10 de outubro de 2024, quando participaram no programa *Nightly News: Kids Edition* para comentar as eleições presidenciais norte-americanas (Junior Council, 2025). A edição norte-americana *The Week Junior* foi lançada em 2020, tendo-se tornado “a revista com o crescimento mais rápido nos Estados Unidos” (Husni, 2025, para. 3), superando títulos destinados ao público adulto. Lançada durante a pandemia da Covid-19 e num mundo de transformação mundial, marcado por eleições e guerras, “a maioria dos observadores não teria dado qualquer hipótese de sobrevivência à revista. Em circunstâncias normais, a taxa média de sobrevivência de novas revistas é inferior a 20% após quatro anos de publicação” (Husni, 2025, para. 2). Andrea Barbalich, diretora editorial da *The Week Junior*, atribui o sucesso “à forma como apresentamos as notícias e ao facto de o nosso modelo de negócio se basear em assinaturas” (Husni, 2025, para. 42).

*Nightly News: Kids Edition*¹⁴⁶ é uma adaptação do telejornal noturno da NBC (emissora privada), com duração aproximada de 25 minutos, lançado em 2020. Em ambas as versões (adulto e infantil), a apresentação está a cargo de Lester Holt, que adota registos distintos para cada público. Os episódios abordam notícias atuais de diversas áreas e histórias inspiradoras de jovens, sendo lançados, geralmente às quintas-feiras, no *website* do NBC News e no respetivo canal do Youtube. Parte dos conteúdos podem ser também visualizados nas redes sociais do *NBC Nightly News*.

O programa semanal *TeenKids News*¹⁴⁷ distingue-se pela sua longevidade, tendo celebrado, em 2023, o seu vigésimo aniversário. Lê-se no *website* que é produzido pela Alan Weiss Productions, Inc., e que é distribuído por mais de 160 estações de televisão e transmitido por canais educativos a milhares de escolas. Ao longo da sua existência, foi ajustando o seu formato tradicional e migrando para o digital, estando disponível o *website* e as páginas do Facebook, Instagram, Youtube e X. Ao contrário do *Nightly*

¹⁴⁶ <https://www.nbcnews.com/nightlykids>

¹⁴⁷ <https://teenkidsnews.com>

News: Kids Edition, o *TeenKids* é apresentado por figuras mais novas, num formato mais dinâmico de “jovens, para jovens”, com duração de meia hora. Por ocasião da comemoração dos vinte anos, Marilou Yacoub, produtora de programas, afirmou que “estão muito orgulhosos pelo facto de alguns dos nossos repórteres se terem tornado jornalistas profissionais” (*Teen Kids News*, 2025, para.5).

A última oferta norte-americana apresenta um formato distinto de divulgação noticiosa. O *podcast KidNuz*¹⁴⁸ oferece notícias, de segunda a sexta-feira, adaptadas às crianças, abordando assuntos como política, ciência e saúde, desporto e entretenimento. Criada em 2018, por mães jornalistas, é uma organização sem fins lucrativos, sustentada através de doações, patrocínios, parcerias e conteúdos pagos. O *website* revela uma ligação estreita às escolas, através de quizzes diários, recursos pedagógicos e guias de literacia mediática. Verifica-se que, em algumas instituições de ensino, ouvir o *KidNuz* é rotina de início de aula, sendo posteriormente desenvolvido através de debates e materiais formativos que exploram as práticas jornalísticas.

Ainda no contexto de língua inglesa, destacam-se dois outros exemplos de programas de informação televisiva. O primeiro, *Behind the News*¹⁴⁹, tem origem australiana e é considerado um dos mais antigos noticiários infantojuvenis do mundo, em exibição na estação pública desde 1968. O segundo, *CBS Kids News*¹⁵⁰, é um programa de televisão canadiano, que desperta um olhar particular pelo seu design gráfico e pelo inovador anúncio de recrutamento dos “próximos grandes colaboradores”, dirigido a crianças entre os 9 e os 15 anos, formulado no modelo para adultos.

Avançando para a América do Sul, merece ser mencionada a publicação mensal impressa *Gigante*¹⁵¹, lançada em 2021, considerada exemplo de “grande sucesso de jornalismo feito com e para crianças no Uruguai” (Duchiade, 2024, para. 1), ligada ao jornal independente *la diaria*. Este título infantojuvenil incorpora “diversas práticas inovadoras de sua publicação principal [...], em parte, por sua administração como uma cooperativa, por seu investimento em assinaturas digitais e por sua expansão em iniciativas paralelas (Duchiade, 2024, para. 9). O seu conteúdo é dedicado a *soft news*, diferenciando-se pelo

¹⁴⁸ <https://www.kidnuz.org>

¹⁴⁹ <https://www.abc.net.au/btn>

¹⁵⁰ <https://www.cbc.ca/kidsnews>

¹⁵¹ <https://gigantes.uy>

projeto de arte gráfica e pela criação de uma comunidade de conhecimento infantil, que envolve assinantes em projetos, discussões e produção de conteúdos.

O Brasil constituiu o último país registrado. Pela proximidade linguística e pela intervenção da investigadora no COLO – Coletivo de Jornalismo Infantojuvenil¹⁵², este levantamento nacional tornou-se mais acessível. A oferta de meios jornalísticos infantojuvenis tem sido objeto de vários estudos científicos: Arroyo (2017), Doretto (2010, 2015, 2017, 2018); Doretto et al. (2017), Doretto e Generali (2021), Ferreira (2007), Fischberg (2007), Furtado (2013, 2015), Furtado & Doretto (2024), Mello Freire e Massarani (2012), Meneses (2009) e Oliveira (2022). São pesquisas que analisam, entre outros aspetos, as rotinas produtivas, a participação infantil e o papel pedagógico. Muitas aqui indicadas são aprofundadas ao longo da presente investigação.

Por ordem cronológica, enumeram-se os seguintes meios: o suplemento infantil da *Folha de S. Paulo*, a *Folhinha*¹⁵³ (1963, com interregno de 2016 a 2024); a revista *Recreio*¹⁵⁴ (1969, descontinuada em 2018 e revitalizada em formato digital em 2020); o suplemento do *Diário Grande ABC*, o *Diarinho* (1972); a revista especializada *Ciência Hoje das Crianças*¹⁵⁵ (1986); o suplemento juvenil da *Folha de S. Paulo*, o *Folhateen*¹⁵⁶ (1991, com interregno de 2011 a 2023); o jornal *Joca*¹⁵⁷ (2011); o *Jornal da Criança*¹⁵⁸ (2019); o programa de rádio *Radinho BDF*¹⁵⁹ (2020); a revista *Qualé*¹⁶⁰ (2020); e o *Tino Económico*¹⁶¹ (2020), publicação especializada em educação financeira para adolescentes (do mesmo grupo do *Joca*). A oferta brasileira é historicamente significativa e diversificada, vinculada a grupos de comunicação, como o *Diarinho* ou o *Radinho BDF* do grupo de comunicação Brasil de Fato, ou iniciativas privadas, como o *Joca*. Há casos, em que o cenário caracteriza-se com avanços e recuos, como o suplemento *Folhinha*, que, em 2016, deu como terminada a sua versão em suplemento papel, regressando em 2024 como edição mensal, mas no período intermédio entre 2021-2024, apresenta-se como uma página dentro do jornal “mãe”. Entre os elementos mais diferenciadores do contexto brasileiro, em relação ao português, é envolvimento com o meio escolar. Através da

¹⁵² <https://www.coletivocolo.com.br>

¹⁵³ <https://www1.folha.uol.com.br/folhinha>

¹⁵⁴ <https://recreio.com.br>

¹⁵⁵ <https://chc.org.br>

¹⁵⁶ <https://www1.folha.uol.com.br/folhateen>

¹⁵⁷ <https://www.jornaljoca.com.br>

¹⁵⁸ <https://jornaldacrianca.com.br>

¹⁵⁹ <https://www.brasildefato.com.br/programas/radinho-bdf>

¹⁶⁰ <https://revistaquale.com.br>

¹⁶¹ <https://www.tinoeconomico.com.br>

consulta aos *websites* e redes sociais do *Jornal da Criança*, *Joca* e *Qualé*, por exemplo, evidencia-se este vínculo das publicações impressas através de assinaturas, material de apoio, guias didáticos, formações, de modo a trabalhar estes veículos em sala de aula, além das oficinas disponíveis para os alunos.

Por fim, registam-se ainda três iniciativas de *websites* independentes e sem fins lucrativos, que produzem informação atual e global para crianças: a *Yougzine*¹⁶², criada por voluntários e educadores dos Estados Unidos; a *Wadada News for Kids*¹⁶³, associada à Free Press Unlimited; e a *News Decoder*¹⁶⁴, fundada por um ex-jornalista da Reuters.

Após o mapeamento internacional, constata-se que é preenchido por uma diversidade de formatos noticiosos, adaptando-se às mudanças tecnológicas e de consumo dos públicos mais novos, mas mantendo os formatos tradicionais em coexistência. A forte integração escolar pela grande parte destes meios, revela um caminho ainda incipiente em Portugal.

3.4. Síntese final

Pela história do jornalismo infantojuvenil em Portugal, constata-se que os veículos para este segmento têm perdido espaço no mercado. Na atualidade, a produção noticiosa para crianças em Portugal é uma prática sem grande comercialização nem convergência. Os projetos ainda são reduzidos, possivelmente por serem percebidos como exigentes a nível de recursos e pouco rentáveis (Carter, 2021; Doretto, 2014). Os novos projetos surgem mais associados ao campo da literacia mediática e não dedicam especial atenção à produção de notícias “quentes” com vista a informação da atualidade. Em traços gerais, verifica-se a aposta na transição para o digital destes projetos; na produção de conteúdos específicos para as crianças, que são vistas como público ativo e com “voz” própria; na promoção da educação para os media; e no respeito pelos princípios consagrados na Convenção sobre os Direitos da Criança. Contudo, durante o processo deste levantamento de dados, surgiram questões sobre os fundamentos que conduziram a decisões editoriais: As crianças da faixa etária entre os 7 e 12 anos consultam notícias em *website*? Como um meio jornalístico consegue comunicar, de forma eficaz, para um público alargado de crianças e adolescentes, considerando-se as múltiplas infâncias? Ter uma criatura imaginária ilustrada chamada Lumi, constituída por luz, é apelativa para atrair

¹⁶² <https://youngzine.org>

¹⁶³ <https://www.freepressunlimited.org/en/wadada-news>

¹⁶⁴ <https://news-decoder.com>

adolescentes (como é o caso do Sic Explica.me)? Existe uma preocupação efetiva em promover o jornalismo como elemento para a construção social da criança de hoje (e não do adulto de amanhã)? Têm estes projetos força suficiente para, de forma individual, atuarem no campo da literacia mediática? Uma certeza é evidente: são necessários mais estudos focados na produção jornalística infantojuvenil, que envolvam a colaboração entre investigadores e profissionais da comunicação, com o objetivo de responder a estas e outras interrogações.

Em relação ao levantamento no contexto internacional, constata-se que todos estes espaços noticiosos comungam da necessidade de estimular o interesse das crianças pela compreensão do mundo em que vivem e promover os direitos à participação e informação consagrados na Convenção sobre os Direitos da Criança. Em alguns países, a oferta de produtos jornalísticos infantojuvenis é pontual ou inexistente – não foram encontrados exemplos em outros países de língua oficial portuguesa –, e que os estudos científicos sobre a matéria ainda são escassos. Existem algumas organizações europeias de radiodifusão de serviço público que fazem questão de manter a produção infantojuvenil “considerando-a essencial para promover o sentimento de pertença das crianças enquanto cidadãos”, como o *Newsround*, *Jeugdjournaal* e *Logo* (Carter, 2021, p. 352). Contudo, é importante estar ciente de que na Europa, mesmo como serviço público, há países com ausência de tais programas, como é o caso da Albânia (Elvestad, 2019).

Esta recolha permite ainda verificar que a maioria dos veículos manifesta a vontade de coexistir nas novas plataformas digitais para atender às crianças e adolescentes, tirando proveito das potencialidades de cada uma. Além disso, encontram-se distintas opções editoriais e produtivas na forma como se apresentam os conteúdos, evidenciando-se a pluralidade de modelos produtivos dinâmicos que o jornalismo infantojuvenil pode explorar, adaptados a cada contexto em particular. Veja-se o caso do *Nightly News: Kids Edition*, cuja apresentação é feita por uma figura mais adulta, que também apresenta a versão “mais séria” do programa, contrariamente à tendência dos apresentadores mais jovens. Denota-se igualmente uma preocupação com o design gráfico, alguns mais criativos do que outros, como o *New York Times for Kids*, *Ijourlactu* e *Gigante*.

Com base nestes elementos recolhidos, uma análise comparativa dos *websites* decerto que poderia trazer contributos consideráveis para a produção de informação para crianças, bem como para os seus modelos económicos. Verificou-se que alguns praticam soluções interessantes para estudo. Do ponto de vista económico, a criação e manutenção destes

veículos dependem da capacidade financeira das organizações, sendo esta realidade semelhante à observada em Portugal. Neste ponto, concorda-se com a afirmação de Pereira, Fillol e Silveira (2015, p. 378), ao referirem que, apesar de ser responsabilidade de entidades privadas e públicas garantir esta oferta, “consideramos que os media de serviço público têm aqui um papel acrescido”, podendo, para tal, unir sinergias entre os canais públicos e produzir um produto jornalístico integrado, em conformidade com o princípio 17.º da Convenção (UNICEF, 1989).

Tendo em conta o aproveitamento das sinergias dos meios de comunicação e os recursos, poder-se-ia ponderar, no contexto português, a viabilidade de uma iniciativa semelhante à “Estação Criança”¹⁶⁵, promovida pela revista brasileira *Casa Comum* (destinada aos adultos). Em parceria com o COLO - Coletivo de Jornalismo Infantojuvenil, desde 2024, esta revista reserva um espaço com artigos sobre temas centrais da agenda pública para o público infantojuvenil. Em entrevista à *Revista Casa Comum* (2024), Ana Cátia Ferreira, membro-fundadora e coordenadora de Redes e Divulgação do COLO, explica que este é um espaço onde “as vozes das crianças serão ouvidas na construção de todos os textos jornalísticos. Essa é uma parceria comprometida e envolvente em torno da inclusão dos mais novos no jornalismo e na esfera pública”.

Vale a pena anotar mais dois pontos no cenário internacional. A primeira é a parceria entre a revista *The Week Junior* e o noticiário *Nightly News: Kids Edition* (ambos de natureza privada), um exemplo de como dois meios infantojuvenis podem manter uma articulação estratégica. O segundo é a envolvência dos projetos jornalísticos com as instituições escolares e famílias. Alguns destes casos internacionais constituem referências relevantes para possível adaptação e replicação em Portugal.

¹⁶⁵ <https://revistacasacomum.com.br/revista-casa-comum-conta-agora-com-conteudo-para-o-publico-infantojuvenil>

Capítulo IV: Estudos de caso - *Radar XS* e *Visão Júnior*

Sendo fundamental conhecer os dois meios de comunicação estudados, procede-se, neste capítulo, a uma caracterização, com enfoque na história e no contexto de atuação de cada um. De seguida, descrevem-se as plataformas digitais associadas a cada um veículo noticioso. Por fim, o capítulo debruça-se sobre os procedimentos de recolha e interpretação dos dados obtidos, realizados ao longo das distintas fases metodológicas – análise de conteúdo, observação e entrevistas – conduzidas no período de análise da investigação.

4.1. Desenho metodológico

Após a contextualização teórica apresentada, compreende-se a pertinência do tema, bem como a necessidade de estudá-lo e debetê-lo para alcançar conclusões que permitam o avanço no campo do jornalismo destinado às crianças. Nos capítulos anteriores e no início deste realizaram-se etapas essenciais antes da realização do trabalho de campo, tal como foi sugerido por Travancas (2006, p. 100), no contexto específico da etnografia, mas que a investigadora considerou fundamentais para o estudo como um todo:

Como etapa anterior à etnografia propriamente dita, um levantamento bibliográfico sobre o tema, a partir da leitura de clássicos e de outros estudos contemporâneos sobre o assunto e afins. Isso porque o pesquisador precisa estar minimamente ‘iniciado’ no seu tema. Precisa saber o que já se disse e escreveu sobre o grupo escolhido antes de ‘entrar’ nele. Saber quais as dificuldades e os riscos que vai encontrar.

Dada a formulação das questões e dos objetivos apresentados na introdução, considerou-se que o estudo de caso era o caminho ideal a seguir, com procedimentos metodológicos que preenchessem os requisitos para dar as respostas que se procuram, da forma mais objetiva possível. O estudo de casos baseia-se em duas unidades de análise – *Radar XS* e *Visão Júnior* –, sob a perspectiva de Yin (1994, p. 9), que sugere que esta abordagem é

preferencial quando se colocam “questões ‘como’ e ‘por que’ sobre fenómenos contemporâneos, sobre os quais o pesquisador tem pouco ou nenhum controlo”. Nestas situações, o autor da investigação assume um papel interpretativo (Lessard-Hébert, Goyette & Boutin, 1994).

Para Creswell (1998), identificar o caso é um dos desafios do investigador no desenho do estudo. Assim, a preocupação inicial focou-se na seleção representativa dos produtos jornalísticos existentes em Portugal. Respeitou-se a proporção do universo e selecionou-se uma amostra extrema (Bravo, 1992), com a *Visão Júnior* e o *Radar XS*, exemplos únicos nacionais para análise e observação do fenómeno estudado. Esta amostra não contempla apenas o conteúdo apropriado, mas as pessoas-chave (Beaud & Weber, 2007; Yin, 1994), que têm conhecimento sobre o objeto da pesquisa e que podem dar acesso a outros intervenientes com diferentes perspetivas. Embora existam, em Portugal, outros produtos com características informativas dirigidos ao público mais novo, optou-se por limitar a amostra a veículos infantojuvenis generalistas com características jornalísticas identificadas, com formatos (imprensa e televisão) e naturezas (privada e público) diferentes, ambos pertencentes a grupos de *media* nacionais.

Neste cenário, a investigação caracteriza-se como um estudo de casos instrumental, um dos três tipos propostos por Stake (1995, p. 338), utilizado “quando um caso é examinado para fornecer introspeção sobre um assunto, para refinar uma teoria, para proporcionar conhecimento sobre algo que não é exclusivamente o caso em si”. Este último é o tipo que se pretende explorar no presente trabalho. Além disso, foram ainda consideradas as aplicações indicadas por Yin (1994), que sugere pelo menos cinco finalidades: a primeira e a principal é explicar as ligações concebíveis nas intervenções do quotidiano, que são complexas para outras abordagens; a segunda é descrever uma intervenção e o seu contexto real; a terceira é ilustrar tópicos, numa avaliação que ocorre em modo descritivo; quarta é explorar situações em que a intervenção avaliada não possui um conjunto claro de resultados; e a quinta e última é realizar uma “meta-avaliação”, ou seja, um estudo de um estudo de avaliação. Destas finalidades, adota-se especialmente as três primeiras, na medida em que se alinham aos objetivos e à complexidade o fenómeno investigado.

A estratégia de investigação, concretizada por meio de dois estudos de caso, foi desenvolvida por uma combinação de métodos mistos, qualitativos e quantitativos, de forma simultânea (Creswell, 2009) para integrá-los numa conclusão. De acordo com o

investigador norte-americano Yin (1984), a recolha das evidências utiliza seis fontes principais: documentos, registos em arquivos, entrevistas, observações diretas, observação participante e artefactos físicos. O uso de múltiplas fontes de evidência está alinhado com a ideia de triangulação popularizada por Denzin¹⁶⁶ (1989), na década de 70, especificamente com a triangulação de dados. É um dos quatro tipos apresentados pelo autor e que permite, por exemplo, cruzar os dados da observação com os das entrevistas, os que as pessoas dizem em público e em privado, a consistência do que se diz ao longo do tempo e comparar diferentes pontos de vista. Jerónimo (2013, p. 127), na sua tese de doutoramento sobre o ciberjornalismo de proximidade, reforça a importância deste procedimento: “A triangulação de métodos permite-nos ir do dito ao feito. Uma coisa é a percepção dos jornalistas e as construções ‘teóricas’ que vão fazendo sobre o jornalismo, outra o que efetivamente fazem e representam no seu contexto profissional”. Entende-se que a triangulação “designa a combinação de diferentes métodos, grupos de estudo, enquadramentos de espaço e tempo, e diferentes perspetivas teóricas, no tratamento de um fenómeno” (Flick, 2005, p. 231).

Com este procedimento esbatem-se as fraquezas da aplicação de um único método (Patton, 1990; Marconi, 2008), além de responder às críticas feitas ao próprio procedimento metodológico e às generalizações dos estudos de caso (Hammersley, Gomm & Foster, 2000; Yin, 1994).

Após a fundamentação das opções metodológicas, os dados apurados para os estudos de caso em investigação sustentaram-se em três fontes principais, inspiradas na tese de doutoramento de Sousa (1997), sobre o estudo de caso do serviço de fotonotícia da Agência Lusa de Informação. Recorreu-se à análise de conteúdo do noticiário *Radar XS* e da revista *Visão Júnior*, complementada pela observação participante nestes dois meios de comunicação, o que que permitiu realizar observações diretas com conversas informais, o acesso a documentos (planos de edição e gravação ou da publicação e *emails* enviados pelos consultores juniores), a artefactos físicos (provas de cor da revista), registos em arquivos (VTs e edições *online*, lista dos consultores juniores e mapas de distribuição, tiragens e de análises digitais). O estudo ainda acrescentou, às fontes de evidência de Yin (1984), as fotografias e os questionários recolhidos durante a observação. Foram também realizadas entrevistas semiestruturadas aos antigos e atuais

¹⁶⁶ Os outros tipos, apontados por Denzin, são triangulação metodológica, triangulação de investigadores e triangulação de teoria.

coordenadores e editoras dos dois veículos jornalísticos para obter informações adicionais. Através da utilização destas fontes, desempenhando cada uma as suas funções, foi possível reunir “o maior número de informações detalhadas, valendo-se de diferentes técnicas, visando apreender uma determinada situação e descrever a complexidade de um facto” (Marconi, 2008, p. 274). Como aponta Traquina (2001), no livro *O estudo do jornalismo no século XX*, estas abordagens metodológicas têm forte tradição científica nas investigações sobre jornalismo. As entrevistas e questionários recuam às décadas de 30, 50 e 60, tendo sido enriquecidas nos anos 70 com os avanços na pesquisa etnometodológica, que conduziu os académicos aos locais de produção para observação. Por sua vez, a tradicional análise de conteúdo deixou, na década 70, de ter o monopólio na análise dos textos jornalísticos, que passou a ser ocupado pela análise do discurso.

A observação, em particular, revelou-se fundamental para compreender a realidade das redações e do trabalho dos jornalistas. Embora o espaço profissional esteja atualmente híbrido, as redações continuam a ser locais privilegiados para experienciar o estar e o fazer da “tribo jornalística” (Traquina, 2005a). Toma-se a posição de Schlesinger (1980), que argumentou a favor da etnografia ao produzir informação relevante sobre as práticas de trabalho e as ideologias dos produtores culturais (jornalistas), o que não é possível com outros métodos. No presente estudo, a observação participante seguiu a definição de Sousa (1997, s/p), que a descreve como “uma técnica em que o observador imerge no mundo social do grupo estudado, sendo uma modalidade de pesquisa etnográfica”.

Este é, pois, um processo exigente de coerência metodológica, com a articulação entre a questão e os objetivos de investigação com os procedimentos de investigação e interpretação dos objetos, para se assegurar o propósito de validar ou não as hipóteses levantadas na introdução.

Após o desenho do projeto metodológico a ser seguido, surgiu uma nova questão sobre a homogeneidade entre os conteúdos jornalísticos distribuídos de forma tradicional e os textos publicados em suas plataformas digitais. A relevância dessa dúvida, tanto para o enriquecimento do estudo dos casos quanto para o objetivo principal da investigação, levou a investigadora a buscar mais uma resposta adicional e a acrescentar uma terceira hipótese. Para tal, foi realizada uma descrição das plataformas digitais do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, após a caracterização dos objetos de estudo. No entanto, essa descrição não foi aprofundada, uma vez que o pretendido era apenas verificar se existiam conteúdos

jornalísticos com temáticas semelhantes ou similares, mesmo que adaptados à plataforma em questão.

A escolha de um desenho metodológico com várias etapas visou proporcionar a compreensão integral da complexidade, motivação e natureza da produção jornalística destinada às crianças, tanto na televisão quanto na imprensa. Tal abordagem permite ainda sublinhar as semelhanças e diferenças entre ambos os meios, ainda que este estudo não se configure como comparativo, pelo caráter diverso dos veículos estudados. Após a finalização da recolha de dados, o desafio passou a ser a sistematização e sintetização (e não uma mera descrição), de forma clara e precisa, dos numerosos dados obtidos.

No final, acredita-se que, tal como defendia Cootle (2007, p. 1), estas investigações sobre a produção noticiosa e das práticas profissionais “permitem uma compreensão aprofundada da natureza do jornalismo nas sociedades contemporâneas (...) graças a estes estudos de ‘bastidores’, estamos agora todos melhor equipados para compreender o funcionamento normalmente invisível dos *media* noticiosos”.

Ainda antes prosseguir, importa sublinhar dois aspetos. Apesar da investigadora ter experiência profissional como jornalista, antes da observação e das entrevistas, não se conheciam os intervenientes nem qualquer uma das redações; apenas os veículos jornalísticos em leitura e visionamento. Havia uma consciência do ambiente que poderia encontrar enquanto membro da “tribo jornalística”, tendo a perceção do desafio e de que a presença na redação poderia condicionar certos comportamentos, reações e respostas.

Importa ainda referir que, embora não estivesse originalmente prevista na metodologia delineada para este projeto, a investigadora veio a assumir uma experiência direta de observadora da participação da sua filha como repórter e consultora da revista *Visão Júnior* desde 2021 e, posteriormente, como repórter do *Radar XS*. Considerou-se esta uma oportunidade única, sendo incluída como um apêndice específico, devido ao seu valor contributivo para a pesquisa em curso (Apêndice B), pois oferece uma perspetiva valiosa para a compreensão das práticas de jornalismo infantil.

4.2. Caracterização dos casos

4.2.1. *Radar XS*

O *Radar XS* é um telejornal infantil transmitido pela RTP2¹⁶⁷, direcionado a crianças dos 8 aos 12 anos. De acordo com o seu *website*¹⁶⁸ institucional, tem como propósitos:

“incentivar o pensamento crítico e a cidadania. Em estúdio vamos juntar a política e a cultura, a economia e o desporto, a ciência e a literatura infantil, a atualidade nacional e internacional numa linguagem simples e objetiva. Todas as semanas, o Repórter XS sai à rua à procura de histórias, projetos, escolas, pessoas que nos inspirem para alimentar a vossa curiosidade. Queremos ouvir as crianças! Dar voz às vossas dúvidas, esclarecer questões, promover o diálogo e o debate, em casa, na escola, no estúdio, em todo o lado!” (2024).

É, portanto, intenção do programa incentivar os espetadores a tornarem-se participantes informados e conscientes e, ao combinar, temas amplos e diversificados, impulsiona um entendimento integrado da atualidade. Além disso, reconhece a necessidade de adaptar o discurso às crianças, as quais também são tidas em conta na produção do conteúdo.

Em 2023 e 2024, o programa foi transmitido às segundas, quartas e sextas-feiras, às 8h e às 19h, no espaço Zig Zag¹⁶⁹ da RTP2, com repetição ao fim de semana, às 7h na RTP1. Adicionalmente, os episódios estão disponíveis na RTP Play¹⁷⁰ e na RTP Ensina¹⁷¹, permitindo o acesso aos conteúdos a qualquer momento e diferentes contextos (formal, informal e não formal). Este recurso alcançou dimensão internacional, tendo sido utilizado por professores em sala de aula na Holanda e constituído matéria num teste oral.

¹⁶⁷ É o segundo canal da RTP (<https://www.rtp.pt/rtp2>), inaugurado em 1968. Inicialmente chamado Segundo Programa, foi criado para complementar a programação da RTP1, mais generalista, oferecendo conteúdos alternativos. Tornou-se um espaço privilegiado para conteúdos infantis e juvenis.

¹⁶⁸ <https://www.rtp.pt/play/zigzag/p6232/radar-xs>

¹⁶⁹ É um espaço de programação infantil (<https://media.rtp.pt/zigzag/>), que se estreou na RTP2 em 2004, para crianças dos 18 meses aos 14 anos. É também o nome de uma *web rádio* feita para crianças dos 5 aos 9 anos, com rubricas de entretenimento e pedagógicas (<https://www.rtp.pt/play/zigzag/direto/radio>).

¹⁷⁰ É um serviço multiplataforma, disponibilizado como site (<https://www.rtp.pt/play>), aplicação, canal *on-demand* e também de *streaming*, funcionando como repositório dos programas transmitidos nos canais e antenas, mas também com conteúdos próprios.

¹⁷¹ É um portal da RTP, <https://ensina.rtp.pt>, criado em parceria com o Ministério da Educação, com conteúdos *online* sobre os mais variados temas, produzidos pelo serviço público de rádio e televisão, destinados a aluno do ensino básico e secundários, pais e professores.

O *Radar XS* tem presença digital¹⁷² no Youtube, Instagram, WhatsApp e TikTok, embora não disponha de um *website* próprio, estando agregado na programação do Zig Zag.

O episódio de estreia foi lançado a 20 de setembro de 2019 e contou cinco peças jornalísticas em cerca de dez minutos, tendo sido coordenado por Andrea Basílio, também responsável pela programação infantil e juvenil da RTP. A apresentadora, que ainda hoje se mantém em funções, abriu o programa com a notícia da oferta inédita de manuais escolares aos alunos do primeiro ao 12.º ano de escolaridade, enquadrada no acontecimento do regresso às aulas. Além desta notícia, incluiu uma outra sobre imigração (quantas crianças refugiadas chegaram a Portugal e os motivos que as levam a fugir do seu país), greves (o que é e qual é a importância para a sociedade e economia) e Dia Mundial Sem Carros, recorrendo a imagens de exterior e infografias. A última reportagem foi conduzida pela apresentadora em ambiente externo, destacando a história de uma aluna premiada no Chapatô, uma escola profissional. O noticiário fechou com um convite às crianças para interagir, enviando perguntas e sugestões de temas através de *email* ou plataformas digitais. No segundo episódio, foi introduzido mais um formato jornalístico: entrevista em estúdio a uma jovem ativista climática.

Durante a primeira temporada, o *Radar XS* era transmitido apenas à sexta-feira, com um total de 15 episódios, variando entre oito e 18 minutos de duração. As duas primeiras temporadas foram mais curtas, de setembro a dezembro e janeiro a julho. Posteriormente, a duração foi ajustada ao calendário escolar (setembro a julho), com pausa em agosto.

Até dezembro de 2024, o programa conta com sete temporadas e 645 episódios, produzidos por profissionais externos e internos da RTP, incluindo apresentação, edição, realização, coordenação de departamento, coordenação de conteúdos, produção, pós-produção áudio e anotação. O núcleo central do *Radar XS* é composto por cinco elementos: coordenadores e jornalistas multidisciplinares, que escrevem, editam, produzem reportagens de exterior e gerem as redes sociais. A partir do episódio 14 da segunda temporada, o programa passou a integrar linguagem gestual.

Os horários de transmissão sofreram alterações ao longo do tempo. Inicialmente, quando o noticiário era transmitido uma vez por semana, às sextas-feiras, tinha cerca de 15 minutos. Durante a pandemia de Covid-19, passou a estar no ar mais dois dias. Primeiro às 8h30 e depois passou para as 8h, com repetição às 19h. Outra mudança significativa

¹⁷² Pode ler-se sobre a presença digital do *Radar XS* em “Descrição das plataformas digitais”.

foi a transição de um estúdio de cenografia virtual para um físico, em dezembro de 2023 (Figura 1).

Figura 1

Estúdios do Radar XS – primeiro e atual grafismo



Nota. Captura própria (2024)

Como rubrica participativa, destaca-se o “Repórter XS”¹⁷³, de transmissão não regular, que incentiva a participação ativa das crianças na produção de reportagens. Esta iniciativa começou por ser uma parceria com a Rede de Bibliotecas Escolares, que envolvia apenas alunos do 1.º e 2.º ciclos das escolas nacionais e, posteriormente, alargada ao público em geral. Este desafio foi promovido pela estação pública em outros canais e programas, como sucedeu na *Praça da Alegria*, da RTP1. Os participantes vencedores foram convidados a partilhar a experiência de produção jornalística. A 12 de setembro de 2022, estreou-se a rubrica “Línguas de Perguntador”¹⁷⁴, que esteve no ar às segundas-feiras, durante algumas semanas. Esta parceria com a UNICEF – a única colaboração do programa com instituições ou marcas –, convidava todas as crianças a enviar perguntas, visando esclarecer temas *complexos e adversos* e orientar os pais, cuidadores, professores e educadores ao responder às questões mais difíceis levantadas pelas crianças.

Como foi relatado na peça “História” ao longo dos anos, a televisão pública portuguesa tem apresentado diversos programas infantis de entretenimento que marcaram gerações. No entanto, são poucos os conteúdos que se dedicaram especificamente ao formato de telejornal infantil, sem nunca terem a longevidade desejada.

¹⁷³ <https://rbe.mec.pt/np4/ZigZag-Reporter-XS.html>

¹⁷⁴ <https://www.unicef.pt/atualidade/noticias/1%C3%ADnguas-de-perguntador-d%C3%A1-respostas-%C3%A0s-grandes-perguntas-dos-mais-novos>

Para se estabelecer uma relação entre a atuação da RTP, o seu papel na produção de produtos informativos infantis e o *Radar XS*, justifica-se a inclusão neste tópico de breves apontamentos sobre os programas que antecederam o *Radar XS* na RTP, evidenciando alguns pontos que servem os propósitos da investigação.

*O Jornalinho*¹⁷⁵ foi o primeiro noticiário de atualidade a ser exibido entre 1984 e 1987 na RTP, com o slogan “Jornalinho, a informação dos mais novos”. Criado pelo jornalista António Santos, teve como apresentadores Carlos Ribeiro e Manuela de Sousa Rama, que contavam com os bonecos Elias, Horácio e Clementina para animar as notícias, reportagens, entrevistas e sugestões culturais. A escritora Alice Vieira colaborou na escrita de textos e rábulas humorísticas. Já se evidenciava a participação das crianças através do envio de cartas, desenhos e notícias sobre os locais onde residiam. O programa era transmitido aos sábados de manhã e contou com 122 episódios.

Em 2017, para assinalar os 30 anos da despedida d’*O Jornalinho*, alguns colaboradores foram entrevistados para a *Notícias TV* (Azinheira, 2017)¹⁷⁶. António Santos referiu que os ingredientes para o sucesso do programa estavam na excelente equipa de produção e realização, que “eram os melhores da casa”. A equipa evitava a utilização da palavra “criança” – diziam: ‘Há uns amigos da escola de Sacavém que pintaram a escola e Manuela foi fazer a reportagem’ – e tratavam os mais novos de modo próximo e amigável, pois até então “eram sempre tratadas na televisão como se fossem atrasadas mentais”. Manuela de Sousa Rama, também parte integrante da equipa fixa, corroborou essas ideias, afirmando que o jornalista também tem como missão ensinar, explicar, contextualizar e “ao contrário do que se possa pensar, era um trabalho difícil. Não é fácil fazer isso para as crianças. Fazer entender acontecimentos, desmistificar papões...” Passarinho acredita os jornalistas d’*O Jornalinho* “eram uma espécie de pedagogos”, uma visão partilhada por Carlos Ribeiro, que lembra “as enchentes nas escolas” sempre que o saía do estúdio. “Os professores viam em nós uns importantes adjuvantes”, recorda António Santos. *O Jornalinho* era “um programa que se pagava a si próprio e que dava lucro por causa da publicidade e do merchandising”, explica. Questionado sobre se *O Jornalinho* teria o mesmo impacto nos dias de hoje, Carlos Ribeiro demonstrou algumas dúvidas: “Os tempos são outros. Os miúdos hoje têm outros interesses, outras formas de

¹⁷⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=QZ9ANBYwOEo>

¹⁷⁶ Era uma revista semanal do *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias*. Em 2017, a *N-TV* passou a ser uma nova marca digital do Global Media Group, detentor na altura destas duas publicações: <http://www.n-tv.pt>

procurarem informação”. Manuela de Sousa Rama defende que um programa deste género, adaptado às novas realidades, é desejável, porque “os miúdos têm tudo à sua disposição, mas veem na televisão muitas coisas que não devem e não sabem coisas que deviam fazer”.

Após o fim d’*O Jornalinho*, a RTP apostou, dois anos mais tarde, num novo formato informativo. O *Caderno Diário*¹⁷⁷, entre 1989 e 2002, adotava um modelo tradicional do telejornal para adultos, com um apresentador sentado a ler os textos para a entrada das peças jornalísticas. Contou com a colaboração de apresentadores como Pedro Mourinho, Margarida Pinto Correia, Pedro Pinto, Rita Ferro Rodrigues, Rita Fernandes, Sérgio Sequeira, Gaspar Borges e Sílvia Alves. Algumas dessas figuras iniciaram a carreira jornalística nesse noticiário e ainda hoje estão presentes na televisão portuguesa, como é o caso de Pedro Mourinho e Pedro Pinto. Este programa era direcionado para o público infantil entre os 8 e os 14 anos e, para além das notícias retiradas e adaptadas do telejornal principal, era “preenchido com notícias da atualidade, reportagens feitas nas escolas e eventos para crianças e jovens” (Pereira et al., 2009, p. 89), utilizando uma linguagem simples e informal, muito próxima daquela utilizada pelas crianças. O noticiário foi descontinuado em 2002, aparentemente devido à escassez de jornalistas disponíveis para o seu desenvolvimento (Pereira et al., 2009). Este programa fazia parte da Direção da Informação e tinha emissão diária no principal canal do serviço público, a RTP1. Durante a sua exibição, houve também uma versão especial, *Caderno Diário Especial*¹⁷⁸, aos domingos, com a duração de 30 minutos e dividida em duas partes: a primeira apresentava um tema ilustrado por entrevistas e reportagens, e a segunda parte fazia uma síntese dos aspetos mais importantes da semana, incluindo uma abordagem a uma profissão, agenda da semana, videojogos e telediscos.

Passando para a RTP2, de 2004 a 2006, foi transmitido o *Quiosque*¹⁷⁹, um noticiário diário para crianças dos 7 aos 13 anos, apresentado por uma dupla, Pedro Morais Barbosa e Margarida Barreiras, sendo uma mistura entre informação, entretenimento e passatempos. O estudo de Candeias (2005) especifica que as temáticas deste programa focavam mais *fait-divers*, desde concursos excêntricos a acontecimentos inéditos passados em outros locais do mundo, chamando a atenção que este era “o ponto de partida para a

¹⁷⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=IjcGNpxr5v0>

¹⁷⁸ <https://www.rtp.pt/programa/tv/p1226>

¹⁷⁹ <https://arquivos.rtp.pt/programas/quiosque>

contextualização, para o enquadramento histórico ou sócio-económico do país em questão” (s.p.). Entendendo esta faixa etária reúne vivências diferentes, explica-se que no artigo que as estratégias de produção passavam por rubricas de cinema, música, jogos de vídeo e tanto faziam cobertura de uma festa numa escola primária como do Festival Super Rock Super Bock¹⁸⁰, por exemplo. No entanto, o autor do estudo criticou a pouca importância dada às notícias de âmbito nacional. O editor do programa justificou como uma opção editorial para evitar a repetição de conteúdos abordados nos telejornais portugueses, e por acreditar que as crianças, por serem mais universalistas do que os adultos, se interessariam mais por informações de outros países.

Em 2006, a RTP2 estreou o *PICA*¹⁸¹ (Plano de Intervenção em Canal Alternativo). Era um *magazine* cultural com um modelo de programa de ficção, mas com notícias e reportagens à mistura, sobre temas juvenis, como tecnologia, jogos, desporto, música, literatura, cinema e teatro. Teve vários apresentadores, tendo sido o primeiro o ator português Ângelo Rodrigues. Em 2008, foi lançado, o *Mil Gigas*¹⁸², um programa de atualidade informativa para crianças entre os 8 e os 12 anos, que teve duração muito curta. Sucedeu na grelha de programação, em 2010, o *Diário XS*¹⁸³ (Dias & Borges, 2012), caracterizado, pelo próprio canal, como um “conteúdo extra sofisticado” que informa, de uma forma simples, um público, dos 8 aos 12 anos, sobre acontecimentos nacionais e internacionais, de temáticas política, científica, artística, desportista, escolar e meteorológica. Este noticiário surgiu sem apresentadores, apenas com *voz off*, e composto por *hard news* e *soft news*, separadas por vinhetas, fechando com a meteorologia. Foi transmitido diariamente, de segunda-feira a sexta-feira às 17h40 e às 19h45, tendo sido interrompido em 2012. Regressou à programação entre 2014 e 2015, na RTP2, de segunda a sexta-feira, com uma duração de cerca de cinco minutos.

Como se pode verificar, os programas que antecederam ao *Radar XS* foram marcados por avanços e recuos. Algumas das principais alterações incluem o facto de as notícias terem sido transmitidas diariamente, e até com edição especial ao fim de semana, e a mudança do canal principal da RTP1 para a RTP2. Os noticiários infantis também deram protagonismo aos apresentadores ou tinham uma versão apenas com locução.

¹⁸⁰ É um festival de música de verão realizado anualmente em Portugal, desde 1995.

¹⁸¹ <https://arquivos.rtp.pt/conteudos/pica>

¹⁸² <https://www.rtp.pt/programa/tv/p24757>

¹⁸³ <https://www.rtp.pt/programa/tv/p26161>

Como se percebe, os programas noticiosos para crianças ora ganhavam ora perdiam espaço na grelha de programação, em resultado de novas políticas editoriais pelas administrações da RTP.

A sede fica em Lisboa e conta com um centro de produção no Porto e delegações regionais de emissão em Bragança, Coimbra, Castelo Branco, Évora, Faro, Viana do Castelo, Vila Real e Viseu, bem como nos Açores e Madeira.

O *Radar XS* faz parte da extensa família da RTP. É uma empresa do setor público que detém várias marcas de rádio (desde 1935), de televisão (desde 1957) e presença *online* (desde 2011). No serviço radiofónico encontram-se a Antena 1, Antena 2 e Antena 3, juntamente com as estações regionais RDP Açores Antena 1, RDP Madeira Antena 1 e RDP Madeira Antena 3; além da presença internacional da RDP Internacional e RDP África. Na televisão existem quatro canais de sinal aberto: RTP1, RTP2, RTP3 e RTP Memória, dois canais regionais, RTP Açores e RTP Madeira, e dois canais internacionais, RTP Internacional e RTP África. Na esfera das plataformas digitais, como rádio e televisão não lineares, estão presentes os canais RTP Palco, RTP Ensina, RTP+, juntamente com outros, como a Antena 1 Fado, Antena 1 Lusitânia, Antena 1 Memória, Antena 2 Jazz In, Antena 2 Ópera, Rádio Zig Zag e Zig Zag Play. Além disso, disponibiliza aplicações móveis, como APP RTP Play, APP RTP Notícias, APP RTP Palco, APP Zig Zag Play e APP RTP Arquivos. A RTP lançou, em 2011, a RTP Play, e, em 2016, a RTP Arena.

O *Radar XS* nasce, em 2019, da vontade da Direção de Programas da RTP2. Com o slogan “Culta e Adulta”, adotado em 2016, este canal destaca-se por uma programação direcionada para duas audiências distintas: crianças entre os 18 meses e os 13 anos têm acesso a conteúdos educativos, enquanto os adultos contam com programas formativos, conforme descrito no Relatório de Cumprimento das Obrigações de Serviço Público e do Projeto Estratégico¹⁸⁴ (RTP, 2023). O canal oferece um espaço matinal e vespertino dedicado às crianças, com entretenimento e informação, sem mencionar explicitamente o programa noticioso. Na perspetiva de Fillol (2020, p. 163), no seu estudo sobre o *Radar XS*, este *slogan* trata de “enaltecer a condição do adulto face à criança”, como marca superior do canal e um ideal a atingir. Com base nesta investigação, também se chama atenção para a ambiguidade do título do programa: enquanto “radar” transmite a ideia de

¹⁸⁴ <https://media.rtp.pt/empresa/inf-financeira/relatorio-de-servico-publico-relatorio-e-contas>

um aparelho que localiza tudo num raio de distância, o “xs” significa *extra small* (muito pequeno em inglês), fazendo alusão a um radar pequeno, bem como ao tamanho reduzido da estatura física das crianças.

Segundo o mesmo relatório de 2023, a RTP2 manteve na sua grelha cerca de sete horas diárias de programação infantil. Em termos de duração dos programas emitidos, o macro género Infantil apresentou a maior percentagem de horas emitidas, com 28,06%, destacando-se o *Radar XS* como o conteúdo infantil e juvenil emitido e produzido pela RTP, que em 2023 ocupou mais tempo da grelha, com 22 horas e seis minutos. Ao longo da leitura do documento, é curioso verificar que a categorização atribuída ao *Radar XS* não é uniforme, refletindo mais uma vez a ambiguidade pela RTP. Na página 66 lê-se: “Uma parte significativa da emissão infantil foi dedicada a conteúdos educativos e informativos como o noticiário infantil “Radar XS””. Retoma-se na página 70: “A informação para crianças, mais do que nunca necessária nestes tempos incertos, foi assegurada com o *Radar XS* que esteve sempre no ar tentando explicar, contextualizar e esclarecer as notícias mais complexas, incluindo reportagens nas escolas”. Contudo, na página 63, surge numa tabela intitulada “Espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infantojuvenil”, com omissão à natureza informativa. Por sua vez, na página 325, é associado à seguinte descrição: “No entretenimento produziram-se internamente, para os vários serviços de programas, diversos conteúdos, dos quais se destacam”.

É responsabilidade do Estado, de acordo com o Artigo 38.º, n.º 5 da Constituição da República Portuguesa¹⁸⁵, em assegurar um serviço público de televisão. Está também estabelecido na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (LTSAP), aprovada originalmente pela versão n.º 27/2007, de 30 de julho¹⁸⁶, seguindo o modelo de financiamento do serviço público de radiodifusão e de televisão, estabelecido pela Lei n.º 30/2003¹⁸⁷, de 22 de agosto, e o Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão, assinado entre o Estado e a RTP a 6 de março de 2015. O seu modelo de financiamento incluiu a Contribuição Audiovisual (CAV) e receitas geradas por atividades comerciais e publicitárias. O montante da CAV é definido em Orçamento do Estado e pago pelos portugueses como uma taxa associada à fatura de eletricidade. O

¹⁸⁵ <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaoRepublicaPortuguesa.aspx>

¹⁸⁶ <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada-destaques>

¹⁸⁷ <https://www.anacom.pt/render.jsp?categoryId=331740>

financiamento está também contemplado no Orçamento do Estado¹⁸⁸ através do Programa Orçamental da Cultura, na área da Comunicação Social.

O Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e Televisão¹⁸⁹, estabelecido em 2015, com vigência de 16 anos, conforme estabelecido em lei¹⁹⁰, define as obrigações da RTP na prestação de serviços de rádio e televisão de interesse público. O contrato prevê a inclusão de “espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infantojuvenil” (Artigo 10 Alínea e) no Primeiro Serviço de Programas Generalista de Âmbito Nacional (Cláusula 9.^a) e “espaços educativos e de entretenimento diários, destinados ao público infanto-juvenil e que contribuam para a sua formação” (Artigo 10) no Segundo Serviço de Programas Generalista de Âmbito Nacional (Cláusula 10.^a).

O *Radar XS* integra-se neste conjunto de obrigações do segundo canal da RTP, embora não seja especificamente mencionado que os espaços sejam de natureza informativa. Este contrato foi sujeito a um processo de revisão e, em maio de 2023, foi apresentado o *Serviço público de média: Livro branco*¹⁹¹ (Ministério da Cultura, 2023), coordenado por Felisbela Lopes, que identificou a necessidade de adaptar o contrato às novas realidades do consumo, no caso particular das crianças à pluralidade de ambientes digitais mediáticos na atual cultura de convergência. Ponte e Brites (2023), que integraram o grupo de trabalho, apresentaram recomendações que valem a pena sublinhar para este estudo. Destaca-se a criação de um espaço que integre informação noticiosa, com maior intervenção infantil e com uma ligação direta às escolas; a segmentação por três grandes grupos: pré-escolar e início da escolaridade (4-6/7 anos), crianças em idade escolar e pré-adolescentes (8-13 anos) e adolescentes; o distanciamento do conceito de um “Zig Zag sénior”¹⁹²; e a promoção da “capacitação de profissionais pela elaboração de um Livro de Estilo sobre o que é trabalhar com crianças em contextos de produção audiovisual” (Ponte & Brites, 2023, p. 237). De acordo com as autoras, é também crucial que as decisões de produção e programação sejam articuladas com pesquisas recentes ou em curso sobre as práticas de crianças, enfatizando que o serviço público deve promover investigação

¹⁸⁸ <https://www.parlamento.pt/OrcamentoEstado/Paginas/oe.aspx>

¹⁸⁹ <https://media.rtp.pt/empresa/informacao/contrato-de-concessao-publica-radio-etelevisao>

¹⁹⁰ <https://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=958757&utm>

¹⁹¹ <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc23/comunicacao/documento?i=livro-branco-do-servico-publico-de-radio-e-de-televisao>

¹⁹² O Zig Zag é um formato contentor que cobre uma faixa etária alargada com interesses distintos, contudo, as crianças mais velhas não se revêm neste espaço (Ponte & Brites, 2023, p. 239).

qualitativa, performativa e participativa para compreensão destas crianças contemporâneas.

As audiências do *Radar XS* são monitorizadas pela GfK¹⁹³, empresa responsável pela medição das mesmas em Portugal desde 2012. Não é possível a apresentação destes dados, uma vez que não foram disponibilizados pela RTP. Contudo, de modo a apresentar alguns números, tem-se como referência os resultados do *Serviço público de média: Livro branco* (Ministério da Cultura, 2023). Segundo esta publicação, em 2022, a RTP2 registou um 0,9% de *share*, verificando-se uma redução de 18% em relação ao ano anterior; e uma média de 18 mil espetadores, valor inferior em 24% comparando com 2021. “Os maiores consumidores do canal são os indivíduos com mais de 64 aos (41%)” (Ministério da Cultura, 2023, p. 38), sendo que apenas 8% são os mais novos, entre os 4 e os 14 anos, e, por último, com 2% aparecem os jovens dos 15 aos 24. O segmento Zig Zag – no qual o *Radar XS* se insere – obteve 2% de *share* em 2022, com três mil espetadores, os resultados mais baixos desde 2016. A “geração Alpha”¹⁹⁴ (4-14 anos) registou 154 mil espetadores, representando uma quebra de 13 mil espetadores face a 2021 (menos 8%).

Após cerca de 40 anos de emissão, a estação de serviço público de televisão tem sido a única a manter, embora não permanentemente, um noticiário infantojuvenil no ar, uma vez que os canais privados nunca manifestaram interesse na produção de conteúdos semelhantes. Espera-se que o novo contrato de concessão da RTP assegure a continuidade e o reforço de programas como o *Radar XS*, reconhecendo a importância de oferecer jornalismo de qualidade ao público infantil, apesar dos constrangimentos organizacionais e financeiros. Esta oferta não deve ser considerada apenas uma obrigação decorrente do Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão. De igual forma, conta-se que a informação e atualidade infantojuvenil passem a ser mais frequentemente contempladas como objetivos estruturantes da RTP, visando alcançar os mais novos no linear e meios digitais interativos, com envolvimento das escolas e das famílias. Este é provavelmente um dos maiores desafios do contrato e, nessa lógica, deverá igualmente alterar a visão das crianças como um público frágil e o modo como lida com elas.

¹⁹³ Growth from Knowledge é uma empresa de estudos de mercado de origem alemã, criada em 1934.

¹⁹⁴ Esta denominação foi proposta pelo sociólogo australiano Mark McCrindle (McCrindle & Fell, 2020), que utilizou-a para referir as pessoas nascidas entre 2010 e 2024. É a primeira geração inteiramente do século XXI.

4.2.2. *Visão Júnior*

A revista *Visão Júnior* é uma revista mensal portuguesa de informação geral, cujo público-alvo são crianças de 7 aos 14 anos. É a única publicação em papel em Portugal dedicada ao jornalismo infantojuvenil.

O *website* institucional¹⁹⁵, a *Visão Júnior* é descrita como:

A revista é feita para e com os miúdos. Todos os anos, convidamos os leitores que o desejarem a serem nossos consultores. Reunimos com eles, ouvindo as suas ideias, opiniões, sugestões e convidamo-los a participar na própria feitura da revista.

Há várias secções abertas à participação dos leitores, que tanto se podem candidatar a ser jornalistas (entrevistando alguém que desejarem) como podem enviar um texto para publicação ou uma simples anedota.

Nas 52 páginas da VISÃO Júnior, encontra notícias e reportagens sobre temas de atualidade escritos de forma simples e acessível, bem como artigos sobre outros assuntos que interessam a esta faixa etária: animais, ambiente, ciência, desporto, sugestões de atividades para os próprios miúdos, resenhas sobre livros infantis recentemente postos à venda, jogos que estimulam a observação, enigmas, factos loucos e anedotas.

É propósito, portanto, da publicação, não só informar e entreter, mas contribuir para o desenvolvimento de competências de expressão, pensamento crítico e cidadania ativa das crianças. A abertura de secções para participação direta, estimula o envolvimento dos leitores na construção do conteúdo, reconhecendo-os como relevantes no diálogo mediático.

A *Visão Júnior* foi lançada em 2004, durante um período de mudança no setor da comunicação social. Viviam-se o sétimo período da história do jornalismo português, como designou Sousa (2022, p. 275). Iniciado em 1995, foi marcado pela “convergência e fusão” dos grupos dos *media* e pela “sobrevivência dos meios jornalísticos” face ao digital e à web. O jornalismo tinha de encontrar soluções, uma das quais foi o retorno ao a especialidade para captar e fidelizar o público mais novo. Originalmente, a revista aparece como um suplemento promocional especial dedicado às férias da revista “mãe”, a *Visão*.

¹⁹⁵ <https://visao.pt/visaojunior/2022-10-11-nao-conhece-a-revista-visao-junior-veja-a-aqui>

A publicação tornou-se independente em outubro seguinte, graças às mentoras do projeto, a jornalista Isabel Nery e a diretora-adjunta Cláudia Lobo. Ao longo de mais de 20 anos, a publicação manteve-se como referência no mercado jornalístico português, contribuindo para a formação de uma nova geração de leitores. “Temos miúdos [crianças] que nos escrevem a dizer que agora a ‘Visão Júnior’ fica para o irmão mais novo e que eles já leem a ‘Visão’” (Doretto, 2015, p. 110).

Os propósitos da linha editorial da publicação estão devidamente identificados nos seus estatutos e se propõem a informar crianças e adolescentes sobre a atualidade, de modo a fomentar seu espírito crítico e seu hábito de leitura da imprensa. Lê-se no *website* institucional¹⁹⁶:

- “1. VISÃO Júnior é uma revista mensal de informação geral dirigida a crianças e jovens que pretende dar, através do texto e da imagem, uma cobertura dos acontecimentos mais relevantes para estas faixas etárias;
2. VISÃO Júnior respeita os princípios consagrados na Convenção sobre os Direitos da Criança;
3. VISÃO Júnior visa combater a iliteracia, incentivar o gosto pela leitura e pela escrita, e ajudar a formar uma nova geração de leitores de imprensa;
4. VISÃO Júnior quer contribuir para o desenvolvimento de cidadãos ativos, conscientes e participantes;
5. VISÃO Júnior rege-se pelo cumprimento rigoroso das normas éticas e deontológicas do jornalismo e pelos princípios de independência e pluralismo da VISÃO”.

A revista organiza-se em diversas secções, algumas regulares e outras variáveis: “Notícias”, “Curiosidades”, “Factos Loucos”, “Livros”, “Jogos”, “Desporto”, “Animais”, “Tecnologia”, “Solidariedade”, “Ciências”, entre outras. Além destas, existem outras, de carácter jornalístico ou de entretenimento, que promovem iniciativas interativas com os leitores, como os “Passatempos”, “Correio dos leitores”, “Repórter Júnior”, “Miúdos a Votos” e consultores juniores. Segue-se uma breve descrição destes últimos três espaços participativos, para se compreender a sua importância no processo jornalístico e a sua atuação, quando forem mencionados nas posteriores fases metodológicas.

¹⁹⁶ <https://visao.pt/visaojunior/2022-10-11-nao-conhece-a-revista-visao-junior-veja-a-aqui>

A secção “Repórter Júnior” foi criada há mais de uma década, com traços semelhantes aos atuais. As crianças realizavam, para os formatos impresso e digital, reportagens de natureza variada: uma noite no pavilhão do Conhecimento, em Lisboa, um passeio pela aldeia de Sanguinhedo, em Vila Real, um resgate de uma águia de asa doente, as aves de rapina da Tapa de Mafra e os jeans e roupa velha que se transformava em papel, na fábrica Moinho, em Vouzela, por exemplo. Também realizam entrevistas, que, por sua vez, eram feitas a figuras, como humoristas, escritores, atores, músicos, *youtubers*, apresentadores de rádio e jornalistas. A secção já foi identificada como “Enviados Especiais”, mas a partir da edição 216, de maio de 2022, adoptou definitivamente a designação atual. O processo editorial mantém as características até aos dias de hoje, isto é, as crianças propõem os temas e as figuras que gostariam de tratar, através de um *email* próprio para a redação. Elas assumem as funções de jornalistas na realização das entrevistas e, com o acompanhamento e edição da equipa de profissionais, têm os seus textos publicados.

No artigo da investigadora, em coautoria com Doretto (2024, p. 17), “O que perguntam as crianças-repórteres? Visões de mundo e participação no jornalismo infantojuvenil”, conclui-se que através desta secção “o ambiente tradicional do jornalismo impresso continua a ser um espaço para iniciativas participativas” e que a *Visão Júnior* é um dos poucos veículos a apostar na relação entre a produção jornalística e as crianças cidadãs ativas em Portugal.

A iniciativa “Miúdos a votos”, lançada em 2016, é um evento anual de cariz nacional que envolve escolas, públicas e privadas, a Rede de Bibliotecas Escolares e vários órgãos governamentais para a eleição dos melhores livros do primeiro ciclo de escolaridade ao secundário (este último apenas desde 2019). Durante meses, notícias e reportagens de escolas enchem páginas da *Visão Júnior* com relatos das *candidaturas, das campanhas eleitorais e das votações, cujas* “atividades simulam todas as etapas do processo eleitoral português” (Mata & Bridi, 2023, p. 5).

O culminar desta iniciativa chega no dia da festa final, realizada na Fundação Calouste Gulbenkian, para serem conhecidos os resultados dos “livros mais fixes” em cada categoria. Este projeto tem crescido anualmente, com mais de 118 mil participantes em relação aos cerca de 53.500 de 2017, de acordo com dados da Pordata (base de dados estatísticos oficiais de Portugal) exibidos durante o evento de 2024. Este é um projeto

direcionado ao incentivo à leitura, à literacia mediática e política e à participação democrática.

Por fim, “queres ser consultor da *Visão Júnior*?” é o convite que anualmente a *Visão Júnior* faz aos seus leitores. Como principais tarefas, os consultores devem dar as suas opiniões sobre as capas, sugerir temas a serem tratados e a participarem nas reuniões. Estas atividades estão descritas no Apêndice B, como parte da experiência da investigadora como observadora da participação da sua filha como repórter e consultora da revista *Visão Júnior* desde 2021.

A investigadora apurou, durante a observação, junto de editora da *Visão Júnior* que a taxa de sucesso de participação nem sempre é a desejada. A editora explicou que “geralmente respondem aos nossos *emails* (com pedidos e de avaliação de temas e capas), mas a adesão depende se estão em período de testes e do dia e da hora em que os enviamos”.

Num levantamento feito pela investigadora no decorrer do presente estudo, registou-se, em 2024, o maior número de participantes desde 2021, apesar de não variar significativamente. Totalizaram-se 39 consultores, divididos entre 23 meninas e 16 meninos. A diferença entre géneros nos anos anteriores foi muito expressiva, com mais de 50% de consultoras femininas. As idades variam entre os 6 e os 14 anos, com maior concentração entre os 9 e os 12 anos. Os participantes residem predominantemente em Lisboa, mas, em 2024, representaram 12 distritos portugueses, o maior número desde o início da iniciativa.

Ao longo dos tempos tem assistido a reformulações gráficas, como se verifica na Figura 2; nomeadamente de logotipo, que acompanharam as iguais atualizações ocorridas na *Visão*. Aliás, há uma identificação gráfica muito semelhante nas capas das duas publicações, apesar de se destinarem a leitores diferentes.

Figura 2

Capas da *Visão Júnior* – primeiro e atual grafismo



Nota. Reprodução própria.

Quanto às características técnicas, a *Visão Júnior* exibe o formato de 20x27 centímetros, impressas a cores e um acabamento agrafado, com 52 páginas (incluindo capa e contracapa). Já foram 64 páginas, mas com a redução das vendas durante o Covid, as publicações do grupo ficaram mais pequenas. A capa mantém elementos obrigatórios e fixos, que se repetem em todas as edições: nome, logotipo, número de edição, preço, data de publicação e código de barras. Para uma descrição gráfica mais completa da *Visão Júnior*, sugere-se a leitura de “Análise de conteúdo”.

Além do formato em papel, a *Visão Júnior* tem uma versão para *tablet* e um *website* próprio. A sua presença nas redes sociais é no Facebook e no Instagram, com algum dinamismo, mas sem atualização diária e expressão de interatividade¹⁹⁷.

Em 2018, a *Visão Júnior* deixou de estar nas mãos da Imprensa, grupo de comunicação social nacional ao qual pertencia desde a sua fundação, e que detém outras marcas de comunicação, como os canais SIC e SIC Notícias, e o jornal Expresso. Foi adquirida, juntamente com mais onze publicações, pelo grupo Trust in News¹⁹⁸, detido na altura, na sua totalidade, por Luís Delgado. Tornou-se a maior na área do *publishing* em Portugal, integrando marcas como a *Visão*, *Visão História*, *Exame*, *Courrier Internacional*, *Jornal de Letras* e *Caras*. Os títulos têm equipas próprias, apesar de partilharem um tronco comum e alguns departamentos.

Cláudia Lobo assumiu interruptamente a direção da *Visão Júnior* até ao fim de 2023. De seguida, Rui Tavares Guedes passou a diretor e Sara Belo-Luís, a diretora-executiva,

¹⁹⁷ Pode ler-se sobre a presença digital da *Visão Júnior* em “Descrição das plataformas digitais”.

¹⁹⁸ <https://www.trustinnews.pt/index.html>

mantendo-se a restante equipa: a editora (a única a tempo inteiro), a editora gráfica e um conselheiro editorial, um professor primário que auxilia com os conteúdos editoriais. Os restantes elementos envolvidos na produção, divulgação e distribuição da revista são colaboradores externos e internos e de departamentos partilhados com a *Visão*: revisão, fotografia, assinaturas, marketing e publicidade, comercial, entre outros.

A distribuição é feita em banca em Portugal continental e insular e por assinatura semestrais (em papel) e anuais (papel ou digital), com preços promocionais. Existem ainda campanhas de aquisição deste título em papel juntamente com a *Visão* (papel e digital). Até à edição de setembro/outubro de 2024, o custo era 3,40 euros, tendo subido 10 cêntimos nas últimas edições do ano.

A TIN deixou de ser associada à Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT) desde 2023; por isso não é possível a apresentação de dados atuais das tiragens, circulação e distribuição da *Visão Júnior*. Em resposta ao pedido por parte da investigadora, a direção da *Visão Júnior* mencionou não os ter disponíveis. Esta informação não foi a expetável, pois o que se verificou na observação é que o departamento de distribuição enviava, mensalmente, um relatório com o número das vendas efetivas e por pontos de vendas à direção da revista. Em consulta à ficha técnica da publicação, apenas se consegue saber a tiragem. Por exemplo, no último mês de análise do estudo, em julho de 2024, foi de 6.500 exemplares. Na última edição do ano, a de novembro/dezembro, houve uma redução 600 unidades.

De acordo com o relatório de estágio de Carvalho de 2014, a revista tinha uma tiragem que oscilava entre os 23 e 27 mil exemplares mensais. Contudo, no relatório de estágio de Dóres, com data de 2021, indicava-se uma quebra significativa. Apesar de, em 2020, a revista ter tido uma tiragem que rondou os 10 mil exemplares, assistiu-se, em termos de audiência média, uma redução do número de leitores, “passando de 1% na 1.^a vaga de 2019 para 0,7% na 1.^a vaga de 2020 e de 1,5% na 2.^a vaga de 2019. Para 0,6% na 2.^a vaga de 2020” (Dóres, 2021, p. 63). A autora coloca a possibilidade de estas alterações estarem relacionadas com o facto de a revista ter em agenda temas repetidos ao longo das edições e de não abordar assuntos de grande importância, como o racismo e identidade do género.

Apesar desta limitação, apresentam-se na tabela 1 os dados relativos a 2022, fornecidos pelo boletim informativo da APCT¹⁹⁹. Figuram igualmente os valores de 2021, pois, mesmo não cobrindo o período de análise de 2 de janeiro de 2022 a 31 de julho de 2024, são relevantes para se estabelecer uma comparação.

Tabela 1

Tiragens, circulação e distribuição da Visão Júnior em 2022

	Indicadores	Total 2022	Total 2021	Comparativo dos anos
Circulação impressa	Número de edições	12	12	
	Tiragens	7.375	8.942	-18%
	Vendas em banca	1.482	1.848	-20%
	Assinatura em papel	3.695	4.373	-16%
	Vendas em bloco	15	9	6%
	Ofertas	260	158	65%
	Circulação impressa paga	5.192	6.230	-17%
	Circulação impressa total	5.452	6.388	-15%
Circulação digital	Vendas digitais	0	0	-
	Assinaturas digitais	495	452	10%
	Assinaturas digitais bonificadas	45	124	-64%
	Ofertas digitais	381	222	72%
	Circulação digital paga	495	452	10%
	Circulação digital Total	921	798	15%
	Circulação total	6.373	7.185	-11%

Nota. Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação

Verifica-se que o número de exemplares tem vindo a descer, o que aponta para a fragilidade das vendas em banca em contraste com as assinaturas. A queda nas tiragens e na circulação reflete as dificuldades enfrentadas pelo setor e a migração do público para as plataformas digitais²⁰⁰.

Relativamente aos valores médios por região portuguesa e estrangeiro da circulação impressa, em 2022, ilustram-se na tabela 2, dos dados:

¹⁹⁹ Os dados facultados pela APCT foram enviados por *email*, após um primeiro contacto telefónico por parte da investigadora.

²⁰⁰ Pode ler-se mais em “Jornalismo generalizado”.

Tabela 2

Valores médios por região portuguesa e estrangeiro da circulação impressa da Visão Júnior em 2022

Região	Valores	Porcentagem
Angra do Heroísmo	38	0,7%
Aveiro	219	4,01%
Beja	78	1,43%
Braga	275	5,04%
Bragança	47	0,86%
Castelo Branco	73	1,34%
Coimbra	353	6,47%
Estrangeiro	48	0,88%
Évora	53	0,97%
Faro	243	4,45%
Guarda	65	1,19%
Horta	14	0,26%
Leiria	263	4,82%
Lisboa	1.990	36,48%
Madeira	81	1,48%
Ponta Delgada	61	1,12%
Portalegre	31	0,57%
Porto	785	14,39%
Santarém	112	2,05%
Setúbal	219	4,01%
Viana do Castelo	178	3,26%
Vila Real	58	1,06%
Viseu	171	3,13%

Nota. Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação

Verifica-se que a circulação geográfica está distribuída pelas diferentes regiões portuguesas, concentrada maioritariamente em Lisboa e Porto. O alcance internacional pode ser limitado, mas reflete a capacidade da revista de alcançar comunidades portuguesas fora de Portugal.

Nos últimos anos, a *Visão Júnior* tem enfrentado desafios financeiros que se foram agravando e que colocam em causa a sua permanência no mercado. O relatório de estágio de Carvalho de 2014 já evidenciava a falta de investimento por parte do então proprietário, o grupo Impresa, na edição e promoção. Em consequência disso, a saída para a banca da revista tem sofrido atrasos desde maio de 2024 e as últimas edições têm sido bimensais (setembro/outubro e novembro/dezembro).

Contudo, não é apenas este título do TIN, mas todos encontram-se em grande fragilidade e com o futuro incerto, no momento da escrita da tese de doutoramento. Tais problemas culminaram na declaração de insolvência do grupo em dezembro de 2024 (Santos, 2024), após o pedido de adesão ao Plano Especial de Revitalização ter sido negado.

Durante mais de duas décadas, a *Visão Júnior* foi a única revista impressa em Portugal dedicada ao público infantojuvenil e o seu desaparecimento representa a ampliação do “deserto de notícias”²⁰¹ para este segmento etário.

A *Visão Júnior* tem tido uma preocupação em desempenhar funções, além da informativa, de entretenimento e educativas, relacionadas com o desenvolvimento cognitivo por meio de conteúdos que estimulam a criatividade e a reflexão. Este posicionamento contrasta com a instantaneidade do jornalismo contemporâneo, ao privilegiar a contextualização e a relevância dos seus temas.

Considera-se que a preservação de publicações como a *Visão Júnior* e a criação de novos títulos deveria contar com maior apoio governamental e uma mudança em relação à sua integração na educação escolar, como evidenciado em outros países. Não se trata de substituir os manuais escolares, mas de utilizar a revista como um recurso que promove os direitos à informação e a participação das crianças. Além disso, a inclusão deste tipo de ferramentas em ambientes educativos pode ampliar a sua viabilidade financeira.

4.3. Descrição das plataformas digitais dos veículos jornalísticos

4.3.1. *Radar XS*

O *Radar XS* não tem um *website* próprio, funcionando como um subdiretório do Zig Zag, que, por sua vez, está alojado no site da RTP Play. Aqui encontram-se, para visualização de acesso aberto, todos os episódios desde a primeira temporada. De igual modo, há episódios que são encontrados no portal da RTP Ensina como recurso educativo para o ensino básico e secundário. Esta permite a subscrição semanal da *newsletter* por *email*.

De acordo com o atual coordenador-geral João Barreiros, o acesso aos episódios do *Radar XS* no *website* é atualizado automaticamente e os dados de análise são recolhidos pela Conviva, uma plataforma especializada em análise de dados de vídeos.

O número total de visualizações dos episódios do *Radar XS*, no período de 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2023, foi de oito mil, correspondendo a um total de 25,79 mil minutos. Importa sublinhar que estes valores são estimativos do alcance dos

²⁰¹ “Uma comunidade, seja rural ou urbana, com acesso limitado às notícias e informações confiáveis e abrangentes que alimentam a democracia em nível local” (Abernathy, citado em Jerónimo et al., 2022, p. 10).

conteúdos. O episódio 30 da segunda temporada foi o que registou mais reproduções, com 412, ou seja, o número total de vezes que o episódio foi iniciado, quer por visualizações individuais quer por múltiplas do mesmo usuário. Neste caso, o número de assinantes únicos que assistiram a pelo menos uma parte do episódio foi de 231 pessoas, uma métrica relevante para compreender o alcance único do conteúdo. O tempo total de reprodução deste episódio foi de 315 minutos, resultante do somatório dos minutos vistos por todos os utilizadores. É importante notar que este valor é inferior à duração total do episódio, sugerindo que os espetadores não assistiram ao conteúdo na sua totalidade. Comparativamente, o episódio número 18, de 20 de outubro de 2023, teve um tempo total de visualizações de 874,59 minutos; contudo, registou apenas 153 reproduções e 91 assinantes únicos.

Geograficamente, o acesso aos episódios é maioritariamente proveniente de Portugal e deu-se a partir de diferentes dispositivos: web (58%), dispositivos móveis (18%), televisores inteligentes (11%), tablet (8%) e não identificado (5%).

É no canal Zig Zag do Youtube²⁰², com 110 mil inscritos até julho de 2024, que se encontra a *playlist* do *Radar XS*. Dos 2.800 vídeos disponíveis, 155 correspondem a episódios do telejornal para crianças, com o primeiro sendo publicado em setembro de 2019. Desses, 77 vídeos foram publicados durante o período de estudo. Especificamente, 76 vídeos foram carregados em 2022 e o último em 22 de dezembro de 2023, apresentando a estreia do novo cenário, o qual obteve o maior número de visualizações, totalizando 19.504. Contudo, esse vídeo recebeu apenas 10 gostos, em contraste com os 61 gostos do vídeo “Como funciona uma barragem”, publicado a 12 de fevereiro de 2022, que alcançou 4.749 visualizações. O canal foi utilizado para promover o conteúdo jornalístico do programa até o final de 2022; após essa data, não foi mais explorado com esse propósito.

Aponta-se o mesmo cenário para o Facebook. O programa informativo está presente na página do Zig Zag²⁰³, que possui 92 mil seguidores e 85 mil gostos até julho de 2024. Em 2022, foram feitas 112 publicações do *Radar XS* no Facebook, com uma queda para três em 2023 e reduzindo para uma única publicação até julho de 2024. As publicações consistem frequentemente em conteúdos semelhantes aos dos programas, com títulos e

²⁰² <https://www.youtube.com/@rtpzigzag>

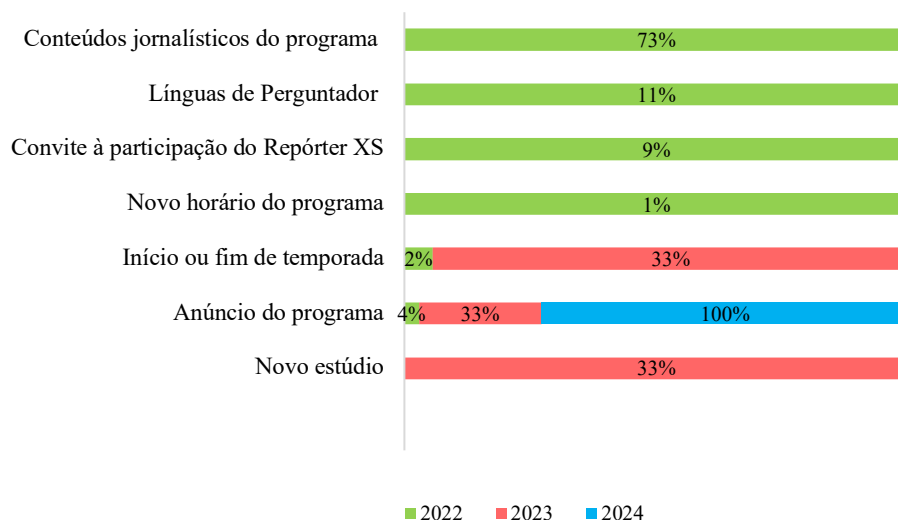
²⁰³ <https://www.facebook.com/zigzagrtp>

vídeos que apresentam imagens reais ou infografias, com links para a RTP Play. Muitas dessas postagens utilizam *hashtags* como “#radarxs” e “#zigzag”.

Conforme apresentado no gráfico 1, a taxa de publicações com matérias jornalísticas retiradas do *Radar XS* foi de 73% em 2022, destacando-se em comparação com outras temáticas. Também foram publicadas informações sobre a rubrica “Línguas de Perguntador” (11% em 2022), o convite para crianças participarem como repórteres (9% em 2022), a divulgação do programa (4%), as datas de início e fim das temporadas do programa (2%) e os horários (1%). Nos anos seguintes, as publicações informativas praticamente desapareceram, com apenas menções sobre as datas de início e fim das temporadas, o anúncio e a estreia do novo estúdio, cada um com 33% em 2023, e um anúncio sobre o programa em 2024, até ao mês de julho. O Facebook do Zig Zag é gerido por outra equipa e provavelmente a redução de publicações referentes ao *Radar XS* se relacione com a migração do programa para a área da Atualidade Jovem que está sob a alçada do departamento de Multimédia.

Gráfico 1

Conteúdos publicados no Facebook do Zig Zag do Radar XS no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

Durante o período de análise de 2022 a julho de 2024, registou-se um total de 992 reações no Facebook (principalmente gostos), 271 partilhamentos e 82 comentários. O vídeo que gerou a maior interação foi “Dia Nacional da Comunidade Cigana”, publicado em junho de 2022, com 710 gostos, 239 partilhamentos e 49 comentários. Em relação

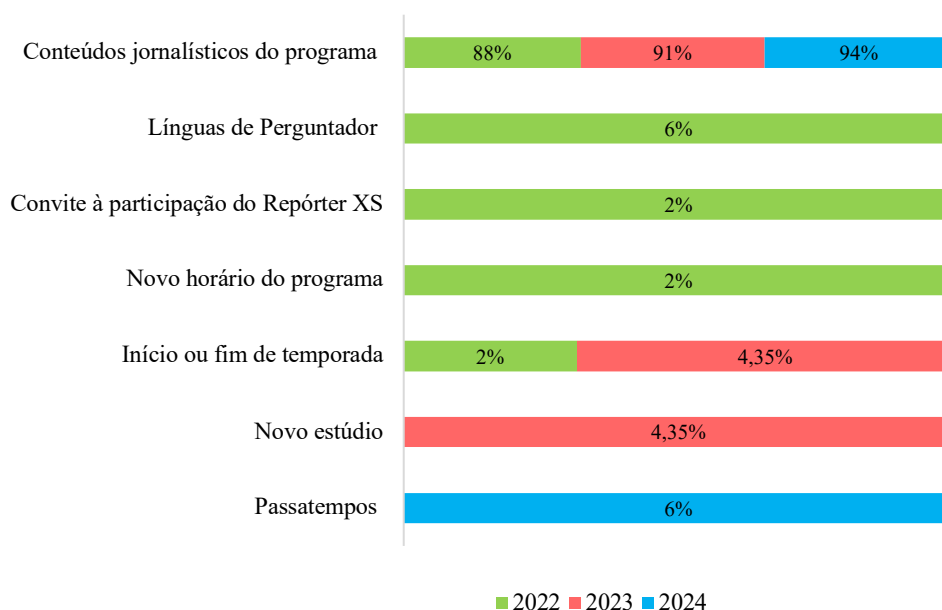
aos comentários, a redação do *Radar XS* dá atenção aos utilizadores e responde às questões e elogios.

Os espaços digitais autónomos do *Radar XS* incluem Instagram²⁰⁴ e TikTok²⁰⁵. Estes são geridos por todos os elementos da equipa, a partir de casa ou da RTP, dependendo do conteúdo que for definido. De acordo com dados obtidos na observação, estas seguem um planeamento e as métricas são consultadas com frequência nas próprias aplicações para avaliar os resultados das publicações.

O Instagram, criado em agosto de 2020, totaliza 218 publicações até o final do período analisado. Particularizando o número de publicações por ano, encontram-se 51 feitas em 2022, 23 em 2023 e 34 até julho de 2024.

Gráfico 2

Conteúdos publicados no Instagram do Radar XS no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

Como ilustrado no gráfico 2, a maioria dessas postagens consiste em conteúdos jornalísticos relacionados aos programas de televisão, incluindo peças com o “Repórter XS”: 88% em 2022, 91% em 2023 e 94% até julho de 2024. Essas publicações frequentemente incluem textos informativos sobre o tema da peça original, adaptados ao público com o uso de *emojis*. Outras categorias de conteúdo, com menor presença,

²⁰⁴ <https://www.instagram.com/radarxs.rtp>

²⁰⁵ <https://www.tiktok.com/@radarxs.rtp>

incluem “Línguas de Perguntador” (6% em 2022), convite para crianças se tornarem repórteres, novos horários e datas de início e fim das temporadas (2% cada em 2022). Em 2023, surgiram dois novos tipos de temas (4,35%), e até o final do período de análise, apareceu um (6%) relacionado com passatempos, incluindo o “Desafio Autor X”.

As publicações no Instagram geralmente utilizam vídeos, exceto em quatro mensagens que apresentam apenas imagens estáticas de um momento da peça. O uso de *hashtags*, como “#radarxs”, é comum, bem como o uso de outras específicas de acordo com o tema. Na “bio” da página está disponível o link à RTP Play, que permite o acesso a todos os episódios do *Radar XS*.

Quanto às interações com os utilizadores, foram registadas 980 em 2022, 649 em 2023 e, com um aumento significativo, 2.177 até julho de 2024. Isso refletiu um aumento no número de comentários na rede social durante o período de análise (35, 66 e 134, respetivamente), assim como nas partilhas (nenhuma, 38 e 94, respetivamente). Os comentários tendem a ser curtos, com emojis e expressões de desabafos e elogios. É de destacar que, em abril de 2024, uma publicação extraída da reportagem sobre uma menina de 11 anos que gosta de andar de skate (episódio 96, 19 de abril de 2024) recebeu 762 gostos e 74 comentários.

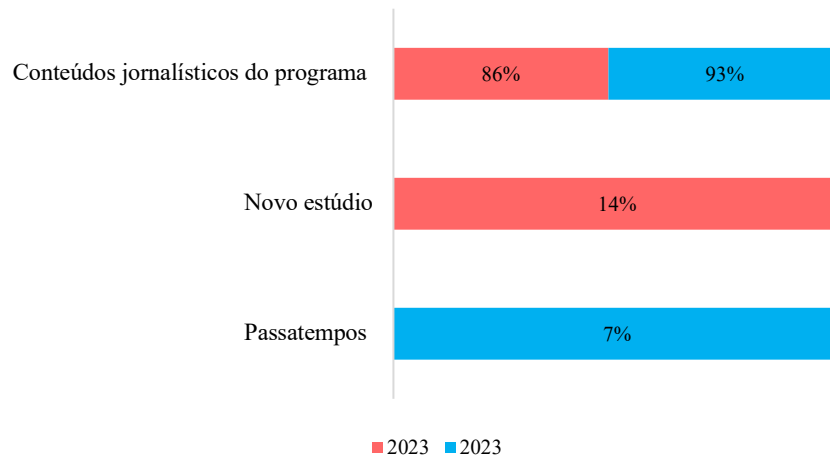
O TikTok é a plataforma mais recente do *Radar XS*, com 2.583 gostos, 115 seguidores e seguindo 54 contas, desde dezembro de 2023 até o final de julho de 2024. O total de publicações é de 35. Apesar de a criação desta conta ser intenção da antiga coordenadora do programa, na prática efetivou-se com a nova direção.

Como ilustrado no gráfico 3, os conteúdos jornalísticos semelhantes ou relacionados à peça original dominam esta plataforma em 2023 (86%) e até julho de 2024 (93%). Outras postagens não relacionadas ao noticiário incluem a estreia do novo estúdio (14% em 2023) e passatempos (7% até julho de 2024).

Observa-se uma correlação entre o conteúdo publicado no TikTok e no Instagram, com divergências nas linguagens verbal e visual, única de cada uma para se dirigirem aos seus utilizadores.

Gráfico 3

Conteúdos publicados no TikTok do Radar XS no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

Apesar de ser um canal recente, as interações no TikTok rapidamente geraram 2.552 gostos, 110 compartilhamentos e 21 comentários. No mês de fevereiro, o canal obteve 1.691 gostos, 12 comentários e 56 compartilhamentos, devido a um trecho da entrevista com o jovem nadador Diogo Ribeiro, que seria exibido na íntegra no episódio 73, de 26 de fevereiro de 2024.

As publicações no Instagram e no TikTok, em sua maioria, apresentam conteúdo jornalístico semelhante aos programas de televisão. A partir de dezembro de 2023, observam-se cuidados na produção exclusiva para esses meios digitais, exigindo diferentes linguagens. Nota-se uma maior periodicidade nas postagens e *stories*, com vídeos e textos mais dinâmicos, utilizando elementos gráficos e cores para estimular a participação e o envolvimento dos utilizadores. Embora as publicações mantenham a essência informativa são exploradas de diferentes perspectivas. Por exemplo, a reportagem sobre a carta de Lourenço, de 10 anos, ao Pai Natal, exibida no episódio 45 a 22 de dezembro de 2023, não só foi motivo de publicação no dia seguinte nas duas plataformas, como rendeu mais duas: uma no dia 19 com pequenos momentos do *making off* da reportagem e no dia 21 com um excerto da peça, ambas para aguçar a curiosidade dos utilizadores e levá-los a assistir ao programa. Outra novidade é o aproveitamento dos convidados em estúdio para criar conteúdos exclusivos para as redes sociais. Por exemplo, Maria Germano Neto, a melhor piloto feminina de karting (episódio 56, de 17 de janeiro de 2024), produziu dois conteúdos exclusivos: um na véspera da entrevista e outro no próprio dia, apresentando curiosidades sobre o karting. Essas inovações refletem

a crescente adaptação do *Radar XS* às redes sociais, demonstrando potencial ainda não totalmente explorado. Trata-se de tornar *crossmedia*, ou seja, a integração de múltiplas plataformas *media* (Erdal, 2007) para transmitir ou complementar uma mesma história ou mensagem. O elemento da multiplataformização do *Radar XS* é mais explorado mais adiante nas entrevistas.

4.3.2. *Visão Júnior*

A *Visão Júnior online*²⁰⁶ está alojada no domínio da *visao.pt*, juntamente com outros títulos do grupo de publicações, o que significa que os dados deste subdomínio devem ser extraídos a partir deste *website*.

Feito o pedido de fornecimento de dados do *website* à diretora-executiva da revista, foi explicado que devido a uma alteração para o serviço da Google Analytics, só estavam disponíveis os dados a partir de 20 de março de 2023 até 31 de julho de 2024, fim do período de análise. Neste cenário, os dados apresentados têm como fonte o Google Analytics, fornecidos pela *Visão Júnior*, e as referências descritivas no *website* são baseadas na análise mensal realizada manualmente pela investigadora, de 1 janeiro de 2022 a 31 julho de 2024. Além disso, as entrevistas e as conversas informais mantidas com membros da equipa durante a observação facultaram dados relevantes.

Através do *web.archive.org* foi possível recuperar algumas versões *online* da *Visão Júnior* desde 11 de março de 2008. Na altura, já estava alojada no domínio da *Visão*²⁰⁷. Através da análise constata-se que a estrutura vai sofrendo alterações ao longo dos anos. Em 2008 observa-se uma configuração simples, com uma coluna central com ligações a conteúdos e, com uma coluna de cada lado, também com ligações às secções e publicidade. Não conta, na altura, com textos jornalísticos nesta plataforma. Na atualização de 13 de março de 2012, a composição da página passa a estar composta por duas colunas: uma central, destinada aos conteúdos segmentados por secções temáticas, e uma lateral mais estreita para anúncios, assinatura da edição impressa e barra com o acesso às secções. Três anos mais tarde, há uma alteração gráfica significativa na página

²⁰⁶ <https://visao.pt/visaojunior>

²⁰⁷ <https://web.archive.org/web/20080311161309/http://aeiou.visaojunior.visao.pt/default.asp?SqlPage=Junior>; <https://web.archive.org/web/20120314200910/http://visao.sapo.pt/junior>; <https://web.archive.org/web/20151122133322/http://visao.sapo.pt/visaojunior>

da *Visão Júnior*. Na atualização de 23 de novembro de 2015, encontra-se um novo cabeçalho, apenas uma coluna central com os títulos em caixas de texto a azul.

A página *online* foi sofrendo pequenas alterações gráficas até chegar ao modelo atual. Durante o período em estudo, que se estendeu de 1 janeiro de 2022 a 31 julho de 2024, o *website* manteve praticamente a estrutura. No topo da página inicial, destacava-se o logótipo central, seguido de uma barra de separadores que permitia o acesso às assinaturas, à edição mensal, à área reservada e à ferramenta de pesquisa. Abaixo, uma segunda barra horizontal apresentava os títulos das publicações da TIN, proporcionando acesso direto, complementada por uma outra, de cor amarela, com ligações específicas para “Visão Júnior” e “Miúdos a Votos”. Na coluna principal e vertical da primeira página, sobressaía um tema mensal acompanhado pela respetiva imagem. As secções subsequentes estavam separadas por um fino ‘filete’ amarelo e devidamente identificadas. No início do período de análise, o *website* contava com 26 secções, caracterizando-se por um elevado volume de conteúdo disponível e exigindo um tempo significativo de leitura e navegação. Contudo, ao longo do tempo, observou-se uma redução na quantidade de conteúdos e o desaparecimento de algumas secções, como: “Sugestões de leitura do Plano Nacional de Leitura”, “História”, “Anedotas”, “Para pais e professores”, “Enigma Cabo Lince”, “Diverte-te em casa”, “Raposa Chama”, “Multimédia” e “Webinar”. As secções que permaneceram ativas durante o período de análise incluíam: “Em banca”, “Notícias”, “Miúdos a Votos”, “Animais”, “Sugestões de livros”, “Passatempos”, “Para pais e filhos”, “Conteúdos patrocinados”, “Receitas”, “Aula Animal com Pedro Lobo Coelho”, “Rimas Desgovernadas”, “7 Dias com os Media”, “Textos dos Leitores” (anteriormente intitulada “Agora falo eu!”), “Escolas Repórter” (que inicialmente ocupava espaço na coluna da direita, mas foi posteriormente movida para a coluna principal), “Newsletters” e a secção dedicada ao período específico do ano, como “Férias de Verão” e “Regresso às aulas”. Na coluna lateral, passaram a figurar apenas as secções “Faz tu” e “Miúdos a Votos”²⁰⁸.

Foi também notado que alguns conteúdos eram repetidos e permaneciam inalterados ao longo dos dois anos e sete meses em análise, ou seja, de 1 janeiro de 2022 a 31 julho de 2024. Embora a parte superior da página inicial fosse atualizada – incluindo o destaque,

²⁰⁸ Pode encontrar-se a explicação da maioria das secções em “Análise de conteúdo”.

a imagem da edição mensal e os textos das principais secções –,verificava-se, ao fazer *scroll*, que o restante conteúdo se mantinha repetido.

Merecem destaque dois aspetos adicionais da estrutura do *website*. No separador “Assine as nossas newsletters”, constavam inicialmente as opções *Visão Júnior*, *Visão* e *Exame Informática*; no entanto, a partir de 2024, passaram a ser sugeridas apenas três opções relacionadas com o título infantojuvenil: “Mensal”, “Especial Verão” e “Os livros da Visão Júnior”. Desde 2023, as janelas pop-up com campanhas promocionais para a assinatura da revista tornaram-se frequentes ao aceder à página principal, sendo acrescentado no ano seguinte um anúncio fixo na coluna direita: “Pede aos teus pais para assinar a Visão Júnior e ganha uma viagem de barco para veres golfinhos!”, acompanhado de um botão “Assinar”, imagens da capa da última edição e uma vista de um barco avistando golfinhos (31 de julho de 2024). Outra novidade desse ano foi a inserção de anúncios publicitários na página principal.

Na lateral direita, é possível ainda consultar a capa da edição em papel – que permite a leitura de um sumário do conteúdo mensal e o acesso a breves notícias de outras publicações da TIN –, o anúncio de agradecimento da “Escolha do Consumidor 2024”²⁰⁹ e um separador “Destaques” com os logótipos de “Miúdos a Votos” e “Faz Tu Mesmo”.

Estes conteúdos têm hiperligações, remetendo os utilizadores para “exclusivos” de notícias da edição impresso, artigos de acesso aberto e os assinantes para a respetiva versão digital (em PDF). As suas autorias e datas de publicação estão identificadas em cada texto, bem como a possibilidade de partilha no Facebook, X (apesar de não ter link associado) e contacto através do *email* e do WhatsApp. Devido à quantidade de conteúdos disponíveis, é exigido ao utilizador um *scroll* sucessivo até chegar ao fundo da página.

No dia da publicação da edição mensal da *Visão Júnior*, o *website* é atualizado com a capa e um artigo com o sumário da edição. Três artigos da edição são destacados na secção “Nas bancas”. A partir de maio de 2024, o *website* passou a disponibilizar dois artigos da revista na íntegra, mas com *paywall*, exclusivos para assinantes. Desde o início de 2024, deixou de estar acessível o artigo destinado à família (agenda do mês) e um outro destinado aos pais.

²⁰⁹ É um prémio atribuído anualmente por este sistema de avaliação e classificação de marcas com base na satisfação e aceitação que geram junto dos consumidores.

Estas são as principais alterações do *website*; a restante estrutura mantém-se regular. De acordo com conversas informais no decorrer da observação, percebeu-se que não há atualizações planejadas ao longo do mês, mas sim quando se justifica publicar ou atualizar uma notícia, como o caso de um acontecimento “quente” que não pode aguardar pela publicação da revista. Antes de 2024, era publicado, pelo menos, um novo artigo por semana. Não há ciclos de atualização regulares, sendo essas feitas pela editora da revista e dependem do tempo e dos meios disponíveis. Essas atualizações ocorrem durante o período de trabalho, a partir de casa ou da redação.

Através dos dados fornecidos, sabe-se que, a partir de 20 de março de 2023, o *website* da *Visão Júnior* teve 952.384 de *pageviews*, 605.906 sessões e o tempo médio na página é de 1:02. A *homepage* é a mais vista e os três artigos mais lidos são procurados por interesses temáticos diferentes: “Conta-me como foi o 25 de abril de 1974”, de 14 de abril de 2016; “Que área devo escolher no 10.º ano”, de 7 de julho de 2021 e “Por trilhos e passadiços: passeios de fim de semana em família”, de 6 de julho de 2023. O acesso é feito majoritariamente a partir de Portugal e pelo género feminino (78%). Este dá-se a partir de dispositivos móveis (78%), desktop (19%) e tablet (3%).

Em termos de presença digital, a *Visão Júnior* está também presente no Youtube²¹⁰, Facebook²¹¹ e Instagram²¹². Pela indisponibilidade total do fornecimento das informações por parte da direção da *Visão Júnior* – disponíveis só a partir de 20 de março de 2023 via META –, a contagem para recolha e análise dos dados foi igualmente feita manualmente pela investigadora, através da consulta às próprias páginas institucionais.

Durante a observação, também foi explicado que as redes sociais da *Visão Júnior* são geridas pela editora, no caso de publicações editoriais, e pelo marketing, no que se refere às campanhas promocionais e à atualização da nova edição impressa quando é lançada nas bancas.

A presença no canal do YouTube é pouco significativa, devido à sua curta e limitada operacionalidade. A data de publicação do primeiro vídeo é 6 de outubro de 2021, com atividade até 27 de novembro do mesmo ano. Embora não faça parte da análise, vale mencionar que, antes dessa data, os vídeos tratavam principalmente dos temas “Miúdos a Votos”, “Festival Visão Fest”, “Rimas Desgovernadas” e atividades. No total, há 33

²¹⁰ https://www.youtube.com/c/VISÃOJúnior_revista

²¹¹ <https://www.facebook.com/revista.visaojunior>

²¹² https://www.instagram.com/revista_visao.junior

vídeos disponíveis, sem interação (gostos, comentários e compartilhamentos). O número de inscritos variou de 126 a 144, chegando a 174 em 2022, 2023 e 2024, respetivamente. Durante o período de análise, há apenas um registo a 22 de janeiro de 2024, com um *webinar* intitulado “Como gravar um *podcast*” com o coordenador da Rádio Miúdos, no contexto dos “Miúdos a Votos”. Não se observa, portanto, uma ligação clara entre a edição impressa e o canal do YouTube. Esta falta de atividade não se equipara ao desempenho das outras plataformas e reflete a falta de estratégia digital da *Visão Júnior*.

O Facebook foi a primeira rede social criada pela *Visão Júnior*, a 19 de abril de 2011, e “dirige-se a pais, professores e leitores da revista (com mais de 13 anos, que tenham permissão para navegar no Facebook)”, como se lê na página. É, portanto, uma página construída a pensar nos adultos, mediadores de informação dos mais pequenos.

No início do período de análise, em 2022, contava com 13.206 seguidores; no ano seguinte, 14.123; e em julho de 2024, houve uma queda para 14.000. Durante o mesmo período, foram publicadas 880 mensagens, com 1.812 gostos, 111 comentários e 903 compartilhamentos em 2022; 784 mensagens, 1.137 gostos, 32 comentários e 683 compartilhamentos em 2023; e, finalmente, 153 mensagens, 198 gostos, 78 comentários e 46 compartilhamentos até julho de 2024.

Não faz parte desta análise detalhar os diferentes tipos de reações associados ao botão “curtir”; portanto, serão incluídas neste registo de atividade as outras reações (como “cara zangada” e “corações”), sendo o ícone de “curtir” o mais utilizado.

As mensagens publicadas no Facebook relacionam-se com os conteúdos jornalísticos da edição impressa – incluem as secções “Repórter Júnior” e “Miúdos Inspiradores” –, e as notícias exclusivas produzidas para o *online*. Estas são apresentadas com um resumo, sem utilizar os títulos originais, devido à limitação de caracteres, e fazem uso de *hashtags*. O elemento multimédia presente nas informações disponibilizadas é geralmente uma imagem. Outro tipo de publicação noticiosa no Facebook recorre a hipertextualidade, remetendo para a leitura do texto no *website* da *Visão Júnior*.

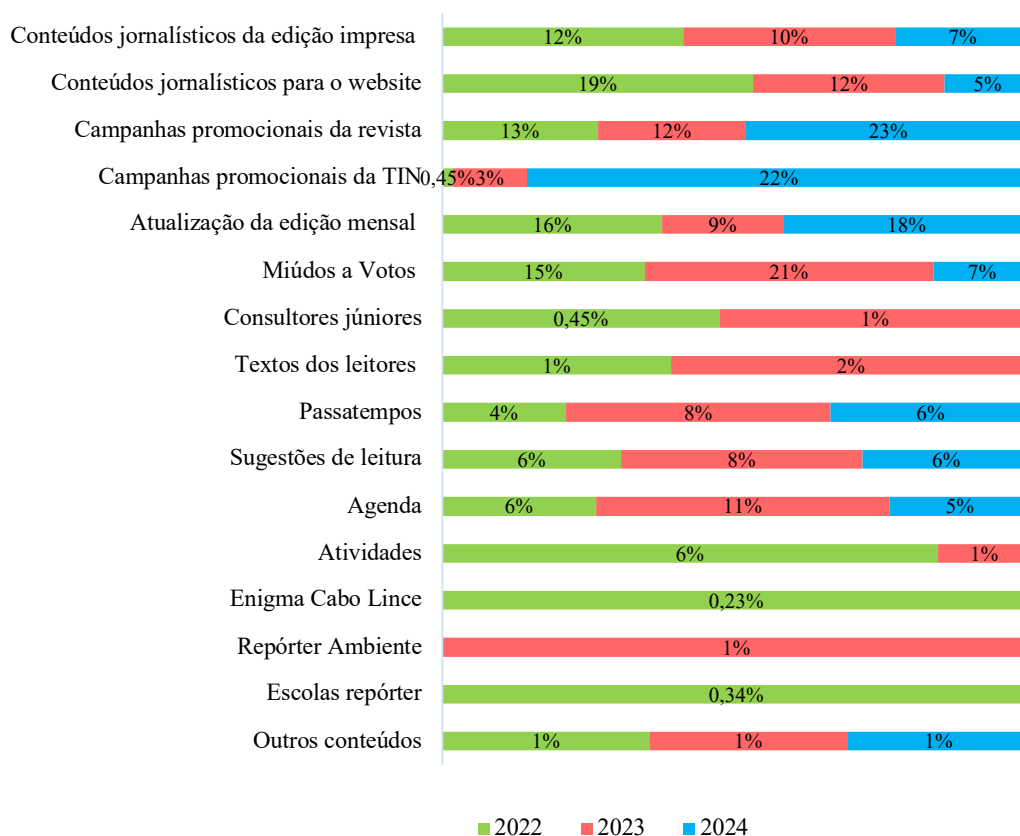
No Facebook, encontram-se outros conteúdos que podem ser divididos da seguinte forma: campanhas promocionais de assinaturas da revista (impresso e digital) e de outros títulos da TIN, atualizações da edição mensal em papel (capa da revista e *banner*), “Miúdos a Votos” (evento e livros a votação), consultores juniores (convite à participação) passatempos, sugestões de leitura, atividades manuais, agenda (sugestões de passeios e

filmes para crianças e famílias), “Enigma Cabo Lince”, textos dos leitores (incluindo as secções “Texto dos Leitores” e “A Minha Terra”), Repórter Ambiente, Escolas Repórter e outros conteúdos (incluindo felicitações de ano novo, greve de jornalistas, prémios recebidos e Visão Fest). Nas edições impressas, também são divulgadas sugestões de livros, atividades e agenda, mas o que importa nesta análise é verificar se há transferência de conteúdo noticioso e a sua relevância para o digital.

Considerando essa divisão temática dos conteúdos, foi possível verificar que matérias jornalísticas, semelhantes ou parecidas, distribuídas de forma tradicional, são resgatadas para o Facebook, e qual a sua proporção em comparação com os outros tipos de conteúdo (Gráfico 4).

Gráfico 4

Conteúdos publicados no Facebook da Visão Júnior no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

Pela visualização gráfica, percebe-se que a similaridade das matérias jornalísticas da edição impressa em relação ao Facebook tem diminuído – 12% em 2022, 10% em 2023 e 7% até julho de 2024 –, em comparação com publicações de outras temáticas. Essa

diminuição também é observada no conteúdo noticioso do *website* replicado nessa rede social, em contraste com as campanhas promocionais, tanto da *Visão Júnior* quanto de outros títulos da TIN, que têm ganho espaço no Facebook. As publicações dedicadas às atualizações das edições mensais em papel, com o uso da imagem da capa, mantiveram-se relativamente constantes: 16% (2022), 9% (2023) e 18% (até 31 de julho de 2024).

Vale destacar dois pontos. O primeiro é o desaparecimento de algumas temáticas (“Enigma Cabo Lince”, “Repórter Ambiente”, “Escolas Repórter”), que, teoricamente, poderiam causar o envolvimento e a participação dos utilizadores ao serem desafiados a enviarem reportagens escritas ou de vídeo. O segundo é a total ausência de secções da edição impressa muito procuradas, segundo o que foi revelado em momentos de observação pela editora, como os “Factos Loucos”, como apurado na análise de conteúdo.

Para obter uma compreensão mais abrangente da realidade desta plataforma digital, decidiu-se incorporar o elemento da interatividade na análise. No entanto, observou-se que as mensagens contendo matérias jornalísticas das edições impressas geram uma interação praticamente nula por parte dos utilizadores, no que diz respeito a gostos e partilhas. A participação dos utilizadores, que se percebe serem de adultos, em comentários limita-se essencialmente a elogios à revista, participação em passatempos e identificação de outros utilizadores. Em 2024, os utilizadores expressam preocupações relativas ao atraso na receção da revista e à falta de resposta por parte da redação.

Pelos dados obtidos pela *Visão Júnior*, em termos de público, a página desta rede social é acedida maioritariamente por mulheres (80,6%), sobretudo com idades compreendidas entre os 45-54 anos e a partir de Portugal (95,4%), especialmente de Lisboa (10,4%), Sintra (2,6%) e Porto (2,5%).

Em comparação com o Facebook, nota-se que a página do Instagram da *Visão Júnior* – criada a 28 de setembro de 2018 – apresenta menor dinamismo no número de publicações e interações. No início de 2022, a página contava com 5.650 seguidores; em 2023, o número subiu ligeiramente para 5.889 e, em julho de 2024, registou 6.210 seguidores. O número de publicações foi de 73 no primeiro ano, 95 no segundo ano e apenas 29 até julho de 2024, totalizando 792 publicações ao longo do período de análise.

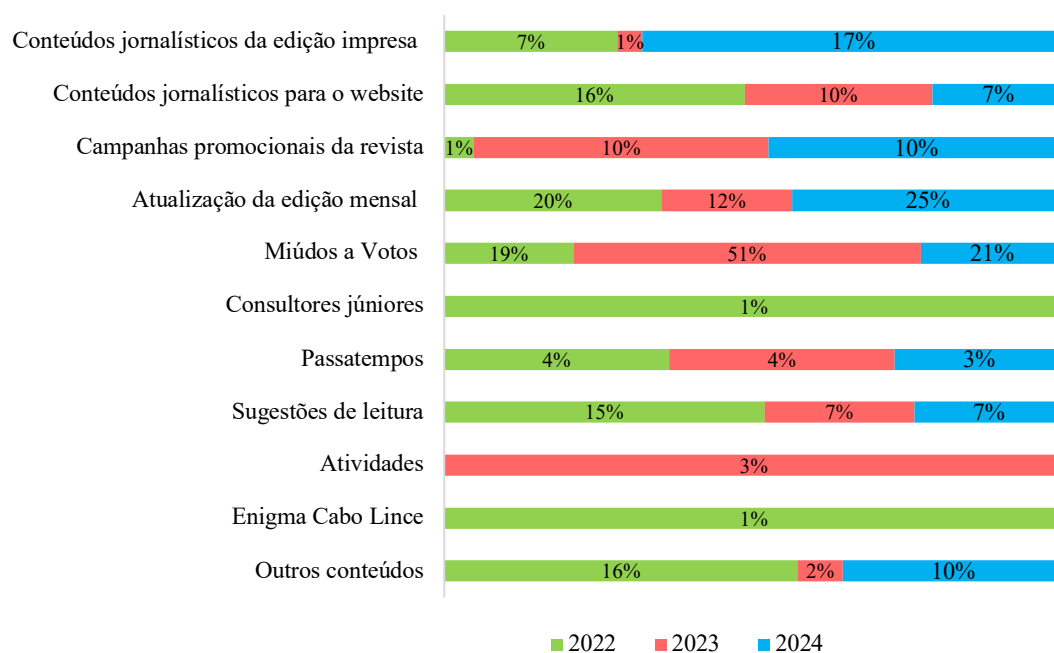
Seguindo a mesma divisão temática utilizada no Facebook, observa-se que nesta plataforma digital há uma ausência de alguns temas e uma quantidade reduzida de conteúdo, o que poderá implicar consequências para a visibilidade e o envolvimento da

revista. As mensagens mais frequentes destinam-se à atualização mensal da revista impressa (20% em 2022 e 25% em 2024) e aos “Miúdos a Votos” (51% em 2023). Conforme ilustrado no gráfico 5, as matérias jornalísticas semelhantes ou relacionadas com a edição impressa representam 7% em 2022, 1% em 2023 e 17% até 31 de julho de 2024. Há, portanto, um crescimento gradual das matérias jornalísticas nesta rede social, mas, em contraste, observa-se uma diminuição das publicações dedicadas aos conteúdos jornalísticos para o *website*, ao longo do período de análise.

As publicações são geralmente acompanhadas de um título e/ou resumo, e, na maioria dos casos, incluem *hashtags*, optando mais frequentemente por fotografias em detrimento de vídeos.

Gráfico 5

Conteúdos publicados no Instagram da Visão Júnior no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

A participação dos utilizadores do Instagram pauta-se pelo número de gostos: 1.833 em 2022, 1.582 em 2023 e 600 até julho de 2024, especialmente atribuídos às publicações sobre o evento e os livros em votação dos “Miúdos a Votos” e às atualizações das edições mensais em papel. Os comentários mantêm a tendência do Facebook, sem se encontrar, por parte de quem gere os perfis das redes sociais, a atenção de responder aos utilizadores.

O público da página do Instagram é igualmente constituído maioritariamente por mulheres (71,3%), mas as idades principais recaem para idades compreendidas entre os 35-44 anos. O acesso dá-se principalmente a partir de Portugal (69,2%), com Lisboa (10,3%), Cascais (2.6%) e Porto (2.6%) como principais cidades.

4.3.3. Síntese final

O objetivo deste tópico é apresentar uma descrição geral das plataformas digitais, sem a pretensão de aprofundar o conteúdo ou debater a produção e o público-alvo dessas plataformas, uma vez que tal análise aprofundada constituiria um outro trabalho. Não estando a produção jornalística do *Radar XS* e da *Visão Júnior* focada no meio *online*, apenas se procurou, nessas plataformas digitais, a existência de conteúdos noticiosos com temáticas semelhantes ou similares, ainda que adaptados ao formato digital em questão.

Após a descrição às plataformas digitais pode-se responder que os veículos analógicos mantém o modelo tradicional dos *legacy media* (Silva, 2024) e ainda não utilizam os canais *online* como complementares para divulgar os conteúdos noticiosos. A produção jornalística digital é concebida como uma extensão secundária dos meios *offline* e os conteúdos são muito semelhantes, sem se explorar o formato, quer do *website* quer das redes sociais, e outras possibilidades interativas e de convergência. Entende-se, por isso, que o *online* é considerado um trabalho à parte nestes dois veículos infantojuvenis praticado em Portugal, o que contraria a ideia de Castells (1999) de que desde a democratização das plataformas digitais, as novas rotinas e a relação com os utilizadores passaram a exigir muito mais atenção por parte dos jornalistas, bem como exemplos internacionais apontados em “Cenário internacional”.

No entanto, nesta abordagem pode-se encontrar um ponto positivo: os dois meios jornalísticos analógicos continuam a ser alternativas tradicionais que permitem às crianças sair da exposição aos pequenos ecrãs e às redes sociais, como exposto no enquadramento teórico.

Todas as edições impressas da *Visão Júnior* foram mencionadas nos canais digitais – *website*, Facebook e Instagram – com exceção do canal no YouTube durante o período analisado. No entanto, o total de semelhança ou parecença entre os conteúdos noticiosos das edições impressas e as plataformas *online* não é muito expressivo. A revista publica essencialmente para a plataforma tradicional, continuando a ser o seu canal privilegiado,

apesar da tendência para o *online* (Cardoso et al., 2024; Marôpo et al., 2021; Menezes, 2024; Pereira et al., 2024; Ponte et al. 2017; Ponte & Batista, 2019; Viagem, 2020).

O Facebook continua a ser a rede social mais utilizada pela revista para alcançar o público mais velho como mediador dos jovens leitores digitais, mas tem perdido dinamismo. Apesar de ser a plataforma com maior quantidade de conteúdo da versão impressa, as publicações muitas vezes repetem-se. A redução das publicações editoriais pode ser atribuída à limitação de tempo da equipa de redação. O espaço desta rede social foi-se tornando quase exclusivamente um repositório de publicações alimentadas pelo departamento de marketing, com campanhas promocionais e atualizações da capa da edição mensal.

A versão digital da *Visão Júnior* está disponível no *website* mediante subscrição paga, mas limita-se a ser uma réplica da revista em papel. Conforme argumenta Santos Silva (2012, p. 302), quando uma publicação impressa é transposta para outro formato deveria ser concebida “uma revista que é, na sua essência, interativa e criada de origem para uma plataforma digital (Internet, telemóveis, redes privadas, iPad ou outros aparelhos)”. Além disso, *Visão Júnior* está a apostar em outro modelo pago, disponibilizando dois artigos no *website* com *paywall*, exclusivos para assinantes.

No caso do *Radar XS*, todos os episódios estão disponíveis no diretório da RTP Play, mas o canal no YouTube, após uma fase de intensa atividade, permanece inativo. Nas redes sociais assiste-se à tendência crescente de número de publicações, sendo sobretudo excertos das peças televisivas. Verifica-se, em contraste com a *Visão Júnior*, que o *Radar XS* tem investido mais nas redes sociais, com mais publicações no Instagram e a abertura de conta no TikTok. Com isto, percebe-se que há uma tentativa de estar presente nas plataformas onde estão os seus potenciais espetadores, como apurado no projeto bYou - Estudo das vivências e expressões de crianças e jovens sobre os media, (Pereira et al., 2024; Pereira & Brandão, 2025).

A aposta do *Radar XS* em canais digitais próprios, afastando-se das plataformas da marca Zig Zag, permite a criação de um espaço independente e a solidificação da sua identidade. No caso da *Visão Júnior*, o trajeto parece seguir o sentido contrário, possivelmente relacionada com a reestruturação de início de 2024 e os condicionamentos decorrentes. Em relação à interatividade, o cenário não é muito diferente. Nem a *Visão Júnior* nem o *Radar XS* ainda não praticam o que Santos (2018, p. 27) destaca na convergência de meios: “O papel do público frente à participação no processo e circulação de conteúdos

mediáticos. Há possibilidade de um ambiente de trocas constantes e aproximações entre os usuários e as empresas de comunicação e seus funcionários”. Isto conduz ao jornalismo participativo, que se abordou na peça do *puzzle* “Participação: Repórteres, fontes e protagonistas”. Em oposição a esta tendência, os veículos tradicionais do *Radar XS* e da *Visão Júnior* continuam a ter um maior peso participativo *offline* do que no *website* e nas redes sociais, como é também verificado nas três fases metodológicas que se seguem. Estes dados também corroboram o estudo de Ferreira e Doretto (2024b), que se debruça sobre o valor da participação infantil no meio tradicional sobre a análise da secção “Repórter Júnior” da *Visão Júnior*.

Pela descrição constata-se diferentes formas de atuação dos dois canais analógicos em coexistência com os digitais. Os processos da *Visão Júnior* e do *Radar XS* são diferenciados, sendo o primeiro de conteúdo estático (impresso e imagens) e o outro dinâmico (áudio e o vídeo). Tal como mencionado no enquadramento teórico, estas características num ambiente *crossmedia*, significam maior complexidade no que respeita à forma como estes conteúdos são republicados *online* (Erdal, 2007).

Apesar de contarem com um atraso na adaptação digital, a *Visão Júnior* e o *Radar XS* estão a tempo de se reinventar para se adaptar à realidade digital numa cultura de convergência (Jenkins, 2006). A utilização das redes sociais e do *website* apenas pelo imperativo de presença digital não parece ser, por si só, uma abordagem sustentável. Além disso, sem planeamento adequado, pode configurar-se como uma armadilha comunicacional, desconsiderando as dinâmicas específicas e as restrições normativas de cada meio.

Para o efeito, considera-se que devem adotar uma estratégia, que deverá passar por um planeamento editorial digital, formação das equipas e uso de ferramentas de gestão e análise de *social media*. É essencial ainda a adaptação e personalização do conteúdo para cada formato específico e a interação com o público, quer seja modelo gratuito ou pago, como as *paywalls*²¹³ (Silva, 2024; Vasconcelos et al., 2024).

Neste ponto, têm de ser feitas reflexões críticas sobre as estratégias adotadas para a comunicação com este público. De acordo com Comentário Geral n.º 25 do Comité dos Direitos da Criança das Nações Unidas (ONU, 2021), as crianças não devem ser excluídas do espaço digital, mas antes protegidas e capacitadas. Contudo, considerando as diretrizes

²¹³ Nas entrevistas é abordada a questão do pagamento por notícias.

da Lei da Proteção de Dados Pessoais do consentimento de uso das crianças no ambiente *online*²¹⁴, as menores de 13 anos não podem estar nas redes sociais. Verifica-se uma contradição entre a produção de conteúdos voltados para as crianças e as restrições que, em diversos contextos, limitam-lhes a presença em determinadas plataformas digitais. Como alternativa, considera-se que a ligação *online* com o público infantil poderia ser mais adequadamente conduzida por meio da consulta a *websites* institucionais como fontes primárias, uma vez que esses ambientes não estão sujeitos às mesmas restrições legais e permitem a produção de conteúdos adaptados, atualizados e voltados para o desenvolvimento de experiências interativas e educativas.

Coelho (2015, p. 139) propõe a seguinte reflexão:

Se a plataforma digital distribui conteúdos jornalísticos produzidos pelas plataformas clássicas, se através dessa distribuição as plataformas clássicas reforçam o contacto com públicos dispersos, e os conteúdos produzidos geram processos comunicacionais que, sem essa distribuição, ao mesmo tempo planetária e específica (dirigida a públicos singulares), não seriam gerados, é porque uns e outros se complementam. Ora, é nessa complementaridade simbólica que devemos buscar o futuro do jornalismo.

No entanto, estes fatores não podem ser isolados de uma realidade sujeita a variações e que passa pela estrutura da empresa, a cultura da redação, as rotinas produtivas e os profissionais envolvidos. Todos condicionam a produção *offline* e *online*. Como assinalado nos subsequentes pontos metodológicos do estudo, nestes dois casos não se trata de estar agarrado às práticas tradicionais e resistir à tecnologia, mas de lidar com as limitações de tempo e a multitarefa em equipas reduzidas.

4.4. Análise de conteúdo

4.4.1. Enquadramento metodológico

A análise de conteúdo é um dos métodos científicos mais aplicados em ciências da comunicação (Sousa, 2006), especialmente para a investigação de materiais jornalísticos. É uma herança norte-americana, do princípio do século XX, com o propósito de analisar e contabilizar elementos de jornais. As principais conclusões do estudo “Análises de

²¹⁴ Pode encontrar-se esta lei em “Construção da infância”.

conteúdo de notícias no século XXI”, de Hendrickx e Pakvis (2022, p. 135), revelam que “os jornais continuam a ser, de longe, o meio mais estudado para a análise de conteúdos noticiosos, apesar da queda mundial dos números de circulação e consumo” e que a maior proveniência continua a ser dos Estados Unidos, Europa Ocidental e do Norte, embora haja uma tendência em crescimento em África e na Ásia. Apesar da presente análise incidir também em um telejornal, confirma-se com este estudo que a análise de conteúdo continua a ser privilegiada nos meios impressos tradicionais.

Bardin (2016, p. 48) define a análise de conteúdo como um “conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam inferir conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens”. Para uma definição mais recente encontra-se a apresentada por Sampaio e Lycarião (2021, p. 6), cuja técnica é “baseada em procedimentos sistemáticos, intersubjetivamente validados e públicos para criar inferências válidas sobre determinados conteúdos verbais, visuais ou escritos, buscando descrever, quantificar ou interpretar certo fenômeno em termos de seus significados, intenções, consequências ou contextos”. Ambas as definições referem as características tanto quantitativas quanto qualitativas da análise de conteúdo, tal como é defendido por Bauer (2003), Sousa (2006), Herscovitz (2007) e Krippendorff (1990), o que não é consensual como se verifica na análise efetuada por Sampaio e Lycarião (2021)²¹⁵.

Considera-se ainda que a análise de conteúdo pode ser aplicada isoladamente ou em combinação com outros métodos, o que é uma vantagem para a sua aplicação (Sousa, 2006). Entre as principais vantagens destacam-se a capacidade de tratar fenómenos com base em critérios sistemáticos, a possibilidade de controlar melhor os suportes materiais e a menor envolvimento interpretativa da investigadora (Quivy & Campenhoudt, 2008). Além disso, segundo Sousa (2006), a expressão numérica dos dados, em tabelas e gráficos, facilita a leitura das conclusões, o cruzamento de informações e reavaliação da investigação. Em contrapartida, o autor assinala limites deste método, tais como o tempo e a dedicação exigidos. Outras limitações incluem a impossibilidade de aferir os efeitos de um discurso e a dificuldade em comparar resultados entre pesquisas que utilizam

²¹⁵ Este estudo indica que autores, como Riffe e Neuendorf, defendem que a análise de conteúdo só analisa dados quantitativos.

categorias distintas. O autor alerta ainda que “uma definição demasiado geral das categorias pode não dar sinal das diferenças entre elas enquanto uma definição demasiado pormenorizada pode impedir generalizações” (Sousa, 2006, p. 351).

A análise de conteúdo pode incidir “sobre mensagens tão variadas como obras literárias, artigos de jornais, documentos oficiais, programas audiovisuais, declarações políticas, atas de reuniões, os relatórios de entrevistas”, que pretendem ser analisadas para construir conhecimento através de forma metódica, profunda e complexa (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 226).

Herscovitz (2007, p. 123) ilustra o valor da análise de conteúdo com a seguinte afirmação:

se uma parte da humanidade desaparecesse amanhã, mas restassem livros, jornais, revistas, vídeos, filmes, CDs e DVDs, arquivos com discursos e cartas e artefactos afins, teríamos o material necessário para interpretar a vida social de uma época. A análise de conteúdo dos media seria um dos métodos mais eficientes para rastrear esta civilização por sua excelente capacidade de fazer inferências sobre aquilo que ficou impresso ou gravado.

Compreende-se a valorização prática da análise de conteúdo na investigação jornalística, permitindo o registo e a compreensão do que se produz. Ainda de acordo com a autora brasileira, este método pode ir mais além e responder a questões sobre critérios de noticiabilidade, géneros e formatos e características de produção. Com base nestas ideias, Herscovitz (2007) propõe que a definição de análise de conteúdo aplicada ao jornalismo seja assim definido:

método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com o objetivo de fazer inferências sobre seus conteúdos e formatos enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação (p. 126).

4.4.2. Procedimentos

Diante do exposto, esta investigação optou pela análise de conteúdo como opção metodológica complementar ao estudo de casos. O objetivo concreto é caracterizar

o noticiário *Radar XS* e a *Visão Júnior* e, através de variáveis quantificadas em frequência, e analisar os resultados dos textos após o processo de produção jornalística. O que se pretende é conhecer aquilo que é oferecido aos leitores e identificar os temas mais abordados, as fontes de informação e a participação das crianças, como repórteres, protagonistas e fontes sobre assuntos de relevância direta para elas. Além disso, esta análise permitiu à investigadora desenvolver bases para a observação da produção das notícias e para realização de entrevistas com os profissionais envolvidos.

Cumprir justificar, antes de avançar, a escolha por Bardin (2016) para sustentar o desenho da análise de conteúdo. Apesar de se tratar de uma referência originalmente publicada na década de 1970, considera-se que o seu modelo de planeamento e implantação de procedimentos continua a ter a capacidade de proporcionar análises consistentes, descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo. A pesquisa de Cardoso e Monteiro (2022) evidencia esta influência ao verificar que, em 223 teses e dissertações em comunicação produzidas no Brasil que recorreram à análise de conteúdo, 132 utilizaram a proposta de Bardin como base metodológica. Esta escolha, contudo, não invalida a importância de outros contributos mais recentes, como os de Bauer (2003), Fonseca Júnior (2011), Krippendorff (1990), Richardson (2008) e Sampaio e Lycaríão (2021) e Wimmer e Dominick (1996). Várias destas abordagens dialogam com pontos da abordagem de Bardin. De igual forma, foi demonstrado pelas definições apresentadas no início deste capítulo, que, apesar do intervalo temporal dos estudos, permanecem traços comuns à análise de conteúdo. Desta forma, tendo em conta a natureza e a quantidade de dados a apurar no presente estudo, decidiu-se seguir o caminho clássico de Bardin para chegar aos resultados e para ser combinado com outros métodos de investigação.

De acordo com a operacionalização do processo apresentado pela autora francesa, dividido em três passos cronológicos, iniciou-se a análise com a fase de pré-análise, realizando uma “leitura flutuante” dos objetos de estudo e constituindo o *corpus* da análise (explicado adiante). Esta fase é muito relevante, pois robustece decisões sobre a pesquisa, incluindo a formulação de objetivos e hipóteses e a definição dos indicadores de frequência, que orientam a exploração do material. A preparação do material envolveu a edição, preparação e codificação dos textos para análise, contemplando a última fase da pré-análise. De seguida, passou-se à exploração do material do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, através da categorização dos conteúdos.

Este estudo optou por enumerar a frequência do recorte do tema como unidade de registo, com base na Teoria da Tematização, apresentada em 1978, pelo sociólogo alemão Niklas Luhmann (Sousa, 2002). Embora o autor se tenha focado inicialmente no sistema político, a teoria foi gradualmente alargada a outros sistemas sociais. Esta fundamenta-se na constatação de que os *media* exercem influência significativa na formação da opinião pública pela seleção e hierarquização de temas importantes, que se vão mantendo recorrentes em determinado período.

A comunicação, conforme defende Luhmann (2005, p. 31), não se pode desviar dos temas, verificando-se o “acoplamento estrutural dos meios de comunicação com outras áreas da sociedade e, agindo assim, eles são tão elásticos e tão diversificáveis que os meios de comunicação, fazendo uso de seus temas, podem atingir cada parte da sociedade”, incluindo o público infantojuvenil. A lógica da tematização aproxima-se, assim, do jornalismo especializado. Segundo esta teoria, o *Radar XS* e a *Visão Júnior*, conscientes do impacto de certos temas, investem na sua promoção e sinalizam uma oferta específica aos seus leitores e espetadores e, conseqüentemente, tentam construir um modelo de opinião pública. A seleção e hierarquização de cada tema para a construção da agenda da revista e do noticiário oferecem às crianças conhecimentos particulares sobre os factos do mundo, oferecendo sentidos sobre os mesmos. Sem esquecer, que essas crianças são igualmente agentes produtores de significados. Contudo, tendo em conta que nem todas as crianças têm acesso a esses veículos, remete-se para o que Sousa (2006, p. 260) designou de “*opinião publicada*, que pode, de facto, não corresponder às correntes de opinião pública”.

Embora esta análise se concentre no tema como unidade de registo, foram contabilizadas outras variáveis de conteúdo, cuja importância se evidenciou na decomposição do programa noticioso e da revista, com a finalidade de buscar mais dados para a análise. Tratando-se de meios de comunicação distintos, não foi possível replicar com exatidão os elementos de análise para ambos os veículos.

Os conteúdos em análise do *Radar XS*, para identificar os tipos de matérias divulgadas, quer pelo texto quer pelo vídeo, classificam-se deste modo:

- Temáticas das matérias noticiosas: enumeração dos diversos temas abordados;
- Tipo de notícias das peças jornalísticas: enumeração das *hard news* e *soft news* (conceitos operacionais definidos adiante) para perceber qual se sobrepõe na construção jornalística;

- Fontes de informação das matérias noticiosas: identificação dos diferentes tipos, para averiguar se as crianças são ouvidas na análise do tema tratado ou se é a voz dos adultos acionada de forma prioritária;
- Tipo de imagens das peças jornalísticas: avaliação do recurso a outro tipo de imagem para identificar como se suportam as notícias.
- Participação das crianças nas matérias jornalísticas: avaliação do espaço dedicado à condição de repórteres, fontes ou protagonistas de notícias para identificar a sua importância na construção noticiosa.

Na *Visão Júnior* submeteu-se a análise para identificar os tipos de matérias divulgadas, quer pelo texto quer pelos destaques de capa:

- Conteúdo total da revista: a análise temática das matérias noticiosas é precedida de uma outra que categoriza o conteúdo total da revista em Conteúdo Noticioso; Entretenimento; Publicidade e outras categorias criadas pela investigadora. Tem como finalidade quantificar as páginas dedicadas ao conteúdo noticioso em relação aos restantes antes de se passar para a sua análise temática;
- Temáticas das matérias noticiosas: enumeração dos diversos temas abordados;
- Fontes de informação das matérias noticiosas: identificação dos diferentes tipos, para averiguar se as crianças são ouvidas na análise do tema tratado ou se é a voz dos adultos acionada de forma prioritária;
- Destaques de capa: verificação se o tipo de destaque é dado a *hard news* ou *soft news* e se a imagem representa crianças ou outros elementos, para identificar os elementos mais escolhidos.

O critério de categorização para todas estas análises é semântico. As categorias, neste caso particular temáticas, funcionam como “gavetas ou rubricas significativas que permitem a classificação dos elementos de significação constitutivos da mensagem (Bardin, 2016, p. 43). Para o efeito, consideraram-se as qualidades que, segundo a autora, constituem um bom conjunto de categorias: exclusão mútua, homogeneidade, pertinência, objetividade e fidelidade e produtividade. A implicação destes fatores no presente estudo assegura que cada categoria abranja todos os elementos de um tema, sem que nenhum seja classificado em mais de uma categoria, respeitando o princípio de classificação. Foi também necessário apresentar definições operacionais de cada categoria, para traduzir os limites da pesquisa, isto é, as regras que especificam as unidades de contexto.

Além do significado de tematização, explanado em cima, passam-se a definir outros conceitos operacionais pertinentes para a presente análise de conteúdo:

- Fontes de informação: É considerada “toda e qualquer entidade que possua dados suscetíveis de seres usados pelos jornalistas no seu exercício profissional”. Podem ser de natureza humana (indivíduos e organismos/instituições), documental ou eletrônica. Além disso, podem ser classificadas como ativas (dão informação sem lhes ser solicitada) ou passivas (apenas quando lhes é pedida); oficiais estatais (como a Assembleia da República), oficiais não estatais (como os partidos políticos e associações), oficiosas (como os assessores de ministros), informais (testemunhas); e ainda por frequência, as regulares ou circunstanciais, e por proveniência geográfica (Sousa, 2006, p. 114).
- *Hard news* e *soft news*: As primeiras são acontecimentos urgentes e “quentes”, que têm de ser relatados no imediato. As segundas são baseadas normalmente em assuntos leves, “frios” e intemporais, ou seja, o jornalista não está sob pressão do tempo para publicar numa determinada data (Shoemaker e Cohen, 2006). São apontadas outras distinções, mas para este estudo segue-se esta categorização tradicional das notícias.
- Peça ou matéria jornalística: É o conteúdo informativo produzido por um jornalista, para comunicar acontecimentos ou informações, num formato adaptado ao meio impresso, televisivo, radiofónico ou digital. Pode variar na extensão e profundidade, com recurso a diferentes géneros jornalísticos e estruturada em função dos critérios de noticiabilidade e dos valores-notícia (Traquina, 2007).

As categorias foram pré-estabelecidas a partir do referencial teórico e com os objetivos da investigação. Contudo, ao longo da análise de conteúdo, foram feitos ajustes contínuos, percebendo-se que nem todas as questões podem ser antecipadas desde logo. Nos dois veículos, foram atribuídas iguais categorias para conteúdos semelhantes e criaram-se outras para conteúdos específicos de cada uma.

Com recurso à quantificação em Excel, obtiveram-se resultados ricos em índices de inferências. Mas, antes de se avançar para o último passo do procedimento de Bardin (2016), que consiste no tratamento dos resultados, inferência e a interpretação, o subcapítulo que se segue descreve a recolha de dados da *Visão Júnior* e do *Radar XS*.

4.4.3. Recolha de dados

Após a constituição da amostra do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, estabeleceu-se uma amostra em função das datas. Esta pretendia-se recente, por isso optou-se por um período de análise de janeiro de 2022 a 31 de julho de 2024, em ambos os meios de comunicação. Inicialmente, o período da investigação previsto estava delimitado entre 1 de janeiro de 2022 a 30 dezembro de 2023, mas, devido a reestruturações internas de ambos os meios de comunicação, que decorreram, coincidentemente, no fim desse ano, decidiu-se prolongar o desenho metodológico. Conforme explicado na observação, o maior impacto das alterações foi sentido nessa fase metodológica, mas em consequência, a análise de conteúdo acabou por sentir efeitos.

4.4.3.1. Radar XS

Devido à ampla extensão de material a ser analisado – 350 episódios no período delimitado (92 da quarta temporada, 138 da quinta e 128 da sexta) –, e visando evitar uma disparidade significativa com o *corpus* da *Visão Júnior*, optou-se por selecionar uma amostra composta de 29 episódios, compreendida entre 3 de janeiro de 2022 e 24 de julho de 2024. A amostra teve a seguinte distribuição: um episódio na segunda semana de janeiro, à segunda-feira; um na terceira semana de fevereiro, à quarta-feira; um na quarta semana de março, à sexta-feira; e assim por diante. Esta estratégia de amostragem inspira-se no modelo de “semana artificial” proposto por Bauer (2003), que também se pode expandir para uma quinzena ou mês artificial, garantindo-se uma variedade representativa de episódios, ao longo de um extenso período e uma distribuição equitativa dos dias do mês. Fonseca Júnior (2011, p. 293) destacou que “entre os tipos de amostragem mais comuns em análise de conteúdo encontram-se a ‘amostragem não probalística de semanas compostas’ e a ‘amostragem probalística de semanas compostas’”. Neste caso, escolheu-se a primeira abordagem, organizando-se o calendário em meses, apontando as semanas e os dias de referência específicos, com início no primeiro dia da análise, incluindo o domingo, e assim sucessivamente. O *corpus* do *Radar XS* totalizou 29 episódios, correspondendo a uma duração de análise de 226 minutos e 34 segundos. Mesmo com as pausas sazonais nas transmissões, a contagem das semanas do mês foi respeitada. A tabela 3 apresenta a calendarização da amostra composta.

Tabela 3

Amostra composta calendarizada da análise de conteúdo do Radar XS

2022	Dia do mês	Dia da semana	Semana do mês	Temporada / Episódio
Janeiro	3	segunda-feira	2. ^a	T.4 Ep. 49
Fevereiro	16	quarta-feira	3. ^a	T.4 Ep. 68
Março	25	sexta-feira	4. ^a	T.4 Ep. 84
Abril	25	segunda-feira	5. ^a	T.4 Ep. 97
Maiο	4	quarta-feira	1. ^a	T.4 Ep. 101
Junho	10	sexta-feira	2. ^a	T.4 Ep. 119
Julho	11	segunda-feira	3. ^a	T.4 Ep. 132
Agosto		Interrupção de férias		
Setembro	21	quarta-feira	4. ^a	T.5 Ep. 5
Outubro	28	sexta-feira	5. ^a	T.5 Ep. 21
Novembro	7	segunda-feira	2. ^a	T.5 Ep. 25
Dezembro	14	quarta-feira	3. ^a	T.5 Ep. 41
2023	Dia do mês	Dia da semana	Semana do mês	Temporada / Episódio
Janeiro	27	sexta-feira	4. ^a	T.5 Ep.60
Fevereiro	27	segunda-feira	5. ^a	T.5 Ep. 73
Março	1	quarta-feira	1. ^a	T.5 Ep. 74
Abril	7	sexta-feira	2. ^a	T.5 Ep. 90
Maiο	15	segunda-feira	3. ^a	T.5 Ep. 106
Junho	15	quarta-feira	4. ^a	T.5 Ep. 122
Julho	28	sexta-feira	5. ^a	T.5 Ep. 138
Agosto		Interrupção de férias		
Setembro	11	segunda-feira	3. ^a	T.6 Ep. 5
Outubro	25	quarta-feira	4. ^a	T.6 Ep. 20
Novembro	3	sexta-feira	1. ^a	T.6 Ep. 24
Dezembro	4	segunda-feira	2. ^a	T.6 Ep. 37
2024	Dias do mês	Dia da semana	Semana do mês	Temporada / Episódio
Janeiro	17	quarta-feira	3. ^a	T.6 Ep. 56
Fevereiro	23	sexta-feira	4. ^a	T.6 Ep. 72
Março	25	segunda-feira	5. ^a	T.6 Ep. 85
Abril	3	quarta-feira	1. ^a	T.6 Ep. 89
Maiο	10	sexta-feira	2. ^a	T.6 Ep. 105
Junho	10	segunda-feira	3. ^a	T.6 Ep. 118
Julho	24	quarta-feira	4. ^a	T.6 Ep. 137

Nota: Elaboração própria (2024)

A duração de cada episódio varia de um noticiário para outro, sem haver correlação do tempo com o número de peças, como se visualiza na tabela 4.

Tabela 4
Relação da duração e número dos episódios do Radar XS no período de análise

Episódios	Temporada 4								Temporada 5									
	49	68	84	97	101	119	132	5	21	25	41	60	73	74	90	106	122	138
Duração	06:58	05:21	12:02	06:32	12:59	12:05	05:52	06:42	09:54	07:01	05:04	12:25	04:37	05:22	11:13	05:11	3:58	14:31
N.º Peças	1	1	6	1	2	6	1	1	5	1	2	5	1	1	6	4	1	6
Temporada 6																		
	5	20	24	37	56	72	85	89	105	118	137							
	06:14	05:13	14:08	04:10	07:16	08:59	07:32	06:44	08:50	06:52	08:09							
	1	1	5	1	4	2	3	3	5	4	3							

Nota: Elaboração própria (2024)

O que se mantém regular são os genéricos²¹⁶ de abertura e de encerramento, com ficha e cartão da parceira do programa: Zouri From The Ocean, uma marca de calçado eco-vegano, que utiliza lixo plástico da costa portuguesa aliado a materiais sustentáveis. Esta é a marca que se tem mantido mais fiel ao programa, mas em análise detetam-se a My KLaquete, a primeira, Clarins e C&A como antecessoras. Em relação à publicidade, o *Radar XS* está sujeito ao regime televisivo para programas infantis, por isso não há interrupções para anúncios, uma vez que a sua duração é inferior a 30 minutos (Lei n.º 27/2007, Artigo 40)²¹⁷.

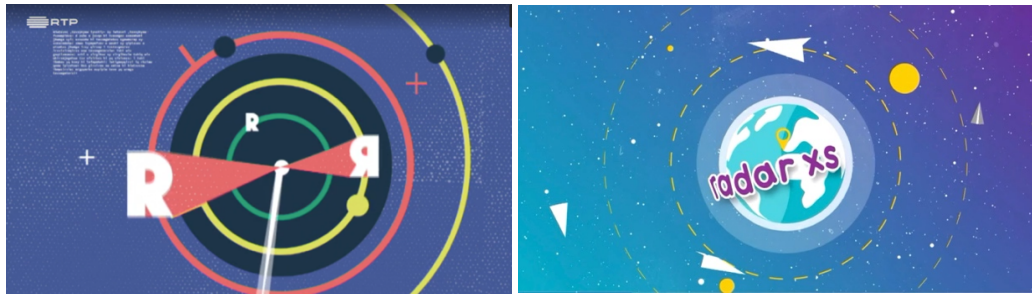
Durante o período analisado, o programa conheceu duas formulações gráficas e de estúdio (Figura 3). A primeira imagem visual do genérico de abertura era composta por um radar, letras móveis que compoñham essa palavra e um globo terrestre em movimento, indicando pontos de localização. As cores predominantes eram dois tons de azul, coral, amarelo, branco, verde. A música intensificava-se ao longo do genérico até surgir a pivô ou apresentadora no estúdio de cenografia virtual. Este era constituído por dois bancos e um tapete (imagens no subcapítulo 4.2.1). Atrás da apresentadora surgia, do lado direito, um globo em rotação, e, do lado esquerdo, um ecrã retangular que dava a ideia de uma janela, onde surgia o título do programa. O genérico final mantinha a música em tom constante até ao encerramento do programa.

²¹⁶ É a parte inicial do programa quando exhibe o título do mesmo e final quando apresenta a lista com o nome dos participantes envolvidos na produção.

²¹⁷ A lei sofreu as últimas alterações pelo Diário da República n.º 226/2020, Série I de 2020-11-19, mas sem refletir nesta prática.

Figura 3

Frames do primeiro e segundo genéricos do Radar XS



Nota. Reprodução própria (2024)

A segunda imagem do programa surgiu com a renovação do *Radar XS*, a 15 de dezembro de 2023. Apareceu com um novo genérico, mais extenso do que o anterior, e um estúdio físico, que apesar de trazer modernidade respeitava a identidade estética do programa. A imagem visual, agora mais dinâmica, conservou o radar e o globo terrestre e acrescentou elementos gráficos simbólicos da cultura juvenil, como uma calculadora, lâmpada a pensar, bola de futebol, tubo de ensaio e ecrã de internet e microfone. As cores do genérico mantiveram o branco, azul, amarelo e acrescentaram o roxo. A música animada, com ritmo contínuo e batidas, acompanha a introdução até se dar voz à apresentadora, cuja imagem vai aparecendo com o aumento da iluminação do estúdio. O novo espaço apresenta um sofá, tapetes e diferentes zonas (imagens no ponto 4.3): o púlpito da apresentadora, o globo, a biblioteca com muitos objetos ligados ao universo juvenil (skate, livros, candeeiro de néon, jogo de dardos, entre outros). Atrás do púlpito, há um ecrã que exhibe as imagens do genérico e os sumários dos episódios.

Em ambas as versões, o programa utiliza separadores ou vinhetas entre as peças jornalísticas, com a música e uma das imagens do genérico, um recurso visual que indica a passagem de uma notícia para outra. A RTP disponibiliza o programa com língua gestual portuguesa.

Enquanto noticiário televisivo para o público infantojuvenil, o *Radar XS* constituiu-se uma coleção de narrativas selecionadas e hierarquizadas, para captar o interesse contínuo dos espetadores. A pivô, figura responsável pela apresentação do programa, desempenha um papel crucial na construção da credibilidade e na identificação com o público (Jespers, 1998). Apresentando-se de pé e em movimento, dirige-se aos espetadores por tu, olha-o nos olhos e é a voz da informação quando dá os destaques de abertura, introduz as peças, faz ligações entre temáticas e tem convidados em estúdio, alternando-se os ângulos

e os planos das câmaras. Jovem, com penteado e vestuário casuais, assume uma postura informal, projetando-a como uma “irmã mais velha, em quem se pode confiar, que ensina, que orienta” (Filloi, 2020, p. 167). Além de apresentadora, atua também como jornalista; por isso, com frequência, faz voz *off* de notícias e reportagens.

A análise preliminar indicou que as emissões do noticiário seguem uma ordem esquemática: genérico, saudação e abertura, sumário (não regular), notas, notícias e reportagens variadas entre si, fecho da emissão com nota ou apenas saudação.

Após a pré-análise dos textos das secções, que compõem o *corpus* do estudo, decidiu-se criar grelhas de análise categoriais, com finalidades distintas, mas complementares, que permitissem interpretar o objetivo proposto. Concordando com a afirmação de Sousa (2006, p. 347) que “a definição de categorias é um dos pontos cruciais da análise quantitativa do discurso”, considera-se necessário, nesta fase, descrevê-las que pela sua constituição mais complexa, suscitaram maior ponderação.

Encontraram-se assuntos diversificados nas peças jornalísticas do *Radar XS*, o que permite definir 23 categorias temáticas, descritas na grelha de análise (Tabela 5), relacionando-as com as unidades de contexto.

Tabela 5
Categorias temáticas do Radar XS

Categorias temáticas	Unidades de contexto
Ambiente	Reciclagem.
Animais	Espécies em recuperação; Fotografias cómicas; Habitat.
Ciência	Ano bissexto; Comunicar com o espaço; Descobertas no espaço; Importância. Mudança hora.
Cinema	Criança atriz.
Crimes	Massacre.
Corpo humano e saúde	Alimentação saudável.
Crianças e jovens inspiradores (anónimas ou não)	Cinema; Desporto; Música.
Curiosidades	Os significados dos emojis.
Desporto	Campeonato de futebol; Jogos Olímpicos; Modalidades; Perda (seleção andebol); Prémios e feitos extraordinários; Seleção nacional de futebol feminino.
Efemérides/Dias comemorativos	25 de abril; Dia de Camões e Portugal; Dia Internacional da Amizade; Dia Internacional da Família; Dia Mundial da Língua Portuguesa; Dia Mundial do Riso; Dia Nacional dos Cientistas; Halloween; Natal.
Economia	Aumento dos preços; Orçamento do Estado.
Escola	Projetos escolares.
Gastronomia	Bola de Berlim. Chocolate.
História	Monarquia do Reino Unido; Tradições.

Lazer	Atividades de Páscoa; Locais com serviços educativos; Museus; Passeios ar livre.
Literatura	Escritores.
Música	Presença portuguesa na Eurovisão; Recuperação órgão igreja.
Pintura	Morte de artista.
Política	Adesão à NATO; Eleições legislativas no Reino Unido.
Religião	Comunidade judaica em Portugal; Jornada Mundial da Juventude.
Sociedade	Diferença de género; Consumo sustentável; “Línguas de Perguntador” (parceria UNICEF); Inclusão social; Manifestação em defesa dos animais; Mão de obra de imigração; Refugiados em Portugal; Segurança infantil.
Tecnologia	Ataques informáticos; TikTok.
Locais em Portugal	Destino português.

Nota: Elaboração própria (2024)

4.4.3.2. *Visão Júnior*

O corpus da *Visão Júnior* é composto por todas as edições do período de análise: 31 edições, do número 212 a 242. Foram analisadas 1612 páginas no total. A capa (Figura 4) é composta por um retângulo vermelho no topo da margem esquerda com 11,5cm, com título com caracteres a branco (*Visão*) e amarelo (*Júnior*) do título da revista. Na zona central do cabeçalho surge, em formato circular, o logotipo do Plano Nacional de Leitura²¹⁸. No centro da capa está o tema de destaque, maioritariamente acompanhado com uma fotografia e um título com tipografia larga e subtítulo. Em rodapé, encontram-se, de uma a três, chamadas secundárias, com título e fotografia. Denota-se o excesso de cor para criar um forte impacto visual.

Figura 4

Capa da Visão Júnior da edição de 234, de novembro de 2023



Nota. Reprodução própria. *Visão Júnior*, edição 234, de Novembro de 2023

²¹⁸ Entidade assente numa comissão interministerial que propõem implementar e desenvolver políticas de leitura pública na área da formação dos leitores.

A diagramação ou paginação²¹⁹ da revista varia entre páginas, com grelhas assimétricas, mas que obedecem a planificação e hierarquização do conteúdo com títulos de tamanhos e cores alternadas, subtítulos, textos, ilustrações, imagens e legendas, com recurso a fundos coloridos. A incorporação de todos estes elementos no sistema de grelha, de uma forma lógica, permite fluidez na leitura e retenção e tem a intenção de captar curiosidade pela informação.

A *Visão Júnior* tem 52 páginas, incluindo capa e contracapa, com algumas secções fixas, apesar de não terem sempre o mesmo posicionamento nem terem o mesmo número de páginas, e outras que variam de acordo com a agenda editorial do mês. O que se mantém regular é o “Sumário” na página 3, onde se anuncia ao leitor o que encontrará nas páginas seguintes, ao lado de uma coluna com informações adicionais: contactos, vencedores dos passatempos, consultores juniores ou errata. A “Notícias” geralmente, é a primeira secção, a começar na página 4. Em casos excepcionais (novos passatempos, mais páginas de publicidade ou informações sobre os consultores juniores), inicia-se adiante em página ímpar. A diagramação intercala com duas secções (explicadas adiante): “Descobre o intruso” e “Factos Loucos”, com duas páginas cada um, dando depois espaço a rubricas não regulares. As páginas centrais são sempre fatores de surpresa para os leitores, que só voltam a encontrar regularidade de conteúdo nas secções fixas agrupadas no final da revista, com as dedicadas às sugestões de livros, jogos, história do Cabo Lince e anedotas. As páginas centrais posicionam as secções variáveis, que não estão sempre presentes e indicam artigos e reportagens curtas e longas.

Este posicionamento da paginação leva a que os leitores comecem a ler pela capa, mas isto não quer dizer que sigam em direção do fim. “A própria dinâmica da leitura é aleatória e as crianças elegem os assuntos que dialogam com os seus interesses” (Moraes, 2017, p. 88). Sendo mensal e em papel, a revista proporcionará uma leitura episódica, ou seja, não de uma só vez, mas para se ir lendo. Esta relação do leitor com a revista impressa está ligada a uma periodicidade e materialidade (Cardoso & Figueiras, 2024; Tavares, 2011).

²¹⁹ Bahia (1990) defende que o termo diagramação é um estágio superior da paginação, pois não só inclui os elementos gráficos, mas a produção editorial. Contudo, reconhece que o termo paginação é amplamente usado na era eletrónica. Os dois termos irão ser usados com igual sentido no presente trabalho.

No período de análise contaram-se 62 secções identificadas nos cabeçalhos das páginas. As primeiras sete são estanques, surgindo pela ordem apresentada, e as restantes não regulares, podendo ser descritas da seguinte forma:

- “Notícias”: Breves ou notícias de temáticas variadas sobre a atualidade (*hard news*), sempre acompanhadas de fotografia. Contudo, por ter uma periodicidade mensal, as matérias de acontecimentos factuais, geralmente, referem-se ao mês anterior. Nesta secção são assinaladas datas especiais e programas culturais e de lazer numa coluna de uma das páginas
- “Descobre o intruso”: Jogo para descobrir elementos que não deveriam estar nas imagens.
- “Factos loucos”: Pequenos textos sobre curiosidades insólitas de natureza diversas, com fotografias descritivas do que se trata. Mereceu edição especial em agosto de 2023, ocupando nove páginas e destaque de capa;
- “Que livro vais ler a seguir?”: Sugestões de leitura, com sinopse e capa de livro. Antes de outubro de 2022 intitulava-se somente “Livros” e apresentava ainda sugestões de um leitor e uma recomendação do Plano Nacional de Leitura;
- “Jogos”: Atividades como palavras cruzadas, diferenças, sopa de letras, quem é quem, entre outros, ilustrada com elementos gráficos;
- “Enigma”: História do cabo Lince, com ilustração própria;
- “Vamos rir”: Anedotas, que aparecem com elementos gráficos humorísticos;
- “25 de abril”: Reportagem sobre as comemorações dos 50 anos do 25 de abril;
- “Ambiente”: Artigos e reportagens sobre questões ambientais;
- “Animais”: Matérias sobre assuntos diversos relacionados com animais. Sempre acompanhadas por fotografias, infográficos explicativos e mapas;
- “Ar livre”: Uma reportagem sobre o escoteirismo;
- “Atualidade”: Identificada apenas na primeira edição analisada, para explicar as eleições legislativas de 2022, em Portugal, através de banda desenhada;
- “Banda desenhada”: Uma reportagem sobre Manga, com entrevistas a leitores e a uma autora;
- “Cidadania”: Artigos relacionados com iniciativas da UNICEF em Portugal;
- “Ciência”: Artigos e reportagens sobre assuntos científicos, na generalidade com foco na atualidade;
- “Cinema”: Artigos sobre estreias;

- “Como se faz”: Explicação da produção de produtos específicos, com fotografias em esquema;
- “Comportamento”: Matérias sobre amizade e a curiosidade infantil;
- “Conta comigo”: Decifrar desafios da matemática, com pequenos textos informativos e explicativos e imagem a acompanhar o mistério. Nova secção, criada em novembro de 2023, e que conta com a parceria de uma professora de matemática da Universidade de Évora;
- “Corpo humano”: Matéria sobre as funções do corpo;
- “Curiosidade”: Artigos com respostas interessantes sobre temas do quotidiano. Páginas preenchidas com fotografias e infográficos;
- “Datas especiais”: Sugestões de Atividades de Tempos Livres, campos de férias e trabalhos manuais para o Carnaval, Halloween, Natal e Verão.
- “Descobertas”: Uma notícia sobre a descoberta de um novo dinossauro português;
- “Descomplicómetro”: Texto breve que explica, em linguagem simples, assuntos complicados, abordados no jornalismo para adultos. Por exemplo, “Por que o pão e o leite estão mais baratos?”;
- “Desporto”: Artigos e reportagens sobre assuntos desportivos, principalmente modalidades;
- “Dicas”: Infográfico “Como tirar boas fotos?”;
- “Eleições”: matéria dedicada às eleições legislativas de 2024, em Portugal;
- “Escola”: Artigos e reportagens sobre assuntos em contexto escolar;
- “Escritores”: Um artigo sobre José Saramago;
- “Espaço”: artigos e reportagens sobre assuntos relacionados com o espaço, na generalidade com foco na atualidade;
- “Experiências”: Propostas de receitas para se fazer em família;
- “Exposição”: Um artigo sobre a exposição Brickpolis;
- “Família”: Um artigo sobre um parque infantil temático no estrangeiro. Esta secção foi das últimas a estreitar, na edição de maio de 2024;
- “Faz tu mesmo”: sugestões de atividades manuais;
- “Guinness”: Artigo sobre alguns recordes do Guinness 2023;
- “História”: artigos ou reportagens sobre figuras ou episódios históricos nacionais e internacionais;

- “Ideias”: Atividades passo a passo, com imagens para as crianças fazerem. Por exemplo, prenda para o Dia do Pai;
- “Miúdos a votos”: Notícias e reportagens com *enquadramentos diferentes sobre candidaturas, escolas participantes, processo eleitoral, campanhas eleitorais, resultados e evento final. É de cariz anual e nacional que envolve o contexto escolar, a Rede de Bibliotecas Escolares e vários órgãos governamentais para a eleição dos melhores livros do primeiro ciclo de escolaridade ao secundário;*
- “Miúdos inspiradores”: Reportagens, com apuração, sobre feitos extraordinários de crianças ou jovens. Fotografias das crianças ou jovens;
- “Mundo”: Matérias atuais sobre assuntos internacionais, especificamente conflitos bélicos e religião;
- “Música”: Artigos e reportagem sobre assuntos relacionados com grupos musicais, géneros e celebridades.
- “Natureza”: Um artigo sobre o contributo de certos animais para a natureza;
- “O Dinheiro e tu”, em parceria com Museu do Dinheiro, que decorreu de maio até dezembro de 2022. Perguntas respondidas por especialistas, “Dinheiro o que é?” “Como é feito o dinheiro?”, “Como fazer um orçamento?”, “Dinheiro que não se vê”, “Para que servem os bancos?”, “Poupar dinheiro... e poupar o planeta!”, “O que é a inflação?” e “Cuidado quando vais às compras”;
- Página dupla que não tem atribuída secção específica. Trata-se de usar um cabide²²⁰ jornalístico para servir de ponte para uma matéria de interesse atual. Por exemplo, os Jogos Olímpicos de Inverno remeteram para “6 Desportos de Inverno” (JO Inverno), o Dia Mundial da Criança para os “10 Direitos das crianças”, a estreia de uma série da Netflix para os “6 factos curiosos sobre a Wednesday” e a passagem para o novo ano para as “10 invenções fantásticas de 2023”;
- “Passatempos”: desafios e concursos promovidos para envolver as crianças, especialmente através de envio de trabalhos manuais. Os prémios são relacionados com material didático ou atividades de lazer;
- “Planeta”: Uma matéria sobre o ciclo da água;

²²⁰ Cabide ou *news peg* é um jargão jornalístico utilizado quando o tempo de um acontecimento é utilizado como motivo para justificar falar sobre esse assunto (Traquina, 2007).

- “Porquês”: Textos curtos com informações que respondem a perguntas do quotidiano, mas sem características jornalísticas. Páginas preenchidas com fotografias e infográficos;
- “Profissões escondidas”: Uma reportagem sobre quem trabalha por trás das câmaras na televisão;
- “Profissões”: Reportagens que dão a conhecer o exercício de determinadas atividades;
- “Receitas”: Propostas de receitas para fazer em família;
- “Regresso às aulas”: Sugestões de atividades manuais para reciclar materiais.
- “Saúde”: Um artigo sobre as doenças de inverno;
- “Solidariedade”: Reportagens sobre assuntos relacionados especificamente com refugiados e voluntariado, acompanhadas de fotografias;
- “Tecnologia”: Artigos e reportagens sobre a atualidade tecnológica;
- “Televisão”: Artigo sobre a estreia do programa “A minha cena”, da RTP2;
- “Teste”: Em forma de questionário, são colocadas perguntas para as crianças testarem os seus conhecimentos;
- “Testemunho”: Um depoimento de uma criança sobre a sua experiência de vida;
- “Tradições”: Matéria sobre o Natal que serviu de enquadramento para as tradições praticadas no mundo durante esta quadra festiva;
- “Transportes”: Uma reportagem dedicada a um assunto da atualidade relacionada com a ida dos alunos para a escola de bicicleta.

Além destas secções com conteúdo noticioso ou de entretenimento, a *Visão Júnior* dá oportunidade aos mais novos para se tornarem repórteres com espaços próprios. A participação infantil é visível nas seguintes:

- “Repórter Júnior”: As crianças propõem à equipa redatorial, por *email*, uma figura para entrevistarem, assumindo elas o papel de jornalistas. A entrevista é acompanhada por fotografias dos repórteres e do entrevistado em ambiente real. As crianças são devidamente identificadas pelo nome, idade, ano escolar e localidade. Esta designação substituiu a “Enviados Especiais”, a partir da edição 216, maio de 2022;
- “Pelo mundo”: Reportagem que conta com a participação de uma criança que descreve a sua experiência de emigração. Esta secção combina com a redação da jornalista do texto de enquadramento do país, não sendo exclusivamente da

criança. Como é esta componente da participação que lhe confere diferenciação à reportagem, foi colocada aqui. Esta secção teve estreia na edição de março de 2024 e repetiu-se na seguinte. É acompanhada por fotografias do local e da criança, bem como por mapa e elementos gráficos;

- “A minha cidade”: Matéria sobre um local de Portugal contada por uma criança habitante. Esta secção foi uma das últimas a surgir antes da finalização da análise, na edição de maio de 2024. Não se trata, porém, de um novo espaço, uma vez que em 2018 já figurava na revista. É acompanhada por fotografias do local e da criança, bem como mapa e infográfico.

Na *Visão Júnior* antes de se partir para a análise temática do conteúdo noticioso, analisou-se o seu conteúdo total (Anexo D), para as quais foram identificadas cinco categorias (Tabela 6), inspiradas no trabalho de investigação de Furtado (2013) sobre a análise da revista *Recreio*. A relevância destes dados é perceber o espaço atribuído ao conteúdo jornalístico em relação aos outros.

Tabela 6

Categorias de conteúdo da Visão Júnior

Categorias de conteúdo	Unidades de contexto
Conteúdo noticioso (CN)	Conteúdo informativo e jornalístico, recorrendo a distintos géneros (breves, notícia, reportagem e entrevista) e à participação infantil. Pertencem as : “25 de abril”, “A minha cidade”, “Agenda”, “Ambiente”, “Animais”, “Ar livre”, “Atualidade”, “Banda desenhada”, “Cidadania”, “Ciência”, “Conta comigo”, “Como se faz”, “Comportamento”, “Corpo humano”, “Curiosidade”, “Descobertas”, “Descomplicómetro”, “Desporto”, “Dicas”, “Escritores”, “Eleições”, “Escola”, “Espaço”, “Exposição”, “Família”, “Factos loucos”, “Guinness”, “História”, “Mundo”, “Miúdos inspiradores”, “Miúdos a votos”, “Música”, “Natureza”, “Notícias”, “Pelo mundo”, “Planeta”, “Porquês”, “Profissões”, “Profissões escondidas”, “Que livro vais ler a seguir?”, “Repórter Júnior”, “Saúde”, “Solidariedade”, “Tecnologia”, “Testemunho”, “Televisão”, “Tradições”, “Transportes”. Integra-se o conteúdo da página dupla que não tem atribuída secção específica e a secção em parceria “O Dinheiro e tu”. Os destaques jornalísticos das capas integram a quantificação.
Entretenimento (E)	Elementos da revista que exploram o lúdico, por meio de brincadeiras, passatempos, atividades, jogos, testes e histórias ficcionadas. Pertencem as secções: “Datas Especiais” (Carnaval, Natal, Halloween, Verão), “Descobre o intruso”, “Enigma”, “Experiências”, “Faz tu mesmo”, “Ideias”, “Jogos”, “Receitas”, “Regresso às aulas”, “Passatempos” “Teste” e “Vamos rir”. Os destaques de entretenimento das capas integram a quantificação.
Publicidade (P)	Anúncios de empresas externas para promover determinado produto ou marca e conteúdos patrocinados.
Publicidade da revista (PR)	Anúncios de outros títulos do TIN e campanhas de assinaturas da própria revista.
Revista (R)	Páginas do “Sumário”, “Linha direta”, contactos, ficha técnica, soluções dos jogos, anúncios dos <i>webinars</i> disponíveis no Youtube, da publicação dos textos dos leitores no <i>website</i> e do início da candidatura dos consultores juniores, bem como da apresentação dos novos integrantes.

Nota: Elaboração própria (2024)

De acordo com Furtado (2013, p. 110), no jornalismo infantojuvenil há conteúdos que podem ter características híbridas, em que o “discurso jornalístico possui características próprias que possibilitam a produção particular sobre o mundo e ao mesmo tempo incorpora conhecimentos de outras áreas, de outros discursos”. Neste pressuposto, justifica-se que secções como “Factos Loucos”, “Curiosidades” e “Guiness” tenham sido categorizadas em Conteúdo Noticioso, pois valoriza-se o seu carácter principal de descobrir algo novo, mesmo que não sejam *hard news*.

A publicidade externa foi separada em espaço diferente da publicidade própria revista e da TIN, para demonstrar o aproveitamento do marketing interno no conteúdo da publicação. No que refere à publicidade, convém salientar que a categoria não só inclui anúncios de marcas e produtos, mas também os textos identificados como conteúdo patrocinado, geralmente sobre atividades para escolas e famílias. Os anúncios publicitários são constantes no verso da capa (no interior nem sempre), contracapa e verso da contracapa e mantêm-se quase os mesmos: editora de livros, espaços e eventos culturais e de lazer, instituição bancária e empresa de água e outra de telecomunicações.

Como há espaços que não se enquadram em nenhuma das categorias e relacionam-se com a própria revista, criou-se uma categoria específica, Revista, que inclui elementos sobre a própria publicação: páginas do “Sumário”, contactos, ficha técnica, soluções dos jogos, anúncios dos *webinars* no Youtube e da publicação dos textos dos leitores no *website*.

No levantamento quantitativo das categorias englobam-se as capas, verso de capa, contracapa e verso de contracapa, pois são as páginas 1 e 2 e 49 e 50, respetivamente.

A partir das 31 edições e das 1.612 páginas (Tabela 7), constata-se que o conteúdo noticioso (CN) é o que preenche mais páginas da revista em quase todos os meses, superado apenas para o Entretenimento (E) na edição 220 (setembro), nas edições especiais de 223 e 235 (Natal) e na 230 (Férias). Nestas edições verifica-se uma subida do número de páginas (inteira e meia página) dedicadas aos anúncios publicitários (P). A publicidade na revista (PR) e assuntos da própria revista (R) são os conteúdos que ocupam menos páginas.

Tabela 7

Categorias de conteúdo da Visão Júnior por número de páginas das edições no período de análise

Edição	CN	E	P	PR	R	Total
212	33	12	4	1	2	52
213	30	15	3	2	2	52
214	31	13	4	2	2	52
215	32	12	5	1	2	52
216	33,5	12	2	2,5	2	52
217	28	14	7	1	2	52
218	24,5	20	3,5	2	2	52
219	31	16	2	1	2	52
220	19,5	23	6,5	1	2	52
221	28,5	12	4,5	4	3	52
222	32,5	11	5,5	0	3	52
223	16	27	6	1	2	52
224	31	13	3	2	3	52
225	31,5	14	3,5	1	2	52
226	29	13	7	1	2	52
227	31,5	11	6,5	1	2	52
228	32	13	3	2	2	52
229	33	11	6	0	2	52
230	20,5	22	6,5	1	2	52
231	30,5	14	4,5	1	2	52
232	29	7	8	6	2	52
233	30,5	14	4,5	1	2	52
234	35,5	10	3,5	1	2	52
235	22,5	20	6,5	1	2	52
236	36,5	8	3,5	1	3	52
237	35,5	9	4,5	1	2	52
238	35,5	10	3,5	1	2	52
239	33	9	6	2	2	52
240	33	13	3	1	2	52
241	29,5	12	7,5	1	2	52
242	30	14	3	3	2	52
Total	929	424	146,5	47,5	65	1612

Nota: Elaboração própria (2024)

Como o foco da atual investigação é a produção jornalística da *Visão Júnior*, considerou-se oportuno, de seguida, analisar com maior atenção a categoria Conteúdo Noticioso, subdividindo-a em categorias temáticas (Tabela 8). Nesta categoria inserem-se os conteúdos que trazem novidades e factos e que fazem parte da rotina e do processo de produção da revista, quer pela equipa editorial quer por crianças-repórteres.

Prevía-se ter as secções noticiosas da *Visão Júnior* como linha orientadora para a definição das categorias, mas, tendo verificado o seu extenso número e o facto de que algumas não terem tido expressão de uso, decidiu-se aglutinar algumas com unidades associadas. Por isso, criou-se uma tabela temática, com 28 categorias sistematizadas a partir das matérias e secções da revista. A opção por uma divisão tão particularizada de

categorias prende-se com o interesse em saber a variedade e especificidade das abordagens na produção dos conteúdos para a revista, bem como detetar as menos valorizadas e as ausências. Na grelha de análise foi contemplada a categoria Outros para aqueles casos que não conseguem ser categorizados nas anteriores.

Tabela 8

Categorias temáticas do conteúdo noticioso da Visão Júnior

Categorias temáticas	Unidades de contexto
Ambiente	Alterações climáticas; Consumo água e luz; Desastres naturais; Flora; Oceanos; Poluição; Reciclagem.
Animais	Alimentação; Características; Descobertas; Espécies; Esquitos; Em extinção ou ameaçada; Em recuperação; Feitos extraordinários; Fotografias cómicas; Habitat; Maus-tratos; Superpoderes.
Ciência	Bactérias; Clonagem; Corpos e objetos espaciais; Descobertas no espaço; Mudança da hora; Portugueses na Agência Espacial Europeia; Profissões e figuras;
Cinema	Estreias; Festivais; Nomeações; Personagens.
Conflitos armados	Israel e Palestina; Ucrânia e Rússia.
Corpo humano e saúde	Cérebro; Corpo humano; Doenças de inverno; Higiene; Ouvidos; Reação ao frio; Sono; Vacinação; Varíola dos Macacos.
Crianças e jovens inspiradores (anónimas ou não)	Ambiente; Animais; Desastre; Desporto; Doença; Literatura; Música; Pintura; Voluntariado.
Curiosidades	Diversidade de temáticas, em especial sobre corpo humano, fauna e flora.
Desporto	Jogador do Sporting; Jogos Olímpicos; Modalidades; Mundial de Futebol 2022; Originais; Prémios e feitos extraordinários; Seleção nacional de futebol feminino.
Efemérides/Dias comemorativos	25 de abril; 1 de maio; Mortes (Picasso, Manuel de Arriaga, Zeca Afonso); Nascimentos (José Saramago, D. Carlos I); Carnaval; Natal; Halloween; Dia Mundial da Fotografia; Dia Mundial da Rádio; Dia Mundial da Criança; Dia dos Museus; Dia de São Martinho; Ano Europeu da Juventude; 50 anos Rubick; 500 anos Independência Brasil.
Economia	Bancos; Cartões bancários; Compras; Dinheiro; Inflação; Moeda; Orçamento; Poupança.
Escola	Bullying nas escolas; Calendário escolar; Delegados de turma; Imigração nas escolas; Língua Portuguesa; Matemática; Métodos de estudo; Projeto e concursos escolares; Provas de aferição; Práticas escolares outros países; Uso telemóveis nas escolas.
Factos loucos e recordes	Diversidade de temáticas.
História	Descobertas arqueológicas; Monarquia inglesa.
Lazer e Dias Comemorativos	Atividade; Festival e espetáculos; Exposições e eventos interiores; Em agenda; Passeios ar livre.
Literatura	Coleção de livros; Feiras do livro; Livros em braile; Manga; Sugestões de livros.
Locais no mundo e Portugal	Destinos estrangeiros; Destinos portugueses; Tradições.
Miúdos a votos	Evento; Informações sobre candidaturas e resultados; Participação das escolas.
Música	Celebridades nacionais; Celebridades internacionais; Concertos; K-pop; Jazz; Profissões.
Pintura	Artista.

Política	Eleições legislativas em Portugal; Ministro da educação.
Religião	Budismo.
Repórter Júnior	Apresentadoras de televisão e rádio; Atriz; Escritores; Jogadora de futebol feminino; Mágico; Músicos; Tiktokker.
Sociedade	Amizade; Defesa e direitos das crianças; Diferença de género; Documentos de identificação; Escoteirismo; Greve de professores; Inclusão social; Manifestação em defesa dos animais; Refugiados em Portugal; Solidariedade.
Tecnologia	Ataques informáticos; Chat GPT; Impressão 3D; Inteligência artificial; Invenções; Robô; Redes sociais; Uso de ecrãs; Veículos.
Televisão	Estreia programas da RTP2; Profissões.
Visão Júnior	Assinatura; Festival Visão Fest; Prémios.
Outros	Profissões em restaurantes

Nota: Elaboração própria (2024)

4.4.4. Resultados e discussão

Esta é a última etapa da análise de conteúdo de Bardin (2016), que consiste no tratamento dos resultados, inferência e a interpretação das informações encontradas nas várias categorias estabelecidas. A investigadora dá como terminados todos os procedimentos propostos para a análise de conteúdo.

4.4.4.1. Radar XS

Num panorama geral, a análise de conteúdo dos episódios do *Radar XS* evidenciou a flexibilidade da construção jornalística. Isto é, não se limita à narração em *off* do repórter, recorrendo ao vivo e sonoras (excertos das entrevistas) dentro da reportagem. A estrutura das peças resulta numa emissão contínua e ritmada, que conjuga imagens reais, elementos gráficos e sonoros. As narrativas são curtas, com textos claros, para compreensão imediata, adaptando-se a diferentes formatos noticiosos, como nota, notícia, reportagem e entrevista, sempre escritos como se fosse uma “conversa a dois” (Jesper, 1998), conforme as exigências da produção telejornalista. No *Radar XS*, as peças são produzidas por três jornalistas, uma das quais desempenha o papel de apresentadora do programa.

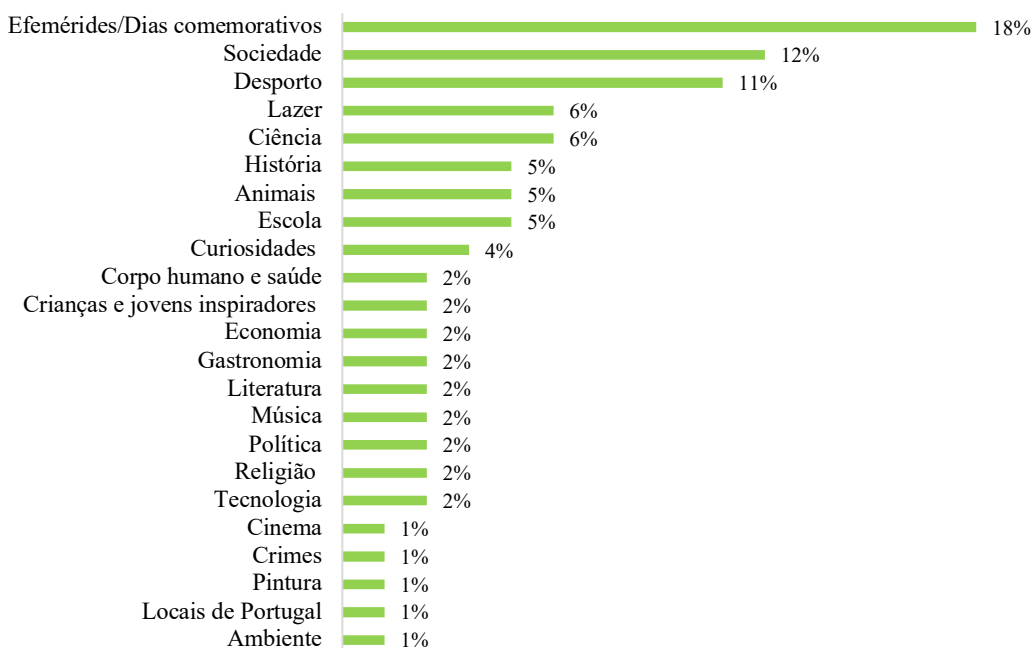
É nos sumários, na abertura do episódio, que se encontram os destaques do noticiário, apresentados pela pivô, com ou sem recurso a imagens gravadas. A hierarquização dos sumários pode não corresponder ao alinhamento das notícias. Apesar de ser uma tática para cativar a atenção dos telespetadores, não é usada regularmente em todos os episódios, tendo sido contabilizada seis vezes no período de análise. A função da pivô no estúdio é transmitir a informação com notas, associadas ou não a imagens, introduzir VTs sobre os

assuntos e realizar entrevistas ao vivo (presencial ou videochamada). Há entrevistas que ocorrem no exterior, integrando o contexto produtivo das reportagens gravadas em *off*, com depoimentos de fontes. Eventualmente, após uma reportagem, a pivô retorna ao assunto para dar umas últimas notas e fechá-lo. Segundo Lima (2016, p. 173), estes procedimentos “são formas noticiosas com a função de completar ou complementar a notícias exibida anteriormente”.

A análise das 23 categorias temáticas revela o compromisso do *Radar XS* em fornecer informação diversificada ao público infantojuvenil (Gráfico 6). Isto significa que as jornalistas se um dia estão a escrever uma peça sobre a Torre dos Clérigos, no outro estão a desenvolver outro completamente diferente sobre a Reserva Natural do Cavalo do Sorraia ou o orçamento do Estado.

Gráfico 6

Frequência das categorias temáticas do Radar XS dos episódios no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

Como se nota, o tratamento dado às Efemérides e dias comemorativos (18%) prevaleceu em relação às outras categorias, seguida de Sociedade (12%) e Desporto (11%). Estes temas principais, que atuam na construção social da infância ao ajudar a “edificar a ideia de infância contemporânea, ao criar uma criança leitora imaginada” (Doretto, 2015, p.

15), revelam que o noticiário aposta na preservação das memórias cultural e histórica e em assuntos sociais atuais. Também falam para a criança que valoriza o lúdico e diversão, que igualmente caracteriza a infância. Contudo, estes dados não deixam de ser indicadores, por um lado, de comportamentos, consumos e estilos atuais da “criança investida” e, por outro, da “criança aluno” (Ponte, 2005), que possui cada vez menos disponibilidade para brincar livremente, em vez está ocupada com atividades de tempos livres e desportivos “cronologicamente programados” (Sarmiento, 2019, p. 32).

No caso das efemérides, observam-se dois tipos distintos: aquela em que o aniversário da morte da personalidade ou um acontecimento é o assunto central, ou seja, o próprio cabide noticioso; e a outra em que há um assunto atual que ganha protagonismo, relegando o outro para segundo plano. No primeiro caso, é exemplo a peça jornalística alusiva ao Dia de Portugal, de Camões e das Comunidades Portuguesas (episódio 118, quinta temporada). A evocação à vida de Luís Vaz de Camões, a personalidade falecida, é a opção editorial, apesar de todos os anos estarem agendadas comemorações oficiais para esse dia. Neste texto também se verifica o uso frequente de uma ‘muleta’²²¹ jornalística de interrogação nos textos: “Mas, afinal, por que se celebra o 10 de junho?”. Outras questões-muletas televisivas podem ser encontradas: “Do que é que estamos a falar?”, “Porque é que este assunto tem sido tão falado?”, “Mas afinal o que é ...?” e “Porque é que isto acontece?”. Este tipo de discurso também caracteriza o diálogo interativo com o espetador: “Sabias que...”, “Vê lá se sabes...” e “Venham daí!”.

Retomando as efemérides, verifica-se que as de acontecimento, a data comemorativa reintroduz o evento no presente com a função de cabide noticioso (Anexo E). No episódio 97 (quarta temporada), sobre o 25 de abril, mostra-se que este episódio histórico ainda tem força para se impor à agenda como se fosse um novo acontecimento a partir de um novo enquadramento: percorrer os caminhos por onde se fez a revolução em Lisboa. A peça combina narração em voz *off*, com a presença da jornalista em alguns desses locais no tempo presente e inclui depoimentos de um homem idoso que assistiu à revolução e de um jovem que ainda não era nascido na época. A peça termina com um apelo da jornalista aos valores da revolução, com um cravo vermelho na mão.

No segundo caso, o enfoque não foi o Dia de Halloween (episódio 24, sexta temporada), mas a participação de uma criança como atriz principal de um filme português sobre

²²¹ Muleta jornalística serve “para promover a ligação entre frases, parágrafos, ou mesmo assuntos” (Gradim, 2000, p. 147).

temas sobrenaturais. A peça foi composta por uma videochamada em direto durante a gravação. É um exemplo de como uma efeméride pode ser explorada e amplificada com novo ângulo de abordagem e agendamentos exteriores. Por um lado, esta característica pode ser explicada pelo agendamento prévio dessas efemérides, permitindo estabelecer-se uma rotina de agenda entre os jornalistas e estas datas. Como não são novidade, a equipa de redação tem tempo para pensar e preparar a peça com novos enquadramentos. Por outro lado, demonstra-se que há uma estratégia editorial do *Radar XS* de recorrer às *soft news* para justificar a abordagem de assuntos sociais. Tal aconteceu no episódio 41 (quinta temporada) do Dia de Natal, que abordou o uso sustentável dos pinheiros na iniciativa Bombeiro Pinheiro, e o episódio 106 (quinta temporada) do Dia da Família, em que se introduziu o debate sobre o conceito da família contemporânea.

Ao analisar a recorrência de efemérides, considera-se que estas devem apresentar desafios para as jornalistas, que têm de procurar novos enquadramentos para surpreender e captar a atenção dos telespetadores. Apesar de não fazer parte do *corpus* do estudo, mas para entender melhor esta reflexão, consultou-se o Dia de Portugal, de Camões e das Comunidades Portuguesas (episódio 119 da quarta temporada), no ano anterior ao episódio referido em cima. O ângulo de abordagem foi uma peça em formato de quiz para testar conhecimentos, em que as perguntas “Qual é o Dia de Portugal?” e “Porque existe este dia?” eram respondidas por alunos como se tratasse de uma aula.

Na categoria Sociedade identifica-se um diálogo com o contexto social atual, sendo vinculados assuntos como os refugiados, inclusão social e diferenças de género. Nesta categoria insere-se a rubrica “Línguas de Perguntador”, uma parceria entre a RTP2 e a UNICEF, para esclarecer dúvidas das crianças sobre os temas da atualidade. Com estreia a 2 de setembro de 2022 no *Radar XS*, esta foi uma iniciativa em que todas as crianças podiam participar; bastava, para isso, que enviassem as suas perguntas (escritas, gravações áudio ou vídeo) em www.perguntador.pt. No episódio analisado (25 da quinta temporada), a pergunta feita “Como é viver num orfanato?” foi respondida através do depoimento de um jovem que passou por essa experiência, no formato de reportagem.

Curiosamente, no Desporto, apesar de privilegiar notícias sobre prémios e feitos desportivos, assistiu-se ao caso da notícia da derrota da seleção nacional de andebol, como se quisesse passar a mensagem às crianças que a perda faz parte do jogo. As notícias cobrem modalidades praticadas por ambos os géneros.

Apesar da temática Escola representar apenas 5%, verificou-se pelo visionamento que a recolha de depoimentos e imagens tem este local físico como preferencial, quer estejam relacionados com temas educacionais quer em outros assuntos. O que significa que, se diretamente não abordam muitos temas sobre a “criança aluno” (Ponte, 2005) e o “ofício de aluno” (Perrenoud, 1994; Sarmiento, 2011), mas privilegiam-na como fonte de informação. As categorias menos frequentes, com 1%, são Ambiente, Crimes, Cinema, Locais de Portugal e Pintura.

Durante o período de análise, não se veiculou nenhuma matéria sobre o insólito ou o fora de comum. Em contrapartida, outros critérios de valores-notícia substantivos (Traquina, 2007) pautaram a agenda editorial. O surgimento da categoria Crime justifica-se pela notícia do massacre de um jovem português em escolas no Brasil (episódio 105, sexta temporada). O *Radar XS* fez questão de dar a notícia da sua prisão (pivô sem imagem), tendo no mesmo programa entrevistado, em estúdio, um jovem especialista sobre ataques informáticos. “Este é um caso pouco comum em Portugal”, informou a pivô, servindo-se da contextualização como efeito tranquilizador e da consulta a uma fonte adulta especialista (neste caso, um técnico da Internet Segura) sobre comportamentos na Internet. É, assim, o recurso a uma das “estratégias de consolação” referidas no enquadramento teórico.

O programa tomou a decisão de veicular a morte da pintora Paula Rêgo (episódio 119, quarta temporada), considerando-a como relevante para as crianças. O texto da pivô, acompanhado por imagens de arquivo, centrou-se na carreira de artista, evitando detalhes sobre o óbito. Esta foi, aliás, a única notícia dedicada à Pintura. Percebe-se que o *Radar XS* privilegia a divulgação da arte para as crianças, sob o ângulo de atividade de lazer.

O *Radar XS* não deu muito espaço editorial ao ambiente. Tendo em conta as afirmações anteriores, julga-se que o motivo deverá passar por uma linha editorial que não alinhe com a dramatização na construção jornalística. De facto, as notícias de cheias, secas, ondas de calor e tornados podem assustar as crianças e mesmo questionando especialistas, “a resposta é invariavelmente a mesma: o modelo das alterações climáticas não nos diz se certa onda de calor é consequência do aquecimento global, apenas nos diz que vamos ter cada vez mais fenómenos extremos” (Campos, 2012, p. 22). A criança pode pensar no ambiente como algo que faz parte dela e que tem impacto no seu futuro, pois precisa do ar para respirar, da água para beber e dos habitats dos alimentos para comer (Corbett, 2006). Já outros assuntos não são fundamentais à sua sobrevivência. Qualquer que seja a

justificação, julga-se necessária a cobertura sobre o ambiente, usando os padrões da atualidade, proximidade, interesse humano, tratando os riscos e as consequências com cuidado. Mesmo que as soluções não sejam simples, entende-se que as notícias devam mostrar a realidade, com abordagens com foco na educação e nas resoluções, com sustentação em exemplos positivos e fontes credíveis, passando pela prática do jornalismo construtivo e jornalismo de soluções.

O tema da religião marcou presença com a comunidade judaica em Portugal e a Jornada Mundial da Juventude em Portugal. A primeira enquadrava o que era o judaísmo, a sua história, a vinda para Portugal e a origem do termo “sefardita” (episódio 84, quarta temporada). Torna-se necessário ressaltar que nessa altura a nacionalidade portuguesa do oligarca russo e israelita Roman Abramovich, conferida ao abrigo da lei da nacionalidade para descendentes sefarditas, estava a ser investigada²²². A segunda, no episódio 138 (quinta temporada), veiculou o olhar de crianças e jovens músicos, moradores de uma favela brasileira, que vieram atuar à jornada. Antes da entrada da VT, a pivô contextualizou o evento em Lisboa e a figura do Papa como líder da Igreja Católica.

Apesar de se encontrarem na análise os valores-notícia de critérios substantivos, de novidade e tempo, os resultados mostram que o *Radar XS* considera que outros valores-notícia que devem ser tidos em conjunto, como a notoriedade (a apuração para os Jogos Olímpicos do jovem nadador Diogo Ribeiro), a relevância (projeto de imobiliário escolar para as salas de aula), a notabilidade (o conjunto de pessoas que se manifestaram a favor dos animais), o inesperado (comunicação de jovens para o espaço) e a proximidade (locais com serviços educativos para as crianças). O crime e a morte foram também noticiados. As notícias “frias” servem de cabide para outros acontecimentos “quentes” e outras temáticas são de interesse recorrente, como as férias.

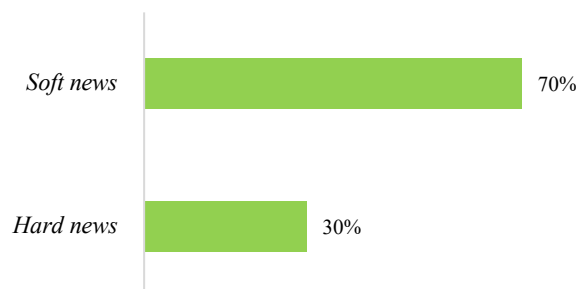
Em termos de agenda editorial, verifica-se que os programas de segunda-feira e da quarta-feira dedicam-se mais às notícias programadas, como as efemérides, e fora do programa (intemporalidade na difusão) – distinções de McQuail (1991) – e o de sexta-feira trata da atualidade “quente”, as *hard news* (Anexo F). Estas condicionantes refletem-se na produção dos textos jornalísticos, que com frequência usam “há uma semana”, “esta semana”, “nas últimas semanas”. Conhecendo-se previamente que as gravações ocorrem

²²² Roman Abramovich obteve em tempo recorde a nacionalidade portuguesa (cinco meses antes da invasão da Ucrânia) por sustentar ser descendente de judeus sefarditas. Somente estes têm direito a ela, por uma legislação de reparação aos que foram expulsos da Península Ibérica durante o período da Inquisição.

à quinta-feira, explica-se o motivo pelo qual programa do dia seguinte seja marcado por assuntos atuais. Durante o período analisado, o espaço noticioso “quente” é de 30% (Gráfico 7) em relação ao outro tipo de notícias.

Gráfico 7

Tipo de peça jornalística do Radar XS no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

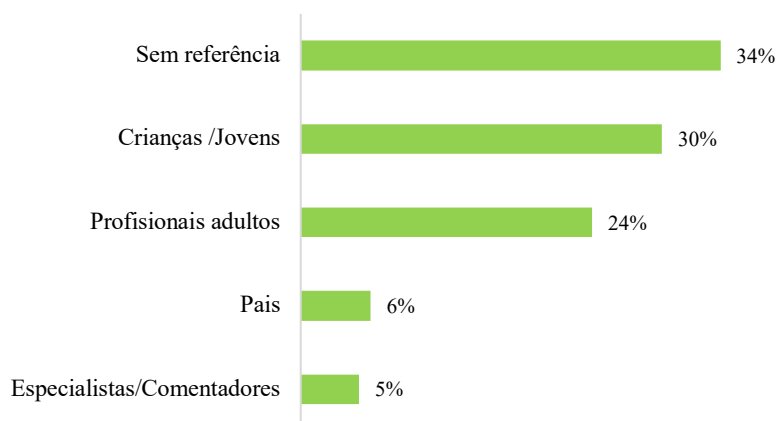
Desta forma, compreende-se que os episódios mais extensos sejam os deste dia da semana: 28 de julho da quinta temporada, com a duração de 14 minutos e 31 segundos, e 3 de novembro da sexta temporada, com 14 minutos e oito minutos. O episódio 122 da quinta temporada é o mais breve com três minutos e 58 segundos, transmitido numa quarta-feira e composto por apenas uma peça. A variabilidade na duração dos programas pode ser problemática para as crianças, uma vez que a falta de regularidade pode interferir na sua rotina e expectativa. Ao mesmo tempo, essa falta de consistência pode influenciar a lógica comercial da grelha televisiva, que passa pela venda de publicidade e conquista de audiência.

Em geral, cada episódio aborda os temas de modo conciso, com ênfase nos principais aspetos, sem se conseguir contextualizar em profundidade, corroborando Wolf (1999, p. 147) quando se refere que o meio utilizado influencia o modo com os assuntos são produzidos. Nos episódios dedicados a apenas um tema – contabilizaram-se 13 dos 29 episódios –, nota-se que existe tempo para chegar a um maior detalhe, com informações adicionais, de texto e imagem, e entrevistas de suporte.

A construção das peças jornalísticas parte de diferentes fontes de informação como ilustra o gráfico 8, as quais intervêm diretamente na realização do *Radar XS*.

Gráfico 8

Frequência das fontes de informação das peças jornalísticas do Radar XS no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

A produção noticiosa do *Radar XS* centra-se numa cobertura em fontes com primazia às crianças e jovens (30%) (Anexo G) e adultos, sejam eles figuras profissionais associadas a atividades escolares ou projetos (24%) ou pais (6%), que estão envolvidos nos factos e trazem esclarecimentos adicionais, sem substituir as vozes dos filhos. Como se privilegia a voz dos progenitores, mais ouvidas em ambiente escolar e como protagonistas das próprias histórias, assinala-se uma escassa escuta aos pais. As crianças são entrevistadas em diversas ocasiões e a assumir papéis variados, como alunos, desportistas, leitores, imigrantes, artistas, ativistas e voluntários. A análise dos resultados indica que há inclusão de crianças de diferentes nacionalidades na seleção dos entrevistados e diversidade de perspetivas de pontos de vista, os que concordam e os que não, os que sabem e os que não sabem as respostas e os mais tímidos e os mais comunicativos. Esta abordagem fomenta a representatividade da infância – “direito das crianças à representação” de Buckingham (2009, p. 18) – tolerância e a aceitação da diversidade e até de expressividade. Reforça-se, portanto, a visão de Lemish (2007), que defende a seriedade com que as crianças devem ser tratadas, sendo vistas como pessoas que podem discutir sobre temas mais sérios, a partir de seu ponto de vista e de seu conhecimento de mundo. Além disso, estes dados revelam que o jornalismo produzido para crianças desempenha um papel na construção da identidade e da cidadania, por isso os mais novos têm de encontrar identificações no modo como são representados (Buckingham, 2000; Ponte, 2012). Tal representação influencia não apenas a imagem que as crianças têm de si próprias, bem como dos adultos (Buckingham, 2000; Ponte, 2012).

A participação infantil no *Radar XS* é ainda incentivada pela pivô durante a apresentação do noticiário ao divulgar os contactos de *email* e redes sociais do programa e a convidar o público a contribuir com sugestões de temas, fotografias, perguntas e respostas. Frases como “O que mais gostaram de descobrir da vida da rainha?”, “Sabem andar de skate? Contem-nos tudo” e “Qual é o emoji que vocês gostariam de ter?” encerram alguns episódios. É uma estratégia para ampliar a conquista da audiência e encorajar uma postura ativa diante das informações. Os contributos de alguma fonte ou interação infantil não foram percebidos em nenhum episódio, registando-se apenas no episódio 137 (sexta temporada) uma que enviou uma fotografia do seu local favorito do verão.

O *Radar XS* ainda endereça convite às crianças para assumirem produções jornalísticas como “Repórter XS”. Nesta análise não se visualizaram exemplos deste tipo participação, recomendando-se, por isso, a consulta do subcapítulo seguinte e a leitura do relato da investigadora como observadora da participação da filha na *Visão Júnior* (Apêndice B).

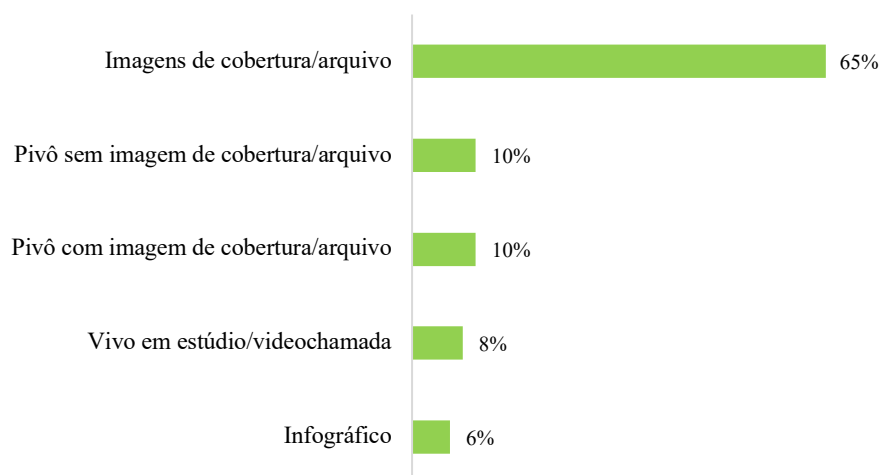
Quanto às fontes de informação do noticiário infantil, ainda se contemplam os especialistas e os comentadores (5%), que partilham pontos de vista sobre um determinado assunto. Encontram-se exemplos nas entrevistas em estúdio com uma linguista sobre a evolução da língua portuguesa (episódio 101, quarta temporada), dois jovens cientista para desmistificar a importância da ciência no Dia Mundial da Ciência (episódio 106, quinta temporada) e um comentador da RTP sobre a qualificação do Diogo Ribeiro para os Jogos Olímpicos (episódio 138, quinta temporada). A escolha destes especialistas recai maioritariamente sobre uma faixa etária mais jovem, o que parece favorecer a identificação e aproximação ao público mais novo. Embora o noticiário pretenda oferecer um discurso transversal ao coletivo, estes especialistas e comentadores evidenciam as suas próprias vivências e pontos de vista. Não deixam de ser, portanto, recortes individuais do assunto ou acontecimento (Ghetti, 2018, p. 27). A função dos especialistas no noticiário para crianças como não foi descoberta na análise de conteúdo, é tratada nas entrevistas com a direção e a editora do *Radar XS*.

No que respeita ao uso de imagens, estas são “os elementos distintivos da linguagem audiovisual” (Sousa, 2006, p. 305). A sua combinação com o som e texto é que narra uma notícia, com começo meio e fim. A presença ou ausência de imagens para se produzir uma peça jornalística condiciona diretamente os critérios de noticiabilidade de seleção, (Traquina, 2007), tal como outros que foram referidos anteriormente. As notícias mais curtas podem ser lidas pela pivô em estúdio, com ou sem imagens de apoio. As notícias

mais desenvolvidas e as reportagens são suportadas por imagens de cobertura ou de arquivo, num total de 65% (Gráfico 9). A natureza das imagens pode ainda ser ao vivo, em estúdio ou por videochamada.

Gráfico 9

Tipo de imagens do Radar XS no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

Importa destacar que as imagens usadas em cinco episódios acrescentam outro elemento visual e textual ao *Radar XS*: o infográfico. Este recurso, estático ou dinâmico, é utilizado para ilustrar as notícias e levar os telespetadores a compreender e reter melhor a informação (Frazão-Nogueira, 2016). Como Sousa (2006) salienta, em resultado do avanço tecnológico, é cada vez mais visto nos noticiários como elemento de linguagem jornalística.

No *Radar XS*, os infográficos transmitem mensagens variadas, de tom mais sério ou lúdico, e o seu recurso acontece para explicar, por exemplo, na sexta temporada, a origem dos anos bissextos (episódio 56) e das bolas de Berlim (episódio 137) (Anexo H), narrar a história dos emojis (episódio 72) e algumas curiosidades do chocolate (episódio 89) e descrever a vida Luís de Camões (episódio 118).

4.4.4.2. *Visão Júnior*

A análise detalhada de cada secção da *Visão Júnior* revelou que a estrutura editorial não é coerente em todas as temáticas, que ora estão numa secção já existente ora em outra

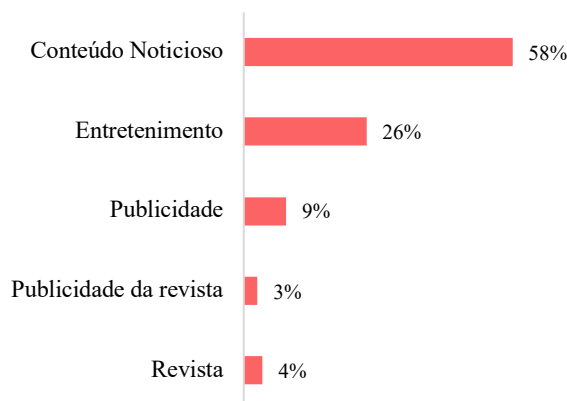
semelhante criada pela necessidade de acomodar um tema de modo pontual. Esta prática provocou o prolongamento do tempo dedicado à análise de conteúdo e maior dificuldade no estabelecimento de categorias e das respectivas classificações. Alguns casos ilustram esta situação: o artigo sobre pequenos insetos, publicado na secção “Natureza” (edição 228), a descoberta de um novo dinossauro português em “Descobertas” (edição 214) e a visita a uma fábrica de alimentos para animais de estimação na “Como se Faz” (edição 215) poderiam ter sido integrados na secção “Animais”. Refira-se que estas três secções foram usadas exclusivamente para estes artigos. O depoimento de uma criança com uma doença, por exemplo, não foi incluído em “Saúde” nem em “Miúdos Inspiradores”, mas antes numa secção criada para uso único, “Testemunho” (edição 225). A secção “Saúde” também só foi identificada uma vez para tratar de doenças de inverno (edição 236), quando já existia o “Corpo Humano”, dedicada a temas semelhantes. Além disso, a “Ciência” inclui tópicos que, em outras edições, aparecem em secções mais específicas, como “Tecnologia” e “Espaço”. Já o “Desporto” integra diversas matérias, incluindo futebol, mas para o texto “Os melhores cromos do Mundial de 2022 (edição 222) foi criada uma secção “Futebol”. Outro exemplo, o tema das eleições legislativas em Portugal é abordado em “Atualidade” (edição 212) e, mais tarde, em “Eleições” (edição 237), ambas criadas apenas para estes contextos. Na edição 237, a secção “Curiosidades” surge duas vezes: uma no início, com duas breves respostas a questões do quotidiano, e a outra mais ao fim da revista, com um artigo sobre o Carnaval em outros países.

Idealmente, as agendas deveriam ser pensadas de acordo com os temas que são considerados de interessantes para o público infantil, e não com o objetivo de encaixar em determinadas categorias, mas esta situação apresenta desafios quanto à definição e uniformização das secções. Embora os jornalistas evitem produções uniformes, pois “buscam equilíbrio entre o familiar e a surpresa” (Ali, 2009, p. 18), não se deve desvalorizada a consistência das secções, pois estas funcionam como indicadores orientadores da leitura para se saber do que é tratado ali e nas páginas seguintes. Estas são um dos elementos que compõem a identidade da revista. Surge, então a questão: será que os pequenos leitores reparam que a revista lhes oferece orientações para a leitura com os cabeçalhos das páginas, ou esta será uma discussão levantada pela investigadora, sem relevância para quem a lê? Compreende-se que a organização da revista em poucas secções poderá ajudá-los a prestar maior atenção a esses elementos.

No gráfico 10, confirmam-se os valores percentuais da tabela apresentada anteriormente com o conteúdo total da *Visão Júnior*. O destaque é do Conteúdo Noticioso, que ocupa 929 páginas (58%) durante o período de análise de 1 de janeiro de 2022 a 31 de julho de 2024, seguido pelo Entretenimento com 26%.

Gráfico 10

Percentuais das categorias de conteúdo da Visão Júnior por páginas das edições no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

Estes resultados podem ser explicados, pois as revistas, além de notícias, “une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos”, conforme exposto por Scalzo (2011, p. 14). Além de fazer jornalismo, a *Visão Júnior* cumpre também a função de contribuir para o entretenimento. Para a autora brasileira (2011, p. 52) “há espaço para as duas coisas, desde que se perceba, é claro, os limites e as possibilidades de cada área, sem querer misturar uma com a outra”. A *Visão Júnior* dá informação, mas organiza a publicação de modo a proporcionar diversão aos leitores, também este um direito (Princípio 7º) consagrado pela Declaração dos Direitos da Criança (UNICEF, 1959).

Denota-se que a *Visão Júnior* tem a preocupação de oferecer ao leitor uma revista com quantidade e variedade de temas, reconhecendo-se, igualmente, a qualidade jornalística, de acordo com os pontos orientadores indicados em “Construção do jornalismo infantojuvenil”. A criação da seção “O Dinheiro e tu”, incluída na temática Economia, exemplifica a preocupação com a educação para a literacia financeira, tendo sido abordada pela perspectiva de como a gestão do dinheiro, poupança e custo interfere no cotidiano. Parece pertinente, uma vez que cada vez mais as crianças têm o seu próprio

dinheiro mais cedo e são mais decisores de compras familiares (Buckingham, 2006; Furtado, 2013; John, 1999; McNeal, 1992; Ponte, 2012). Estas ideias podem ainda ser completadas com a de Bauman (2008), quando afirma que cada vez mais se inicia a experiência da emoção do consumo. Estes dados relacionam-se, portanto, com a criança consumidora tratada no primeiro capítulo.

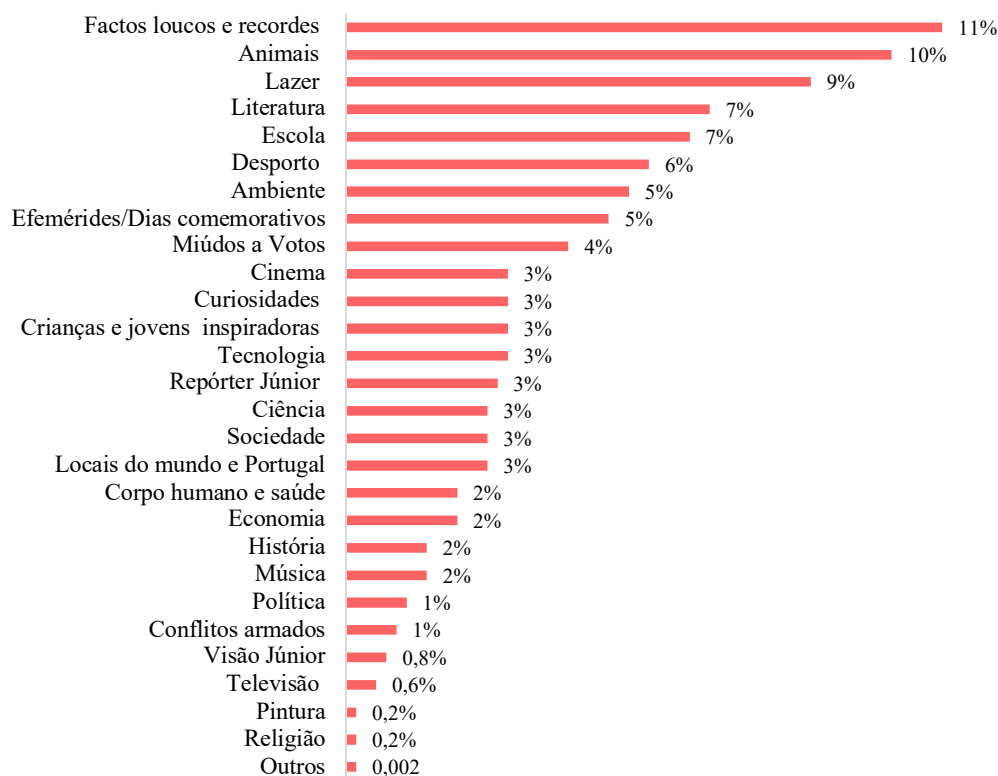
Embora não seja o foco deste estudo, dá-se uma nota sobre a publicidade, uma vez que a *Visão Júnior*, como outros meios, não escapa dos anúncios publicitários para o sustento económico (Costa e Silva, 2021). Os dados apurados pela análise de conteúdo não apontam para uma quebra de anúncios entre 2022 para 2023 nem até julho de 2024. Contudo, há meses com redução nas receitas publicitárias, o que pode afetar a organização e a produção jornalística. As marcas, apesar de se manterem quase sempre as mesmas, traduzem o potencial do mercado infantil de consumo (Bauman, 2008; McNeal, 1992), que podem publicitar em um produto jornalístico para crianças, como roupa desportiva, atividades culturais e de lazer, férias municipais, editoras de livros, centros comerciais, produtos de higiene, entre outros. Dá-se a nota que a publicidade dirigida a crianças, em Portugal está sujeita a restrições legais previstas no Código de Publicidade, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro, e alterado, especificamente sobre géneros alimentícios e bebidas publicidade dirigida a menores de 16 anos, pela Lei n.º 30/2019, de 23 de abril.

Além dos espaços publicitários, a *Visão Júnior* adota ainda outras estratégias de marketing para alavancar as vendas em papel, como a oferta de brindes (edição 220), em parceria com um espaço comercial, e o encarte especial em papel “Raposa Chama”, um projeto da campanha nacional “Portugal Chama Por si. Por Todos” (edição 238). O formato revista destaca-se como um dos “meios mais inovadores em estratégias para captar publicidade, sem que isso compromettesse as audiências” (Jorge, 2008, p. 25). Neste contexto, vale a pena considerar o que foi exposto no segundo capítulo em “Distribuição e adaptação às novas tecnologias” e refletir sobre o surgimento de projetos jornalísticos alternativos (embora nenhum infantojuvenil), como *Fumaça*, *Divergente*, *Gerador* ou *Shifter*, que se sustentam com meios alternativos, por exemplo, *crowdfunding*, apoio de fundações ou contribuições de leitores, em alternativa aos modelos mediáticos tradicionais. “Não obstante a crescente visibilidade e ascensão destes projetos, a sua sustentabilidade a longo prazo é ainda, porém, um tiro no escuro.” (Silva, 2024, p. 47).

Após os resultados desta primeira análise de conteúdo da *Visão Júnior*, partiu-se para a desestruturação da categoria Conteúdo Noticioso das 31 edições. Foram definidas 28 categorias temáticas (Gráfico 11).

Gráfico 11

Frequência das categorias temáticas da categoria Conteúdo da Visão Júnior das edições do período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

Evidencia-se a predominância (e continuidade) dos Factos Loucos e Recordes, com 11%, corroborando o interesse pelo insólito evidenciado no estudo de Candeias com data de 2005. Estes resultados podem ser explicados pelo valor-notícia agregado do insólito e da inversão, caracterizados por registos de notabilidade (Traquina, 2007), que a equipa editorial julga ser do interesse do seu público. Por exemplo, andar dois quilómetros a 100 metros de altura é um acontecimento fora do comum. A categoria Animais com 10% é justificada pelo mundo animal ser “um tema que dificilmente se esgota ou se torna redundante numa revista cujo público-alvo são as crianças e jovens até os 14 anos” (Carvalho, 2014, p. 61), explicando-se, assim, a sua preferência na agenda editorial. O autor explica que dentro deste assunto são valorizadas as espécies que não integram os

manuais escolares, que estão em vias de extinção, ameaçadas ou protegidas e as mais invulgares. Esta tendência temática já era denotada em 2013, quando se realizou um levantamento interno dos artigos subordinados a secções estanques: animais, escritores, desportos e países (Carvalho, 2014).

As temáticas Lazer (9%), Escola (7%), Literatura (7%) e Desporto (6%) também estão bem representadas, evidenciando uma preocupação bidirecional com os seus leitores: dentro da escola, especialmente através da divulgação de projetos escolares, e fora da escola, com as ocupações de lazer e desportivas, tal como foi assinalado na análise do *Radar XS*. Também aqui se equilibra o desempenho do “ofício de aluno” com o “ofício de criança” (Perrenoud, 1994; Sarmiento, 2011; Sirota, 2001), ou seja, os comportamentos e ações que os mais novos desempenham na escola e em outros lugares sociais que lhe são próprios. Nesse sentido, são estes assuntos que têm impacto na vida dos leitores, o que justifica a sua relevância e a proximidade, alinhando-se aos valores-notícia de critérios substantivos apontados por Traquina (2007).

Somando os Factos Loucos e os Animais (21%) encontra-se um jornalismo infantojuvenil que fala com a criança curiosa e interessada, mas ao mesmo tempo trata de assuntos mais leves, mais fáceis de compreensão, acabando por dar mais do que elas gostam e menos de assuntos sérios, consideramos aborrecidos (Buckingham, 2000; Carter, 2013), como Economia (2%) e Política (1%). No caso da Sociedade, com apenas 3%, como poderá ser um tema menos interessante para os seus leitores, a revista utilizou como cabide as amizades cinematográficas de *Harry Potter*, *E.T.- O Extraterrestre*, *Stranger Things* e *Uma Aventura* para uma reportagem que abordava a amizade infantojuvenil (edição de janeiro de 2023). A reportagem de seis páginas, além de enquadrar o tema nestas amizades ficcionadas, dá voz a dois grupos de amigos “reais” (um com quatro crianças e o outro com três) que explicam o que é a amizade para eles e ainda dedica uma coluna ao bullying, “como ajudar um amigo?”. Os textos são assinados pela jornalista-editora e conta com a colaboração de um psicólogo clínico. A importância do tema justificou destaque de capa, tendo sido um dos poucos casos em que celebridades ocuparam a primeira página da revista, com o título: “Amigos inseparáveis: Harry Potter, Hermione e Ron defendem-se uns aos outros, guardam segredos e divertem-se quando estão juntos. E tu, o que és capaz de fazer por um verdadeiro amigo?”.

No caso do Ambiente (5%), especificamente nos desastres naturais, regista-se a também a novidade e a notabilidade, por exemplo o vulcão Tonga que se sentiu em Portugal, o

sismo nos Açores e os incêndios. Os temas tratados em sociedade (3%) e tecnologia (3%) também evidenciam a atualidade dos acontecimentos, como se verifica na tabela das categorias temáticas apresentada anteriormente. Contudo, os valores-notícia de seleção da novidade e do tempo do jornalismo infantojuvenil têm noções distintas do generalista como explicado no enquadramento teórico. Por ser marcada pela periodicidade mensal, a *Visão Júnior* trabalha com fatos da atualidade, mas numa visão alargada, e não com notícias “quentes” do dia, as *hard news* no sentido clássico do jornalismo, do imediato e factual, como explica Doretto (2015) e Furtado (2014). Em vez disso, é mais um fazer jornalismo em que a cobertura de um acontecimento se estende ao mês seguinte, ou até se repetem, como aconteceu com a campeã do mundo de patinagem artística, nos números 230 e 234. A periodicidade mensal da revista como não permite tratar notícias no imediato, uma das soluções é colocar notas de rodapé como esta sobre o conflito ucraniano: “Esta notícia foi escrita uma semana antes de a leres. Muito mais coisas terão, entretanto, acontecido” (edição 214).

A notícia atual do eclipse total da lua serviu como cabide para uma matéria sobre o que existe no espaço, de origem natural ou humana. Este assunto mais antigo não deixou de ser um acontecimento, mas introduziu-se e produziu-se uma nova matéria, que conquistou espaço editorial a partir de um novo enquadramento. É frequente encontrar neste noticiário efemérides e datas comemorativas (5%), sobretudo de personalidades ou acontecimentos como cabides para justificar falar de novo sobre o assunto, como o Dia da Criança, a celebração dos 100 anos de nascimento do escritor José Saramago e o 25 de abril. O facto desta última temática ter sido destaque de capa por duas vezes na *Visão Júnior*, em 2022 e 2024, ressalta a importância editorial deste episódio histórico. Evidenciando-se, assim, a revista como “construtoras de memórias colecionáveis” (Cardoso & Figueiras, 2024, p. 5). Estas opções editoriais seguem o que Cardoso (2024, p. 104) refere quanto à novidade e ao imediatismo estarem pouco presentes nas revistas, existindo “por isso, uma preocupação com a contextualização”. A autora defende que o jornalismo de revista também se pauta pela explicação, com uma função pedagógica e de serviço utilitário. Aponta-se o exemplo da notícia da edição de janeiro de 2022 (p. 6), com o título “Jovens músicos do Afeganistão acolhidos por Portugal”, que se inicia com “o Afeganistão é um país no centro da Ásia que tem sofrido muito com várias guerras”. As categorias Economia e Corpo Humano e Saúde apontam nessa direção, com um sentido mais explicativo e analítico.

A literatura (7%) é a arte mais abordada nas edições analisadas. A divisão propositada das artes teve como finalidade perceber a relevância de cada uma na agenda editorial. O cinema (3%), a música (2%) e com muita pouca relevância a pintura (0,2%) surge apenas uma vez com uma notícia relacionada com o artista português Vhils. O artista Picasso também surge, mas como efeméride de morte. A fotografia aparece ligada à data comemorativa do Dia Mundial da Fotografia, servindo de cabide para ensinar técnicas fotográficas. Este ângulo adapta-se à realidade das crianças andarem sempre com o seu telemóvel ou dos pais para captar imagens com a câmara. O somatório de todas as categorias relacionadas com arte revela que a *Visão Júnior* tem uma componente cultural significativa em agenda noticiosa.

A edição 240 foi a única a abordar o tema religião, com um artigo sobre o budismo na secção “Mundo”, com testemunhos de crianças que vivem em Portugal. É importante ressaltar que, em 2023, realizaram-se a Jornada Mundial da Juventude em Portugal e nenhum número dedicou espaço a esse evento católico que trouxe o papa Francisco a Portugal. Apesar de atender aos critérios de noticiabilidade (Traquina, 2007) e de ter recebido muita atenção de outros meios, pela análise verifica-se que a *Visão Júnior* optou por não fazer. Tal decisão pode refletir motivações da equipa editorial, interesses organizacionais, limitações de espaço ou uma linha editorial distinta. Estas condicionantes influenciam diretamente os critérios de noticiabilidade, que “não são naturais, mas sim organizacionais, sociais, culturais, ideológicos e mesmo mediáticos (Sousa, 2004, pp. 22-23). Com base no que foi referido na caracterização da *Visão Júnior*, a revista tem em agenda temas repetidos ao longo das edições e opta por não abordar assuntos mais sensíveis, como o racismo e identidade do género, corroborando Dorés (2021). Contudo, temas sobre o corpo humano e saúde (2%), como o aparecimento da varíola dos macacos são tratados, mas sem dramatização (um dos valores-notícia de construção de Traquina, 2007): “É contagiosa, mas não com a mesma facilidade da Covid: para apanhar, é preciso tocar nas pequenas feridas”. De facto, percebe-se a preocupação da *Visão Júnior* em oferecer enquadramentos positivos, sobretudo em temas que podem assustar as crianças, o que já tinha sido registado por alguns autores mencionados (Dorés, 2021; Doretto & Casaqui, 2022; Kleemans et al. 2017; Matthews, 2003; Pinto Coelho, 2009). Vai de encontro às estratégias produtivas explicadas no segundo capítulo.

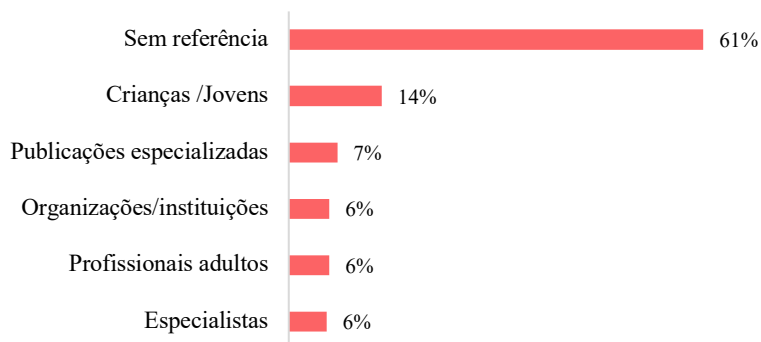
A *Visão Júnior* apresenta características jornalísticas nos formatos que utiliza: breves, notícias, artigos de análise, reportagens e entrevistas; mas a sua produção centra-se numa

cobertura com muita ausência de fontes de informação (61%), num total de 531 conteúdos analisados. Esta omissão obriga a depender das próximas duas fases metodológicas, observação e entrevistas, para compreender melhor o recurso às fontes por esta publicação. Refletindo sobre o caso da categoria Escola, verifica-se em agenda uma aposta na divulgação dos projetos escolares. As fontes não estão assinaladas, mas, possivelmente, a revista recebe informações a partir de alguma instituição educativa ou entidade institucional.

Pelos resultados apontados (Gráfico 12), verifica-se que é a *Visão Júnior* que fala para o seu público e é a especialista nas informações que dá sobre os temas, sem haver a preocupação em revelar aos leitores a proveniência das fontes. Quando há indicação, geralmente é vaga: “de acordo um estudo” e “um projeto”; ou remete para organizações/instituições: “segundo os cientistas da NASA” ou “segundo investigadores na Universidade de Azabu, no Japão”. Quando as fontes especialistas são identificadas, geralmente aparecem ao lado ou no fim da página, isto é, não são destacadas nem aparecem na forma de discurso direto ou indireto.

Gráfico 12

Frequência das fontes de informação das peças jornalísticas da Visão Júnior no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

Os resultados também mostram que as crianças são fontes primárias (14%) à frente dos profissionais adultos (6%), incluindo professores e treinadores. Na *Visão Júnior* não figuram pais a falar pelos progenitores. As vozes infantis são ouvidas em assuntos que a elas mesmas dizem respeito, especialmente como alunos e desportistas, colocando-as como elementos fundamentais da produção noticiosa, uma vez que as próprias fontes são “também elas proponentes de enquadramentos” (Brites, 2010, p. 4). Isto é, elas

contribuem para moldar o modo como as notícias são enquadradas, o que lhes confere um papel ativo no processo jornalístico.

É comum recolher depoimentos das crianças para falarem sobre as datas comemorativas, o que também se constata no jornalismo produzido para adultos quando a efeméride propicia a sua inclusão, como o Dia da Criança (Marôpo, 2013; Ferreira & Doretto, 2024b). A *Visão Júnior* procura-as igualmente em outras ocasiões. Vejam-se alguns exemplos de coberturas noticiosas: Em “Tudo apostos?” (edição 229) foram consultados cinco pequenos leitores para comentarem a realização, pela primeira vez, das provas de aferição, em computadores e tablets”; em “Telemóveis na escola: Sim ou não?” (edição 234) foram ouvidas opiniões de 12 crianças, com idades compreendidas entre os 8 e os 13²²³; “Delegados de turma 5 estrelas!” (edição 236), três crianças, de 8, 11 e 14 anos, que desempenham essas funções deram os seus testemunhos. A notícia “Porque é que os professores estão em greve?” (edição 225, Anexo D), conversava com o contexto atual da altura e, por isso, além do enquadramento do que é uma greve e dos motivos, foram ouvidas crianças que viveram a experiência de ter as escolas fechadas. Na secção “Desporto”, quando se aborda uma modalidade específica, procuram-se depoimentos de praticantes mais novos. Outro exemplo é a matéria sobre “Amigos inseparáveis” (edição 224, “Comportamento”), em que não só foram consultadas várias crianças, mas também um psicólogo clínico.

De facto, a *Visão Júnior* recorre ainda a especialistas (6%), para explicarem acontecimentos e descodificar terminologias, de forma mais aprofundada e objetiva, seguindo o que defende Sousa (2005, p. 56): “O especialista será tanto melhor fonte quanto mais consiga descodificar em termos simples a informação técnica e quanto mais capacidade de previsão tiver”. Os professores universitários e os profissionais de saúde são os mais consultados. Por exemplo, na matéria “Concentração precisa-se” (edição 226), uma neurocientista e uma psicóloga educacional ajudaram a encontrar truques para as crianças estarem mais atentas. Ainda antes dos especialistas, com uma diferença residual, encontram-se as publicações especializadas (7%), como a *Time*, *Guinness Book* e a própria revista para assuntos dos “Miúdos a Votos”, e as organizações ou instituições como fontes de informação (6%), como universidades, a Agência Espacial Portuguesa, o Observatório Astronómico de Lisboa e o World Wild Fund. Não se registam fontes

²²³ Para conhecer o processo produtivo da entrevista com uma das crianças ouvidas, sugere-se a leitura do relato da investigadora como observadora da participação da filha na *Visão Júnior* (Apêndice B).

anónimas nem governamentais, justificando-se provavelmente pelas temáticas que abordam e os respetivos ângulos.

Além da participação das crianças como fontes de informação, a *Visão Júnior* ainda lhes dá espaço como protagonistas e repórteres, concordando, não apenas, com a ideia de que a “revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo” (Scalzo, 2003, p. 12). Assinala-se a ligação ao jornalismo de especialidade, não só por público, mas também por meio, neste caso alternativo ao digital.

A secção “Repórter Júnior” (Anexo I), embora não fixa, surgiu 15 vezes em 31 edições, possibilitando que as crianças assumam o papel de repórteres e entrevistem figuras públicas à sua escolha. O artigo de Ferreira e Doretto (2024b), “O que perguntam as crianças-repórteres? Visões de mundo e participação no jornalismo infantojuvenil”, estuda especificamente esta secção da revista *Visão Júnior*, revelando, como esta experiência reflete os interesses, preocupações e visões de mundo dos mais novos, bem como o valor da participação infantil no meio tradicional.

As experiências de vida de crianças e jovens são o enfoque de algumas peças jornalísticas, com um sentido inspiracional e positivo, como a secção “Miúdos inspiradores” (Anexo I) e reportagens e notícias específicas, como a história do minibiólogo Dinis, a campeã nacional de karting e a campeã do mundo de patinagem artística. Apesar de as categorias dedicadas às crianças inspiradoras e ao “Repórter Júnior” terem obtido 3% cada uma, identifica-se a sua presença como um “novo” (revisto)²²⁴ valor-notícia, sinalizado por Harcup e O’Neil (2017, p. 1471), em referência às “boas notícias”, como crianças geniais, triunfos, atos de heroísmo, salvamentos inesperados, etc.. Os “Miúdos a votos” é um outro “novo” valor-notícia – “agenda do jornal” – encontrado na *Visão Júnior*, ao relacionar-se com “histórias que definem ou se enquadram na agenda própria da organização noticiosa” (Harcup e O’Neil, 2017, p. 1471), por interesse comercial ou editorial. Esta secção, como explicado no subcapítulo sobre a caracterização da revista, é também um exemplo da envolvência infantil promovida pela *Visão Júnior*. Com 22 presenças em 31 edições, dirige-se a crianças de diferentes faixas etárias, em contexto escolar, numa iniciativa que

²²⁴ Este novo artigo é uma revisão da lista dos “novos” valores noticiosos de Harcup e O’Neil de 2001, mediante o jornalismo de hoje, incluindo os novos desafios dos *media* social.

junta leitura com a cidadania. No fim do período de análise, reapareceu uma antiga secção (anterior a 2022), “Na minha cidade”, e deu-se a estreia de uma outra, “Pelo Mundo”. Ambas contam com a participação dos leitores.

O processo produtivo da revista conta ainda com os consultores juniores, os quais contribuem para a escolha das capas, bem como para os temas das matérias jornalísticas de algumas edições mensais. Desta forma, os consultores sentem que a sua opinião importa, “ficando ainda com entusiasmo para ler a revista ao saber que também contribuem um pouco para a sua construção e que as suas opiniões ou sugestões ajudam de certa forma a melhorar a *Visão Júnior*” (Dores, 2021, p. 74). Os consultores podem ainda redigir notícias, como a cobertura de um concerto em Portugal, na edição 231 (Apêndice B)²²⁵. Pela análise de conteúdo, as referências à consultadoria apenas surgem nas edições de setembro ou outubro, quando se anuncia “Queres ser consultor Júnior?” e de outubro, dezembro ou janeiro, quando divulgam os novos integrantes juniores (nome, idade, localização e fotografia). Deles espera-se que enviem, por *email*, assuntos, ideias, temas que gostassem de ver abordados, o que gostam de fazer e ler, que ajudem a escolher as capas de algumas edições e que compareçam nas reuniões; em contrapartida, recebem a assinatura digital da revista. Nas restantes edições não há referência às crianças consultoras, sendo desconhecido o contributo deles.

Recorrendo ao relatório de estágio de mestrado de Dores (2021) na *Visão Júnior*, que embora seja uma amostra reduzida constituída por 29 consultores dos 8 aos 16 anos, constata-se que alguns temas sugeridos pelos consultores inquiridos passaram para a agenda editorial, como entrevista às autoras “Uma Aventura”, artigos sobre as emoções dos animais, as novas inovações, os perigos das redes sociais e os oceanos. Mas nem todas sugestões são atendidas: a evolução da música e os benefícios, o perfil do primeiro-ministro, o Grande Prémio da Fórmula 1 em Portugal, entrevista a alguns enfermeiros que estiveram no combate à pandemia e civilizações do Antigo Oriente. Em “Observação participante” esta questão é explorada, apurando-se que, de facto, a *Visão Júnior* não atende a todos os pedidos das crianças, por motivos específicos.

Sem pendor informativo, mas lúdico, tem ainda de se assinalar que o vínculo com o leitor infantil é ainda evidenciado nos passatempos e concursos (incluída em Entretenimento).

²²⁵ Para conhecer o processo produtivo da notícia, sugere-se a leitura do relato da investigadora como observadora da participação da filha na *Visão Júnior* (Apêndice B).

As crianças podem enviar desenhos, textos, objetos construídos com material reciclado e os melhores trabalhos são premiados.

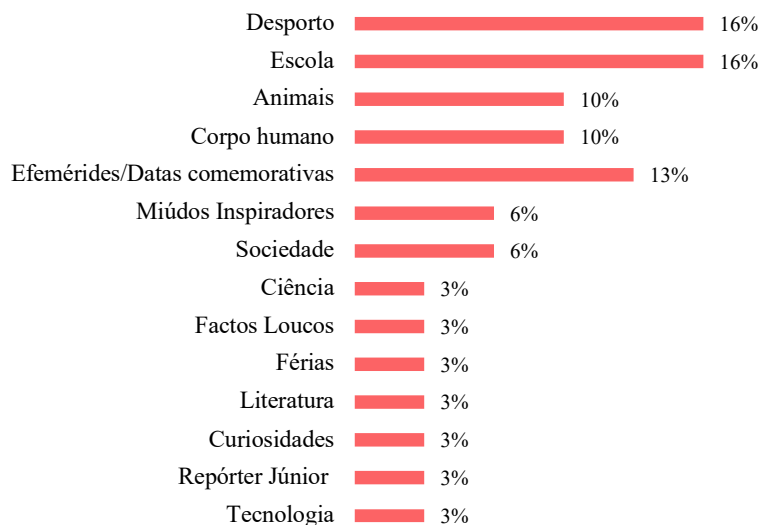
Em sequência destes resultados, é relevante, no entanto, ressaltar que, tanto como fontes tanto como protagonistas ou repórteres, trata-se de um recorte de crianças que está representado na *Visão Júnior*. Segundo Carvalho (2014, p. 79), “ela é sobretudo uma publicação que ilustra a vida de crianças e jovens com vivências socioeconomicamente muito estáveis e confortáveis”. O autor ainda refere que esta revista mensal, embora seja desconhecida por muitos e de estar presente em vários contextos escolares, e “apesar de pretender ser o mais abrangente possível, inclusiva e representativa de um leque alargado do panorama social português, a *Visão Júnior* acaba por ser uma revista dirigida às elites”, cujos pais são “leitores que fizeram um percurso académico e profissional superior” (Carvalho, 2014, p. 79). Esta ideia corrobora Doretto (2014) quando afirma que os veículos infantojuvenis destinam-se, na generalidade, a um grupo restrito, como foi explicado em “Construção do jornalismo infantojuvenil”.

A análise de conteúdo aos destaques de capa está agrupada em 14 categorias temáticas, que seguem as utilizadas para o conteúdo do interior. A finalidade prende-se em perceber a temática dominante, pois é este um dos elementos mais importantes da revista, pela atração que exerce nos leitores, e se esta é dedicada a *hard news* ou *soft news*.

Com 31 edições analisadas, o Desporto (Anexo J) e Escola, ambos com 16% (Gráfico 13), dominam os destaques de capa, o que não dialoga com as temáticas mais encontradas no interior da revista, Factos Loucos e Animais. A variação de temas nas capas traduz a variedade de conteúdos da revista.

Gráfico 13

Categorias temáticas dos destaques de capa da Visão Júnior no período de análise



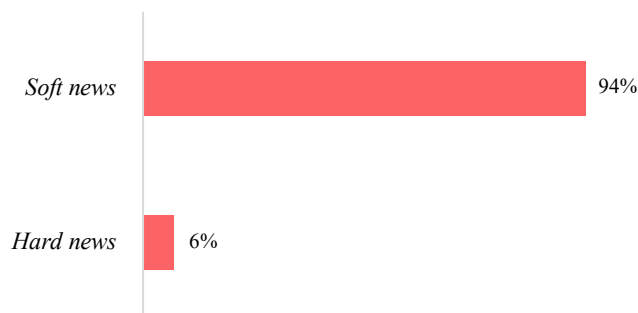
Nota: Elaboração própria (2024)

Contudo, nem sempre o destaque de capa é o tema central da revista, o que Cardoso (2024) explica por nem sempre a melhor peça para colocar na capa corresponder à melhor peça da revista. O surgimento da categoria Férias, justifica-se pela edição especial para assinalar este período, enquanto as edições de setembro destacam o regresso às aulas (categoria Escola).

Tal como se denotou no interior, também os destaques de capa da *Visão Júnior* tratam de assuntos intemporais e factuais (*soft news*), com 94% (Gráfico 14). Ilustram assuntos mais leves e descontraídos: modalidades desportivas e edições especiais de Natal, férias e regresso às aulas, mas encontram-se assuntos mais reflexivos e explicativos: a revolução do 25 de abril (edições 215 e 239) e o uso das redes sociais (edição 227).

Gráfico 14

Tipo de peça jornalística nos destaques de capa da Visão Júnior no período de análise



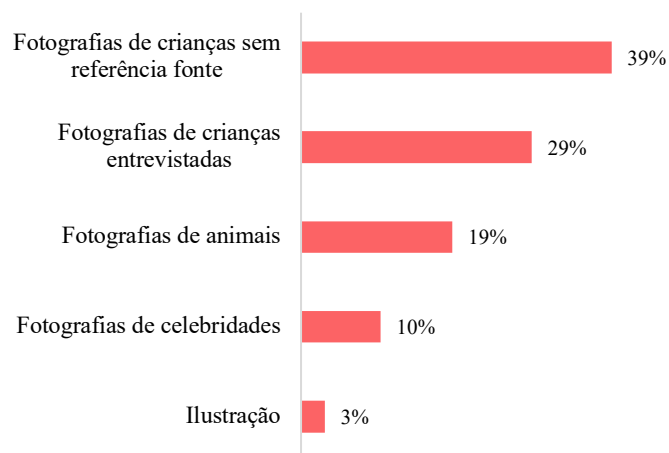
Nota: Elaboração própria (2024)

A explicação também passa pela periodicidade mensal da revista ao não permitir que se aposte num acontecimento mais atual, evitando o risco de estar desatualizada quando for para venda em banca. Os destaques *hard news* representam-se em apenas duas capas: o eclipse da Lua (edição 216) e os Jogos Olímpicos (edição 241), tornando-se acontecimentos que se prolongaram no tempo. Curiosamente, o evento dos “Miúdos a votos”, que envolve escolas por todo o país, nunca foi destaque de capa.

As capas são pensadas, maioritariamente, com um foco numa imagem única central, com significado para a edição e chamadas de capa secundárias em rodapé. “Um tema, uma imagem” é um dos cinco tipos de capa de revista definidas por Johnson e Prijatel (2013, pp. 277-281). As fotografias estão bem mais presentes nos destaques de capa do que em outro tipo de imagem, geralmente enriquecidas com elementos gráficos coloridos. A ilustração só ocupa uma capa e é referente ao tema central da edição 212 sobre o género literário manga. Num total de 31 capas, destaca-se a presença das crianças, em relação às outras categorias (Gráfico 15), somando quer as fotografias sem referência a fonte (39%) quer as crianças entrevistadas (29%), especialmente as praticantes das modalidades desportivas.

Gráfico 15

Presenças fotográficas nos destaques de capa da Visão Júnior no período de análise



Nota: Elaboração própria (2024)

Os destaques escolhidos para as capas são uma estratégia que reforça a identificação da revista com o seu público-alvo e funciona como atrativo para os adultos, pais e avós, que

são igualmente decisores de compra. Esta escolha é corroborada por (Scalzo, 2003, p. 62), que enfatiza que “uma boa revista precisa de uma boa capa que ajude a conquistar leitores e os convença a levá-la para casa”. O uso de celebridades nas capas pode ser igualmente um forte apelo à identificação e à venda, mas os 10% revelam que não é um critério preferencial da *Visão Júnior*, tal como se confirmará na observação. Exemplos como a presença da cantora Carolina Deslandes, as personagens de Harry Potter ou o jovem nadador Diogo Ribeiro (edição 241, secção “Desporto”) (Anexo J) destacam-se, mas não há aposta na notoriedade como um dos critérios de noticiabilidade substantivos (Traquina, 2007). A escolha de celebridades para a capa até poderia ser feita, dando mais visibilidade ao “Repórter Júnior”, com entrevistas a figuras públicas nacionais realizadas pelas crianças.

Por sua vez, a seleção de fotografias que provocam curiosidade em temas como animais fica-se pelos 19%. Imagens com espécies com características especiais e esquisitas (edição 234) mostram uma tentativa deliberada em atrair a atenção das crianças.

Como referido anteriormente, uma das principais funções dos consultores juniores da revista é dar resposta, por *email*, da preferência de capa, em resposta a uma consulta (não periódica), por parte da redação. Contudo, por esta análise de conteúdo não se consegue apurar se estas capas foram escolhidas diretamente por eles, à exceção de um único registo na revista de outubro de 2023 (edição 233). A escolha da capa por parte dos consultores foi curiosa, por ter sido uma imagem usada na capa há 17 anos, na edição de outubro de 2006 (uma criança retratada como um pequeno Einstein de língua de fora), e, por isso, merecedora de uma nota na revista. O conhecimento das restantes contribuições só é possível cruzando com a leitura do relato da investigadora como observadora da participação da filha na *Visão Júnior* (Apêndice B) e com a fase metodológica da observação.

4.4.5. Síntese final

A análise de conteúdo da produção jornalística da *Visão Júnior* e do *Radar XS*, durante 1 de janeiro de 2022 e 31 de julho de 2024, revela que, apesar de terem características específicas, de meio, redação e enquadramento, partilham agendas aproximadas e adotam critérios de valores-notícia comuns, em que os de Traquina (2007) dialogam com os de Harcup e O’Neil (2017). É esclarecedor que focam assuntos coincidentes, como

efemérides, datas comemorativas, temas desportivos nacionais (como o caso do artigo sobre a campeã nacional de karting), históricos (monarquia do Reino Unido), económicos (inflação) e sociais (manifestação em defesa dos animais), entre outros. Relaciona-se com a previsibilidade dos factos, que permite ir trabalhando a agenda editorial com mais antecedência, o que torna o trabalho mais seguro em equipas reduzidas que dependem de recursos externos.

Por um lado, confirma-se a tendência dos veículos partilharem valores-notícia de seleção e de construção, mesmo trabalhando com meios distintos, que, segundo Traquina (2005) são um dos elementos partilhados por esta “tribo jornalística”. Por outro lado, verifica-se a convergência temática com o objetivo de oferecer conteúdo informativo diversificado para crianças. Observa-se, contudo, que existem assuntos recorrentes, trabalhados a partir de uma agenda de acontecimento previsíveis. Isto pode causar maiores desafios de originalidade por parte dos jornalistas, pois como argumenta Wolton (1995), os temas que se prolongam mais tempo no espaço público, podem cansar e deixar de prender a atenção. Ainda que os critérios adotados sejam semelhantes, há acontecimentos e assuntos que podem ser considerados interessantes para um veículo e não para o outro, como foi o caso da *Visão Júnior*, que optou por não abordar a Jornada Mundial da Juventude em Portugal e outros assuntos que marcam a atualidade do público mais novo, como o racismo e identidade do género. Não deixa de ser curioso, uma vez que até pelo seu próprio formato em revista e periodicidade mensal (Cardoso, 2014; Tavares, 2022; Wolf, 1999), havia mais espaço para trabalhar o assunto, recorrendo aos valores-notícia de construção: simplificação e consonância (Traquina, 2007).

Pelo número de categorias criadas para a análise de conteúdo, consolida-se a ideia de Doretto (2015, p. 224), segundo a qual “quanto maior diversidade temática nos produtos jornalísticos infantojuvenis, maior probabilidade de atrair a curiosidade de potenciais leitores”. Além disso, Scalzo (2009, p. 65) tal variedade existe de forma que “justifique a existência daquela revista especializada, pois esta deve se propor a apresentar novas abordagens sobre temas já presentes no cotidiano do leitor, assim como em jornais diários, tanto impressos, como na televisão, no rádio e na internet”.

Para que esta produção por temáticas seja eficaz, os jornalistas têm de ter conhecimento das suas culturas, “modas” e rotinas, como o calendário escolar, as férias, exames e atividades. Os veículos tentam adaptar a sua agenda a estes elementos, que, como

mencionado nos capítulos anteriores, estão em constante construção e inovação, apresentando ainda caráter de imprevisibilidade (Sarmiento, 2011).

Contrariando as expectativas sustentadas pela grande diversidade temática e construção constante da infância contemporânea, constata-se que os temas de maior significado, como animais e desporto, mantêm-se similares aos identificados em estudos anteriores, alguns realizados há mais de uma década (Alon-Tirosh & Lemish, 2014; Carter, 2009; Carvalho, 2014; Doretto, 2015; Dore, 2021; Furtado, 2013; Matthews, 2007; Silveira, 2015). A *Visão Júnior* oferece factos loucos e recordes – relacionados com o humor e o insólito – e continua a manter o foco em temas relacionados com animais, enquanto o *Radar XS* demonstra uma tendência em abordar assuntos mais voltados para as referências históricas, comemorativas e sociais. Curiosamente, apesar de hoje em dia se falar do público digital (Jenkins, 2006; Prensky, 2010) e do “e-ofício da criança” (Sarmiento, 2011), a tecnologia permanece com pouca expressão nos conteúdos noticiosos, seja em contexto técnico ou social. Evidencia-se, portanto, um questionamento sobre a simplificação das relações dos mais novos com a tecnologia. As celebridades, frequentemente centrais na vida social e cultural das crianças (Jorge, 2012; Tomaz, 2019), também não são preferenciais na agenda editorial, o que vem a ser reforçado nas entrevistas com as editoras.

Ambos os veículos noticiosos orientam-se por uma linha editorial que, embora focada no que pode ser considerado de maior interesse para o público infantojuvenil – factos loucos, recordes, animais, efemérides e datas comemorativas, sociedade, atividades de lazer e desporto –, inclui acontecimentos que fazem parte do se passa no mundo atual, as *hard news*. Apesar de ainda se verificar, pelos resultados, um desequilíbrio entre ambos. Compreende-se que a novidade e o tempo das notícias é o contemporâneo e não apenas o imediato e o novo (Doretto, 2015; Furtado, 2013), especialmente a *Visão Júnior*, condicionada pela periodicidade mensal e o formato de revista (Cardoso, 2024, p. 104).

Os conteúdos noticiosos são explorados com intensidades diferentes de meio para meio, com periodicidades distintas, e cada um constrói a notícia com estilos narrativos e ângulos de abordagem, com mais ou menos espaço e com recurso ou sem a fontes de informação. De um modo geral, ambos apresentam características jornalísticas nos formatos que utilizam: notícias, reportagens e entrevistas. Na revista ainda é possível encontrar os artigos de análise.

Essas diferenças relacionam-se com o próprio meio, ecoando as ideias do enquadramento teórico sobre a televisão e a imprensa de Abrahamson (2024), Cardoso (2014, 2024), Carrero (2008), Scalzo (2003), Tavares (2022), Weaver (1999), Wolf (1999). Apesar das semelhanças nos critérios noticiosos, os dois meios constroem as percepções e opiniões públicas de modo diferenciado, influenciados pelo enquadramento visual e pela densidade da narrativa. Na sociedade moderna, a televisão beneficia da imagem como fator de atratividade e acessibilidade. O meio visual assegura que as notícias televisivas impactem de maneira mais imediata, enquanto a imprensa pode aprofundar o conteúdo, favorecendo a análise e contextualização.

A agenda editorial dos dois meios também não evita assuntos que tradicionalmente são destinados a um público adulto, como economia, política, conflitos, desastres e crimes. Apesar de este estudo não se propor à análise do texto das peças noticiosas, constata-se que estas são narradas com cuidado, adequando a linguagem e imagens às idades, sem recorrerem à infantilização, mas antes à personalização, simplificação e consonância dos acontecimentos noticiosos (Traquina, 2007). Este cenário corrobora com os estudos de Buckingham (2000) e Silveira (2019), que revelam que as crianças preferem conteúdos informativos e relevantes para as preocupações do dia-a-dia, sem adotar um tom paternalista ou condescendente.

Um dado relevante a sublinhar é que ambos utilizam acontecimentos atuais para servir de cabide para a introdução e produção de outra matéria jornalística, quer seja para tratar de “matérias frias” de modo mais aprofundado, como o espaço, ou “quentes” relacionadas com o processo social contemporâneo. Veja-se o exemplo do *Radar XS*, que a partir da notícia comemorativa do Dia da Família, enquadrou o debate do conceito da família moderna. Vale a pena refletir se estes assuntos precisam estrategicamente de recorrer a cabides de “matérias frias” para justificar a abordagem de assuntos que podem ser considerados mais delicados para as crianças. Esta é mais uma estratégia que o noticiário utiliza, além da “consolação” e da “fórmula sanduíche” explicadas teoricamente em “Rotinas produtivas”.

Nestas publicações infantojuvenis as crianças assumem um papel mais presente (mas com recortes de infância), em relação ao jornalismo produzido para adultos (Doretto, 2015; Marôpo, 2013, 2015; Ponte, 2012;), o que na prática traduz um maior compromisso com os direitos de participação e informação consagrados na Convenção sobre os Direitos da

Criança. Na análise de conteúdo não foi possível apurar com mais detalhes o recurso e a seleção às fontes de informação, um aspeto que é aprofundado na fase de observação e entrevistas deste estudo. Assume-se que a equipa editorial julga ser mais fácil se for uma criança a passar a mensagem para outra, corroborando com Furtado (2024, p. 80), quando diz que estas são excelentes fontes informativas, até porque, “na contemporaneidade, elas dominam alguns temas – como os ligados à tecnologia – muitas vezes melhor do que os adultos”. Este dado também corrobora com Ferreira & Doretto (2024a), que afirmam que as crianças são chamadas a falar sobre datas comemorativas. Contudo, Furtado (2024) chama atenção para o facto de serem consultadas em ambiente escolar, o que pode conduzir a uma infância institucionalizada (Marchi, 2010; Sirota, 2001), aparecendo como fontes que reafirmam os discursos dos professores. Este ponto cruza com o que foi referido na análise de conteúdo sobre a conceção da infância cada vez mais ligada ao “ofício de aluno”, com menos disponibilidade para brincar livremente (Corsaro, 2002; Sarmento, 2019), e cada mais reduzida a instituições.

Apesar de se verificar uma maior presença das crianças enquanto fontes de informação, verifica-se, nomeadamente na *Visão Júnior*, que não se atribui à identificação das fontes a devida importância. Parte-se do pressuposto, conforme indicado por Furtado (2013) e Doretto (2015, 2019), que as crianças não se interessam quais são as fontes consultadas para a construção da notícia. Contudo, acredita-se ser fundamental contrariar essa ideia, uma vez que as fontes (humana, eletrónica ou documental) qualificam e credibilizam a peça jornalística (Sousa, 2005), bem como a assinatura de quem a escreve (Sousa, 2006), sobretudo no cenário atual de desinformação e *fake news*.

Os dois veículos informativos privilegiam factos que envolvam crianças, com enfoque no inspiracional, identificação, conquista, realização e que lhes desperte emoções positivas (Dores, 2021; Doretto & Casaqui, 2022; Kleemans et al. 2017; Matthews, 2003; Pinto Coelho, 2009). Este resultado corrobora com a afirmação de Fontcuberta (2002, p. 39) de que “hoje em dia, as notícias que despertam mais interesse são as que contam histórias sobre vidas”. Além disso, dá-lhes a oportunidade de serem protagonistas, fontes e repórteres com uma abordagem participativa ativa. Estes resultados articulam-se, tal como foi explicado na literatura do jornalismo infantojuvenil, sobre os subcampos do jornalismo participativo, de conexão, construtivo e de soluções, os quais permitem maior envolvimento e interação com o público e geram sentimentos positivos. Embora tenham sido identificadas estas particularidades nos conteúdos analisados nos dois meios, é

necessário sublinhar que se entende que esta especialidade jornalística não é nem deve ser produzida apenas com ângulos positivos que façam as crianças felizes e tranquilas. Não é essa a realidade do mundo e a função principal do jornalismo é informar. Estas ideias serão retomadas mais adiante nas entrevistas realizadas às equipas de cada órgão de comunicação.

É possível afirmar que ambos os veículos têm atuado na sociedade contemporânea, revelando um esforço consciente em tornar a informação acessível e relevante para um público que se encontra em constante construção da sua própria perceção do mundo. Além de canais de informação, afirmam-se como agentes de socialização e participação. O *Radar XS*, em particular, cumpre ainda o seu papel de serviço público, conforme estabelecido no contrato de concessão (RTP, 2015).

Todavia, convém relembrar três pontos fundamentais. Primeiro, o mundo construído por este jornalismo para a criança contemporânea é condicionado pelo papel social, especialmente o “ofício de aluno” (Perrenoud, 1994; Sarmiento, 2011), estilo de vida e de família; segundo, assenta numa visão adultocêntrica (Sarmiento, 2007); por último, apenas representa um recorte de crianças, como fontes, protagonistas ou repórteres.

Nos atuais moldes de produção e com uma presença tão limitada em Portugal, o jornalismo infantojuvenil não consegue representar todas as infâncias, tal como foi avançado na fundamentação teórica. A partir da análise realizada, considera-se que, em termos de conceção de criança, esta especialização e os próprios leitores que participam na produção desenham uma representação infantil predominantemente branca, de ambos os géneros, curiosa, aluna, consumidora, desportista, interessada em entretenimento, informação e participação social. Subjacentes a estas esferas de atuação estão os direitos à brincadeira, aos tempos livres e participação em atividades culturais e artísticas (Artigo 31.º), à informação pelos *media* (Artigo 17.º) e de expressão e participação (Artigos 12.º e 13.º), previstos na Convenção dos Direitos da Criança (UNICEF, 1989).

Apesar de se reconhecer que o entretenimento faz parte integrante do processo jornalístico e que este faz parte da construção e da aprendizagem da infância (Furtado, 2013), evidenciam-se traços da criança que possui cada vez menos disponibilidade para brincar livremente. Está cada vez está ocupada com atividades escolares, extracurriculares e desportivos “cronologicamente programados” (Sarmiento, 2019, p. 32) e, por isso, tem menos tempo para ser criança (Corsaro, 2002). Mais adiante, é feita a ligação a esta

concepção escolarizada às fontes de informação institucionalizadas (Marchi, 2010; Sirota, 2001).

É preciso problematizar aqui a ideia de que os leitores são agentes interpretativos, refletindo e reagindo ao que leem ou assistem. Nesse seguimento, a *Visão Júnior* e o *Radar XS* dão oportunidades participativas às crianças para amplificar as suas vozes, embora representem um recorte do público, como produtores de conteúdos por meio das plataformas tradicionais e digitais e como atores das suas histórias. Isto revela, por um lado, que há um público que acompanha o jornalismo infantojuvenil, e, por outro, que está interessado e motivado em participar. Contudo, apesar de existirem estes índices de procura e acesso, estão aquém do desejável, como se percebe ao longo da leitura das peças “Criança e o consumo nos media” e “Criança e o consumo de notícias”. Tal como analisado neste ponto, recomendava-se a intervenção adulta, sobretudo pelos pais e escolas, para estimular a procura do jornalismo para elas e serem exemplos de consumo. Contudo, tal como mostra a revisão de literatura e as entrevistas conduzidas mais adiante, percebe-se que estes mediadores podem enfrentar limitações de disponibilidade, de hábitos de consumo e de formação adequada para o fazer.

Um último ponto a destacar é à abrangência da receção dos conteúdos analisados. Embora os dados do *Radar XS* não tenham sido facultados pela coordenação, depreende-se que atinja uma audiência mais alargada, sendo um canal aberto e de serviço público. A *Visão Júnior*, tendo em conta a sua caracterização (descrita em ponto anterior), o preço e o número de exemplares da ficha técnica, percebe-se que não é distribuída uniformemente e chega a ser considerada “uma revista dirigida a elites” (Carvalho, 2014, p. 79). O custo unitário pode dar indicações sobre as características socioeconómicas dos seus leitores e a redução de tiragens reflete menor disponibilidade em regiões com dificuldades de acesso. Este cenário evidencia as disparidades socioeconómicas e geográficas entre os leitores e acentua o contraste com os “desertos de notícias” (Jerónimo et al., 2022, p. 10).

4.5. Observação participante

4.5.1. Enquadramento metodológico

Para Cottle (2007, p. 2) as observações contribuem para “revelar os constrangimentos, as contingências e as complexidades ‘em ação’ e, ao fazê-lo, fornecem os meios para uma teorização mais adequada das operações dos media noticiosos e da produção dos

discursos ‘em ação’ nas representações dos media noticiosos”. Ou seja, pretende-se, com este estudo, ir para além da teorização, procurando, por meio da descrição, levar o leitor para o ambiente no qual o pesquisador se imerge para observar os processos produtivos no momento exato em que estão a acontecer, durante vários períodos. É com base neste pressuposto que se justifica a escolha deste instrumento: o envolvimento direto e o testemunho presencial da investigadora nos locais de produção jornalística e o recolher dos dados no momento em que os processos produtivos estão a decorrer.

Os autores de referência deste estudo, Sousa (1997) e Yin (1994) reconhecem, por um lado, a potencialidade da observação como um método para a recolha de dados sobre a realidade de pessoas, grupos, organizações ou eventos, que, de outro modo, não estariam acessíveis. Contudo, os mesmos autores alertam para os vários riscos e fraquezas inerentes a este método, que podem influenciar os dados obtidos. Outros autores, como DeWalt e DeWalt (2011), Marconi e Lakatos (2008), Paterson e Domingo (2008), Quivy e Campenhoudt (2008), Richardson (2008), Schlesinger (1980) também merecem ser resgatados para o debate em torno desta questão. Do ponto de vista dos sujeitos observados, um dos principais riscos reside na possibilidade de se sentirem perturbados no seu trabalho e por poderem pedir para não serem citados. Do lado do investigador, pode existir a dificuldade em manter a concentração no registo do testemunho ao imergirem de modo intenso, a quantificação dos dados recolhidos, a garantia da validade externa das observações e o tempo e custos significativos associados à permanência no campo. Há ainda dois posicionamentos opostos que merecem consideração: a tendência para o que Patton (1990) designa por *going native*, uma situação em os observadores “agem, na maior parte do tempo, como se você compreendesse tudo de imediato, como se fosse um deles” (Beaud & Weber, 2009, p. 49) e a estratégia de cultivar a impressão de ingenuidade e humildade, que leva os membros do grupo a explicar o que lhes é óbvio (Fielding, 1993). Ambas as perspetivas acarretam riscos prejudiciais à investigação em curso, conforme já indicado. No entanto, é importante assinalar que o objetivo da observação é a recolha de dados e não a integração de um novo membro ao grupo. Tendo consciência destes riscos, a investigadora reportará o modo como foi agindo perante os mesmos.

De forma a suprimir as fragilidades da observação, reconhece-se a relevância da triangulação metodológica, descrita mais adiante. De facto, esta prática assemelha-se à atividade jornalística, na medida em que implica o cruzamento de informações para a

apuração dos factos com o máximo de rigor. A propósito da relação entre a pesquisa científica e o jornalismo, Gans escreveu *Sociology and Journalism: A Comparative Analysis* (2018). A própria etnografia, o seu esquema narrativo e métodos de observação são ‘parentes’ próximos das práticas jornalísticas (Cramer & McDevitt, 2004).

Embora a observação não seja um instrumento isento de falhas, concorda-se com Tuchman (1991, p. 84), que “a etnografia é a principal ferramenta para os investigadores analisarem as rotinas de produção nas redações”. Fishman (1980), Gans (1980), Tuchman (1978) e Tunstall (1974) tornaram-se influentes pelos seus estudos sobre a observação da produção noticiosa, permitindo uma melhor compreensão da prática jornalística. As investigações sobre imersão dos pesquisadores nas redações, desde o início do século, tendem a focar-se na transição da produção noticiosa para o meio digital (Boczkowzki, 2004; Jerónimo, 2013; Paterson & Domingo, 2008; Santos, 2011; Singer, 2003). No que diz respeito especificamente ao jornalismo infantojuvenil, verificou-se em subcapítulo anterior que os estudos de observação em redações são escassos, e que ocorrem fora de Portugal.

No campo da observação, o grau de envolvimento pode diferenciar-se entre a participação e a não participante (Richardson, 2008), mas também podem ser consideradas outras divisões, como as designadas por Atkinson e Hammersley (1994), Cramer e McDevitt (2004) e Denzin (1989): participante integral, como observador, como participante ou observador integral.

Neste estudo, adota-se a perspectiva de Hammersley e Atkinson (1983, p. 15) ao afirmar que “toda a investigação social assume a forma de observação participante: trata-se de participar no mundo social, seja qual for o papel”. Assim, defendemos esta posição de observador participante. Dado que este papel assume diferenças de conceções e abordagens, foi adotada a posição que o observador “pode converter-se num inquiridor activo, ou até em mais um dos participantes na acção observada” (Sousa, 2006, p. 719). A presente investigação caracteriza-se ainda por ser sistemática, ou seja, “estruturada, planejada e controlada” (Marconi & Lakatos, 2008, p. 276).

De forma resumida, a observação participante neste estudo baseou-se nos procedimentos propostos por Sousa (2006), que vão mais além dos quatro delineados por Burgess

(1997)²²⁶: escolha do local, obtenção do acesso, seleção dos pontos de observação, seleção das pessoas e ações a observar e recolha de dados e a sistematização e análise de dados. Após o término destes procedimentos, seguiu-se o método de criação de classificações temáticas, para sintetizar os múltiplos dados obtidos – as notas de campo, as citações e os questionários – e proporcionar uma leitura mais fluída dos resultados e das discussões. A partir daqui, destacam-se particularidades e desafios do nicho do jornalismo infantojuvenil em Portugal, proporcionando uma análise aprofundada do funcionamento interno de publicações voltadas para o público infantojuvenil e da complexidade do processo editorial neste contexto.

As dificuldades enfrentadas no agendamento das observações na *Visão Júnior* e no *Radar XS*, bem como as reestruturações internas que ocorreram, tiveram consequências significativas nos planos inicialmente delineados no projeto. Estas adversidades tornaram esta etapa do estudo especialmente valiosa para análise sob diversas perspectivas. Em termos gerais, revelou as ameaças e os desafios inerentes aos projetos infantojuvenis, particularmente no contexto da crise atual do jornalismo, descrito por Silva (2024, p. 41) desta forma:

O século XIX constituiu um momento histórico crucial não só na sinalização de mudanças que ainda hoje perduram, de certa forma, nas práticas jornalísticas atuais, mas também no modo como se estabelece o ‘pecado original’ da tensão entre a perspetivação da notícia como um negócio e o entendimento do jornalismo enquanto bem e serviço público.

A pressão do tempo, dos multitarefas, das exigências da qualidade informativa, da insegurança laboral, das limitações nas condições de trabalho e dos condicionamentos financeiros (no caso da *Visão Júnior*) são igualmente identificadas nos dois veículos infantojuvenis, tal como acontece no jornalismo tradicional dirigido a adultos. Contudo, verificar-se-á que existe uma cultura de redação ligeiramente distinta, com outras condições profissionais e processos noticiosos, que produz para um público específico. Como assinalou a jornalista-coordenadora do *Radar XS*, em um dos momentos da

²²⁶ Burgess (1997) indica que há quatro unidades de base particulares a ter em conta nos procedimentos da observação: o local da investigação, o tempo, os acontecimentos e as pessoas.

observação: “O objetivo é que as crianças entendam, nem pais nem professores. Se elas não perceberem, não cumprimos o nosso papel”.

Para finalizar, justifica-se que neste ponto a exposição dos dados do *Radar XS* e da *Visão Júnior* são apresentados em paralelo (e não em separado como na análise de conteúdo e entrevistas), devido ao cruzamento de alguns dos tópicos e à extensão deste subcapítulo.

4.5.2. Procedimentos

A observação foi precedida por uma fase preparatória, na sequência dos contactos estabelecidos desde 2021 entre a investigadora, Andrea Basílio, responsável pelos Programas Infantis e Juvenis da RTP2, e Cláudia Lobo, diretora da *Visão Júnior*. Dessa forma, houve uma preparação planificada com meses de antecedência. O primeiro contacto com as responsáveis foi estabelecido em 2021 (antes mesmo da aprovação do projeto pela FCT). Sucederam-se outros contactos, por telefone e *email*, sendo considerada pertinente a realização de entrevistas preparatórias entre a observadora e cada uma das responsáveis, com o objetivo de conhecer a história do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, e a composição das equipas de trabalho, bem como obter um entendimento geral das práticas de produção de cada um antes de partir para o terreno. Esta decisão vai ao encontro ao que defende Pourtois e Desmet (1988, p. 131): “É um processo preliminar que se revela indispensável quando o investigador se encontra perante uma situação a ‘desbravar’”. Para Teddlie e Tashakkori (2009), a importância das entrevistas numa fase inicial da pesquisa também reside na possibilidade de trazer novas informações para uma reconceptualização dos tópicos e de ajudar o pesquisador a familiarizar-se.

A primeira entrevista com a Andrea Basílio, do *Radar XS*, realizou-se a 26 de abril de 2023, com a duração aproximada de uma hora e meia, entre as 16h e as 17h23. No dia 7 de junho de 2023, foi a vez de conversar com Cláudia Lobo, durante pouco mais de uma hora, entre as 11h45 e as 12h53. Ambas as entrevistas foram via Zoom e gravadas (Anexo G) com autorização prévia e a exposição encontrar-se-á adiante em subcapítulo próprio.

Quando o envio formal do pedido de agendamento do primeiro período de observação, por *email*, a 11 de setembro de 2023 ao *Radar XS*, e a 5 de outubro de 2023 à *Visão Júnior*, anexou-se um documento intitulado “Autorização de observação participante” (Apêndice C), que deveria ser assinado por todos os elementos da equipa regular, no qual constava a apresentação da investigadora, o enquadramento e a justificação do estudo

doutoral. Explicava-se ainda o procedimento metodológico e enumerava-se o que a pesquisadora deveria observar, descrever, aceder e conhecer. No documento também se referiam os termos de confidencialidade, assegurando-se que os resultados seriam da exclusiva utilização do responsável pelo estudo. Para salvaguardar a identidade dos colaboradores, também não haveria identificação direta dos seus nomes e que apenas os membros da direção seriam identificados por serem os responsáveis máximos dos títulos. Foi pedido para que todos os elementos da equipa tivessem acesso ao documento para perceberem a investigação em curso. Estas questões éticas têm de ser asseguradas, pois todos os intervenientes envolvidos com o problema de pesquisa, a recolha dados e a análise e interpretação são pessoas detentoras de direitos (Coutinho, 2023; Creswell, 2009) e, “no caso das técnicas de observação os dois princípios éticos a respeitar são o consentimento informado e a confidencialidade” (Coutinho, 2023, p. 138).

A aplicação de um pequeno questionário, com 17 questões fechadas, diretas e de escolha múltipla, foi também uma das técnicas usadas no início da observação, que serviu para conhecer o perfil e o percurso profissional dos diferentes atores da redação. Esta importância foi reconhecida por Witzel (citado e Flick, 2005) ao defender que a aplicação de um breve questionário, conjugado com a entrevista, permite à investigadora recolher dados menos importantes que o tema da conversa (como os demográficos). De acordo com o Witzel (citado em Flick, 2005, p. 90), “isto permite-lhe reduzir o número de perguntas e utilizar o tempo da entrevista para os temas fundamentais – uma possibilidade particularmente valiosa quando o tempo que se dispõe é curto”.

No *email* enviado às coordenadoras do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, foi igualmente anexado o “Questionário de Observação”, a ser preenchido por cada colaborador direto do *Radar XS* e da *Visão Júnior* (Apêndice D), dividido em dois blocos temáticos: o perfil sociodemográfico e formação e o perfil no *Radar XS*. No questionário constava a descrição do estudo e a confidencialidade do tratamento dos dados, pelo que se optou por identificar os questionários por números, e o tempo de duração. Ambos os documentos foram assinados pelos colaboradores vinculados ao programa e à revista e devolvidos à investigadora, em formato papel ou digital.

Além desta preparação prévia, a observadora, antes de avançar para o campo, procedeu ainda a algumas leituras sobre a linguagem televisiva, apesar de televisão ser a sua área de especialização no bacharelato em Comunicação Social. Não foi sentida a mesma

necessidade em relação à *Visão Júnior*, dado que a sua experiência profissional jornalística se centra na área da imprensa.

Convém ainda assinalar que a análise de conteúdos dos dois títulos estava em curso desde janeiro de 2022, o que assegurou uma noção mais precisa e profunda dos objetos de estudos antes de se partir para o terreno.

4.5.3. Recolha de dados

Faltava apenas à investigadora imergir no local e recolher os dados. Nos diferentes períodos de observação do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, teve-se o cuidado de manter um procedimento discreto para não comprometer o ambiente, o comportamento dos observados e assegurar a fidelidade na recolha dos dados. Os únicos objetos que a acompanharam foram um caderno A5 para notas e um telemóvel para registos fotográficos, sempre que autorizado. A decisão de não levar um computador portátil pessoal ou gravar as conversas em áudio baseou-se na possibilidade de isso causar constrangimentos ou tensão entre os observados. Pretendeu-se, assim, que o ambiente e os comportamentos se mantivessem o mais realistas possíveis, no contexto de uma observação “naturalista”, como designado por Coutinho (2023, p. 138).

É importante assinalar que a descrição das etapas da observação respeita e transcreve a terminologia específica de cada formato, televisão ou imprensa, assim como os termos utilizados pelos diversos intervenientes observados. A familiarização prévia da “linguagem nativa” (Patton, 1990, p. 228) foi importante, pois contribui para a descodificação rápida de situações, sem necessidade de interrupções e evitar gafes, pois os profissionais “agem, na maior parte do tempo, como se você compreendesse tudo de imediato, como se fosse um deles” (Beaud & Weber, 2007, p. 49). Além disso, sugere-se também observar o que não foi dito e os silêncios (Beaud & Weber, 2007; Patton, 1990).

As notas tiradas ao longo dos dias constituíram uma fonte de descrições, citações e indicações retiradas da observação ou das conversas informais mantida com a equipa, quer em momentos de trabalho quer de pausa. Muitas das conversas informais foram iniciadas pelos próprios intervenientes durante a produção do programa ou da revista, movidos pela curiosidade de saber mais sobre o objeto de estudo ou para trocar impressões sobre o tema. Estas conversas eram frequentemente direcionadas para assuntos de maior relevância para a observação, mas, por surgirem de forma espontânea,

assumiam um caráter mais aberto, sem um guião previamente estabelecido. É um dos tipos de entrevista indicados por Patton (1990, p. 280), o *informal conversational interview*²²⁷. As perguntas surgem do contexto imediato e espontâneo, geralmente em observação de campo, podendo nem perceber que estão a ser entrevistadas.

Outro aspeto fundamental da observação foi a escrita realizada nas horas imediatas ao término de cada dia. Este método permitiu um relato fiel e detalhado das conversas. Dada a quantidade de informação recebida, era importante salvaguardar a memória e a proximidade do momento. Pretende-se, tal como Patton (1990, p. 26), “levar o leitor ao ambiente que foi observado”; por isso pretendíamos que “as notas do investigador tornam-se olhos, ouvidos e os sentidos perçecionados para o leitor”.

A opção por documentar detalhadamente as observações em diários revelou-se um contributo significativo para a compreensão integral da complexidade, motivação e natureza da produção jornalística destinada às crianças, tanto na televisão quanto na imprensa. Tal abordagem permitiu sublinhar as semelhanças e diferenças entre ambos os meios, ainda que este estudo não se configure como comparativo. Nesse sentido, optou-se por apresentar a informação ponto a ponto, por ordem cronológica (Apêndice E), a fim de tornar a leitura mais fluida e organizada, facilitando a compreensão da diversidade de apurações resultantes deste método. Embora haja o risco de que, em alguns momentos, a descrição se torne um pouco exaustiva, os detalhes do processo de produção, como os tempos das reuniões e edições, a identificação dos ficheiros, e a ordem dos diálogos, entre outros, são fundamentais para a condução de futuras reflexões, discussões e contributos.

Para este tipo de relato, optou-se por descrever a memória da observação em formato de diário de pesquisa ou diário de bordo ou de campo (Beaud & Weber, 2007; Bogdan & Biklen, 1994; DeWalt & DeWalt, 2011).

4.5.4. Resultados e discussão

4.5.4.1. Momentos de observação

O tempo necessário de permanência e a seleção dos acontecimentos a observar dependem dos problemas teóricos que fundamentam o estudo, bem como da natureza do objeto e

²²⁷ Os três tipos indicados por Patton (1990, p. 280) são *informal conversational interview*, *general interview guide approach* e *standardized open-ended interview*.

das condições envolventes. No caso específico em análise, a duração da observação estava condicionada pelo ritmo organizacional do *Radar XS* e da *Visão Júnior* e das respetivas rotinas. O mais importante era “permanecer no campo o tempo necessário para assegurar uma interpretação correta dos factos observados” (Marconi, 2008, p. 273).

Considerando o enquadramento teórico e as rotinas dos dois meios de comunicação, percebeu-se que a observação diária e contínua não se justificaria, dado que ambos não possuem uma periodicidade diária, mas sim semanal e mensal. Como Burgess (1997, p. 67) afirma: “Na verdade, um relato pormenorizado de períodos curtos pode esquematizar certas atividades em relação ao tempo”. A definição dos momentos observados, descrita nos pontos seguintes, foi estabelecida de acordo com o plano dos dois objetos em estudo, tendo em conta as situações de maior interesse e que apresentassem maior diversidade entre si. Durante a fase preparatória, verificou-se a dificuldade de conciliar a observação de ambos os títulos nas mesmas datas e de forma sequencial, em virtude das suas diferentes rotinas semanais e mensais.

No projeto inicial estava previsto o arranque da observação no início do verão de 2023 e se estendesse até ao final de dezembro. Diversos contratempos, como a mudança de instalações da *Visão Júnior* e o período de férias das equipas, levaram a que a começasse apenas em setembro daquele ano. Importa destacar que, durante este processo inicial, os responsáveis pelos dois títulos mostraram-se sempre flexíveis perante as alterações do plano inicial, sugerindo datas que permitissem uma observação mais rica em conteúdo.

Todavia, este não foi o único imprevisto a afetar o cronograma. Em dezembro de 2023, surgiram mudanças que voltaram a condicionar a observação no *Radar XS* e na *Visão Júnior*, evidenciando a fragilidade destes projetos no contexto da atual crise do jornalismo. Em consequência do anúncio de novidades para 2024, em ambos os veículos jornalísticos, a observação não pôde ser concluída no final de 2023, como inicialmente previsto, tendo sido necessária prolongá-la por mais seis meses. A seguir, descrevem-se as mudanças ocorridas e as suas implicações diretas para o projeto de investigação.

Em dezembro de 2023, a investigadora foi informada pessoalmente pela diretora da *Visão Júnior*, Cláudia Lobo, da sua demissão devido a um desalinhamento estratégico com o grupo Trust in News. Embora tenha manifestado disponibilidade para continuar a colaborar, a pesquisadora foi instruída a tratar diretamente com a nova direção da revista, liderada por Rui Tavares Guedes e Sara Belo Luís, que assumiu as funções de direção-

executiva a partir de janeiro de 2024²²⁸. Com a nova direção-executiva em pleno exercício das suas funções, a investigadora entrou em contacto por *email*, apresentando formalmente o projeto e solicitando autorização para dar continuidade à observação e a realização de uma entrevista. A autorização foi concedida, com o pedido de aguardar pela edição de maio. Contudo, tal não se concretizou, devido à organização do evento “Miúdos a Votos”. Aproveitou-se a oportunidade para observar este evento no âmbito do estudo. Era ainda intenção, nesse dia, agendar a observação na redação e entrevistar a nova diretora da *Visão Júnior*, mas ela não compareceu ao evento por motivos pessoais. No dia anterior ao evento, a 28 de maio de 2024, foi noticiado por um órgão de comunicação social impresso que a Trust in News, proprietária da *Visão Júnior*, havia solicitado o acesso ao Plano Especial de Revitalização para evitar a falência, citando Luís Delgado, que admitia uma “situação crítica” (Alhinho, 2024). Perante esta notícia e à impossibilidade de contactar a nova diretora, a editora da revista pediu à investigadora para aguardar antes de retomar com a observação, uma vez que o futuro da publicação era incerto e a edição de maio ainda não tinha sido impressa. Tal só foi possível em junho e julho de 2024.

O final de 2023 foi igualmente um período de transformação para o *Radar XS*. A editora do programa informativo comunicou à pesquisadora, por telefone, que a coordenação-geral do programa passaria a integrar o departamento de multimédia, especificamente o segmento Atualidade Jovem, dedicado à informação infantojuvenil da RTP, do qual fariam parte o *Radar XS* e o *ENTR*. Andrea Basílio deixou a coordenação geral do programa, ficando a cargo de João Barreiros, oficialmente a partir de dezembro de 2023. A investigadora entrou em contacto com o novo coordenador por *email*, apresentando formalmente o projeto e solicitando autorização para a observação, seguida de um contacto telefónico. O novo coordenador demonstrou disponibilidade, mas sugeriu adiar a entrevista e a observação por alguns meses, de modo a permitir a implementação das mudanças previstas. Informou ainda que o estúdio físico e a redação seriam alterados e que o programa manteria a periodicidade de três dias por semana, com cerca de oito minutos por episódio, introduzindo reportagens mais curtas e dinâmicas, com maior ênfase nas redes sociais. Além disso, anunciou a integração de um novo elemento na

²²⁸ A 27 de junho de 2024, a diretora-executiva Sara Belo Luís anunciou a sua saída da Trust in News.

equipa, que o assistiria na coordenação de conteúdos do Atualidade Jovem do *Radar XS* e do *ENTR*.

Face a estas novas circunstâncias, decidiu-se que seria do interesse deste estudo prolongar a observação até 31 de julho de 2024, para acompanhar as novas perspetivas para os produtos jornalísticos. Esta decisão não só permitiria resultados mais atualizados e ricos, como também possibilitaria a comparação com os registos de 2023. Em consequência, a análise de conteúdo das edições da revista e dos programas do noticiário foi igualmente prolongada até julho de 2024, a fim de verificar as possíveis mudanças editoriais.

Apesar das turbulências na *Visão Júnior* e no *Radar XS*, manteve-se a divisão da observação participante em distintos períodos, com o objetivo de testemunhar as rotinas de produção, os fatores que as determinam e identificar as possíveis mudanças nas equipas e os seus processos.

Assim sendo, a observação do *Radar XS* foi estruturada de acordo com o plano semanal da equipa:

- Segunda-feira: Reunião de agenda semanal, durante a qual são apresentados os assuntos mais importantes à data, bem como as peças em carteira, que podem ser integradas e procede-se à distribuição dos trabalhos. Esta reunião realiza-se por videochamada por WhatsApp e, habitualmente, conta com a presença dos três elementos da equipa.
- Terça-feira: Edição e gravação de voz *off* das peças mais urgentes.
- Quarta-feira: Fecho dos programas, com a continuação da edição e gravação de voz *off* das peças em falta do dia anterior, assim como a edição de peças em carteira.
- Quinta-feira: Gravação dos próximos três episódios a serem emitidos. Caso surja um motivo extraordinário, realiza-se uma reunião após as gravações.
- Sexta-feira e outros dias da semana: Reportagens no exterior. Inicialmente, acordou-se que esta etapa seria observada quando fosse realizada no Grande Porto, a fim de evitar mais uma deslocação da investigadora a Lisboa e para que se pudesse observar a equipa em serviço em uma outra região do país. Este foi o único momento de observação não possível de registo. A equipa explicou que as deslocações não são frequentes e, quando ocorrem, limitam-se preferencialmente à área de Lisboa.

Para a *Visão Júnior* mantiveram-se quatro etapas de produção, mas com as devidas adaptações por se tratar de uma revista impressa e mensal:

- Reunião de agenda na primeira semana do mês: Nesta reunião, discute-se a capa da edição, apresentam-se os temas mais importantes até a data e alocam-se os espaços para cada secção. Normalmente, esta reunião ocorre na primeira semana do mês e inclui a presença dos quatro membros da equipa.
- Reportagem: Acordou-se que esta seria observada quando realizada no Grande Porto, pelos mesmos motivos mencionados anteriormente. Além disso, combinou-se a presença no evento “Miúdos a Votos”, um evento nacional com características únicas.
- Edição e paginação: Durante as duas últimas semanas do mês.
- Fecho²²⁹ da revista: Na última semana do mês, primeiro envia-se a capa para a gráfica e, no dia seguinte, o miolo²³⁰ da revista.

Nas tabelas 9 e 10, esquematizam-se as observações realizadas no *Radar XS* e na *Visão Júnior*.

Tabela 9

Períodos de observação participante do Radar XS

	Produção	Local	Equipa	Data	Duração
1º Período	Edição de episódios	Sala de PPV	Jornalista-coordenadora, jornalista-pivô, editora de vídeo	13 setembro de 2023	13h30-16h40 Total: 3h10
	Produção e gravação	Régie e estúdio de gravação	Jornalista-coordenadora, jornalista-pivô, jornalista, equipa de produção, realização, operadores de câmara	14 setembro de 2023	13h45-16h Total: 2h55
	Reunião de agenda	Videochamada	Jornalista-coordenadora, jornalista-pivô, jornalista	13 outubro de 2023	11h04-11h35 Total: 31m
2º período	Reunião de agenda	Videochamada	Jornalista-coordenadora, jornalista-pivô, jornalista, coordenador-geral, coordenadora de equipa	1 julho de 2024	10h33-11h50 Total: 1h17

²²⁹ Fecho é um jargão jornalístico que define a altura em que a produção total do jornal ou revista está concluída e vai ser enviada para a gráfica.

²³⁰ Miolo é um jargão jornalístico referente ao conteúdo principal interno de uma revista, jornal ou livro, que é impresso numa gráfica.

Jornalismo infantojuvenil: Construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas – Rotinas produtivas da *Visão Júnior* e *Radar XS*

	Edição	Sala de PPV	Jornalista-coordenadora e editora de vídeo	1 julho de 2024	10h0-12h35 Total: 2h35
	Produção e gravação	Régie e estúdio de gravação	Jornalista-coordenadora, jornalista-pivô, jornalista, equipa de produção e realização e operadores de câmara	1 julho de 2024	9h00-10h16 Total: 1h16
	Reunião de equipa	Sala de reuniões na redação	Jornalista-coordenadora, jornalista-pivô, jornalista, coordenador-geral	1 julho de 2024	11h00-12h00 Total: 1h00

Nota: Elaboração própria (2024)

Tabela 10

Períodos de observação participante da Visão Júnior

	Produção	Local	Equipa	Data	Duração
1º Período	Reunião de agenda	Videochamada	Diretora, editoria, conselheiro editorial, editora gráfica	9 outubro de 2023	16h30-18h08 Total: 1h38
	Edição e paginação	Redação	Diretora, editoria, editora gráfica	25 outubro de 2023	10h55-16h Total: 4h55
	Reunião de agenda	Videochamada	Diretora, editoria, editora gráfica	2 novembro de 2023	10h30-12h Total: 1h30
	Edição, paginação e fecho da capa e interior	Redação	Diretora, editoria, editora gráfica	28 novembro de 2023	10h30-16h Total: 5h30
2º período	Evento “Miúdos a Votos”	Fundação Calouste Gulbenkian	Editora e fotografa do TIN	29 maio de 2024	10h-17h Total: 6h
	Reportagem	Vila Nova de Gaia	Editora, fotografa do TIN, criança e pais entrevistados e criança participante	24 junho de 2024	14h15-17h30 Total: 3h15
	Reunião anual de consultores juniores	Videochamada	Diretora-executiva, editora e 16 consultores	20 julho de 2024	18h-19h22 Total: 1h22
	Edição, paginação, fecho de capa e interior	Videochamada	Editora, editora gráfica	26 julho de 2024	16h-17h Total: 1h

Nota: Elaboração própria (2024)

O total dos dois períodos de observação do *Radar XS* somou sete momentos, com uma duração total de 12 horas e 44 minutos, divididos em dois períodos correspondentes a diferentes fases de produção em 2023 e após as alterações ocorridas no final de 2023.

Durante o primeiro período de observação do *Radar XS*, não foi possível assistir à reunião de preparação dos episódios a serem observados, a qual habitualmente se realiza no início da semana, devido à coincidência com o período de férias e à preparação antecipada da agenda desde julho de 2023. Neste caso, a observação da uma primeira reunião ocorreu logo no mês seguinte. Na *Visão Júnior*, foram oito momentos de observação no total, com 25 horas e dez minutos, em dois períodos distintos, que corresponderam a diferentes fases de produção de 2023 e de 2024.

No primeiro período de observação da *Visão Júnior* conseguiu-se acompanhar a produção mensal da publicação de modo sequencial: planificação da agenda, edição e paginação e fecho. O segundo momento, em resultado da mobilidade do trabalho remoto, não foi possível a deslocação à redação. Contudo, contemplaram-se, presencialmente, numa fase mais adiante, duas distintas fases de produção – o evento dos “Miúdos a Votos” e uma reportagem no exterior –, e, por videochamada, uma reunião anual com os consultores juniores e uma paginação e fecho da revista, feitos a partir de casa de cada colaborador.

4.5.4.2. Equipas regulares

A identificação dos profissionais envolvidos no jornalismo infantojuvenil foi uma das vertentes que se procurou explorar por meio da observação, dos questionários e das conversas informais conduzidas durante o processo de investigação. Dado que tais profissionais são escassos em Portugal e não são objeto de estudo, torna-se crucial compreender o perfil daqueles que exercem esta função. Optou-se por analisar as duas equipas no mesmo tópico, apesar da investigação não ter um caráter comparativo. Esta abordagem foi escolhida por se considerar mais adequada para fornecer uma visão global do perfil dos profissionais envolvidos. As entrevistas realizadas com os profissionais das direções e editoriais, abordadas no subcapítulo seguinte, contribuem também para enriquecer as informações sobre o perfil destes indivíduos.

Ambas as equipas são constituídas por um número pequeno de colaboradores fixos e regulares. O *Radar XS*, até dezembro de 2023, era composto por quatro elementos, estando três dedicados ao processo produtivo de forma ativa: jornalista-coordenadora,

jornalista-pivô e jornalista. Estes elementos mantiveram-se na produção após a reestruturação de 2024, mas entraram dois membros para a coordenação do programa.

O cenário da *Visão Júnior* é semelhante, contando com quatro profissionais regulares na conceção da revista, tendo em início de 2024 visto a substituição da diretora por uma diretora-executiva. Contudo, pela observação constatou-se que a editora do título é a que dedica mais tempo e trabalho à revista.

O sistema redatorial de ambos os meios distingue-se ligeiramente de uma redação tradicional, havendo menos elementos, e, conseqüentemente, menos funções, como a chefia de redação, as coordenações de editorias, a secretaria de redação. Observa-se que a interferência da hierarquia é menos pronunciada e as jornalistas são mais livres para agendar e abordar assuntos.

Através de um total de 11 questionários aplicados no início da observação, verifica-se que há maior diversidade geracional na equipa regular do *Radar XS* do que na *Visão Júnior*, sendo os cargos de direção ocupados pelos colaboradores mais seniores. No primeiro, a faixa etária varia entre os 27 e os 58 anos, enquanto no segundo, as idades situam-se entre os 42 e os 57 anos. Em ambas as equipas, verifica-se uma predominância do sexo feminino, representando 82% do total, o que corrobora com os estudos de (Ponte, 2005, 2009), Marôpo, 2013), Doretto (2015). Apesar de se denotar o papel social do jornalismo infantojuvenil também nos cargos de liderança, sempre ocupados por mulheres, com a entrada do novo coordenador-geral no *Radar XS*, pela primeira vez, o cargo de direção é ocupado por um homem.

A maioria dos colaboradores tem formação académica, com exceção de um profissional, com curso técnico em Design Gráfico (10%). Destacam-se as licenciaturas em Jornalismo, Comunicação Social ou Ciências da Comunicação (55%), seguidas pela licenciatura em Língua e Literatura Modernas – Estudos Portugueses (10%), pelo Mestrado em Ensino do Primeiro Ciclo do Ensino Básico (10%) e pelo Mestrado em Comunicação Social e Ciência Política (10%). Todas são áreas que trazem importantes contributos para esta especialização. Um aspeto relevante no exercício do jornalismo infantojuvenil é o facto de 88% dos jornalistas possuírem carteira profissional²³¹, num

²³¹ Em Portugal é condição do exercício da profissão de jornalista a habilitação com a respetiva carteira profissional. Para saber mais, consultar www.ccpj.pt

total de oito elementos, distribuídos entre as duas equipas (cinco no *Radar XS* e três na *Visão Júnior*). Apenas uma jornalista não a possui, uma vez que tal requisito nunca lhe foi exigido para o desempenho da sua função. Verifica-se, portanto, que os profissionais que produzem jornalismo infantojuvenil têm, na sua maioria, uma formação teórica e/ou prática nesta área. Contudo, nenhum deles adquiriu experiência específica neste campo durante o percurso académico. Curiosamente, no que concerne à atribuição da responsabilidade pela formação especializada, os elementos do *Radar XS* consideram que essa incumbência cabe primordialmente à empresa (40%), seguida pelo próprio profissional (20%) e pela instituição de ensino (20%). Em contrapartida, os profissionais da *Visão Júnior* atribuem maior responsabilidade ao próprio jornalista e à instituição de ensino (ambos com 38%), relegando a empresa para um papel secundário (13%). Dois dos colaboradores em cargos superiores optaram por não responder, enquanto um afirmou que não existe especialização nesta área. Trata-se, de facto, de uma questão pertinente, dado que em Portugal não existe formação nesta área nos diferentes ciclos: Licenciatura, Mestrado e Doutoramento, bem como em pós-graduações e especializações (Ferreira et al., 2024). Alguns dos inquiridos compreenderam a intenção da pergunta e, em ocasiões informais, questionaram onde poderiam obter formação, manifestando interesse em frequentar cursos nesta área. De facto, a análise dos dados obtidos por meio dos questionários, que veio a ser reforçada também pelas conversas informais durante a observação, revelou que os profissionais adquirem conhecimento na área predominantemente por meio da prática e da troca de saberes com os colegas de equipa.

Apenas uma colaboradora referiu, no questionário, ter participado em formações de curta duração relacionadas com o público infantojuvenil, como oficinas e sessões em conferências sobre comunicação da atualidade para crianças e jovens, bem como sobre *fake news*, desenvolvidas pela European Broadcasting Union, Direção-Geral da Educação, Comissão Nacional de Promoção dos Direitos e Proteção das Crianças e Jovens e Centro Internet Segura. No seguimento desta resposta afirmativa, a investigadora contactou novamente esta colaboradora, para explorar mais detalhadamente a sua resposta, e constatou que o seu interesse em adquirir formação nesta área já vem desde a sua coordenação da Rádio Zig Zag. Durante esse período, participou na moderação de debates, apresentação pública do projeto, oficinas e *webinars* sobre questões ligadas à literacia para os *media*, segurança e outros temas relacionadas com informação e atualidade infantojuvenil. Revelou ainda interesse por leituras sobre

investigação científica na área, tendo sido, inclusive, consultora do projeto bYou – Estudo das vivências e expressões de crianças e jovens sobre os media, promovido pelo Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Contudo, ressaltou que são fundamentais, neste processo produtivo, “a parte prática do jornalismo e o contacto permanente com crianças” (coordenadora de equipa e jornalista, entrevista, 31 de julho de 2024). Nas suas novas funções, tem recebido formação contínua em *storytelling*, o que também ajuda na produção de conteúdos para o público mais novo.

Todos os colaboradores do *Radar XS* e a larga maioria dos *Visão Júnior* (83%) consideraram que os marcas jornalísticas para as quais trabalham são tidas como secundárias dentro dos grupos de comunicação a que pertencem. No segundo caso, uma colaboradora respondeu que não considera que seja secundarizado.

De acordo com os dados apurados nos questionários, o tempo de experiência em jornalismo é maior na *Visão Júnior*, somando mais 15 anos de profissão. Esta situação pode estar relacionada com a faixa etária dos profissionais. Destacam-se os colaboradores que estão desde a fundação dos dois produtos jornalísticos. No *Radar XS*, dois dos elementos permanecem desde a estreia em setembro de 2019: a jornalista-coordenadora e a jornalista-pivô. A primeira, antes das mudanças estruturais do final de 2023, além da coordenação do programa, colaborava na produção de programas do Zig Zag. No caso da *Visão Júnior*, a antiga diretora, com saída em novembro de 2023, permaneceu no cargo quase 20 anos, e a editora gráfica ainda se mantém em funções desde 2004.

Além das funções principais, a maioria dos elementos das duas equipas acumula habitualmente outras responsabilidades, como a produção e gestão de conteúdos para as redes sociais. Como a *Visão Júnior* tem *website* próprio, as jornalistas ainda produzem notícias para o meio digital. Em algumas edições, a editora gráfica deste título, além da edição de conteúdos gráficos e da paginação da revista, também cria conteúdos para a secção “Jogos”, enquanto o conselheiro editorial colabora na secção dedicada à literatura infantojuvenil.

Além disso, a acumulação de múltiplas funções, implica trabalhar para outros títulos do grupo de comunicação social a que pertencem, como acontecia com a antiga diretora da *Visão Júnior*, que acumulava a direção da *Visão História* e com a editora da *Visão Júnior*, que a partir da reestruturação interna de 2024 passou a escrever para outros títulos da TIN, como revelou em conversa informal. Isto pode ser uma resposta à necessidade de otimização de recursos, mas também pode levar à sobrecarga e diminuição da qualidade

do conteúdo produzido. Esta ideia encontra sustento na afirmação de Neveu (2010) de que o “profissional de informação” não vai ao encontro do processo da especialização, mas sim da flexibilização em cobrir uma variedade de assuntos para diferentes tipos de *media* e veículos de imprensa, indo ao encontro à lógica da convergência. Isto porque assiste-se ao aumento dos empregos em risco, à diminuição dos jornalistas especializados em áreas de cobertura consideradas menos lucrativas ou populares e à adoção da não-especialização como estratégia de gestão para combater a autonomia excessiva das salas de redação. No entanto, o autor enquanto reflete sobre esta realidade e prevê consequências nefastas para o conhecimento e as habilidades jornalísticas, também quer acreditar que esta poderá constituir uma fase de transição para uma nova forma de especialização.

A integração de novos elementos no fim de 2023 não trouxe mudanças significativas em termos de idade ou experiência profissional. O coordenador-geral do *Radar XS* tornou-se o elemento mais velho da equipa, com 58 anos, qualificado como jornalista e com experiência em cargos de chefia na RTP, particularmente na rádio e na educação. Além disso, exerce as funções de coordenador do departamento da Atualidade Jovem Linear e Digital, coordenador da RTP Ensina e Diretor de Programas de Rádio (RDP Internacional). A nova colaboradora do programa televisivo também provém da rádio, com experiência em conteúdos para o público infantil.

A nova diretora-executiva da *Visão Júnior* é jornalista da *Visão* desde 1998, e, atualmente, acumula o cargo de subdiretora deste título (desde janeiro de 2018). Como referido anteriormente, o diretor da *Visão Júnior*, responsável pela gestão e administração do título, não desempenha um papel ativo na produção da revista, limitando-se à supervisão das capas. Por não ter participado em nenhum momento do processo de observação, não foi incluído em qualquer etapa metodológica.

Embora não tenha sido abordado diretamente no questionário, constatou-se que todos os colaboradores pertencem aos quadros das duas empresas, exceto a jornalista-pivô e a jornalista do *Radar XS* que estão em regime de trabalhadores independentes. Relativamente às remunerações, não se conseguiu auferir os valores praticados nem se estes estavam adequados às tarefas de cada profissional, pois, em conversas informais, percebeu-se que não iam ser dadas respostas concretas e o assunto não deveria ser explorado.

De forma esquematizada, as tabelas 11, 12, 13 e 14 apresentam-se as composições e perfil da equipa regular do *Radar XS* e da *Visão Júnior*.

Tabela 11

Composição e perfil da equipa regular do Radar XS até dezembro de 2023

Funções	Coordenadora de conteúdos	Jornalista-coordenadora	Jornalista-pivô	Jornalista
Sexo	Feminino	Feminino	Feminino	Feminino
Idade	45	36	27	30
Habilitações literárias	Licenciatura	Licenciatura	Mestrado	Licenciatura
Formação	Ciências da Comunicação	Jornalismo	Jornalismo	Jornalismo
Tempo das funções atuais	10-15 anos	10-15 anos	5-10 anos	5-10 anos
Tempo de <i>Radar XS</i>	Setembro de 2019	Setembro de 2019	Setembro de 2019	Maio de 2021
Funções atuais	Responsável pelos programas infantis	Jornalista e coordenadora	Jornalista e pivô	Jornalista
Teve outras funções no <i>Radar XS</i>	Não	Sim. Coordenadora editorial	Não	Não
Carteira de jornalista (pergunta apenas para jornalistas)	—	Não	Sim	Sim
Trabalho em outras áreas no <i>Radar XS</i>	Não	Redes sociais	Redes sociais	Redes sociais
Trabalho em outras áreas na RTP	Não	Vídeo	Não	Não
Formação em jornalismo para crianças	Sem resposta	Não	Não	Não
A formação em Jornalismo Infantojuvenil deve partir de quem	Sem resposta	Empresa	Empresa e instituições de ensino superior	Jornalista e empresa
Considera o <i>Radar XS</i> um programa secundário da RTP	Sem resposta	Sim	Sim	Sim

Nota: Elaboração própria (2024)

Tabela 12

Composição e perfil da equipa regular da Visão Júnior até janeiro de 2024

Funções	Diretora e jornalista	Editora e jornalista	Editoria gráfica	Conselheiro editorial
Sexo	Feminino	Feminino	Feminino	Masculino
Idade	57	50	52	42
Habilitações literárias	Licenciatura	Licenciatura	Curso técnico	Mestrado
Formação	Língua e Literatura Moderna –	Comunicação Social e Jornalismo	Design gráfico	Ensino do Primeiro Ciclo

	Estudos Portugueses			do Ensino Básico
Tempo das funções atuais	Mais de 15 anos	Mais de 15 anos	Mais de 15 anos	Mais de 15 anos
Tempo de <i>Visão Júnior</i>	2004 (estreia)	2017	2004	2013
Funções atuais	Diretora	Editora	Editora gráfica	Conselho editorial, redator, criador de conteúdo
Teve outras funções na <i>Visão Júnior</i>	Não	Não	Não	Não
Carteira de jornalista (pergunta apenas para jornalistas)	Sim	Sim	—	—
Trabalho em outras áreas da <i>Visão Júnior</i>	Edição, Edição online, Redes sociais	Edição <i>online</i> , Redes sociais	Material para <i>online</i> , vídeo	Edição <i>online</i>
Trabalho em outras áreas no TIN	Texto, <i>online</i>	Não	Infografia	Texto
Formação em jornalismo para crianças	Não	Não	Não	Tese de Mestrado em Jornalismo Especializado
A formação em Jornalismo Infantojuvenil deve partir de quem	Jornalista, empresa, instituições ensino superior	Instituições ensino superior	Jornalista, instituições ensino superior	Jornalista
Considera a <i>Visão Júnior</i> uma publicação secundária da TIN	Sim	Sim	Sim	Sim

Nota: Elaboração própria (2024)

Em decorrência das mudanças estruturais no final de 2023, houve, como havia dito, a necessidade de atualizar a composição das equipas, substituindo os antigos responsáveis pela nova diretora-executiva da *Visão Júnior*, Sara Belo Luís, e pelo novo coordenador-geral do *Radar XS*, João Barreiros, além de integrar mais um novo elemento na equipa do programa de televisão, conforme indicado nas tabelas 4 e 5. A estes novos integrantes também foram enviados, por *email*, os mesmos documentos de “Autorização de observação participante” e “Questionário de observação”.

Tabela 13

Composição e perfil da equipa regular do Radar XS após dezembro de 2023

Funções	Coordenador-geral e jornalista	Coordenadora de equipa e jornalista
	Masculino	Feminino
Idade	58	51
Habilitações literárias	Licenciatura	Licenciatura
Formação	Comunicação Social-Jornalismo	Ciências da Comunicação
Tempo das funções atuais	Mais 15 anos	Mais de 15 anos

Tempo de <i>Radar XS</i>	Dezembro de 2023	Dezembro de 2023
Funções atuais	Coordenador-geral	Coordenadora de equipa
Teve outras funções no <i>Radar XS</i>	Não	Não
Carteira de jornalista (pergunta apenas para jornalistas)	Sim	Sim
Trabalho em outras áreas no <i>Radar XS</i>	Sim	Edição <i>online</i> , Redes sociais,
Trabalho em outras áreas na RTP	Sim	Texto, Som, Vídeo, <i>Online</i>
Formação em jornalismo para crianças	Não	Sim
A formação em Jornalismo Infantojuvenil deve partir de quem	Não existe	Jornalista, empresa e instituições de ensino superior
Considera o <i>Radar XS</i> um programa secundário da RTP	Sim	Sim

Nota: Elaboração própria (2024)

Tabela 14

Composição e perfil da equipa regular da Visão Júnior após janeiro de 2024

Funções	Diretora-executiva e jornalista
Sexo	Feminino
Idade	48
Habilitações literárias	Mestrado
Formação	Comunicação Social e Ciência Política
Tempo das funções atuais	Mais de 15 anos
Tempo de <i>Visão Júnior</i>	Janeiro de 2024
Funções atuais	Diretora-executiva
Teve outras funções na <i>Visão Júnior</i>	Não
Carteira de jornalista (pergunta apenas para jornalistas)	Sim
Trabalho em outras áreas da <i>Visão Júnior</i>	Edição, Edição <i>online</i> , Redes sociais, Fotografia
Trabalho em outras áreas no TIN	Texto
Formação em jornalismo para crianças	Não
A formação em Jornalismo Infantojuvenil deve partir de quem	Prefiro não responder
Considera a <i>Visão Júnior</i> uma publicação secundária da TIN	Não

Nota: Elaboração própria (2024)

4.5.4.3. Locais de investigação

Segundo Singer (2008), a solução mais apropriada para o estudo das redações consiste na realização de um estudo etnográfico, em contexto de observação participante. Tal como Sousa (2005, p. 38) definiu “a redação de um jornal é o seu coração”, por onde entram acontecimentos e saem notícias. Por isso, esta permite não apenas expor os comportamentos e as interações entre os membros da mesma cultura ou grupo, mas também proporciona à investigadora um entendimento mais aprofundado das discussões, decisões, subentendidos e conversas. No âmbito desta temática, foram referenciados estudos de referência focados nas redações. No entanto, autores apontam que um dos

motivos pelos quais não existem mais investigações desta natureza reside na resistência das organizações em conceder acesso aos pesquisadores (Paterson 2004; Puijk, 2004; Schlesinger, 1980). É como se se tratasse de “espaços sagrados para os jornalistas, onde presenças estranhas não são permitidas” (Jerónimo, 2013, p. 127), mesmo quando essas presenças são de outros jornalistas, como neste caso. Superada a dificuldade em entrar nas redações, surge ainda o risco de estar dependente de terceiros e sujeita a interrupções, o que dificulta o cumprimento do cronograma. Ainda que ciente destas limitações, a investigadora manteve a sua intenção de acompanhar de perto os jornalistas responsáveis, quer na redação quer em outros locais de trabalho. Contrariamente ao que se previa, o acesso às instalações do *Radar XS* e da *Visão Júnior* foi concedido de forma célere e favorável. As maiores dificuldades residiram, como já mencionado, em adiamentos e mudanças estruturais internas.

Ainda neste contexto, assinala-se a partilha do espaço de ambas as redações com outros departamentos e títulos do mesmo grupo de comunicação e a disponibilização dos recursos necessários às equipas profissionais, apesar de duas jornalistas em regime freelancer do *Radar XS* terem de partilhar a secretária e o computador. Foi ainda possível saber que, na reportagem de exterior da *Visão Júnior*, a fotógrafa da redação do Porto utilizou veículo e máquina fotográfica próprios, para submissão posterior das despesas à empresa.

No que diz respeito às redações existentes no Porto, não há qualquer sinal de convergência, sendo as redações de Lisboa a principal força. Ambos os títulos reconhecem que a expansão de jornalistas dedicados à especialização infantojuvenil para outros pontos do país seria uma mais-valia, mas, mais uma vez, a falta de meios inviabiliza essa possibilidade.

4.5.4.3.1. *Radar XS*

O *Radar XS* está localizado nas instalações da RTP, em Lisboa, e os locais envolvidos na observação foram quatro: a sala de Pós-Produção de Vídeo (PPV), a régie²³², o estúdio e a redação. A entrada de acesso mais direto ao edifício dá-se pela Rua de Conselheiro Emídio Navarro, n.º 34. É um edifício com uma dimensão considerável, composto por

²³² Régie é a sala onde se controla tecnicamente a emissão da televisão.

divisões de vários tamanhos. A sala de PPV, iluminada por luz natural, estava equipada apenas por um armário, uma longa secretária com três ecrãs, teclados e um tapete digital e duas cadeiras. Fora da sala, junto à porta, encontrava-se uma pequena secretária com um computador. É um posto móvel na estrutura da RTP, fora da redação, que permite a qualquer colaborador trabalhar mais próximo da área de edição, uma resposta à cultura colaborativa e móvel, adaptando-se às ferramentas disponíveis.

No segundo momento de observação, a sala de PPV, embora de dimensões semelhantes à anterior, apresentava uma disposição diferente e estava equipada com quatro ecrãs, cada um com uma função específica. Por coincidência, esteve presente a mesma editora de vídeo, que informou que, desde março de 2024, a equipa passara a utilizar um novo *software* de edição de vídeo, o Adobe Premiere. A sala estava reservada para o *Radar XS* das 10h às 12h30, e a jornalista-coordenadora planeava editar a peça do “Repórter XS”. Apesar de se tratar apenas de uma VT (videotape), o processo seria moroso, pois o material tinha sido gravado por uma criança, o que implicava desafios adicionais devido à qualidade dos áudios e imagens.

Dado que estas salas são partilhadas por várias equipas da RTP, estão sujeitas a horários de reserva rígidos e limitados, para que todas possam concluir as edições dos programas a tempo. Em ambos os momentos de observação, percebeu-se que a pressão para o cumprimento do horário acelerava o processo de edição – “Temos de dar gás”, alertava a editora de imagem –, e que determinadas decisões eram tomadas em função do tempo disponível, como a inclusão ou exclusão de imagens inicialmente previstas para a peça.

Para a gravação de três programas em estúdio, que ocorrem às quintas-feiras, a observação passou, em primeiro, pela régie, e, depois, pelos estúdios. A régie ficava localizada no mesmo edifício, no piso 0. Na impossibilidade do registo fotográfico, descreve-se o espaço físico como uma sala pequena, com equipamentos específicos atribuídos a cada técnico, dispostos de frente para os grandes ecrãs que ocupavam uma das paredes. Foi indicado à investigadora que se posicionasse na segunda fila, atrás dos técnicos, ao lado da jornalista-coordenadora e da jornalista. Os ecrãs que se encontravam nessas secretárias eram mais pequenos, mas permitiram acompanhar o que se passava no estúdio de gravação. Ao todo estavam 10 pessoas. A jornalista entregou à pesquisadora a ficha de estúdio em papel, o guião da emissão e o alinhamento das gravações (Anexo A).

No segundo momento de gravação, quando a investigadora chegou à régie – ou “nave espacial” como apelidada pela jornalista-coordenadora –, já estavam presentes os técnicos

habituais: o controlador de imagem, o operador de grafismo, responsável por inserir a ficha técnica e os oráculos²³³, a anotadora, o realizador e o controlador de mistura. Na fila posterior, encontravam-se a operadora de teleponto e o produtor. Apesar de este produtor ser um membro regular da equipa desde a estreia do programa, a pesquisadora não o havia conhecido nas visitas anteriores à RTP. A jornalista-coordenadora posicionou-se entre a anotadora e o produtor, indicando à observadora o lugar na ponta dessa mesma fila; ao seu lado, sentou-se a jornalista. O espaço da régie era muito semelhante ao da observação anterior, em termos de disposição dos lugares e equipamentos. Numa pequena sala adjacente, separada por um vidro, encontrava-se o controlador de áudio. Também nesta observação, a jornalista facultou à pesquisadora a mesma documentação de apoio à gravação dos episódios.

A investigadora teve oportunidade de conhecer dois estúdios de gravação do programa durante o período total de observação. O primeiro era de cenografia virtual, localizado no piso -1 do mesmo edifício. Tratava-se de um cenário croma com um tapete lilás e dois sofás em tom de rosa velho (Figura 5). Durante a gravação dos episódios, estavam presentes cinco profissionais: dois operadores de câmara, o assistente de realização, a responsável pela caracterização e a jornalista-pivô.

Figura 5

Estúdio de gravação do Radar XS até dezembro de 2023



Nota. Créditos próprios (2023)

O segundo período da observação da gravação dos programas, em 2024, ocorreu no novo estúdio físico. O primeiro impacto foi a percepção de que o estúdio era maior do que

²³³ Oráculos são as legendas ou frases curtas que aparecem, geralmente, na parte inferior do ecrã durante os noticiários.

aparentava na televisão. O cenário era colorido e iluminado, dividido em diferentes zonas: o púlpito, o globo e a biblioteca, com diferentes objetos, que são colocados, um a um, em cada um dos episódios (Figura 6). Como não iam receber convidados em estúdio nesses episódios, o sofá tinha sido removido de cima dos tapetes.

Figura 6

Estúdio de gravação do Radar XS após dezembro de 2023



Nota. Créditos próprios (2024)

Estavam seis pessoas no estúdio: três operadores de câmara – um a mais do que na observação anterior –, o assistente de realização, a responsável pela caracterização e a jornalista-pivô. As gravações utilizaram quatro câmaras, 30 luzes para iluminar o estúdio e vários ecrãs espalhados, que permitiam visualizar o que estava a ser gravado e as reportagens que estavam a ser inseridas nas emissões.

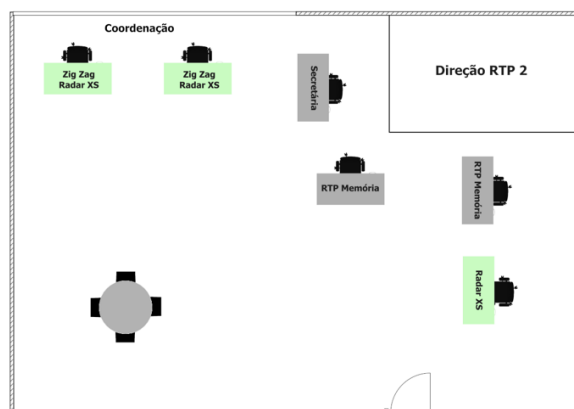
A redação, o local por excelência dos jornalistas, foi apenas visitada e não observada de forma detalhada nesta investigação. A equipa do *Radar XS* fixa-se ocasionalmente neste espaço, uma vez que trabalha em regime híbrido e passa a maior parte do seu tempo nos outros pontos descritos aquando da deslocação à RTP. O que também se constatou durante a observação foi que, mesmo nos percursos entre os diferentes postos de trabalho, a equipa estava sempre a debater ideias e discutir o que fazer e como o fazer e não a ter momentos de descontração. Exemplificando um momento observado, durante uma deslocação no elevador, assistiu-se a um debate sobre o plano para as próximas publicações nas redes sociais, com particular foco nas reportagens.

Dada a natureza dos contextos observados, a investigadora não registou momentos de observação em nenhuma das duas redações conhecidas. A localização desta área do *Radar XS*, até dezembro de 2023, estava num edifício adjacente ao das gravações. Este espaço estava localizado no edifício principal da RTP, que também abriga a RTP1, RTP2, a RTP3

e RDP. A sala encontrava-se num corredor com escritórios e salas de reuniões à direita e janelas à esquerda. O espaço era partilhado com a RTP2, incluindo marcas como o Zig Zag e a RTP Memória, e contava com cerca de oito pessoas. Devido a uma reunião a decorrer com a direção de conteúdos da RTP2, não foi oportuno avançar além da porta durante a visita. Daqui a observadora conseguiu visualizar a disposição da sala, que respeitava os princípios de colaboração e de integração das várias áreas. Contrariamente ao habitual nas redações, a gestão do espaço não é feita por editorias²³⁴, mas sim por programas de entretenimento do canal. A redação tinha uma dimensão média, com luz natural, e estava organizada em ilhas de secretárias retangulares, equipadas com computadores e telefones, e com uma mesa de reuniões circular no centro da sala, partilhada por todos. A secretária das jornalistas do *Radar XS* era a primeira à entrada e as secretárias das duas coordenadoras encontravam-se, lado a lado, no fundo da sala. A figura 7 ilustra a disposição dos lugares da equipa em relação à planta da sala.

Figura 7

Desenho da redação do Radar XS até dezembro de 2023



Nota: Elaboração própria (2024)

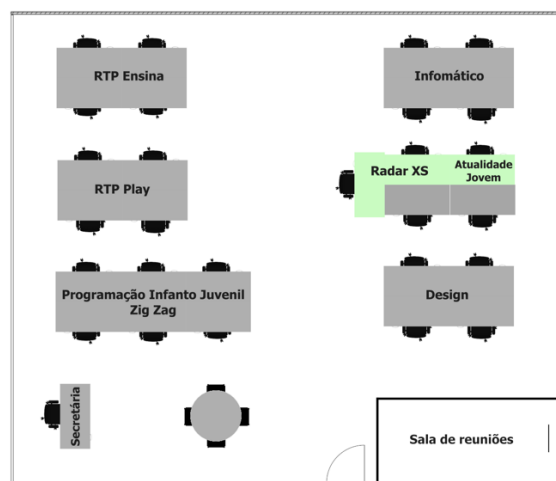
Em dezembro de 2023, um novo dado observado foi a atribuição de um espaço de trabalho distinto para a equipa do *Radar XS*. A antiga redação passou a acomodar apenas os programas destinados ao público mais adulto da RTP2, enquanto o novo local de trabalho foi instalado no departamento de multimédia, no quinto piso de um outro edifício, apelidado de “franjinhas”, pelos seus traços arquitetónicos. Este espaço aberto é partilhado com os departamentos de informática e de design da RTP, bem como com as

²³⁴ Editoria é a secção de um órgão de comunicação social que fica sob a responsabilidade de um editor.

equipas da RTP Play²³⁵ e da Programação Infantojuvenil da RTP2, da qual faz parte o Zig Zag (Figura 8). O local abriga cerca de 25 pessoas. Trata-se de uma sala ampla, com iluminação natural em dois dos lados, de geometria retangular e sem divisões entre as secretárias. A única divisão fechada é uma sala de reuniões, situada logo à entrada da sala, do lado direito, equipada com uma mesa para seis pessoas, um ecrã e um quadro. Os colaboradores dos diversos serviços distribuem-se pelas secretárias retangulares, para quatro a seis pessoas, organizadas em “ilhas” na horizontal. No centro da sala, estão duas colunas, com ecrãs de televisão fixados. À esquerda da entrada, há uma mesa de trabalho para a secretária e, à sua frente, uma pequena mesa circular com quatro cadeiras. A equipa do *Radar XS* está posicionada na fila intermédia, entre os departamentos de design e de informática. A coordenadora de equipa e a jornalista-coordenadora estão sentadas lado a lado, cada uma com o seu computador. A jornalista-pivô e a jornalista partilham o computador numa secretária posicionada na vertical. O gabinete do coordenador-geral localiza-se num edifício próximo, o principal da RTP, onde estão a RTP1, RTP2, a RTP3 e RDP.

Figura 8

Desenho da redação do Radar XS após dezembro de 2023



Nota: Elaboração própria (2024)

Como se mantém o modelo híbrido, as jornalistas do programa continuam a não frequentar a redação com larga regularidade. Elas deslocam-se ao local às quintas-feiras

²³⁵ RTP Play é uma plataforma digital portuguesa de distribuição de conteúdos de rádio e televisão, de acesso livre.

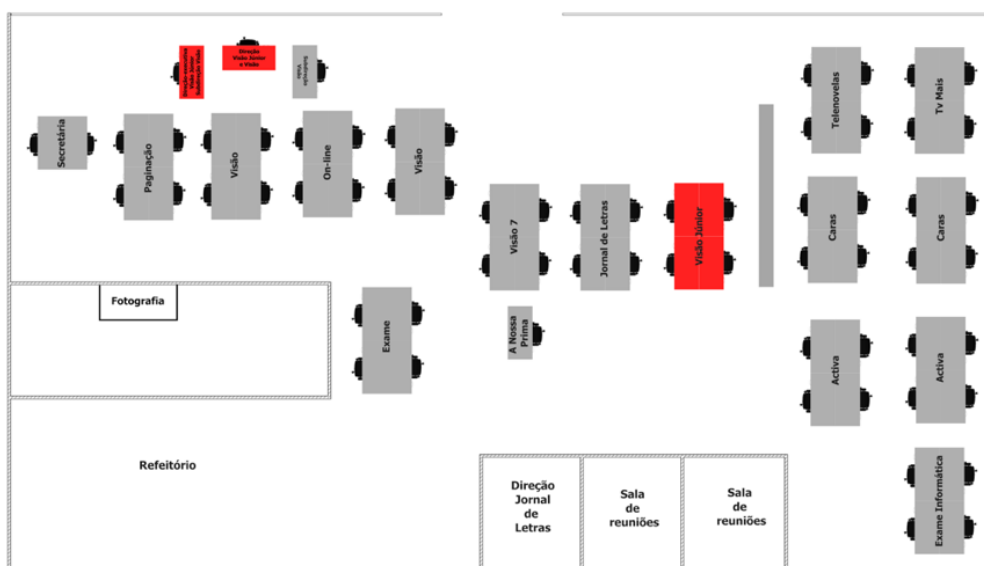
de manhã, como ocorreu nos dias das observações, para assistir às gravações e à reunião de equipa. Não é comum a realização desta reunião após as gravações dos programas, como sucede com a reunião de agenda às segundas-feiras. Contudo, sendo esta a última antes do início do período de férias, decidiu-se realizar um encontro presencial.

4.5.4.3.2. *Visão Júnior*

A *Visão Júnior* já conheceu três localizações distintas na Grande Lisboa. As atuais instalações desta publicação, juntamente com as restantes da Trust in News (TIN), localizam-se no Tagus Park, na avenida de Jacques Delors, edifício Inovação 3.1, espaços n.ºs 511/512, 2740-122, Porto Salvo. Quando a revista pertencia ao grupo Imprensa, a redação estava em Paços de Arcos, mudando-se, em 2019, para o edifício Q43 - Fernão de Magalhães da Quinta da Fonte. A partir do verão de 2023, a mudança para as novas instalações no Tagus Park começou progressivamente a ser feita. As diversas publicações e departamentos do grupo ocupam dois pisos amplos e abertos, com poucas salas de reuniões fechadas. A redação da *Visão Júnior* fica no primeiro andar, logo em frente à porta de entrada, ocupando uma ilha de quatro lugares.

Como ilustra a figura 9, a redação da *Visão Júnior* fica num espaço aberto partilhado com outros títulos da TIN.

Figura 9
Desenho da redação da Visão Júnior



Nota: Elaboração própria (2024)

A visita guiada da investigadora, conduzida pela editora, iniciou-se pela ala direita da sala, onde se situam os departamentos gráfico e do *online* das revistas, a secretária de redação e a redação da *Visão*, *Visão História*, *Visão Saúde*, *Visão Surf* e *Visão Biografia*. Deste lado, ainda se encontra o estúdio de fotografia. A disposição das secretárias apresenta-se em sucessivas filas paralelas, sendo difícil distinguir os colaboradores que estão associados a cada título, até porque alguns colaboraram para mais de um. Apenas se identifica a redação da *Visão*, porque, no parapeito da janela, estão cinco letras 3D em monoblocos vermelhos que compõem o nome do título. No primeiro dia da observação da redação, não se encontravam muitos jornalistas, pois o fecho da *Visão* tinha sido no dia anterior. No centro desta ala, encostados à parede e de frente para as secretárias, encontram-se os lugares da direção da *Visão*.

Ao longo da visita, a editora fez questão de apresentar a investigadora aos colegas envolvidos com a *Visão Júnior* e de repetir o propósito da sua visita. Primeiro, apresentou a editora gráfica e, em seguida, o responsável pelas histórias do Cabo Lince, da secção “Enigma” da *Visão Júnior*. Ele também é jornalista e editor da *Visão História*, autor de livros infantis e integrou a equipa do programa televisivo *Rua Sésamo*. Depois, encaminharam-se para a ala esquerda da sala, onde, no centro, tal como está a *Visão Júnior*, encontra-se a revista *Exame*, isolada e identificada pelas várias capas exibidas na parede. Nas proximidades, ficam o *Jornal de Letras*, a *Visão 7* e o posto da diretora da *Prima*. Do outro lado do espaço aberto, sucedem-se filas paralelas de secretárias: de um lado, as redações da *Telenovela* e da *TV Mais*, e do outro lado, as redações da *Caras*, *Ativa* e *Exame Informática*. A visita prosseguiu para o segundo piso, onde se localizam os vários departamentos da TIN: publicidade, marketing, digital arte e parcerias, comercial, distribuição e assinaturas.

Com uma planta muito semelhante à do andar anterior, percorreu-se o espaço aberto, fazendo-se paragens mais demoradas nos departamentos que prestam serviço à *Visão Júnior*. A editora apresentou a pesquisadora ao responsável de marketing, cujo trabalho é fundamental na organização dos eventos da *Visão Júnior*, como os “Miúdos a Votos”, e também a responsável pela publicidade, que contribui para a angariação publicitária para as páginas e passatempos da revista. Na arte digital explicaram que é a partir dali que são enviadas as *newsletters* pela plataforma E-goi²³⁶. O departamento de distribuição esclareceu que, mensalmente, envia um relatório com o número das vendas efetivas e por

²³⁶ E-goi é uma plataforma de automação de *email marketing*.

pontos de vendas à direção da *Visão Júnior*. Por sua vez, o departamento de assinaturas trata dos folhetos para angariar novas assinaturas, como os encartados nas revistas. Durante a conversa com este departamento, a investigadora obteve informações curiosas: a *Visão Júnior* é o título do grupo que contabiliza mais subscritores anuais e há uma tendência dos leitores da *Visão Júnior* transitarem para a *Visão* e do surgimento de novos leitores no início da sua aprendizagem da leitura.

Finalizada a vista, a editora e a pesquisadora dirigiram-se para a redação da *Visão Júnior*. Sentaram-se lado a lado e deu-se início ao processo de edição. A primeira versão do plano para a edição de novembro de 2023 foi preenchida e impressa, e seus elementos contemplam o mês de edição, a data de fecho e a estrutura “em espelho”²³⁷ do conteúdo da edição desde a capa até a página 52, com publicidade incluída (Anexo B). No segundo momento de observação da edição, paginação e fecho, a 28 de novembro de 2023, o posicionamento da investigadora no espaço físico passou também a ser, no departamento de design, ao lado da editora gráfica, para compreender outras fases do processo produtivo da revista.

4.5.4.4. Formação e aquisição de saberes

A inexistência da formação específica em jornalismo infantojuvenil conduz à aquisição de conhecimentos, principalmente através da prática e da troca de experiências entre colegas. Há uma clara demanda entre os profissionais por formação específica na área, o que indica uma lacuna no sistema de ensino e no desenvolvimento de programas de formação contínua. Hatje (2019, p. 62) entende que as universidades “estão empenhadas em formar especialistas em generalidades, porque o mercado ainda absorve esta mão-de-obra, e a necessidade por um emprego geralmente leva o profissional a abraçar a primeira oportunidade que surge independente do setor”. Embora pareça ser uma necessidade atual, as entidades competentes, como académicos e profissionais da área, ainda não dão à especialização o valor devido (Bahia, 1990). Quesada Pérez (1998) contraria essa ideia ao defender que o futuro do jornalismo passa inevitavelmente pela formação de jornalistas

²³⁷ Espelho é um documento, em papel ou digital, utilizado para a montagem de uma revista ou jornal, ou seja, sua organização e paginação. É onde está a distribuição das matérias, anúncios publicitários e tudo o que entra na publicação, com nome, edição, data e numeração das páginas.

especializados em qualquer das áreas temáticas que os meios de comunicação social escolham cobrir.”

Destaca-se, assim, a necessidade de articular, com a academia e as empresas jornalísticas, ofertas formativas para preencher essa lacuna e descobrir quais são os modelos de formação adequados para a introdução desta área de conhecimento específico. Contudo, deve-se analisar a formação do jornalismo infantojuvenil não somente nesta vertente de especialização, mas por outras áreas implicadas na otimização do processo editorial. Como foi observado, as profissionais acumulam outras funções, por isso a dependência da tecnologia no jornalismo e na produção editorial, não só de *softwares*, mas também de plataformas digitais, exige capacitação técnica das equipas. Há, portanto, a necessidade de formação contínua para a equipa editorial nestas ferramentas tecnológicas.

A relação com as universidades pode ser vista mais além e a jornalista-coordenadora, em conversa informal, reconheceu a importância das investigações que são feitas, sendo “do interesse do *Radar XS*, conhecer o seu público através dos estudos, bem como perceber a relevância das redes sociais, como do TikTok, para este tipo de produto”. O diálogo em rede entre os saberes prático e académico deveria existir para cocriar soluções e atuar em sintonia e não se limitar a um saber académico que faz diagnóstico e produz conhecimento.

Através dos questionários e das conversas informais percebeu-se que não existe interação entre as equipas, quer em encontros informais quer em contexto de trabalho. Os colaboradores do *Radar XS* e da *Visão Júnior* não se conhecem. Apenas uma vez a *Visão Júnior* produziu uma peça sobre um programa do Zig Zag, tendo, para tal, contactado o respetivo departamento. Curiosamente, o *Radar XS* nunca fez a cobertura do evento “Miúdos a Votos”, sendo este de dimensão anual e nacional e cuja temática é de interesse infantil. Embora não exista qualquer tipo de obrigatoriedade, isto evidencia a ausência de sinergias entre os dois projetos existentes em Portugal. Até porque, de acordo com Sousa (2005, p. 57), os outros órgãos jornalísticos, nacionais e internacionais, constituem “fontes importantes de informação e dão pistas para histórias novas, para atualizações de uma história já conhecida ou para novas abordagens das histórias que já circulam”. Ao invés de colaborarem entre si, as equipas buscam inspiração em produtos informativos de outros países – como se observou na redação da *Visão Júnior* em consulta a jornais infantojuvenis *online* – e participam em organizações profissionais internacionais – o *Radar XS* integra o European Broadcasting Union, a maior aliança europeia de operadores

públicos de *media*. Isto sugere a importância da internacionalização nas práticas jornalísticas infantojuvenis em Portugal. Como foi apresentado no terceiro capítulo, existem boas práticas de jornalismo infantojuvenil em outros países que poderiam ser adaptadas ao contexto português.

4.5.4.5. Equipas partilhadas

Além dos locais, do tempo e dos acontecimentos (Burgess, 1997), o processo de observação implica a escolha rigorosa dos “informantes privilegiados”, que por meio do seu conhecimento de um cenário específico podem complementar as observações da investigadora e apontar para outros estudos que necessitam de ser feitos por forma a compreender contextos sociais, estruturas e processos sociais.

Contudo, além da equipa regular descrita em tópico anterior, o processo de observação contempla ainda observar outros atores externos à redação que surjam no decurso da ação investigativa, podendo ser “informantes-chave” (Quivy e Campenhoudt, 2008; Yin, 1994), para ajudarem a compreender aquilo que outros atores fazem, como fazem e em que contextos. Foi o que aconteceu na observação das equipas técnicas do *Radar XS* e da *Visão Júnior*. Além dos membros regulares, ambas as equipas contam com colaboradores externos, o que representa desafios adicionais à produção e ao tempo dedicado às tarefas. Durante a observação, estabeleceu-se contacto direto com alguns colaboradores, especialmente com a editora- gráfica da *Visão Júnior* e a editora de imagem do *Radar XS*, que de facto, foram informantes relevantes para a obtenção de novos dados.

No *Radar XS* encontrou-se uma equipa descontraída, o que contribuiu para um ambiente de trabalho mais leve, mesmo em momentos mais tensos, quando sucediam as repetições por erros de gravação dos episódios, falta de oráculos e erros da pivô na leitura dos textos. Os imprevistos na *Visão Júnior* eram encarados com uma ligeira pressão. Estes estavam, geralmente, relacionados com o atraso do envio dos textos dos colaboradores externos, informações ainda por confirmar, pedidos de novos anunciantes e indisponibilidade da editoria gráfica, que se encontrava alocada a outra revista. Todos estes fatores atrasavam o fecho da edição ou condicionavam as alterações na paginação em “espelho”. Contudo, em nenhuma das situações, não pareceu que esta postura das equipas tivesse sido condicionada pela presença da investigadora.

4.5.4.5.1. *Radar XS*

Após o primeiro período de observação, esquematizam-se os 13 elementos da equipa externa, apenas um elemento em cada área, do *Radar XS* (mas da RTP) que constam na ficha técnica do programa (Tabela 15). A responsável pelo guarda-roupa e a profissional da língua gestual portuguesa não figuram, mas fica aqui a nota das suas colaborações, pois assumem papéis no processo produtivo do *Radar XS*.

Tabela 15

Ficha técnica do Radar XS até dezembro de 2023

Equipa	Externa	RTP
Apresentadora	x	
Jornalista	x	
Infografia	x	
Grafismo	x	
Coordenação de conteúdos		x
Música genérico		x
Direção arte		x
Edição		x
Pós-Produção Áudio		x
Produção		x
Assistente de realização		x
Anotadora		x
Realização		x

Nota: Elaboração própria (2024)

No segundo período de observação, algumas funções desapareceram na ficha técnica do programa, embora os colaboradores continuassem a desempenhar as suas atividades específicas. A ficha técnica da equipa externa do *Radar XS* passou a contar na ficha com nove elementos, como figura na tabela 16. Como a equipa não é fixa, há a colaboração alternada de membros da RTP em diferentes episódios.

Tabela 16

Ficha técnica do Radar XS após dezembro de 2023

Equipa	Externa	RTP
Apresentadora	x	
Jornalista	x	
Coordenador-geral		x
Coordenação de conteúdos		x
Edição	x	x
Pós-Produção Áudio	x	x
Produção	x	x
Anotadora	x	x
Realização	x	x

Nota: Elaboração própria (2024)

Também continuam ausentes a responsável pelo guarda-roupa e a profissional da língua gestual portuguesa. Durante a observação, percebeu-se que esta última, como grava num piso distinto e não é fixa ao programa, não interage com a restante equipa. A sua presença quase que é despercebida, apesar da relevância do seu serviço. Esta profissional pertence a empresa externa à RTP, para a qual o guião do programa é enviado no dia anterior. Em relação à responsável pelo guarda-roupa, através de uma conversa informal, durante a observação em estúdio, ficou a saber-se que faz parte da equipa de imagem da RTP e está também destinada a outros programas. Ela esclareceu que, considerando o público-alvo do programa, a escolha do vestuário da apresentadora reflete a descontração e jovialidade, com cores que contrastem com o estúdio. Também explicou que há marcas parceiras do programa, como C&A e Zouri From The Ocean, as quais são indicadas no cartão final do programa (“Este programa teve ajuda à produção de”), mas que há marcas específicas que, por motivos contratuais, não podem ser identificadas.

A rotatividade dos editores de imagem, que não são fixos ao programa, representa um desafio para a uniformidade e qualidade das peças editadas. A falta de tempo para preparação e diálogo entre os editores e repórteres de imagem compromete a consistência do trabalho final. “Há diferentes formas de trabalhar, de editar, de captar imagens e não há tempo para o diálogo entre o editor de vídeo e o repórter de imagem”, explicou a editora de vídeo do *Radar XS*, em relação à dificuldade na uniformização das peças, que deveriam seguir regras de composição, linguagem e equilíbrio semelhantes. Contudo, ela mesma defende, do ponto de vista técnico, que não se deve estar alocado exclusivamente a um único programa, pois “é mais estimulante criar diferentes linguagens”.

O *Radar XS*, nem mesmo com o novo estúdio físico, consegue gravar quando quer nem pelo tempo desejado e as limitações até são verificadas na capacidade de armazenamento disponível para arquivar os vídeos em bruto e as VTs. É necessária uma comunicação rápida e coordenação entre todos os envolvidos para a gestão dos espaços, das pessoas e até mesmo para a correta identificação dos ficheiros de conteúdo. As observações indicam que peças televisivas exigem tempo considerável para edição, sendo qualquer imprevisto tratado com brevidade para respeitar os prazos apertados. Nas situações limite de tempo e de recursos disponíveis, também emerge a tensão entre a criatividade e as condicionantes práticas. Em resposta a esta situação, na última reunião de equipa observada, o coordenador-geral desabafou: “Precisamos de mudar a forma de produzir. Precisamos de mais tempo para a edição. Uma equipa própria, com respostas rápidas”.

4.5.4.5.2. *Visão Júnior*

Esquemmatizam-se os 10 elementos da equipa fixa e da TIN (Tabela 17) que surgem na ficha técnica da publicação. Os nomes dos responsáveis pelas áreas do marketing e publicidade, marketing-gestão da marca, digital e parcerias, *branded content*, comercial e assinaturas estão também identificados, mas a colaboração é diluída pela atividade no grupo.

Tabela 17

Ficha técnica da Visão Júnior antes de janeiro de 2024

Equipa	Regular	TIN
Direção	x	
Edição	x	
Conselho Editorial	x	
Paginação	x	
Ilustração		x
Fotografia		x
Revisão		x
Colaboradores de revisão		x
Infografia		x
Assistentes de redação		x

Nota: Elaboração própria (2024)

No segundo período de observação, apenas se acrescentou a direção-executiva na tabela 18, a qual passou a fazer parte da equipa regular, que manteve os outros quatro elementos.

Tabela 18

Ficha técnica da Visão Júnior após janeiro de 2024

Equipa	Regular	TIN
Direção		x
Direção-executiva	x	
Edição	x	
Conselho editorial	x	
Paginação	x	
Ilustração		x
Fotografia		x
Revisão		x
Colaboradores de revisão		x
Infografia		x
Assistentes de redação		x

Nota: Elaboração própria (2024)

Na *Visão Júnior*, uma das dificuldades encontradas é falta de preparação específica dos jornalistas habituados a trabalhar em títulos destinados ao público adulto, o que implica uma edição mais rigorosa dos artigos pela editora. Além disso, a partilha da designer gráfica com outros títulos tem como consequência o atraso da paginação da *Visão Júnior*, como foi verificado nos momentos em redação. A limitação de recursos humanos também foi percebida quando se acompanhou a reportagem de exterior em Vila Nova de Gaia. A fotografa da redação do Porto, que alberga algumas publicações do TIN, recordou os tempos em que havia uma equipa de fotógrafos, sendo atualmente a única a cobrir os serviços de todos os títulos do grupo.

A combinação da equipa regular com os colaboradores externos e do grupo é que torna possível a produção o processo produtivo da revista. A visita guiada pelas instalações da *Visão Júnior*, como descrito previamente, conduz à total concordância com Travancas (1992, p. 101) ao defender que:

a produção no interior das redações depende de um número expressivo de atores sociais, não-jornalistas, como os *office boys*, as secretárias, os técnicos em informática, seguranças, gerentes e diretores de empresas de comunicação. Envolve ainda colaboradores externos, como as fontes, o público, os articulistas, cronistas, os assessores de imprensa, os anunciantes, os publicitários, os donos das bancas de revista, os gráficos, os produtores de papel e tinta, etc. Sem eles, um jornal não poderia sair ou não sairia da forma como normalmente é concebido.

Uma outra situação observada que também sublinha esta afirmação foi o encontro da editora com os dois revisores da *Visão Júnior*, que também são partilhados por outros títulos do TIN. A investigadora assistiu ao diálogo sobre o *timing* da revisão e a divisão de trabalho. Ainda observou o pedido espontâneo de esclarecimento de quem estava a escrever um texto e aproveitou a presença dos revisores na redação: “Escrevemos censura com caixa alta ou baixa?”.

4.5.4.6. Integração em grupos de comunicação

Como foi apontado atrás, Breed (1999) e Sousa (1999) reconhecem que características organizacionais dos meios de comunicação condicionam e constroem as rotinas profissionais. O cenário redatorial foi apontado anteriormente. É certo que a inserção das

equipas de jornalismo infantojuvenil em grupos de comunicação, privado ou público, também influencia a forma como este é praticado e que isto gera desafios relacionados à autonomia editorial e produtiva.

Em ambos os casos de estudo, as equipas são pequenas e contam sempre com colaboradores técnicos externos, não fixos, do grupo do meio de comunicação a que pertencem, para auxiliar nas produções dos produtos jornalísticos. Esta realidade acarreta consigo desvantagens, mas podem também trazer vantagens para o processo de produção, sobretudo quando se tem recursos humanos e técnicos limitados. No caso da RTP, as jornalistas têm acesso às imagens do departamento de informação e de outros programas da RTP que podem ser recuperados para usufruto de peças do *Radar XS*. O mesmo sucede com a *Visão Júnior*, que pode aproveitar conteúdos de outras publicações do grupo, como a *Visão*, a *Visão História*, *Visão Saúde*, *Exame Informática*, adaptando-os ao público infantil, bem como solicitar aconselhamento a colegas especializados de outras áreas para a redação de artigos ou consulta de fontes. Em alguns casos, são esses jornalistas que redigem as notícias, passando depois pelo crivo da editora da *Visão Júnior* para as devidas adaptações linguísticas ao público infantil. Esta questão foi, aliás, um dos pontos de interesse ao longo do estudo, para se perceber se a integração num grupo de comunicação social, de natureza pública ou privada, com mais recursos técnicos e humanos disponíveis, condiciona a forma como o jornalismo é desenvolvido por equipas reduzidas.

O facto de a *Visão Júnior* pertencer a um grupo privado ainda impõe pressões económicas que se refletem a nível editorial, como a pressão das vendas (a preocupação em conseguir uma boa capa para alavancar as vendas), nos espaços publicitários, nas assinaturas e nos custos envolvidos (como compra de fotografias em bancos de imagem e despesas de deslocação). Apesar de se ter tido conhecimento durante a observação que a *Visão Júnior* é o título do grupo com maior número de subscritores anuais e conquistar novos leitores aquando do início da aprendizagem da leitura, questionam-se os entraves impostos à produção esta revista, bem como a sua posição secundária dentro do grupo. Relembrem-se aqui as respostas nesse sentido dos colaboradores do *Radar XS* e da *Visão Júnior* que consideram que os marcas jornalísticas para as quais trabalham são tidas como secundárias dentro dos seus grupos de comunicação.

No âmbito financeiro, não é só a imprensa, mas também a televisão e a rádio de empresas jornalísticas privadas, que dependem do suporte das receitas das vendas em banca e da publicidade e das mudanças de hábitos de consumo da era digital. Na incerteza do caso

do grupo Global Media²³⁸ (o mesmo cenário da TIN à data da escrita deste texto), Costa e Silva (2024, para. 4) escreveu um artigo na edição portuguesa *Le Monde diplomatique*, em que reflete sobre a crise testemunhada pelos donos dos *media* privados e refere, no caso dos títulos impressos, que “têm tentado combater a perda de relevância com novos produtos e novas formas de angariação de receitas, mas a grande maioria dos títulos tem dificuldade em manter-se rentável”.

Contudo, a partir dos dados observados, identificam-se igualmente situações concretas no *Radar XS*, de natureza pública. Em conversa informal percebeu-se que as deslocações pouco frequentes da equipa para fora de Lisboa também estão relacionadas com os custos.

Enquadrado no referencial teórico deste estudo, aponta-se o jornalismo especializado como uma possível solução às pressões económicas nos meios de comunicação social, ao ser “uma resposta à demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação das audiências específicas” (Abiahy, 2005, p. 5). Merece reflexão a problematização em torno do jornalismo infantojuvenil de Valera (citado em Quesada Pérez, 1998, p. 68), quando afirma que “a criação dos meios de especialização surge, também, como um bom negócio, e que esta permite aos meios disporem de um maior campo publicitário, que vem atraído pelo setor da sociedade que consome esta informação”. Este cenário necessita de considerar que, em Portugal, existem cada vez mais restrições à publicidade dirigida a menores de 16 anos.

4.5.4.7. Ambiente

Os passos exaustivos tomados antes do avanço do trabalho de campo garantiram, por um lado, a normalidade e segurança na condução deste tipo de processo e, por outro lado, o reconhecimento, por parte da equipa do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, e da motivação que norteavam a pesquisadora. Esta preparação facilitou a sua integração e fomentou um maior envolvimento e confiança ao longo do período de observação com as jornalistas editoras e coordenadoras.

²³⁸ A entrada, em 2023, de um fundo de investimento estrangeiro no capital da Global Media, detentora de meios como o *Jornal de Notícias*, *Diário de Notícias*, *TSF* e *O Jogo*, abriu uma crise financeira sem precedentes. A solução passou pela entrada de um comprador, Notícias Ilimitadas, do *Jornal de Notícias*, *O Jogo* e *TSF*, *Volta ao Mundo*, *Evasões* e *Notícias Magazine* e a Global Media manteve-se com os restantes títulos.

Do lado dos elementos do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, houve acolhimento no grupo e preocupação em explicar os seus planos de trabalho e as operações a desenvolver. Quando os elementos da equipa trocavam impressões sobre uma reportagem previamente exibida, um tema explorado ou um entrevistado, a investigadora demonstrava estar a par. Dessa forma, caso ocorresse algo inesperado, sentia-se capacitada para superar e encontrar uma resposta alternativa. No entanto, houve o cuidado da sua parte para nunca interromper em ocasiões que importunassem a execução da tarefa. Se percebia que a conversa não fluía por estar a tirar notas em simultâneo, tinha a sensibilidade de parar e apenas retomava após o término da conversa. Caso houvesse a intenção de omitir algum relato, os intervenientes avisavam-na dessa vontade, e ela respeitosamente concordava, conforme o acordo de confidencialidade estabelecido. Durante os períodos de observação, o ambiente decorreu num tom informal e descontraído, tendo a observadora sido colocada à vontade para participar em qualquer momento dos processos produtivos, até porque era do conhecimento que a sua formação e experiência profissional era em jornalismo. A sua intervenção envolveu, entre outras participações, sugestões de assuntos para a agenda, a avaliação de concursos e opiniões sobre ângulos e planos de peças jornalísticas, quer na revista quer no noticiário. A título de exemplo, em uma das reuniões de agenda do *Radar XS*, a investigadora sugeriu dar uma nova perspetiva da história através das lendas portuguesas, como as de D. Sebastião e do Galo de Barcelos, para estimular a imaginação das crianças. Esta última sugestão foi considerada para o programa 114, transmitido a 31 de maio de 2024.

A boa relação estabelecida entre a equipa e a pesquisadora gerou momentos de descontração e envolvimento, o que levou, em algumas ocasiões, ao prolongamento de conversas em torno de questões relacionadas com o *Radar XS* e o jornalismo infantojuvenil. No que respeita à interação com a equipa da *Visão Júnior* destacam-se três momentos. O primeiro ocorreu na reunião de agenda de 2 de novembro de 2023, quando a editora fez questão de explicar à investigadora como tinha corrido o fecho da edição não observado em redação (a 25 de outubro de 2023), devido a atrasos na produção. A editora mostrou-lhe a prova de cor da capa e as provas impressas do miolo, em formato A3, para aprovação e última revisão. Para acompanhar o processo de paginação e fecho da revista em redação, a 28 de novembro de 2023, a pesquisadora constatou que a editora gráfica, embora estivesse em regime de teletrabalho, deslocou-se propositadamente para acompanhar na observação, gesto que mereceu ser valorizado

porque, no final, se assemelhou a uma aula de paginação. O terceiro episódio deu-se a 26 de julho de 2024, numa última observação não planeada, devido a atrasos nas edições e à impossibilidade de assumir um calendário para acompanhar o processo editorial. Contudo, dado o contacto regular mantido com a editora, esta reconheceu a relevância destes momentos para o doutoramento e, sabendo que o período estabelecido para esta etapa findava no final do corrente mês, telefonou à investigadora no dia anterior. A editora explicou que, tanto ela quanto a editora gráfica estariam em teletrabalho, e que, embora não fossem as condições ideais, permitiu que a observadora acompanhasse, por videochamada, o fecho de algumas páginas e da capa.

Em relação ao ambiente de ambas as equipas notou-se, durante os períodos de observação, a boa comunicação entre todos, especialmente entre as jornalistas e as editoras, quer de vídeo quer de artes gráficas, o que facilitou bastante o desempenho das tarefas. A título de curiosidade, após o fecho de uma edição de peça, a jornalista-coordenadora do *Radar XS*, apelidou a editora de vídeo de “*master* das magias”. Um outro episódio a assinalar foi a última observação feita à *Visão Júnior*, no dia 26 de julho de 2024, por videochamada. Embora as condições não fossem as ideais, como numa redação, foi igualmente importante para registar o processo de paginação e edição em condições atípicas, compreendendo como a equipa se adapta a estas circunstâncias laborais. Mesmo à distância, foi notória a excelente colaboração entre as duas colegas. É resultado, provavelmente, de muitos anos de trabalho conjunto, mas também do compromisso e entusiasmo que demonstram no exercício das suas funções.

Neste ponto, sobre o ambiente vivido entre os profissionais que produzem jornalismo para crianças, é pertinente a discussão sobre o que Parks (2021) e Perreault e Mellado (2024) escreveram sobre a perspetiva dos jornalistas ao desempenharem estas funções. O primeiro autor aborda a “alegria como um valor-notícia motivacional no trabalho jornalístico” (Parks, 2021, p. 3), sendo esta uma oportunidade para reorientar as mentes dos profissionais e dos leitores para as características afetivas dos assuntos que produzem bem-estar, prazer e até coragem; os segundos exploram como esse sentimento se manifesta na prática do jornalismo, nomeadamente na condução de entrevistas, partilha de histórias da vida quotidiana, reportagens sobre tópicos específicos, ligação com a comunidade e acompanhar o impacto das suas reportagens. Os jornalistas estabelecem maior conexão com as audiências e com a comunidade e, como está implícito nos resultados deste estudo, acreditam que ao se “dedicarem a histórias que lhes trazem

alegria, então a alegria pode ser partilhada” (Perreault & Mellado, 2024, p. 22). Através da observação e das conversas informais, foi possível constatar a alegria, a vontade e a motivação dos profissionais do *Radar XS* e da *Visão Júnior*. Estão comprometidas em produzir jornalismo para crianças numa época de mudanças e incertezas. Apesar das dificuldades enfrentadas, querem fazer um trabalho com qualidade e estão preocupadas com a ética a criação de conteúdos menos estereotipados. Numa ocasião informal durante a observação de 14 de setembro de 2023, a jornalista-pivô revelou que preferia o contacto com as crianças, por serem mais emotivas e genuínas e reconheceu que o programa tem crescido ao longo destes anos, mas “eu também tenho crescido com o *Radar XS*”. Sublinhou ainda o carácter da responsabilidade social do programa associado ao tratamento de alguns temas, como direitos humanos, sustentabilidade e diferença de género. O entusiasmo também é evidente na equipa não regular. A editora de vídeo expressou satisfação com o trabalho, apesar dos desafios: “Eu já não editava o *Radar XS* há duas semanas e a sensação é boa. É um programa com imenso potencial, que me dá muito gozo fazer”.

De facto, a relação entre o jornalismo e a emoção tem-se tornado uma dinâmica importante na forma como as notícias são produzidas – quer pelos jornalistas quer pelas crianças –, e consumidas (Beckett & Deuze, 2016; Wahl-Jorgensen & Pantti, 2021). Desta forma, estas notas de discussão oferecem nuances adicionais ao modo de fazer jornalismo infantojuvenil para o presente e futuro. Estas discussões poderão cruzar-se com outros campos de estudo, já referidos no subcapítulo anterior, o jornalismo construtivo, o de soluções, o participativo e o de conexões, aplicados a um público mais novo.

4.5.4.8. Construção da agenda

No que refere ao processo jornalístico, o *Radar XS* segue uma sequência estruturada de etapas, de acordo com o plano semanal da equipa: reunião de agenda, edição, gravação dos programas e reportagens externas. Na *Visão Júnior*, após a reestruturação interna, as etapas de produção tornaram-se mais flexíveis, o que resultou, em alguns casos, em atrasos na conclusão de determinadas edições, bem como na dificuldade de agendar momentos de observação. Estes encontros diferem-se das realizadas no jornalismo para o público adulto, pois não há uma divisão por editorias. A equipa, em conjunto, debate e define os assuntos e acontecimentos que estarão presentes nas próximas edições, decidindo quem irá “cobri-los” e qual será o ângulo de abordagem.

Durante as reuniões editoriais, de planificação e seleção da agenda, constatou-se uma clara preocupação com a eficácia das discussões realizadas. As reuniões de agenda são uma rotina jornalística de produtividade eficaz em ambos os veículos, como se verá adiante. Há um esforço contínuo para garantir que as ideias debatidas se traduzissem em conteúdos concretos nos episódios ou edições subsequentes. Este facto sinaliza uma relação entre o tempo investido em reuniões e a sua efetiva produção. Embora a decisão final com maior peso seja da direção, a restante equipa dispõe de liberdade para propor e debater assuntos para a agenda. Contudo, verificaram-se algumas decisões de agenda importantes a serem tomadas fora das reuniões formais, o que pode indicar a existência de processos paralelos de decisão que escapam à observação direta. Tal prática pode levar a questionamentos sobre o processo editorial levado a cabo por equipas reduzidas, em ambiente de relativa autonomia e contacto permanente.

Pelo apresentado em baixo, de modo particular de cada veículo, evidencia-se a seleção cuidadosa e diversificada dos temas abordadas em agenda. Há uma convergência entre os dois meios de comunicação social sobre as áreas temáticas: atualidade, como a guerra na Ucrânia e as eleições; temas “obrigatórios”, como o regresso às aulas, o Natal, o Carnaval, as férias, etc.; crianças inspiradoras; e efemérides e datas comemorativas históricas e culturais. A importância atribuída a cada tema é refletida nos tempos de exibição das peças televisivas e no número de páginas das revistas. Verifica-se que a dificuldade em manter a originalidade e a qualidade de execução, pode conduzir à saturação do público em relação a estes assuntos repetidos e à necessidade de repensar estratégias e ângulos de abordagem, especialmente em temas como o Natal ou a história mais longínqua. A antiga diretora da *Visão Júnior* deu também o exemplo da dificuldade da escolha de fotografias sobre a solidariedade, que transmitam a ideia do “sentimento solidário”, evitando abordagens comuns, como corações em papel, almofadas em forma de coração e crianças com caixas de roupas. Pela observação das reuniões e em redação constata-se que praticamente todas as áreas são valorizadas em agenda: natureza, animais, desporto, cultura, história, comportamento infantil e aspetos sociais, confirmando-se o que a análise de conteúdo também demonstrou.

Na observação da reunião de consultores da *Visão Júnior*, a 20 de julho de 2024 (desenvolvida no tópico sobre a participação infantil), verificou-se, com um grupo de 16 crianças, que há diferenças de interesses entre os próprios conteúdos da *Visão Júnior*. Há consultores juniores que gostam mais de secções descontraídas como “Factos Loucos” e

“Curiosidades” e outros de secções informativas, como as reportagens especiais – indicaram especial interesse na “A escola no tempo dos teus avós” sobre o 25 de abril, “Ao ritmo do jazz” e “Jogos Olímpicos” –, os repórteres especiais e entrevistas. Além disso, indicaram preferência pelos “Miúdos a Votos” e a secção “A minha Cidade”. À pergunta “Gostavam que tivessem mais notícias na revista? Ponham dedo no ar”, apenas duas crianças não colocaram e revelaram a sua preferência por conteúdos mais de entretenimento.

Os debates tidos pelas equipas de jornalistas sobre como e quando abordar determinados temas, como a guerra, política, economia, revela a dualidade entre a necessidade de informar sobre o mundo à sua volta e a preocupação com o impacto sobre elas. Isto revela um dos desafios editoriais enfrentados na produção de jornalismo infantojuvenil. Estes temas precisam de ser simplificados de modo que as crianças possam compreender, sem comprometer a precisão e o rigor jornalístico, o que sublinha uma sensibilidade editorial que respeite a capacidade de entendimento do público infantil, enquanto se procura despertar o seu interesse por assuntos de grande relevância social e política. A imersão da jornalista nos dois órgãos de comunicação confirmou o que foi verificado pela análise de conteúdo. A preocupação em abordar temas que não só informem, mas também eduquem, sugere uma discussão sobre o contributo do jornalismo para a educação e formação de uma consciência crítica nas crianças. Ao abordar assuntos como direitos humanos, sustentabilidade, voluntariado, é enfatizada a responsabilidade social dos dois meios jornalísticos. No entanto, a função pedagógica do jornalismo não é consensual, existindo perspectivas divergentes, quer entre os membros das equipas dos objetos de estudo quer entre autores de relevo, como exposto no ponto seguinte do estudo.

4.5.4.8.1. *Radar XS*

Após as observações das reuniões, a investigadora acompanhou a transmissão dos episódios subsequentes para verificar se os temas propostos na agenda foram, de facto, implementados. A tabela 19 esquematiza as propostas discutidas na reunião de 13 de outubro de 2023 e o que efetivamente foi emitido nos episódios seguintes, com a indicação dos tempos para referência da ordem de importância no alinhamento do programa. Este exercício é considerado relevante para uma reflexão sobre a produtividade das reuniões de equipa, se os assuntos discutidos são efetivamente aproveitados e se as propostas de todos os membros são consideradas.

Observou-se que o tema do *bullying* foi abordado integralmente num programa, conforme planeado, explorando diversos ângulos de abordagem e utilizando a notícia e as entrevistas como gêneros jornalísticos. A peça sobre a tertúlia dedicada à pintura foi emitida a 23 de outubro de 2023, mantendo a sua relevância em relação ao Dia da Biblioteca Escolar, celebrado a 28 daquele mês.

No dia 1 de novembro de 2023, confirmou-se a presença em estúdio do presidente da Associação Zero, Francisco Ferreira. O programa incluiu o “Repórter XS” em Covas de Barroso, seguida de uma entrevista na qual foram discutidas as vantagens e desvantagens da utilização do lítio para a construção da mina naquela localidade.

A notícia sobre o orçamento do Estado de 2024 foi adiada por duas semanas. Optou-se por um pivô, seguido de uma notícia com imagens gravadas, que explicava o orçamento comparando-o com o orçamento familiar e destacando a sua importância, além de medidas relacionadas com o quotidiano, tais como salários, Imposto sobre Valor Acrescentado (IVA), custo dos sacos plásticos, aumento do Imposto Único de Circulação dos automóveis, abono de família e educação.

Tabela 19

Comparação entre a agenda de reunião de 13 de outubro de 2023 do Radar XS e as peças emitidas nos programas da semana seguinte

Agenda de reunião	Episódio/Data/Total	Descrição e tempo das peças emitidas
Dia Mundial do Combate ao <i>Bullying</i> e campanha da PSP nas escolas “<i>Bullying</i> é para fracos” e cabide para <i>bullying</i> nas escolas. Diana Ginja, 10 anos, autora do livro “Beliscaram a minha felicidade!” e vítima de <i>bullying</i>. Júlia Machado, 13 anos, a representante portuguesa do <i>Junior Eurovision Song Contest</i> e vítima de <i>bullying</i>.	18 20 outubro de 2023 Total 13:48	Pivô de abertura, acompanhada de uma notícia, com infografia e imagens gravadas, com explicação do que é, número de ocorrências anual registadas nas escolas e informação da campanha da PSD. Total 1:53 Entrevista, em estúdio. Total 5:00 Entrevista, por videochamada. Total 4:36
Dia da Biblioteca Escolar cabide para tertúlia sobre Picasso com uma turma do primeiro ciclo.	19 23 outubro 2023 Total 5:06	Reportagem com professora e alunos em. Pivô final a remeter para a participação: “O que mais gostam na biblioteca da vossa escola? Oráculo com WhatsApp do programa. Total 5:06

Repórter XS em Covas de Barroso com cabide para as vantagens e desvantagens da utilização do lítio para a construção da mina no local.	23 1 novembro de 2023 Total 11:51	Segunda peça do alinhamento, com pivô a explicar o uso do lítio. Total 00:36 Entrevista, em estúdio, com Francisco Ferreira. Total 3:43 Pivô final a remeter para a participação das crianças para colocar questões sobre o lítio. Oráculo com WhatsApp do programa
Notícia sobre a apresentação do orçamento de 2024 pelo Estado com cabide para “O que é o orçamento de Estado?”	24 3 novembro de 2023 Total 14:08	Segunda peça do alinhamento, com pivô e notícia, acompanhada de imagens gravadas, a explicar o que é (em comparação com orçamento familiar), a sua importância e algumas medidas. Total: 3:46.
Conflito em Gaza.	27 10 novembro de 2023 Total 13:27	Segunda peça do alinhamento, com pivô e notícias, com imagens gravadas (sem crianças) e infografia, a explicar a história do conflito, os recentes ataques, as consequências e as manifestações de apoio à Palestina. Total: 1:52 Pivô sobre notícias de guerra e o impacto nas crianças. Entrevista, em estúdio, com uma psicóloga a explicar como saber identificar e lidar com as emoções e os comportamentos. Total: 6:27

Nota: Elaboração própria (2024)

O conflito em Gaza, conforme sugerido pela jornalista-pivô, foi transmitido apenas a 10 de novembro, aguardando mais desenvolvimentos. Nunca se considerou omitir este assunto do noticiário infantil. Este tema não abriu o programa, mas foi o segundo no alinhamento, com um pivô para uma notícia complementada com imagens gravadas – sem crianças – e infografias que narravam a história do conflito, os ataques recentes, as consequências e as manifestações de apoio à Palestina. Em seguida, houve a necessidade da pivô apresentar um texto adicional a falar sobre as notícias de guerra e o seu impacto nas crianças, preparando a transição para uma entrevista em estúdio com uma psicóloga. Esta entrevista tinha como objetivo explicar ao público mais novo como identificar e gerir as suas emoções e comportamentos ao assistirem a essas notícias. Observou-se, no entanto, a preocupação editorial do *Radar XS* em direcionar-se não apenas às crianças, mas também aos pais, com a psicóloga a ajudar a identificar sinais de alerta e as consequências emocionais das imagens violentas.

As reuniões são realizadas na semana anterior às gravações e, como o programa não é diário, estão sujeitas a alterações nas agendas, especialmente em relação a assuntos da atualidade ou imprevistos, como a presença de convidados em estúdio. De resto, a agenda

é composta por assuntos previsíveis e planificados. No programa inaugural da nova configuração, debateu-se o tema “Telemóveis nas escolas: sim ou não?”. Inicialmente, foi necessário contextualizar o assunto no panorama nacional e nas posições divergentes, com um pivô. Em seguida, foram ouvidas as crianças com diferentes experiências: em estúdio, participaram alunos do 6º ano de uma escola de Lisboa, onde o uso do telemóvel foi proibido, e, em gravação, foram apresentados testemunhos de alunos do 5º ano de uma escola de Setúbal, onde o uso do telemóvel era permitido. A este debate juntou-se uma psicóloga e investigadora do projeto “Geração Cordão”, que foi entrevistada sobre o mesmo tema. Em termos de produção, este programa foi significativo ao explorar a temática através de diversos conteúdos jornalísticos, dando voz tanto às crianças quanto aos adultos especialistas, valorizando a prática clínica e os estudos científicos. O programa de estreia foi concluído com um convite às crianças: “Também vos queremos receber para ouvir as vossas histórias, para falarmos de assuntos que mais vos interessam ou sobre os quais têm mais dúvidas”, com o contacto do WhatsApp surgindo no oráculo. Este programa incluiu linguagem gestual.

A tabela 20 esquematiza o que foi proposto na reunião editorial de 1 de julho de 2024 e o que foi emitido nos episódios seguintes, com respetivo tempo e ordem de alinhamento.

Tabela 20
Comparação entre a agenda de reunião editorial de 1 de julho de 2024 do Radar XS e as peças emitidas nos programas das semanas seguintes

Agenda de reunião	Episódio	Descrição e tempo das peças emitidas
Eleições legislativas em França.	129 5 julho de 2024 Total 6:18	Pivô de abertura, acompanhada de uma notícia, com imagens gravadas e infografia alusiva a cromos com os princípios dos três principais partidos: Ideologia, Imigração, Europa, Segurança, Meio Ambiente. Total 1:07
Eleições gerais no Reino Unido.		Segunda peça do alinhamento, com conteúdos “reciclados” ²³⁹ com um jovem candidato de 18 anos com origem portuguesa. Total 1:46
Pirilampos em desaparecimento.		Terceira peça do alinhamento, com pivô a explicar o fenómeno e fazer transição para o testemunho de um biólogo português, com experiência internacional em pirilampos, a enumerar as ameaças. Pivô peça final com “O que podemos fazer para diminuir esta ameaça?”. Total 2:00

²³⁹ O termo “reciclado” é empregue, pela equipa do *Radar XS*, quando se trata de reutilizar imagens e conteúdos de outros programas da RTP, que são editados para a peça jornalística dirigida a crianças.

Campeonato Europeu de Futebol 2024.		Quarta e último pivô sobre o jogo de Portugal contra França nos quartos finais, a remeter para a participação: “E tu vais apoiar o jogo, partilha com uma mensagem para o Instagram e TikTok”. Oráculo com Instagram do programa. Total: 00:18
Quem são os nadadores-salvadores desta época balnear?	130 8 julho de 2024 Total 7:01	Segunda peça do alinhamento com reportagem com nadadores-salvadores em Viana do Castelo. Total 1:52
Primeira sala de cinema num hospital português, na ala pediatria do IPO de Lisboa.		Terceira peça do alinhamento com reportagem, com imagens gravadas (sem crianças). Total 00:59
Mais crianças emigrantes nas escolas portuguesas, com cabide em um estudo da Direção-geral de Estatística de Educação e Ciência de 2022/23.	131 10 julho de 2024 Total 6:48	Pivô de abertura com conteúdos “reciclados”, com depoimentos de crianças. Total 1:28
Teste ao sistema automático de “semáforo” na Assembleia da República.		Terceira peça do alinhamento com conteúdos “reciclados” a explicar o que é a Assembleia da República. Total 1:00
Dicas de como tirar boas fotografias nas férias.		Quarta peça do alinhamento com entrevista a uma fotografa portuguesa, com experiência internacional, com 10 dicas para a prática. Edição de vídeo com montagem de exemplos fotográficos a par das dicas. Total 2:58
Peça de teatro com crianças e seniores desde o 25 de abril até aos dias de hoje, em Viana do Castelo.	133 15 julho de 2024 Total 5:51	Segunda peça do alinhamento com conteúdos “reciclados”. Inclui imagens e entrevistas a crianças. Total 1:56
Campeonato Europeu de Futebol 2024 com cabide para o SuperQuinas, desenvolvido pela Federação Portuguesa de Futebol, para promover hábitos saudáveis.	134 17 julho de 2024 Total 06:07	Segunda peça do alinhamento com reportagem, com depoimentos de crianças de uma escola e elemento da Federação Portuguesa de Futebol a explicar projeto. Total 1:39
Repórter XS: Uma atividade da Universidade Júnior do Porto, no Futebol Clube do Porto.	135 19 julho de 2024 Total 07:16	Terceira peça do alinhamento, com reportagem de duas repórteres XS. Total 2:12

Nota: Elaboração própria (2024)

Todos os assuntos em agenda foram motivo de produção, à exceção da peça sobre a transferência da jogadora feminina de futebol Kika Nazareth. Porém, este assunto ficou em agenda para ser retomado no início da época de futebol. Os demais temas foram produzidos em 12 peças incluídas nos programas das duas semanas seguintes.

As eleições na França e o no Reino Unido e o Campeonato Europeu de Futebol 2024 marcaram a atualidade. Outras notícias de temáticas diversificadas preencheram os

programas: animais, férias, cultura, educação e desporto, revelando a diversidade da agenda editorial e dos géneros jornalísticos, com integração adequada das crianças em imagens e em depoimentos. No episódio 130, de 8 julho de 2024, sobre a sala de cinema na ala pediatria do IPO de Lisboa apenas foram utilizadas imagens da sala e de projeção de filmes e não de crianças, devido à natureza suscetível do assunto. Por sua vez, na reportagem do episódio 131, a 10 julho de 2024, sobre alunos imigrantes nas escolas portuguesas, foram incluídas apresentações de oito crianças na sua própria língua. Observou-se, tal como foi referenciado na reunião, a participação ativa de duas repórteres XS, no episódio 135, dedicado à Universidade Júnior do Porto, exibido a 19 julho.

Em termos de produção de vídeo, denotou-se igualmente um cuidado na edição em diferentes registos e dinâmicas. Destaca-se a peça com a entrevista a uma fotografa portuguesa (episódio 131, a 10 julho de 2024), na qual se alternaram imagens da entrevista com a fotografa, em diferentes planos, com montagens de exemplos fotográficos sobre as dicas oferecidas.

4.5.4.8.2. *Visão Júnior*

De forma a perceber se o tempo dedicado às reuniões de agenda resulta em decisões eficazes e se são consideradas as propostas dos participantes, incluindo os consultores juniores, no que se refere à escolha da capa, apresenta-se em esquema um resumo do que foi proposto e o que efetivamente foi integrado na edição de novembro, indicando a secção correspondente e os números de página para referenciar a posição no interior, como mostra a tabela 21:

Tabela 21
Comparação entre a agenda de reunião editorial de 9 de outubro de 2023 da Visão Júnior e artigos publicados nas edições dos meses seguintes

Agenda de reunião	Edição	Descrição e secção dos artigos publicados na revista impressa
Capa Uso de telemóveis nas escolas / planeta dos macacos / animais do futuro.	234 novembro de 2023	Capa “Que animais esquisitos” Chamadas de capa: “Telemóveis na escola: Sim ou não. Ouvimos a tua opinião” e “Madalena Costa, 15 anos”, com fotografia.
Interior Secção “Miúdos Inspiradores”: Madalena Costa, campeã do mundo		Secção “Desporto”: “Uma campeã sobre rodas”, reportagem com diário e fotografias da criança. Pp.14-16

em patinagem artística. “Contas comigo?” Novas peças artísticas de artista Joana Vasconcelos no MAAT. Sugestão do livro “O Rapaz-falcão de Salvaterra de Magos” e alteração do grafismo da secção da literatura infantojuvenil. Animais de estimação exóticos. Uso de telemóveis nas escolas. Conflito em Gaza.		“Quem inventou o zero?”, segunda edição da nova secção dedicada a atividades matemáticas, desenvolvida por uma professora de matemática da Universidade de Évora. P. 17 Secção “Notícias”, com imagem de uma peça da artista. Secção “Que livro vais ler a seguir?” manteve-se igual à edição anterior, com cinco sugestões, mas sem referência a este título. P. 21 Secção “Animais” “Esquisito eu?”, reportagem sobre alguns animais exóticos com características singulares. Pp. 22-27 Secção “Escola”: “Telemóveis nas escolas: Sim ou não?”, reportagem sobre enquadramento e efeitos, com depoimentos de 11 crianças, devidamente identificadas e com fotografia. Pp. 28-31 Secção “Mundo”: “Porque é que há uma guerra em Israel e na Palestina?”, reportagem com enquadramento histórico, por ordem cronológica, em várias caixas de texto. Mapas, e fotografias (sem crianças). Coluna com texto e mapa “O que é faixa de Gaza” Pp. 34-37. Também no <i>website</i>.
Capa Volta ao mundo no Natal em imagens / “Repórter Júnior”: chef de cozinha Filipa Gomes.	235 dezembro de 2023	Capa da criança, em grande plano, que preparou receita de Natal com uma chefe de cozinha.
Edição especial Natal com atividades. Acompanhamento de uma carta com os CTT. Volta ao mundo no Natal em imagens.		Publicado (Consultar reunião seguinte).
Voluntariado infantojuvenil	237 fevereiro de 2024	Publicado (Consultar reunião seguinte).
Criança bióloga na moda nas redes sociais Doclisboa	242 julho de 2024	Reportagem: “À descoberta de bichos fantásticos” com criança em expedição e acompanhada por um fã, devidamente identificados e com fotografia. Pp. 22-27 Notícia no <i>website</i> a 17 de outubro de 2023.
“Homo Curiosus”, no Pavilhão do Conhecimento, 1 de outubro. Primeira vitória da equipa portuguesa de râguebi no World Cup Rugby 2023. Ciclismo curricular. Lobos. Acompanhamento de crianças		Notícias e reportagens não publicadas.

aos idosos. País dos meus pais com crianças de várias nacionalidades nas escolas. Invenções que vão mudar vidas. O que se tem de estudar para as profissões do futuro.		
Nova secção jovem.		Secção não lançada.

Nota: Elaboração própria (2024)

Após observar a edição de novembro, ficou claro que muitos assuntos publicados não foram abordados na reunião, o que indica que diversos serviços estavam previamente definidos e em desenvolvimento no momento do seu agendamento. A equipa, de forma autónoma, continuou a desenvolver o seu trabalho, o que evidencia a dinâmica interna e a fluidez do processo editorial.

Durante a reunião, também foram debatidos temas para a edição de dezembro, os quais muitos foram amplamente aproveitados, enquanto outros acabaram sendo publicados nas edições de fevereiro e julho. A observação constatou que a preocupação com a relevância e atualidade dos conteúdos foi uma constante. Contudo, devido à periodicidade da revista, algumas dessas notícias não foram publicadas na versão impressa e acabaram por ser direcionadas ao *website*, dada a sua importância, como foi o caso do Doclisboa. No caso do conflito de Gaza, este mereceu espaço na revista impressa e no *website*, refletindo a necessidade de abordar assuntos de grande relevância em múltiplas plataformas.

A participação ativa da equipa manifestou-se na apresentação de muitos assuntos. Contudo, alguns ficaram pendentes para futuras decisões editoriais ou outros foram adaptados a temas muito similares. Por exemplo, o tema sobre as invenções que vão mudar as vidas foi substituído, na edição de janeiro de 2024 (n.º 236), por “10 invenções fantásticas de 2023” e os animais de estimação exóticos passou a ser uma reportagem “Esquisito eu?”, na secção “Animais”, sobre alguns animais exóticos com características singulares, ocupando um lugar de destaque com cinco páginas.

Na tabela 22 são apresentadas as propostas da reunião de 2 de novembro de 2023 e o que efetivamente integrou o plano editorial na edição seguinte, com indicação da secção e dos números de página. Apesar do objetivo da observação ser analisar o processo produtivo e não o resultado, entende-se que este exercício reflete se o tempo dedicado às reuniões

resulta em decisões eficazes e se são consideradas as propostas dos participantes, incluindo os consultores juniores, no que se refere à escolha da capa. Estes novos dados completam os já apurados na análise de conteúdo.

Tabela 22

Comparação entre a agenda de reunião editorial de 2 de novembro de 2023 da Visão Júnior e artigos publicados nas edições dos meses seguintes

Agenda de reunião	Edição	Descrição e secção dos artigos publicados
Capa Natal / Solidariedade	235 dezembro de 2023	Capa da criança, em grande plano, que preparou receita de Natal com uma chefe de cozinha.
Edição especial Natal com atividades.		“Descobre o intruso” (pp. 14-15). “Factos Loucos” sobre o Natal (pp. 20-21). “Ideias” com atividades natalícias (Pp. 22-29, p.33 e p. 36). “Receita”, “Este Ano quem prepara o bolo-rei sou eu!”, preparada por uma chefe de e uma criança. Ingredientes e passo-a-passo (pp. 34-35) “Brincadeiras” jogo mímica (p. 40). “Já decidiste que livros vais pedir neste Natal” com sugestões de leitura (pp. 42-43). “Jogos” (pp. 44-47). História do cabo Lince (p. 49). “Vamos rir” (p. 50).
Acompanhamento de uma carta com os CTT.		“Curiosidades”: “Onde vai parar esta carta?”, reportagem com uma criança a acompanhar, passo a passo, de uma carta desde o posto de correio até ao destinatário (p. 32).
Volta ao mundo no Natal em imagens.		“Tradições”, através de diferentes caixas de texto, enumeram-se e explicam-se tradições natalícias em vários países (pp. 38-39).
Conto original de Natal escrito por um autor português.		Não publicado.
Resultados do inquérito da UNICEF Portugal.		“Cidadania”: “Tens voto na matéria!”, reportagem sobre o inquérito da UNICEF Portugal aos membros consultivos, crianças e jovens, sobre as suas maiores preocupações. Fotografias de alguns membros, devidamente identificados, e infográficos (pp. 16-18).
Macacos	236 janeiro de 2024	“Animais”: “Que grande macacada!” reportagem com diferentes espécies, com fotografias (pp. 28-32).
Delegados de turma		“Escola”: “Delegados de turma 5 estrelas!”, com entrevistas a três crianças a explicar as suas funções, devidamente identificadas e com fotografias (pp. 40-41).

Solidariedade	237 fevereiro de 2024	Chamada de capa: “Pequenos solidários. Miúdos que ajudam a mudar o mundo”, com foto de uma voluntária com o animal. “Solidariedade”: “Vamos ajudar!”, reportagem com três crianças, devidamente identificadas e com fotografias em cenário de voluntariado, que praticam voluntariado com animais, pessoas e na escola. “Como posso ajudar?” com contactos de associações de voluntariado (pp. 22-27).
“Repórter Júnior”: Jogadora SL Benfica.		Chamada de capa: “Entrevista a Kika Nazareth”, com foto da jogadora (sem repórteres XS). “Repórter Júnior”: “Sou muito aventureira”, entrevista e fotografias dos três (pp. 30-33).
Automóveis do futuro. Invenções, como vais viver em 2050. Energias do futuro.		Reportagens não publicadas.

Nota: Elaboração própria (2024)

Como se observou na reunião e se efetivou na produção, depreende-se que as decisões tomadas refletiram-se nas edições publicadas, o que demonstra que a estrutura das edições está bem delineada e que a equipa tem consciência do que pretende para as várias secções, que variam desde temas sazonais até invenções futuristas, passando por reportagens sobre solidariedade e vida escolar. Como foi discutido em reunião, a edição especial de Natal teve um enfoque significativo na criação de uma variedade de atividades e conteúdos temáticos. O objetivo da equipa era tornar a publicação mais dinâmica para os leitores, mantendo, ao mesmo tempo, uma abordagem educativa, informativa e divertida. A preocupação pela abordagem inclusiva e participativa observada em reunião, envolvendo os próprios leitores na criação de conteúdos, passou para a edição. Na capa foi fotografada, em grande plano, uma criança e, no interior, fotografias de outras, devidamente identificadas, para ilustrar as atividades natalícias. Esta é uma estratégia eficaz para envolver os leitores.

No entanto, é importante notar que algumas reportagens foram marcadas como “não publicadas”. Outras temáticas ficaram em agenda para as primeiras edições de 2024.

No entanto, fez-se observação de mais dois aspetos que merecem ser destacados: a maioria dos tópicos discutidos na reunião de dezembro foi uma repetição dos temas abordados na anterior e outros foram publicados sem discussão nas reuniões de agenda, refletindo decisões que foram tomadas fora destes encontros.

4.5.4.9. Rotinas produtivas

Nas observações realizadas, constatou-se que as jornalistas seguem as rotinas de produção para otimizar o trabalho e que é através da seleção, hierarquização e transformação de acontecimentos que a notícia é construída (Traquina, 2007), tal como indicado em “Construção do jornalismo infantojuvenil”. A “preocupação é contar uma história”, como afirmou a jornalista-coordenadora do *Radar XS*.

O jornalismo infantojuvenil apresenta um “saber-fazer” específico e preocupações particulares, como se verifica por esta observação e corroborado pelo capítulo teórico, a análise de conteúdo e as entrevistas. Contudo, a leitura das descrições sobre as rotinas de produção permite encontrar semelhanças com os meios de comunicação dirigidos aos adultos, em particular o cuidado com a linguagem utilizada, o recurso a fontes e a edição de texto e imagem. São os próprios jornalistas do *Radar XS* e da *Visão Júnior* a fazer a apuração, seja na redação, em casa, no exterior, através do telemóvel ou da internet. O *Radar XS*, por vezes, reutiliza conteúdos de programas da RTP, enquanto a *Visão Júnior* se inspira em artigos de títulos da TIN. Os assuntos podem também ser propostos por outros membros da equipa, que não jornalistas, ou resultarem de consultas participativas aos espetadores ou leitores.

No jornalismo infantojuvenil, os valores-notícia orientam os jornalistas na recolha, seleção e hierarquização dos acontecimentos (Traquina, 2007; Harcup O’Neil, 2016). Como a periodicidade não é diária, em ambos os meios, os valores-notícia relacionados com a novidade e o tempo (Traquina, 2007) não são aplicados no sentido do imediato ou do agora (Furtado, 2013; Doretto, 2015). Observa-se que o *Radar XS* e a *Visão Júnior* servem-se das efemérides como cabide para justificar falar de outros assuntos, mais leves ou sérios. Os outros valores-notícias denotados no processo de seleção incluem a notoriedade, proximidade, relevância, inesperado, notabilidade (inversão e insólito) e conflito.

A recolha de informações passa frequentemente por fontes especializadas (como a psicóloga a dar dicas para um bom ano letivo), oficiais (como a polícia na campanha contra o *bullying*), institucionais e pelas próprias crianças (como no uso dos telemóveis nas escolas). Também se observa que as jornalistas consultam outros títulos ou programas do grupo, *websites* de informação infantojuvenil de referência internacional, pesquisam na Internet, leem os *emails* e mensagens das redes sociais em busca de fontes de informação. Ao contrário do jornalismo produzido os adultos, não se assiste à

dependência de produção externa através de comunicados de imprensa e de agências. Contudo, estas fontes de informação têm naturezas, relevâncias e acessibilidades distintas, o que limita o trabalho dos profissionais que já é condicionado pelo espaço e pelo tempo. Em casos concretos, a apuração com foco no contexto educativo e escolar leva os jornalistas a sair da redação e a procurar notícias em locais mais próximos, ou seja, não ficam à espera de que as notícias cheguem. Contudo, denota-se uma tendência para a centralidade dos locais, na Grande Lisboa e em locais lógicos, como as escolas. Como refere Tuchman (1978, p. 18): “A localização de uma fonte central de informação facilita o fazer jornalístico contemporâneo”. Estas práticas podem levantar problemáticas relacionadas com a larga representativa das crianças em apenas um ponto geográfico do país e em contexto escolar, a “criança-aluno” (Ponte & Afonso, 2009). É a criança institucionalizada referenciada no enquadramento teórico e que a análise de conteúdo também identificou.

Compreende-se, por um lado, que em restantes situações existe a tendência para o “jornalismo à secretária” de Padilha (2012) ou o “jornalista sentado” de Pereira (2003), já não apenas associados à produção *online*, mas às práticas contemporâneas, que se espalham especialmente após a pandemia Covid nas redações. Por outro lado, constata-se que há diversas fases de trabalho individualizado, provocadas pela reconfiguração das práticas jornalísticas e a cultura profissional facilitado pelo teletrabalho (Sousa, 2000), pelo uso de ferramentas à distância, como via WhatsApp ou Zoom, e programas partilhados de edição. Estas práticas têm vindo a reduzir o tempo de permanência em redação, tradicionalmente um espaço de socialização e “coração” do processo jornalístico (Sousa, 2000), colocando-se em questão a identificação dos profissionais com a cultura organizacional (Breed, 1999). Denota-se que as equipas ajustaram as rotinas de produção a esta nova realidade, usando as valências das tecnologias dentro e fora das redações, sem perder o compromisso e a motivação para fazer o trabalho com qualidade.

A seguir, também se perceberá como as equipas tentam contornar a questão da disponibilidade como valor-notícia (Traquina, 2007), no contexto da seleção de conteúdos. Mesmo sem recursos técnicos, humanos ou financeiros ideais, as jornalistas evitam que isto condicione o processo produtivo e procuram soluções alternativas. O mesmo acontece com a visualidade, outro valor-notícia relacionado a utilização de vídeos e fotografias para ilustrar as notícias. A observação em redação do trabalho das editoras gráfica e de imagem revelou a importância central do *design* para o sucesso editorial na

construção de um veículo jornalístico que seja visualmente apelativo e adequado aos mais novos. Percebeu-se que as edições de vídeo do *Radar XS* e a gráfica da *Visão Júnior* também requerem experiência, sensibilidade e conhecimento deste público-alvo. As contribuições criativas, além da fotografia e do vídeo, passam pela inserção de efeitos gráficos e visuais, com o uso cor, ritmo e infografias, elementos considerados de fácil leitura para a interpretação dos leitores. Todos estes elementos têm de ser incorporados para melhorar a narrativa audiovisual e impressa e oferecer uma abordagem multifacetada da especialização infantojuvenil. Vale a pena nesta questão sublinhar, como foi feito na análise de conteúdo, a importância do jornalismo infográfico, sendo uma “composição visual que permite, entre outras coisas, despertar e atrair a atenção, economizar tempo de exposição, otimizar a capacidade percetiva, favorecer a compreensão, melhorar a integração cognitiva, acelerar a aprendizagem e aumentar a retenção da informação” (Frazão Nogueira et al., 2025, p. 47).

Embora não exista um manual de estilo ou de conduta para este tipo de jornalismo em Portugal, verificam-se cuidados redobrados ao lidar com menores de idade no processo de produção jornalística, especialmente no que diz respeito à exposição, uso de imagens e consentimento para a participação.

4.5.4.9.1. *Radar XS*

Existe a preocupação em ouvir especialistas para contextualizar os temas abordados, de modo a facilitar a compreensão das crianças sobre os assuntos. Além disso, destaca-se a importância de utilizar e explicar os cabides das notícias e explorar diferentes ângulos do mesmo assunto. Um exemplo dessa prática foi o programa dedicado ao *bullying* nas escolas, que aproveitou o Dia Mundial do Combate ao *Bullying* e da campanha da PSP “*Bullying é para fracos*” para falar sobre o assunto. A peça abordou o tema a partir dos ângulos musical e literário, entrevistando duas vítimas: Júlia Machado, participante do Junior Eurovision Song Contest, e Diana Ginja, uma criança que escreveu o livro *Beliscaram a minha felicidade!*.

A escolha da abordagem mais adequada para os temas da atualidade gera debate entre os membros da equipa. Vejam-se alguns casos. A notícia sobre a guerra em Gaza não foi divulgada em cima do acontecimento, optando-se por aguardar o desenrolar do ultimato militar de Israel para a retirada de civis em Gaza. Ainda não havia uma decisão sobre se

o programa seria inteiramente dedicado ao tema e qual seria a melhor forma de expor o acontecimento às crianças. Num dado momento da observação, em conversa informal, a jornalista-coordenadora explicou à investigadora que esta “é uma questão complexa e precisamos de apresentar todas as perspetivas. Temos de escolher o momento mais adequado para divulgar a notícia, que difere do ritmo de um jornal diário”.

Em relação ao orçamento do Estado de 2024, a discussão centrou-se no foco mais relevante para o público infantil, decidindo-se por uma abordagem simplificada, selecionando-se as medidas mais próximas do quotidiano das crianças.

Para a notícia sobre as eleições legislativas em França em 2024, o coordenador-geral salientou que não se deveria apresentar “uma lista de percentagens dos resultados ou textos extensivos, pois isso pode ser pouco atrativo”. Como alternativa, sugeriu um formato gráfico com dois cromos: um com propostas da extrema-direita e o outro com as da esquerda, inspirado em cartas semelhantes vistas no noticiário *Les Nious*²⁴⁰.

Como referido, as peças podem ser produzidas pela própria equipa ou com conteúdos “reciclados” da RTP. Neste último caso, podem ser reutilizados imagens e entrevistas gravadas, para depois, ser editar adequada ao formato infantojuvenil. Antes de entrarem na fase de edição, as jornalistas procedem à visualização das imagens, redação do texto e, se necessário, gravação em voz *off*. Embora este processo seja a rotina comum para acelerar o trabalho, surgem frequentemente alterações ou dificuldades na edição da peça que atrasam a conclusão. A editora de vídeo detalhou que esta etapa é crucial para o acabamento do conteúdo, incluindo a escolha das cenas, cortes, montagem, inserção de efeitos, animações, oráculos e outros recursos. A ela cabe escolher a melhor forma de combinar depoimentos, cenários das filmagens, contraste das cores e os diferentes planos, para garantir que os movimentos transitem de forma contínua para o espetador. Como não há contacto direto com os repórteres de imagem, a editora de vídeo nem sempre dispõe das imagens ideais para a história que ela e a jornalista querem contar, o que resulta em alterações imprevistas e em maior tempo de edição. Verifica-se, assim, que existe liberdade na construção das peças, com os recursos gráficos, textuais e sonoros. O *software* de edição de vídeo é o Premiere, como dito, e a editora cria a sua *playlist* temática a partir da plataforma da Universal, contratualizada pela RTP. Após a edição, as VTs e o sumário do programa são enviados para a pós-produção de áudio para as

²⁴⁰ Noticiário televisivo belga para crianças dos 8 aos 12 anos, caracterizado em “Cenário internacional”.

correções necessárias. É importante notar que a ordem das peças não corresponde à sequência de emissão do episódio e, por vezes, o alinhamento sofre alterações de dias e até de semanas, consoante a importância dos outros assuntos. Outra preocupação importante para a equipa é a coordenação com a Pós-Produção de Áudio (PPA) das designações dos ficheiros das peças do programa, o que evita que não sejam eliminadas e possam ser reutilizadas.

O dia de se estar na régie é à quinta-feira, para a gravação de três episódios: um para o dia seguinte, um para segunda-feira e outro para quarta-feira. Os realizadores são os elementos mais ativos, fornecendo instruções sobre mudanças de planos do estúdio (alternância entre grande²⁴¹, médio²⁴² e americano²⁴³), posições das câmaras (número das câmaras, movimento ascendente, descendente ou uso da grua), a duração dos pivôs (curtos ou longos para lançar a peça) e posicionamento da apresentadora no cenário. Desde as mudanças internas no início de 2024, o *Radar XS* passou a introduzir mais peças e curtas, a receber mais convidados em estúdio e a realizar diretos por videochamada (*live on tape*), o que exigiu uma maior coordenação entre os elementos da equipa de jornalista e a produção. Um exemplo desse desafio foi referido pelo coordenador-geral numa reunião sobre a videochamada em direto da vencedora do *The Voice Kids*: “Precisa-se de mexer no modelo de videochamada, pois corremos riscos com crianças em direto. Além disso, ao estarem sentadas a uma mesa a dar entrevistas, parecem adultos. Precisamos de algo mais dinâmico”. Por sua vez, no estúdio de gravação, o ambiente parece mais simples e tranquilo do que na régie. O assistente de realização coordena as operações do início ao fim das gravações. O realizador está em permanente contacto com o assistente, a pivô e os operadores de câmara, sendo apenas percebido quando estes respondem.

Sendo um programa que inclui língua gestual portuguesa (LGP), existem cuidados redobrados na produção, como evitar a sobreposição dos oráculos sobre a imagem da intérprete, garantir os não “saltos” das trocas das câmaras e a sincronia com o guião, pois é mais rápido para a jornalista-pivô ler uma sigla do que para a profissional realizar os gestos correspondentes.

²⁴¹ Enquadramento de todo o cenário.

²⁴² Enquadramento pela cintura.

²⁴³ Enquadra pelos joelhos ou quadris para cima.

4.5.4.9.2. *Visão Júnior*

Na *Visão Júnior*, por ser uma revista mensal, o processo de edição, paginação e fecho apresenta uma dinâmica diferente. As diversas secções são tratadas alternadamente, sem uma ordem específica, a saltar da reportagem principal para a entrevista, receita ou passatempos. O “espelho” (Anexo B) da paginação da revista está sujeito a várias alterações, devido, sobretudo, à inserção de publicidade e atrasos de textos de colaboradores, o que obriga a uma nova combinação de páginas duplas ou individuais para as secções.

Percebeu-se a preocupação em noticiar a atualidade, como se verificou, em 2023, com temas como o conflito Hamas-Israel, o uso dos telemóveis, a greve dos médicos e o orçamento do Estado. Por exemplo, para a matéria sobre o conflito bélico foi feita uma adaptação cuidadosa: a editora decidiu utilizar a mesma infografia do *website*, com ajustes para a tornar mais intuitiva para as crianças. Foram eliminados os dados considerados supérfluos, ajustaram-se as cores, incluíram-se a designação “mar Mediterrâneo” e uma pequena imagem do globo para ser mais fácil para os leitores localizarem a região. Além disso, a reportagem seguiu um formato mais visual, de fotonovela, com caixas de textos numeradas, como perguntas-chave: “Por que há uma guerra entre Israel e Palestina? Como surgiu este conflito? Qual a sua evolução do passado até hoje?”. O texto ficou a cargo de um jornalista da *Visão História*. Este foi um dos momentos privilegiados, pois permitiu à investigadora conhecer como são construídas notícias atuais de maior fragilidade para os mais novos.

No processo editorial há também o cuidado de debater qual o género jornalístico mais adequado para cada tema, para haver uma construção de narrativas diversificada. Foi o caso da matéria sobre a patinadora campeã, que poderia ser em género de entrevista pergunta-resposta com uma espécie de diário fotográfico ou uma reportagem de texto corrido, ilustrado com as fotografias do seu dia a dia. O resultado foi uma combinação de ambas, texto com fotografias das rotinas.

A criação da capa da revista é o que consumiu mais tempo nas observações. Por ser o “rosto” da revista também recebeu atenção especial ao contar com a contribuição dos consultores juniores, as quais exercem peso na decisão editorial. Foi o caso, da decisão de dedicar a capa aos “animais esquisitos” ou aos “telemóveis na escola: sim ou não?” (edição 234). As crianças optaram pela primeira opção, considerando o tema dos

telemóveis, apesar de interessante, não atrativo para a capa. Esta atitude poderá significar que, embora a revista aborde assuntos que diretamente intervêm no quotidiano delas e em contextos reais, sentem-se mais atraídas por temas estranhos e descontraídos.

Tomada a decisão das capas, a equipa editorial concentra-se preocupação na qualidade da imagem, realizando provas de cor (Anexo B) e outras revisões técnicas antes de enviar para a gráfica. Para a edição de Natal de 2023, optou-se por fazer uma sessão fotográfica com crianças não modelos, pois “se forem as de agências não há identificação por parte dos leitores”. Outra capa que exigiu um tratamento especial foi a do Dinis, o minibiólogo (que a investigadora também teve oportunidade de observar em reportagem exterior), a qual exigiu uma montagem cuidadosa em Photoshop para corrigir problemas de foco.

A capa segue para a gráfica, preferencialmente, no dia anterior ao fecho da paginação. Nos dias da paginação da revista, o objetivo é ir fechando páginas “penduradas”: isto significa colocar textos nas respetivas caixas, bem como preencher com imagens e elementos gráficos. Normalmente este processo ocupa cinco dias, mas havendo atrasos têm de encurtar para três, para ser possível lançar a revista na primeira quinta-feira de cada mês. Nesses dias não há tempos mortos e corre-se contra o tempo para o fecho.

A *Visão Júnior* recorre ao *software* de paginação Indesign, e ao programa multicanal de *publishing*, o Woodwing Studio, o qual permite compartilhar com a equipa a planificação das 52 páginas, as fases de produção de conteúdo e o respetivo fecho da edição.

Para a ilustrar a revista, o uso de banco de imagens é evitado, preferindo-se o arquivo fotográfico da TIN e sessões fotográficas realizadas em estúdio ou no exterior. Para o tratamento de imagens existe um departamento no grupo para esse fim, porém quando necessário a editora gráfica assume essa tarefa. Dá-se sempre prioridade às imagens com crianças, mesmo as que estão em ambiente de guerra (mas não traumático) e evita-se o uso de pessoas envelhecidas (pelo distanciamento de idades).

4.5.4.10. Participação das crianças

No que se refere à ligação com o espetador ou leitor, foi previamente mencionada a inclusão de convites à participação, tanto no programa quanto na revista, por meios de plataformas digitais, tais como *email*, WhatsApp e redes sociais. Pela leitura de *emails* e conversas informais durante a observação em redação, notou-se que as sugestões das crianças contribuem para a agenda e para a identificação das temáticas de maior interesse.

Apesar de as suas opiniões exercerem impacto nas decisões editoriais, existem sugestões de temas para entrevistas e reportagens que se repetem ou que se referem ao que já lhes é oferecido. Isso leva as editoras a selecionarem e não lhes dar tudo o que elas querem, situação que Doretto (2015) descreveu como participação “reforçadora”, isto é, as crianças reforçam as suas preferências pelo que já foi produzido.

É relevante averiguar, por um lado, o impacto dessa participação no envolvimento dos espetadores/leitores e, por outro lado, considerar como as sugestões deles podem ser integradas no processo editorial sem comprometer a visão e a integridade editorial nem defraudar as expectativas dos leitores, o que é uma das preocupações indicadas pelas jornalistas em relação à participação infantil. Em todas as ocasiões de interação, quer no programa televisivo quer na revista, são identificados os nomes das crianças, que assumem os papéis de fontes, consultores ou repórteres, o que evidencia respeito e valorização da identidade de cada uma.

4.5.4.10.1. *Radar XS*

Através da observação da edição de uma peça do “Repórter XS”, verifica-se que o *Radar XS* promove a participação infantil nos programas. Contudo, assistiu-se às exigências particulares associadas a este tipo de produção. Foi esclarecido que a criança seguiu um guião previamente elaborado por ambas e recebeu orientações sobre a gravação com o telemóvel (posição vertical, boa iluminação e controle do ruído). São processos de produção que precisam de mais tempo de preparação das crianças, guiões de reportagem, reuniões com professores e pais, consentimentos e condições técnicas. A jornalista-pivô enfatizou a importância do uso das imagens em televisão em comparação com outros formatos, afirmando que “precisamos sempre de várias imagens filmadas e editadas para contar a história. É a parte visual e criativa da televisão, mas às vezes difícil. Não basta uma foto e um texto”. Constatou-se que os jornalistas reconhecem que nem sempre há uma percepção clara, por parte do público e, por vezes, do próprio órgão de comunicação social, do que é exigido à produção de conteúdos com e por crianças.

Contudo, há momentos em que as reportagens filmadas com o público infantil ficam em “gaveta”, de modo intemporal. Os motivos podem estar relacionados com a falta de tempo das jornalistas ou da sala de edição, ou ainda com a prioridade dada a *hard news* ou reportagens com maior relevância. “E como se gerem as expectativas das crianças, das

escolas e das famílias que aguardam a sua participação numa próxima emissão?”, foi questionado numa conversa informal. Nestes casos, é necessário explicar aos mais novos os motivos e dar uma nova data de exibição. A seleção dos participantes nas reportagens, pela equipa do *Radar XS*, foi também questionada pela investigadora. Cada uma das três profissionais adota critérios distintos: uma escolhe aleatoriamente uma primeira letra que corresponde aos seus nomes, uma outra seleciona mediante as preferências das crianças (ser entrevistado ou só aparecer nas filmagens) e a terceira opta por organizar pequenos grupos, formados pelas mais tímidas e as mais comunicativas, para assim haver o efeito de contágio e nenhuma ficar de fora por sentir vergonha. Existe sempre um princípio a respeitar: “As crianças que são gravadas, aparecem”, explicou a jornalista-coordenadora. Por vezes, são as próprias escolas que fazem o trabalho prévio de seleção.

4.5.4.10.2. *Visão Júnior*

Na *Visão Júnior* foram observadas duas das iniciativas participativas que são promovidas anualmente: o evento Miúdos a Votos (Anexo B) e as atividades dos consultores juniores, através da reunião anual e em leitura na redação dos *emails* que enviam com sugestões e preferências de capa. Um dado curioso que merece reflexão é o facto de algumas crianças participantes no “Miúdos a Votos” desconhecem a *Visão Júnior*, que é uma das fundadoras e promotoras deste evento anual de cariz nacional, que envolve muitas escolas, a Rede de Bibliotecas Escolares e vários órgãos governamentais (Mata & Bridi, 2023). Esta situação suscita questões sobre a estratégia de comunicação da revista e a sua relação com as escolas, quer do ponto de vista da distribuição e assinaturas das edições quer da envolvimento em iniciativas de participação e *workshops* aos alunos.

Em relação aos consultores juniores, a editora informou que estes têm idades compreendidas entre os 7 anos e os 14 anos, são de ambos os sexos e residem, maioritariamente, na Grande Lisboa. Na edição de outubro tinha sido lançada a chamada “Queres ser consultor da *Visão Júnior*?”, sendo expectável um maior número de interessados para o ano de 2024. São também recebidos *emails* de escolas nacionais que solicitam visitas à redação e formação para as crianças sobre jornalismo, mas “não temos tempo, pessoal nem meios”, disse a editora. Cruzando esta questão com a informação recolhida nos dois webinars disponíveis no Youtube, compreende-se que, apesar de revelarem essa intenção, não conseguiram resultados significativos: “Conversa sobre jornalismo, com alunos do secundário (56 visualizações desde 16 de novembro de 2021)

e “Como se faz a Visão Júnior?” (190 visualizações desde 8 de outubro de 2021). Existe uma secção “7 Dias com os Media” no *website*, mas não se conseguiu apurar o seu alcance.

A editora também mencionou a outra ação participativa infantil, o “Repórter Júnior”, que não foi objeto de observação por parte da investigadora. Nesta secção da revista, através um correio próprio, as escolas e as crianças enviam propostas de entrevistas a figuras conhecidas, como jogadores de futebol, músicos, escritores, entre outros. “Curioso é encontrar *emails* em que as crianças simplesmente manifestam o interesse em entrevistar e aparecer na revista, mas sem indicar o nome do entrevistado”, informou a editora. Tenta-se dar resposta a estas solicitações, pois “temos de saber gerir as expetativas dos nossos leitores”. Em relação à participação infantil na secção “Repórter Júnior”, a única situação observada ocorreu durante o fecho da capa da edição de julho de 2024. A editora fez questão de substituir a fotografia de Ana Mark por uma outra com a repórter júnior, para dar visibilidade à criança, mesmo que isso tivesse obrigado a editora gráfica a reorganizar o espaço destinado a esta chamada de capa.

No que diz respeito à reunião *online* dos consultores juniores, de 39 crianças, apenas 19 estavam presentes, o que provavelmente se justifique pelo período de férias de verão (19 de julho de 2024). A editora, a quem coube a moderação, demonstrou gratidão após cada intervenção dos consultores, valorizando as suas contribuições e denotava-se o seu cuidado em dar a palavra a diferentes consultores, incentivando especialmente os menos participativos. Por sua vez, a diretora-executiva aproveitou a oportunidade para pedir desculpa pelo atraso na publicação das revistas, explicando que TIN enfrentava dificuldades financeiras e logísticas e proporcionando espaço para esclarecer as dúvidas por parte das crianças presentes. Estes comportamentos representaram um papel de igualdade, proximidade e confiança entre a equipa jornalística e o público-alvo. A reunião de consultores também serviu para que a editora explicasse os motivos pelos quais nem sempre é fácil dar seguimento a algumas sugestões. Além disso, observou-se que as crianças podem ser agentes de literacia ao levar a revista da edição do 25 de abril para ser usada em contexto de sala de aula. Isto reforça a abordagem da envolvência das escolas no desenvolvimento de competências no âmbito da literacia para as notícias (Brites, 2019), como, aliás, tem sido promovido com o *Radar XS* através da RTP Ensina.

Na *Visão Júnior* foi ainda observada uma reportagem de exterior, em Vila Nova de Gaia, a 24 de junho de 2024, com enfoque na experiência de um menino minibiólogo, de 11 anos, (Anexo B), que é autor de uma página do Instagram e um canal no Youtube. Não foi uma estreia para o Dinis ser entrevistado por este título, pois já havido sido publicado uma matéria “Aventura no Campo”, na edição de agosto de 2019. Esta reportagem consistia em acompanhar a criança e o pai em exploração, a dois terrenos baldios, à procura de pequenos répteis.

A equipa da *Visão Júnior* trouxe consigo de Lisboa um fã com 13 anos. Como não são muito frequentes as saídas em reportagem e ainda menos de grande distância, a investigadora aproveitou o convite para acompanhar a equipa, tendo sido enviado o *briefing* uns dias antes, bem como o aviso de se apresentar com vestuário apropriado.

As perguntas da editora iam sendo feitas ao menino, à mesma altura da exploração. Como, por exemplo: “Quais são as espécies que encontras com mais frequência?”, “Que espécies achas que são mais interessantes para os leitores?”, “Quantas vezes saís por semana para explorar?”, “Conseguiste ter mais contato com os seguidores?”, “Que animais tens em casa?”, “Que nomes têm e qual o motivo da escolha dos nomes?”, “Quem trata dos animais?” e “Desde quando gostas de animais?”. Ele, por sua vez, dava explicações dos procedimentos e das espécies que ia encontrando. A editora ia tomando notas no bloco e apenas interrompia quando não percebia alguma espécie que era dita em latim e pedia-lhe para usar o nome pelo qual o animal era vulgarmente conhecido, explicando a necessidade de se escrever os termos mais familiarizados para os leitores compreenderem. Face à diminuição gradual da espontaneidade do menino, percebeu-se que a editora teve mais dificuldade em obter respostas. Nestes casos, pedia-lhe, com calma e paciência: “Vamos parar um pouco?” ou “Anda cá falar, por favor”. Às vezes, estes pedidos tinham a intercessão do pai.

A entrevista teve de ser finalizada em data posterior por videochamada, porque o entrevistado estava muito envolvido na exploração do terreno à procura de animais e menos focado em responder às questões. Esta atuação demonstra uma das dificuldades encontradas nas entrevistas deste tipo. Isto comprova que a produção de reportagens com a participação infantil, como protagonistas, mas também como repórteres, exigem cuidados adicionais.

Fotografar crianças também requer um tratamento especial. A fotografa, que acompanhou a reportagem, prontificou-se a ir com o menino para todo o lado, para não perder nenhum

momento de registo – como o menino lhe explicou, teria de ser rápida a tirar fotografias, uma vez que os animais estão sempre a mexer-se –, e revelou-se preocupada com os detalhes das fotografias, como retirar o boné da cabeça dele por exibir uma marca. Ela sabia que uma das fotografias seria a capa da edição de Agosto. Também fotografou o entrevistado com o fã, para recordar este momento de aventura juntos. Em conversa informar com a investigadora, a fotografa afirmou que trabalhar para a *Visão Júnior* ou para a *Visão* requer o mesmo empenho da sua parte. Apontou que a maior diferença reside no cuidado ao fotografar as crianças. No passado enfrentou problemas com pais que exigiram contrapartidas financeiras, depois da publicação de uma capa com o seu filho. “Foi a capa mais cara da *Visão Júnior*”, desabafou, desde então “não fotografo crianças sem autorização assinada pelos pais, casados ou divorciados”. Recordou ainda os tempos em que a redação do Porto tinha uma equipa de fotógrafos. Agora era a única a cobrir todos os serviços.

4.5.4.11. Distribuição e adaptação às novas tecnologias

Os resultados da observação, que confirmam a descrição digital atrás referida, mostram que existe uma limitada convergência da produção noticiosa do *offline* com a do *online*, seja original ou adaptada ao meio. Em contraste com o jornalismo voltado para adultos que está amplamente diluído pelo ciberjornalismo (Jerónimo, 2013), a especialização infantojuvenil ainda se inicia na discussão de como os títulos infantojuvenis se podem adaptar às plataformas digitais e alcançar um público mais amplo.

De facto, a presença *online* ocupou pouco tempo das reuniões e da produção jornalística. Há exceção de um momento na *Visão Júnior*, no primeiro período de observação, ou seja, antes da reestruturação interna, quando se acompanhou um processo editorial para o ambiente digital. Na redação, foi explicado à investigadora que os artigos de assuntos sobre a atualidade não podem aguardar pela versão impressa mensal, tendo indicado os casos da “Guerra: O que se passa em Israel e em Gaza?” e do “DocLisboa: Há filmes e oficinas para ti!”. No primeiro caso, a editora apontou que opção recaiu sobre uma abordagem esclarecedora: “Queres perceber o que está a acontecer no Médio Oriente? Este texto pode ajudar-te”. Abordou ainda os dois lados envolvidos e o que é a Faixa de Gaza. Daí também se ler no fim do texto: “Se ainda tens dúvidas sobre este assunto, podes enviar-nos um *e-mail* para vjunior@visao.pt com o assunto Guerra Israel Hamas e nós

tentaremos esclarecer-te na edição de novembro da VISÃO Júnior. Não te esqueças de escrever o teu nome e idade”, leu a editora. Do assunto do texto passou-se à escolha difícil das imagens para ilustrar o artigo. A fotografia, retirada da Getty Images, exibia uma rua em Gaza, após os bombardeamentos, com uma senhora com uma criança pela mão. Era um cenário de destruição, mas sem detalhes nem exploração degradante e sensacionalista. A notícia ainda foi complementada por uma infografia adaptada de uma edição da revista *Visão*. Além das jornalistas redigirem artigos de raiz para o *online*, há outros que são reutilizados do impresso com nova edição. Como é o caso do “O que é a ONU?”, que abria o *website* da revista. Este foi um artigo editado a 24 de outubro de 2023, resgatado originalmente do número 152.

Ainda no primeiro período de observação, houve oportunidade de presenciar um contacto entre a editora e o responsável do departamento Digital, Parcerias e Inovação. Aproveitou-se para esclarecer dúvidas quanto ao acesso, através do novo programa, aos relatórios analíticos do *website* institucional e às suas potencialidades, como as visualizações, o tempo gasto e de leitura de cada artigo. À data destacava-se o artigo de 12 de outubro de 2023, intitulado “Guerra: O que se passa em Israel e em Gaza?”, com dois minutos de leitura, e a seguir constava o artigo “Conta-me como foi o 25 de Abril”, com publicado a 14 de abril de 2016. A referência ao *online* foi importante, na medida em que proporcionou à investigadora obter informações que anteriormente tinham recebido pouca atenção.

No que diz respeito às redes sociais, apenas no *Radar XS* presenciou-se esta referência nos vários momentos de observação. Denotou-se um gradual acréscimo de sugestões de conteúdos multimédia para serem aproveitados para as redes sociais nas reuniões de agenda, em especial nos momentos observados em 2024, após a inserção do programa no novo departamento de multimédia. Este sinal indicava que havia intenção do programa ser integrado em contexto multiplataforma e ter mais presença digital, tendo sido criada conta no TikTok. Denotava-se um esforço de inovação (até com o novo estúdio físico) e convergência mediática para alcançar um público diversificado.

4.5.5. Síntese final

A análise evidencia a relevância da observação participante para o estudo das dinâmicas e especificidades do jornalismo infantojuvenil em Portugal. O envolvimento da

investigadora com as jornalistas foi de confiança e de partilha, inclusive nos momentos mais apreensivos em consequência das reestruturações do fim de 2023. No caso da *Visão Júnior* ainda se testemunhou o lançamento da notícia da “situação crítica” financeira em que o grupo se encontrava.

As reestruturações internas, observadas tanto na *Visão Júnior* como no *Radar XS*, reforçam a vulnerabilidade destes projetos no contexto de um mercado mediático em crise, pela redução da publicidade e pela concorrência das plataformas digitais. Esta instabilidade reflete-se na insegurança quanto à continuidade dos veículos, especialmente no caso da revista, de natureza privada. Nos distintos momentos, observou-se a adaptabilidade, resiliência e motivação das equipas, adaptando-se às novas e (ainda) transitórias condições de trabalho, ao regime de teletrabalho e à ausência de uma especialização em jornalismo infantojuvenil. Tiram proveito da vantagem de pertencerem a grupos de comunicação ao acederem a mais recursos técnicos e a conteúdos que podem ser recuperados em benefício da produção da revista ou do programa. Além disso, foi identificada a relação empolgante que estabelecem com a profissão, apesar das incertezas e obstáculos.

Antes de partir para o local, esperava-se identificar as rotinas dos meios jornalísticos, bem como conhecer as pessoas que estão no centro da prática, os desafios e limitações que enfrentam. O que não estava previsto era assistir às mudanças estruturais que se instalaram entretanto. Para o efeito, a investigadora teve de ser flexível para se adaptar aos contextos inesperados, ponderada para não definir padrões ou significados logo à primeira e boa ouvinte, entre outras habilidades que lhe pareceram mais ajustadas no momento. Este cenário levou a pesquisadora lembrar-se, em algumas ocasiões, que estas pessoas não são apenas jornalistas, mas também membros da sociedade, com preocupações e receios. Nesta questão residiu a maior dificuldade: estabelecer, na relação de confiança, limites para a afetividade e distinções entre os dados que eram relevantes para a análise e reflexão do estudo e os de carácter pessoal. Para o efeito, durante a observação foram implementadas estratégias de interação que delimitavam as conversas relacionadas com a pesquisa e as de esfera privada e adotou-se uma postura reflexiva contínua, com o registo de informações que fossem unicamente pertinentes aos objetivos.

Apesar destes riscos metodológicos, identificados previamente na preparação, a investigadora conseguiu manter o foco durante a imersão no local e no registo das

observações objetivadas que a conduziram até lá, esperando ter “levado” o leitor para o próprio ambiente, por meio dos seus relatos.

No fim da observação, a pesquisadora compreendeu que o relatar dos acontecimentos nos quais esteve envolvida assemelha-se à abordagem do jornalismo investigativo, recorrendo-se igualmente à pesquisa documental, entrevistas, observação direta, verificação cruzada, contextualização e cuidados éticos. Daí poder afirmar que a sua experiência como jornalista foi relevante para o desempenho em contexto real nos meios de comunicação. Além disso, a profissão da investigadora contribuiu para o papel de participante na observação. As suas intervenções eram sempre ouvidas e algumas sugestões editoriais foram postas em prática.

Quanto aos dados recolhidos nas rotinas produtivas observadas, verifica-se que o jornalismo infantojuvenil partilha características comuns com o generalista para adultos e a “tribo jornalística”, mas que o primeiro traz consigo complexidades na produção de conteúdos destinados às crianças. Percebe-se que os critérios de noticiabilidade observados nas rotinas produtivas são determinantes pela imagem que o veículo que passar de si mesmo (Furtado, 2013). É esta construção que determina as características do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, marcada pelas rotinas próprias da profissão: reuniões de agenda, recolha, seleção e hierarquização de factos, entrevistas com fontes de informação, redação, obtenção e criação de imagens, edição e distribuição, tal como foi apontado no terceiro capítulo. Estas complexidades exigem igual rigor informativo, com adaptações linguísticas e visuais, de modo a tornar a informação acessível e atrativa para o público mais novo. Esta é uma preocupação visível durante a observação. Os resultados indicam para que as rotinas são produtivas, o que representa um subsídio informacional (Traquina, 2005b). Mas, segundo o autor, são estas rotinas que tornam as notícias semelhantes em diferentes meios jornalísticos, apesar de dar ao profissional a sensação de que está a fazer da forma “correta”, pode não ser favorável à democracia.

Quase todas as temáticas são valorizadas em reuniões de agenda e os assuntos “obrigatórios”, como o Natal, têm de estar presentes, os quais requerem, por parte dos jornalistas, um maior debate de originalidade para evitar repetição. Em todas as reuniões assistiu-se à preocupação em informar sobre o mundo à sua volta – também observa-se a importância do cabide noticioso – e a debater sobre como e qual a melhor altura para abordar certos temas. As equipas têm intenção de abordar assuntos de atualidade, que podem ser mais aborrecidos (como a política e a economia), e os mais sensíveis, que

podem causar mais impacto (como as guerras), de forma simplificada e cuidada, mas pela análise de conteúdo ainda são desequilibrados em relação às *soft news*. Quanto às agendas constituem-se por assuntos previsíveis, o que permite ter a rotina produtiva mais planificada (Sousa, 2000). Isto corrobora o que foi constatado na análise de conteúdo. Além destas notícias programadas em agendas (McQuail, 1991), observa-se a presença de notícias fora do programa em ambos os veículos – assuntos em “gaveta” ou “carteira” – e quase sem expressão as notícias não programadas.

A participação das crianças como fonte de informação, protagonistas e repórteres nas produções é privilegiada, com uma abordagem positiva, inspiracional (Dores, 2021; Doretto & Casaqui, 2022; Kleemans et al. 2017; Matthews, 2003; Pinto Coelho, 2009), e de alegria (como um valor-notícia, Parks, 2021) e de respeito pela diversidade. No entanto, importa reconhecer que apesar desta abordagem, elas também podem igualmente expressar medos e ansiedades, que não devem ser ignorados. Esta produção infantojuvenil está alinhada com outros subcampos do jornalismo (participativo, de soluções e de conexão, como referido na análise de conteúdo e enquadrado teoricamente), bem como com os objetivos de fomentar a literacia para as notícias e a sua autonomia como cidadãos informados e participativos. Ao consultar as crianças como fontes de informação e ao conferir-lhes o papel de protagonistas das suas histórias e de produtoras, o jornalismo torna-se um meio para consolidar estes propósitos. Isto reforça o que Ferreira e Doretto (2024) escreveram no capítulo de livro “Jornalismo infantojuvenil: Um processo complexo de informação, formação, representação e participação”.

A seleção editorial reflete o comprometimento das jornalistas com a responsabilidade social da atividade que praticam. É interessante refletir sobre o valor-notícia de proximidade nas reuniões editoriais observadas. Apesar da produção jornalística estar concentrada em Lisboa, mesmo que seja pela disponibilidade e não pelo valor-notícia, coloca-se em causa a larga representação infantil na *Visão Júnior* e no *Radar XS* num único ponto geográfico do país e no papel de “criança-aluno” (Ponte & Afonso, 2009) e o “ofício de aluno” (Perrenoud, 1994; Sarmiento, 2011), em contexto escolar.

Quanto à estrutura das redações, estas apresentam-se mais pequenas, menos hierarquizadas, em comparação ao jornalismo tradicional (Sousa, 2000), o que permite um trabalho mais flexível e colaborativo. Enquanto o espaço da *Visão Júnior* é partilhado com outros títulos informativos do grupo, o *Radar XS* não integra o departamento de

informação da RTP, estando, em primeiro, alocado à programação da RTP2 e, depois, ao departamento de multimédia. Isto indica que não há uma integração clara do programa no universo jornalístico tradicional, mas assume um carácter mais híbrido entre a informação, o entretenimento e atualmente o multimédia.

Ambas as equipas editoriais, predominantemente femininas, contam com profissionais com vasta experiência. O desempenho das suas funções passa, por um lado, pelo acumular de tarefas, como a edição *online* ou a gestão das redes sociais, o que poderá refletir uma sobrecarga de trabalho; por outro lado, estar dependentes de colaboradores externos irregulares, o que representa desafios adicionais à produção (falta de uniformidade editorial, de diálogo, de tempo e de espaço para as edições). Fatores que podem impactar a qualidade final dos veículos para crianças.

Durante a observação, constatou-se que os meios infantojuvenis enfrentam falta de valorização dentro dos seus grupos de comunicação. Este cenário é paradoxal, uma vez que a *Visão Júnior* apresenta o maior número de subscritores anuais dentro do grupo, com novos leitores a surgirem no início da aprendizagem da leitura. O *Radar XS* destaca-se por ser o único programa informativo infantil português a respeitar os direitos consagrados pela Convenção sobre os Direitos da Criança e seguir o que está estabelecido no Contrato de Concessão de Serviço Público da RTP.

Um dado curioso é o desconhecimento que as equipas da *Visão Júnior* e do *Radar XS* têm uma da outra e do respetivo trabalho. Apesar de pertencerem a diferentes grupos, partilham o mesmo público e projetos pouco visíveis, poderiam equacionar os benefícios de estabelecer projetos em conjunto e, consequentemente, impactar o jornalismo infantojuvenil no país. Além disso, abria-se a possibilidade de intercâmbio de boas práticas entre o jornalismo para e com crianças com o jornalismo destinado aos adultos e a criação de coletividades, à semelhança de iniciativas internacionais dedicadas a esta temática, como o COLO – Coletivo de Jornalismo Infantojuvenil²⁴⁴, no Brasil.

Por último, outra questão a considerar é o diálogo em rede entre os saberes prático e académico, o qual deveria existir para cocriar soluções e atuar em sintonia. Este tópico é mais explorado na fase metodológica seguinte.

Os resultados obtidos por meio da observação, juntamente com a antecédida análise de conteúdo, conferem uma base para aprofundar a compreensão sobre o jornalismo

²⁴⁴ <https://www.coletivocolo.com.br>

infantojuvenil, a qual ainda é completada com a análise e reflexão das entrevistas que se seguem.

4.6. Entrevistas

4.6.1. Enquadramento metodológico

A entrevista em profundidade é “obter de uma pessoa dados relevantes para a pesquisa”, permitindo a recolha de “informações pormenorizadas e aprofundadas sobre valores, experiências, sentimentos, motivações, ideias, posições, comportamentos, etc. dos entrevistados” (Sousa, 2006, p. 378). Entre as diversas finalidades, Duarte (2006, pp. 63-6) destaca a sua relevância por quem pretende “entender como produtos de comunicação estão sendo percebidos por funcionários, explicar a produção da notícia em um veículo de comunicação [...] Permitiria saber os motivos pelas quais determinadas fontes jornalísticas são as mais (ou menos) utilizadas”.

Para Yin (1994, p. 84) “uma das mais importantes fontes de informação de um estudo de caso é a entrevista”. A sua aplicabilidade pode verificar-se no “contexto de um estudo de caso sobre a produção de informação num determinado jornal” (Sousa, 2006, p. 379) e ser articulada com outros métodos complementares de recolha, “nomeadamente a observação” (Lessard-Hébert et al. 1994, p. 160).

“Por ser a entrevista um intercâmbio de comunicação, é importante ter presente toda uma série de aspetos que tornam eficaz a inter-relação, a fim de obter um testemunho de maior qualidade” (Marconi & Lakatos, 2008, p. 278). Nesse sentido os procedimentos aqui instituídos tiveram como referência as instruções e sugestões apresentadas por Duarte (2006), Patton (1990), Richardson (2008) e Sousa (2006).

A entrevista, em relação a outras técnicas, pode ser abordada por duas finalidades distintas. Por um lado, Teddlie e Tashakkori (2009) defendem que a sua importância, numa fase inicial da pesquisa, reside na possibilidade de trazer novas informações para uma reconceptualização dos tópicos e de ajudar o pesquisador a familiarizar-se. Nesse sentido, também Pourtois e Desmet (citado em Lessard-Hébert et al., 1994, p. 161) argumentam que é “um processo preliminar que se revela indispensável quando o investigador se encontra perante uma situação a ‘desbravar’”. Em oposição, Werner e Schoepfle (citado em Lessard-Hébert et al., 1994, p. 160) alegam que a entrevista deve

preceder outras técnicas de recolha de dados, uma vez que “pode contribuir para contrariar determinados enviesamentos próprios da observação participante” e “confrontar a sua percepção [do observador] do ‘significado’ atribuído pelos sujeitos aos acontecimentos com aquela que os próprios sujeitos exprimem”. Considerando ambos os argumentos, optou-se por realizar entrevistas antes e depois do processo de observação participante, com diferentes intervenientes e objetivos.

As técnicas de entrevistas variam de acordo com o contexto e o tipo de informação que se pretende recolher em função dos problemas de pesquisa. Quivy e Campenhoudt (2008) classificam os tipos de entrevistas por semidiretiva ou semidirigida, a centrada e a aprofundada e pormenorizada. Para o presente estudo, optou-se pela primeira variante, que consiste num conjunto de perguntas-guia, preestabelecidas, cuja ordem ou introdução de novas questões pode ser ajustada no decorrer da entrevista, isto é, “não é inteiramente aberta nem encaminhada por um grande número de perguntas precisas” (Quivy & Campenhoudt, 2008, p. 192). O investigador, tanto quanto possível, deixa o entrevistado à vontade para falar abertamente, intervindo para reconduzir a entrevista para os objetivos, sempre que o entrevistado se afastar. Este tipo de entrevista corresponde à entrevista em profundidade semiaberta (a selecionada para o presente estudo), descrita por Duarte (2006), que ainda propôs as entrevistas individuais abertas e estruturadas. Segundo o autor, tal como o nome indica, o guião pré-definido pode ser adaptado no decorrer da conversa, permitindo que uma pergunta possa ser dividida em duas ou ao contrário. Além disso, as entrevistas em profundidade organizam-se “em torno de núcleos temáticos” (Sousa, 2006, p. 378), o que facilita a comparação de respostas e a articulação de resultados entre os diferentes entrevistados.

A seleção das fontes é um aspeto fundamental, uma vez que contribuem com informações relevantes e confiáveis. Neste estudo, priorizou-se a obtenção de relatos de “pessoas em papéis sociais diferentes, recém-chegadas ou que tenham deixado a função recentemente” (Duarte, 2006, p. 69).

Tal como foi mencionado na etapa da observação, esta fase metodológica também apresenta traços semelhantes à prática jornalística, na medida em que o processo implica investigação, seleção, apuração, análise, produção e edição.

4.6.2. Procedimentos

As entrevistas constituem a terceira e última etapa metodológica do presente estudo, ressaltando-se que não ocorreram no término do estudo, mas sim antes e depois, como mencionado em cima. É ainda conveniente distinguir estas entrevistas das conversas informais realizadas durante a observação.

Os contactos entre a investigadora e os então responsáveis pelo *Radar XS*, Andrea Basílio, também coordenadora de Programas Infantis e Juvenis da RTP2, e pela *Visão Júnior*, Cláudia Lobo, iniciaram-se em 2022. Desde o início do estudo, considerou-se que eram dois nomes importantes a dialogar com a investigadora. Contudo, face às reestruturações ocorridas em dezembro de 2023, considerou-se oportuno para o estudo incluir os novos responsáveis pela direção ou coordenação de ambos os veículos. Após a análise de conteúdo e observação, para encerrar os procedimentos metodológicos, realizaram-se entrevistas formais às editoras de cada veículo, previamente notificadas. Elas tornaram-se “informantes-chave” (Quivy e Campenhoudt, 2008; Yin, 1994) e para a compreensão das duas questões centrais desta investigação. Além das entrevistas foram mantidos outros contactos informais, por telefone, *email* e WhatsApp, ao longo da pesquisa, nomeadamente com as editoras, à medida que surgiam dúvidas.

As entrevistas foram semiestruturadas e seguiram um guião pré-estabelecido com questões orientadoras mediante os objetivos específicos do estudo, conforme é detalhado adiante. Na essência, o guião foca-se na recolha de informações acerca do que foi referido no enquadramento teórico e no encadeamento da triangulação metodológica.

À semelhança do que foi feito com os diários das observações, as entrevistas foram passaram por um tratamento rigoroso. Os guiões (Apêndice G) foram submetidos à aprovação da Comissão de Ética da Universidade Fernando Pessoa, tendo recebido parecer favorável a 19 de julho de 2022 (Apêndice F). Todas as entrevistas foram realizadas via Zoom e gravadas com autorização prévia dos participantes. As gravações foram transcritas de áudio para texto com o auxílio da Pinpoint, uma ferramenta que permite, aos jornalistas e académicos, trabalhar com documentos. As transcrições completas foram inseridas no apêndice G.

Por razões éticas e de confidencialidade, os nomes dos participantes não foram todos identificados, exceto os membros da direção por serem os responsáveis máximos dos títulos. Esta decisão foi formalizada nas autorizações assinadas (Apêndice C).

4.6.3. Recolha de dados

No total, foram realizadas seis entrevistas, cada uma com cerca de uma hora (Tabela 23), com o intuito de reunir o máximo de informações detalhadas sobre a complexidade da produção jornalística dos dois meios de comunicação. Desta forma, confrontaram-se perspectivas de vários intervenientes de produção e de decisão. Estabeleceu-se um diálogo entre os discursos, de modo a obter resultados que respondam às perguntas de pesquisa.

Tabela 23
Lista dos entrevistados

Entrevistado	Função	Meio	Data	Modo	Duração
Andrea Basílio	Coordenadora-geral	<i>Radar XS</i>	26 de abril de 2023	Zoom	01:23
Cláudia Lobo	Diretora	<i>Visão Júnior</i>	7 de junho de 2023	Zoom	01:08
Sara Belo Luís	Diretora-executiva	<i>Visão Júnior</i>	1 de julho de 2024	Zoom	00:57
João Barreiros	Coordenador-geral	<i>Radar XS</i>	2 de julho de 2024	Zoom	01:10
Editora	Editora	<i>Visão Júnior</i>	25 julho de 2024	Zoom	01:05
Jornalista-coordenadora	Jornalista-coordenadora	<i>Radar XS</i>	29 julho de 2024	Zoom	01:07

Nota: Elaboração própria (2024)

A primeira entrevista ocorreu a 26 de abril de 2023, com Andrea Basílio, coordenadora-geral do *Radar XS* à época. A 7 de junho de 2023, foi a vez de conversar com Cláudia Lobo, ex-diretora da *Visão Júnior*. As entrevistas iniciais tinham um caráter preparatório para a imersão da investigadora no campo da observação. Além disso, serviram para conhecer a trajetória de ambos os meios de comunicação, a composição das equipas de trabalho, os processos produtivos de cada um e uma possível convergência entre as plataformas tradicional e o digital.

O segundo momento foi composto pelas entrevistas aos responsáveis que assumiram as direções, a nova diretora-executiva da *Visão Júnior*, a 1 de julho de 2024, e ao novo coordenador-geral do *Radar XS*, João Barreiros, logo no dia seguinte, a 2 de julho. De modo complementar, estas conversas permitiram conhecer os novos membros da equipa, as orientações estratégicas das novas lideranças, estabelecendo um confronto com os discursos dos entrevistados anteriores. Se, por um lado, nas primeiras foram dadas a conhecer os projetos até dezembro de 2023, por outro lado, as segundas permitiram explorar as expectativas e planos para o futuro.

Também se considerou oportuno ouvir as partes de quem assegura os processos produtivos no dia-a-dia. Por isso, na última fase, realizaram-se entrevistas às editoras envolvidas diretamente na produção jornalística: à editora da *Visão Júnior*, no dia 25 de julho, e à jornalista-coordenadora do *Radar XS*, no dia 29 de julho. Estas tinham como objetivo recolher, através dos seus discursos, elementos que permitissem caracterizar o jornalismo infantojuvenil que praticam, bem como as diretrizes das construções noticiosas adotadas pela redação.

Embora inicialmente houvesse a intenção de incluir um representante diretivo da RTP e da TIN para abordar as questões dos modelos de negócio, sendo uma de natureza pública e outra privada, foi dito que os cargos de direção do *Radar XS* e da *Visão Júnior* são os elementos decisores e responsáveis, eliminando a possibilidade de adicionar mais entrevistados. De acordo com Duarte (2006, p. 69), “nem sempre o cargo determina a qualidade da fonte”, justificando “porque descrições e análises mais consistentes e imparciais são frequentemente obtidas por técnicos e pessoas envolvidas no processo”.

Mesmo com ajustes no guião semiestruturado, conforme os intervenientes e os objetivos das entrevistas, os temas propostos foram os seguintes, sem ordem rígida: 1. Trajetó e identidade de cada órgão de comunicação; 2. Enquadramento no jornalismo infantojuvenil; 3. Equipa; 4. Formação especializada; 5. Agenda editorial; 6. Temáticas abordadas; 7. Modos de produção; 8. Desafios para os profissionais e produção; 10. Participação das crianças; 11. Jornalismo infantil como ferramenta para a literacia; 12. Importância das redes sociais; 13. Sustentabilidade dos projetos; 14. Perspetivas futuras.

4.6.4. Resultados e discussão

4.6.4.1. Radar XS

4.6.4.1.1. História e identidade

Andrea Basílio, a primeira coordenadora-geral do *Radar XS*, destaca a longa tradição do programa ao serviço do jornalismo infantojuvenil no serviço público português. O *Radar XS* foi criado, em 2019, mantendo o objetivo de descomplicar temas da atualidade para crianças. A nova proposta abandonava por completo o formato baseado em locução para incorporar um modelo com uma jovem pivô-jornalista e apresentar mais notícias próximas à realidade, especialmente com reportagens em escolas para reforçar o dinamismo e a interação com o público infantil. Como “estávamos com excesso de figuras

masculinas em antena”, a preferência recaía por dar um “empoderamento feminino”, explica a antiga coordenadora.

Se inicialmente apenas era exibido uma vez por semana, às sextas-feiras, com cerca de 15 minutos, durante a pandemia passou a ir para o ar também às segundas e quartas-feiras. Esta mudança, como explica Andrea, respondia à necessidade de fornecer notícias que ajudassem as crianças a compreender o que se estava a passar ao seu redor num período de incertezas.

Desde a sua origem, a identidade do *Radar XS*, segundo Basílio, é marcada pelo compromisso com os quatro pilares do canal Zig Zag: informar, educar, entreter e inspirar. A jornalista-coordenadora também subscreve este compromisso, defendendo que “o jornalismo infantojuvenil tem de se cruzar com a missão de serviço público” e isto acarreta a função de formar as crianças. Esta visão nem sempre é consensual na equipa, havendo quem defenda que se deve “dar a notícia e ponto”.

Com a chegada de João Barreiros como coordenador-geral do *Radar XS* e responsável do segmento da atualidade jovem da RTP, o caminho do programa começou a ser traçado para um novo formato, reconhecendo que o formato televisivo tradicional possa a ser insuficiente para manter o público infantojuvenil. “O meu ponto é que o *Radar XS* não é um programa de televisão e até admito perfeitamente que, dentro de algum tempo, não seja mesmo de televisão”, admite o novo coordenador-geral, para quem o programa deve ser um ponto de encontro permanente com as crianças, onde quer que elas estejam. Para ele, a marca *Radar XS* tem de passar a uma identidade multiplataforma. Esta visão segue, aliás, o que está definido no Projeto Estratégico da RTP 2024-26, “Transição Digital-Nova ambição. Nova organização. Novos processos”²⁴⁵. Contudo, esta nova orientação para o noticiário infantil surge numa fase tardia ao que Erdal (2007) proponha no seu estudo de 2007. Para o investigador norueguês, a transformação das redações tradicionais num ambiente multimídia já estava a ocorrer na época, as grandes questões residiam no como e com que velocidade é que essa transformação ocorreria.

O coordenador reconhece que o programa para já é importante na televisão linear e que continua a ser um meio relevante para muitas famílias portuguesas. Nesse sentido, esclarece que o *Radar XS* mantém-se no ar e com ambição de emissão diária.

²⁴⁵ <https://media.rtp.pt/empresa/orgaos-sociais/projeto-estrategico-rtp>

Algumas alterações para o programa já estavam previstas com a Andrea Basílio, se continuasse à frente do projeto. Na entrevista realizada revela os seus planos para o futuro do programa, que, afinal, tinham semelhanças aos atuais na sua essência. A mudança do formato do programa e da estrutura já estava na mira, quer com um coordenador quer com o outro. A antiga coordenadora-geral defendia um modelo de expansão com emissão diária, realização de especiais temáticos e um especial de semana em que o painel fossem as crianças. Este era um elemento inovador, para “ouvi-las em temas que lhes são próximos, da comunidade ou da escola, de maneira a ‘alimentar’ a questão da cidadania e de as empoderar nesse sentido”. Também pretendia a constituição de uma equipa só dedicada ao programa e a realização de reportagens pelo país inteiro. O programa era para manter na RTP2, defendendo que a valorização de conteúdos de qualidade não deve depender exclusivamente do seu lugar na grelha de canais mais vistos: “Achar que as coisas de conteúdo boas têm todas de transitar para a RTP1, é quase desprestigiante para a RTP2”. Para Andrea Basílio, a questão da visibilidade era fundamental, sugerindo campanhas de comunicação para promover o programa no país. Relembra-se que na caracterização do *Radar XS* apontou-se o exemplo dos vencedores de um desafio da rubrica “Repórter XS” terem sido convidados do programa da manhã *Praça da Alegria*.

4.6.4.1.2. Sustentabilidade e perspetivas futuras

Na perspetiva da jornalista-coordenadora, o jornalismo infantojuvenil está no fundo da cadeia das prioridades orçamentais da RTP, mas “sendo uma linha principal do serviço público tem de encontrar um caminho”. Quando as pessoas se referem ao jornalismo infantojuvenil como “giro e fofinho” (adjetivos que já ouviu), ignoram que este permite “dar bagagens e ferramentas a pessoas que são cidadãos ativos e, por isso, até a surpreende que não tenha havido investimento nem estratégia por parte da RTP nesse sentido. Constitui um paradoxo o facto desta intenção estar expressa no seu atual Projeto Estratégico 2024-26 e até no anterior, sem que se verifique um investimento correspondente, como demonstram os resultados do presente estudo.

Numa perspetiva mais generalista, e não olhando apenas para a realidade do programa, a antiga coordenadora referiu que este jornalismo especializado é frequentemente negligenciado em termos de financiamento e prioridades institucionais, tornando-se num produto jornalístico não rentável, especialmente se o meio for de natureza privada.

Salienta ainda que “é preciso jornalismo para termos uma sociedade que funciona bem, mas para este ser saudável, temos de estar dispostos a pagar pelo bom jornalismo”, quer no dirigido a adultos quer a crianças. Perante esta reflexão, chama-se a atenção para Portugal, que, em 2024, estava entre os países da Europa onde menos se pagava por notícias *online* (Cardoso et al., 2024). Se este cenário for estendido à especialização infantojuvenil, a situação é provavelmente ainda mais grave, considerando o consumo de notícias e o conceito de “valor percebido” do jornalismo (Costera Meijer, 2021), quer pelas crianças quer pelos pais. As consequências podem resultar em maior consumo de informação em fontes não jornalísticas e num jornalismo para crianças que chega apenas a quem pode pagar (Silva, 2024). Relembra-se que na descrição das plataformas digitais, refere-se que o *website* da *Visão Júnior* tem dois artigos na íntegra com *paywall*, exclusivos para assinantes.

Além da questão económica, Andrea Basílio lembra que a crise do jornalismo generalizado reflete-se no que é produzido para crianças, pois “se os adultos preferem ver programas como *reality show* em vez de grandes investigações ou lerem notícias fidedignas, não me surpreende que isso também não seja passado para as crianças”.

Para João Barreiros, o futuro do *Radar XS* começa a desenhar-se no presente. São várias as mudanças que pretende implementar para que seja possível no futuro ter o programa com emissão diária e que os seus conteúdos sejam adaptados e se expandam por uma multiplataforma: televisão, RTP Play, redes sociais e talvez rádio. A sustentabilidade do programa passa por estar presente onde está a sua audiência e esta “é o acumular dos pontos de contacto”. Apesar de ter dúvidas quanto à preferência da televisão junto das crianças no futuro, reconhece que gostaria de manter o público dessa plataforma. Além disso, João Barreiros também ambiciona um modelo de produção mais ágil e alinhado às linguagens visuais e tecnológicas contemporâneas, para atingir os públicos mais amplos.

4.6.4.1.3. Distribuição e adaptação às novas tecnologias

“Sei que as nossas redes sociais estão longe da realidade das crianças”, admite Andrea Basílio ao ser confrontada com a limitada presença digital do programa. As redes sociais, apenas alimentadas com excertos do programa, são atualizadas pela equipa de jornalistas, por não haver disponibilidade do departamento de multimédia da RTP, e esta situação impede a evolução nesta área. Apesar das crianças supostamente não puderem estar

presentes, a antiga coordenadora-geral considera que a “RTP enquanto serviço público também deve estar nessas redes sociais, nem que seja para dar conteúdo com mais substância para as crianças que lá estão”.

Enquanto Andrea Basílio ambicionava com a convergência do *Radar XS* para as redes sociais para conectar-se com o público infantojuvenil, João Barreiros parece ter mais meios para o concretizar. Tal como verifica em “Descrição das plataformas digitais”, desde a chegada da recente coordenação denota-se maior dinamismo nas redes sociais.

A inovação tecnológica e a adaptação às plataformas digitais são, de facto, questões prioritárias desta nova estrutura editorial. “O público do *Radar XS* não está apenas na televisão linear e precisamos criar experiências multiplataforma que sejam relevantes em todos os espaços.” Esta convergência noticiosa para as plataformas digitais parece contar com o apoio da jornalista-coordenadora, pois é “mais importante que elas [as crianças] realmente consumam informação fidedigna do que não consumirem nenhum tipo de informação ou consumir informação completamente falsa”. Todavia, fala em convergência e não substituição, lembrando que em Portugal há realidades de crianças muito diferentes no que diz respeito aos recursos e uso de meios tecnológicos.

A respeito da aposta do *Radar XS* na multiplataforma, percebe-se que a concretização poderá vir e encontrar dificuldades tendo em conta constrangimentos já identificados no presente estudo, nomeadamente a equipa reduzida e a falta de formação. Neste caso, encontra-se ainda a problemática das redes sociais que nem sempre têm os pais como alvo, mas sim as crianças, quando elas não podem lá estar de acordo com a Lei de Proteção de Dados Pessoais.

Apesar de João Barreiros ter uma abordagem mais proativa do uso tecnológico, o mesmo já era notado nas palavras da sua antecessora que aspirava a ideia arrojada de explorar a inteligência artificial como uma oportunidade para otimizar processos e enriquecer a narrativa visual do programa, dando o exemplo de usá-la para “criar metáforas visuais, como um tabuleiro de xadrez representando a guerra na Ucrânia, o que facilitaria a compreensão, sem comprometer a qualidade da informação.”

4.6.4.1.4. Rotinas produtivas

O *Radar XS* é exibido na RTP2, que “tradicionalmente é a televisão das crianças no universo RTP”, afirma João Barreiros. Contudo, a alocação ao canal pode dificultar a atração de audiências para o jornalismo infantojuvenil. Por um lado, a RTP2 está associada a um público adulto pelo seu slogan “Culta e Adulta”; por outro, vincula-se à programação do Zig Zag, que é a marca destinada à pré-escola. Andrea Basílio constata que o noticiário está “numa terra complicada”, lembrando que o *Caderno Diário* fazia parte da Direção de Informação. O *Radar XS*, por sua vez, é um “slot da RTP2”, que abrange um público infantojuvenil alargado. Isto também revela, na opinião da antiga coordenadora-geral a desvalorização do noticiário face a outros programas de serviço público, uma convicção partilhada pelos restantes entrevistados. Por sua vez, a jornalista-coordenadora destaca que, embora o programa tenha prestígio, porque é bem feito, carece de importância: “Não é um *prime time*, não é um RTP1”.

Esta visão ajuda a justificar as dificuldades mencionadas por Andrea Basílio no recrutamento de bons profissionais, dado que muitos deles consideram “menor” o fazer jornalismo para crianças. “Há jornalistas que acham que trabalhar neste tipo de projetos não lhes traz grande reputação, bem como não se deveria aflorar determinados temas”. A jornalista-pivô enfatiza que “quem consegue fazer bom jornalismo para crianças, consegue fazer para todos”. Esta situação agrava-se por não existir formação específica em jornalismo infantil, refletindo uma lacuna geral no panorama educacional e profissional em Portugal. Para mitigar a falha académica, a nova coordenação do *Radar XS* afirma ter investido em formações em outras áreas, como apresentação, técnica de escrita e redes sociais. Contudo, parece ser ainda insuficiente pelos dados obtidos com a restante equipa durante a observação.

Além de enfrentar o desafio da visibilidade e de reconhecimento, o programa enfrenta limitações operacionais significativas, identificadas pelos entrevistados. Embora a equipa principal inclua o “núcleo duro” de três profissionais dedicadas, muitos recursos são partilhados com outras áreas da RTP, o que compromete a autonomia e a frequência de produção. Esta realidade foi, aliás, demonstrada na observação. Os três entrevistados concordam que, idealmente, a equipa seria composta exclusivamente por profissionais dedicados ao jornalismo infantojuvenil, incluindo operado de câmara, equipa de realização e especialistas em redes sociais. “Não podemos estar dependentes e reféns de uma estrutura de produção que está completamente ultrapassada, portanto temos de

mudar”, insiste o novo coordenador-geral. Devido a esta situação, o programa, por vezes, recorre a conteúdos “reciclados” de peças originalmente criadas para a atualidade dos adultos da RTP, como também é comprovado na observação. Como explica a jornalista-coordenadora, estes são “um recurso, não é a força-mãe, que são os originais”.

Outro desafio identificado por João Barreiros é o “romper com os métodos tradicionais” de redação dos textos, que estão enraizadas no fazer jornalismo. Na sua opinião, não é preciso escrever para as crianças *by the book*, como exemplificou:

Hoje (ou do fim de semana), as eleições de França/do Parlamento Europeu deram estes resultados... Aquilo que estou a dizer é não tem de ser assim, sobretudo quando estamos a noticiar seis dias depois. Porque é que não dizemos assim? O número de deputados portugueses abaixo dos 30 anos é de três, vamos conhecê-los... E depois no final é que dizemos os resultados.

Esta questão já tinha sido abordada na entrevista com Andrea Basílio, tendo respondido que “o jornalismo tem de quebrar um pouco do seu dogma” e as notícias para as crianças não podem ser dadas de uma maneira tão rígida e formal, mas sim com uma linguagem mais atrativa, adaptada às diferentes plataformas onde este público marca presença. “Eu vejo lá fora casos, da BBC, da ZDF, em que os próprios pivôs já brincam e fazem TikToks com grafismo giro”, afirmou. Na entrevista com a jornalista-coordenadora, percebeu-se a sua anuência a estas duas posições, completando a ideia de que “nós podemos fazer dancinhas a passar informação. É preciso ser criativo”. Estas ideias seguem as novas abordagens de jornalismo para as gerações mais novas que se têm incorporado no TikTok de alguns *media* noticiosos. Num estudo exploratório de meios de comunicação e programas noticiosos no TikTok de todo o mundo (nenhum dedicado às crianças), Vázquez-Herrero et al. (2022) concluíram que, sobretudo desde 2019, verifica-se uma incorporação gradual, com o objetivo de informar, posicionar a sua marca e adaptar-se a uma nova abordagem jornalística para as gerações mais novas. Isto através de práticas pouco comuns, como vídeos engraçados ou desafios, com adaptações de notícias e excertos de entrevistas. Fazem-nos com o uso de transições, filtros, efeitos visuais, *stickers*, num tom atraente, divertida e simples, “procurando um equilíbrio entre a informação factual e as emoções positivas e a empatia” (Vázquez-Herrero et al., 2022, p. 1729). Estas afirmações estão em linha com os novos valores-notícia do jornalismo de Harcup e O’Neil (2017), os subcampos do jornalismo referenciados na análise de

conteúdo e na observação e os interesses reclamados pelas crianças abordados na peça teórica do “Jornalismo infantojuvenil”. Ora, desenhando-se esta tendência digital, é pertinente perceber como isto poderá ser feito mediante os resultados que estão a surgir no estudo: os constrangimentos das equipas redatoriais pequenas, com autonomia limitada e falta de formação especializada. Apesar do cenário desafiante, a equipa “continua a trabalhar com paixão”, reconhece a jornalista-coordenadora, corroborando, desta forma, a ideia da alegria como valor-notícia no estudo de Parks (2021). É aqui que reside a grande valência da produção do *Radar XS*.

A partir das entrevistas é compreendido que os coordenadores-gerais, em fases distintas do *Radar XS*, oferecem em alguns pontos perspetivas distintas sobre como organizar e otimizar a produção de conteúdos. Andrea Basílio explica que, devido às condicionantes das gravações, o programa segue uma sistematização de conteúdos distintos por periodicidade: “À segunda-feira respondemos ou explicamos um tema; por exemplo, o que é inflação? O que é que é esta coisa da habitação?; à quarta fazemos uma reportagem com crianças; à sexta-feira temos a atualidade, as *hard news*”. É importante dizer que há flexibilidade para se ajustar o formato às datas comemorativas.

O novo coordenador-geral, por sua vez, critica este modelo, considerando-o desajustado para a atualidade que o programa pretende transmitir. Para ele, não há sentido nas gravações dos episódios à quinta-feira com exibição na semana seguinte, o que compromete uma lógica editorial das notícias da atualidade. O que até lhe parece contraditório, uma vez que o novo estúdio do *Radar XS* é “o maior da Europa, em termos de jornalismo infantil” e o “menor com maleabilidade da Europa”, explica João Barreiros. Para ele, seria mais produtivo ter um estúdio mais pequeno, mas “disponível todos os dias, com uma equipa que não faça isto nos intervalos da programação adulta”. Também não encontra relevância na dimensão da equipa de produção, podendo reduzir de 20 para cinco elementos, o que tornará também mais ágil a gravação do programa. Inspirando-se no noticiário belga *Les Niousz*, João Barreiros propõe um estúdio mais pequeno e maior interação com o público em escolas ou outros espaços externos. O *Les Niousz* “tem três pivôs e isso permite-lhes uma maleabilidade maior. Nós estamos nas escolas, mas o repórter nunca aparece e queria mudar isso”.

As mudanças do *Radar XS* passam, portanto, pela abordagem de conteúdo, linguagem de texto e visual, bem como pela produção de peças mais curtas, ritmadas e diversificadas e uma maior presença nas escolas. Aliás, a vontade de querer fazer algo novo na produção

de conteúdos para as crianças está presente nos três entrevistados, vindo a confirmar o que também foi dito em conversas informais durante a observação. Embora se tenham verificado algumas alterações, na prática, não se constatou nada de inovador, pelos resultados da análise de conteúdo.

A utilização de determinadas fontes de informação é outro tema debatido na equipa, como se percebeu no decorrer das três entrevistas. Para Andrea Basílio, o recurso a especializadas é crucial “para a criança perceber que a informação que se passa é sempre balizada por quem sabe”. Para ela, não é pelo facto de se estar a produzir notícias para os mais novos “que não vamos tentar ter os melhores profissionais de determinadas áreas. Muitas vezes, até fazemos *a priori* um trabalho com eles para os sensibilizar para a questão da linguagem a utilizar”. Em contrapartida, o atual coordenador-geral alerta para o tom paternalista de alguns especialistas. Na sua opinião, “temos que empoderar as crianças, mas não podemos dar a sua opinião e a seguir vir um adulto e dizer: ah, pois vocês estão a pensar tudo mal”. Por sua vez, a jornalista-coordenadora concorda que, por vezes, podem surgir situações discutíveis relativamente ao recurso da “voz adulta da consciência” destas fontes de informação e indica o exemplo dos miúdos afirmarem que “é muito interessante ter telemóveis e depois vem uma especialista e uma psicóloga dizer: mas tu não podes usar telemóveis nas escolas”. Contudo, reconhece que o *Radar XS* nunca recorreu a essa “voz” no sentido pedagógico de “tu achas que deves usar telemóveis, mas eu sou adulta crescida e especialista e acho que tu não deves. E, portanto, a minha voz é que prevalece”. De acordo com a jornalista-coordenadora, ouvir um especialista, por um lado, ajuda a contextualizar pelos dois lados do assunto; por outro, valida o que o jornalista está a noticiar: “Tenho conhecimento para falar sobre a sexologia, menstruação com crianças, mas sou jornalista, não sou psicóloga”.

Quanto à escolha destas fontes de informação, a idade é um dos critérios de seleção, pois, segundo a coordenadora-jornalista “as vozes adultas” devem ser de jovens e não de mais idade, para haver maior proximidade. Esta ideia é, aliás, partilhada pelos dois meios analisados, uma vez que se constatou, na observação, que a *Visão Júnior* prefere não incluir fotografias de seniores na revista.

Para João Barreiros uma das formas de contornar o debate aberto sobre a consulta aos especialistas é ter “no futuro, mais crianças e menos adultos no programa”. Tal afirmação remete para uma problemática que parece pertinente registar e que é introduzida numa

reposta dada por Andrea Basílio. Relaciona-se com a escuta das vozes infantis na produção de notícias para e com crianças. A entrevistada refere que “só fazemos perguntas às crianças, quando achamos que estão aptas a responder e refletir sobre a pergunta que está a ser feita”. Isto porque “se queremos dar uma resposta às crianças, nós não as vamos ouvir, porque nós é que temos de dar essas respostas”. Por exemplo, “o que é que achas da guerra do Ucrânia?”, sem que isso invalide ouvir crianças ucranianas sobre esse assunto. A consulta dos mais novos como fontes de informação sobre o “mundo dos adultos” também implica cuidados e deve ser bem justificada, pois “rapidamente as observações das crianças são utilizadas para entretenimentos dos adultos, porque acham graça eles não saberem aquele tema”, esclarece a antiga coordenadora-geral.

No que concerne ainda à seleção de outras fontes de informação, a paridade de género é outro elemento a ter em consideração na produção dos programas, afirma o atual coordenador-geral do noticiário. Em uma reunião com parceiros internacionais (sobretudo do centro e norte da Europa), onde se debateu a presença em antena das questões de igualdade, ele concluiu que “levam aquilo ao limite; por exemplo, hoje é preciso falar sobre ortopedia é um homem, amanhã será uma mulher”. João Barreiros quer trazer esta preocupação para o *Radar XS*, com a ambição que seja um programa-modelo dentro da RTP, sob esta perspetiva. Adicionalmente, outra desigualdade que pretende combater é a representatividade regional dentro do programa, evitando estar “sempre a falar daqui de Lisboa”, revela o coordenador-geral. Uma das recomendações do *Serviço público de média: Livro branco* (Ministério da Cultura, 2023) é dotar os centros de produção regionais da RTP de maior autonomia para produção, talvez com esta medida o programa possa cobrir um Portugal mais alargado. Esta concentração geográfica também é constatada na *Visão Júnior*, o que indica que há um recorte das crianças representadas no jornalismo infantojuvenil em Portugal.

Com efeito, baseada nas informações abordadas anteriormente, este estudo toma a posição de que esta escuta deve ser exclusivamente pautada por valores que dignifiquem, valorizarem e amplifiquem as vozes das crianças sobre temas com as quais estão familiarizadas ou estão aptas a falar.

Relativamente ao envolvimento com as escolas no processo de produção foram encontrados sinais da sua importância bidirecional, quer por iniciativa da própria escola ou aluno quer por contacto do programa para obter informações ou ouvir as crianças. Além disso, a ligação com o ambiente escolar passa pela Direção-geral da Educação, a

Rede de Biblioteca Escolares e ainda “uma professora responsável de biblioteca que nos envia uns *emails* com as atividades que vão realizar-se a nível de bibliotecas nas escolas na Grande Lisboa”, finaliza a jornalista-coordenadora.

4.6.4.1.5. Construção da agenda

No que respeita aos temas mais relevantes para a criança contemporânea, Andrea Basílio destaca que estes variam consoante a agenda noticiosa, dividindo-se entre explicações de conceitos complexos, reportagens realizadas com elas e cobertura de atualidades. A guerra é um dos temas abordados, o que, segundo a antiga coordenadora-geral, suscita alguma surpresa entre alguns jornalistas da RTP que habitualmente escrevem para adultos. Andrea Basílio responde: “Sim, vamos falar de guerra, porque as crianças já estão expostas às notícias. Não vamos almofadar a realidade nem a tornar mais colorida. Também não queremos causar ansiedade, mas vamos dar uma maneira de lhes explicar”.

Esta posição é subscrita pela jornalista-coordenadora, adiantando que para passar a guerra é preciso fazer sempre um contexto histórico não só dar a notícia. Isto é, é preciso contar uma história, assumindo “que aquela criança não sabe nada sobre aquele assunto”.

Com estas decisões de agendamento, percebe-se que a linha editorial do *Radar XS* não defende a proteção da não noticiabilidade de acontecimentos, cuja cobertura poderá provocar traumas ou ansiedade no público. Esta posição editorial reflete que a intenção da equipa de jornalistas é proporcionar às crianças uma compreensão realista dos acontecimentos. Contudo, percebe-se uma certa desconexão editorial, na medida em que a certa altura da entrevista afirmou que “questões mais complexas como “Deus existe?” não são abordadas, uma vez que “não é um tema a ser de repente a florado num programa com estas características, até porque pode ter várias leituras”. João Barreiros concorda com a sua antecessora ao afirmar que não se pretende apenas agradar ao público, mas informá-lo, o que exige incluir conteúdos mais amplos, frequentemente presentes nos noticiários produzidos para os adultos. Um exemplo citado pela jornalista-coordenadora é a cobertura de eleições internacionais, cuja relevância não é imediatamente evidente para a criança, porque retrata uma realidade política distante de Portugal. Nesse caso, a abordagem tem de ser alterada e ir “diretamente ao coração, como: Olha que este presidente eleito decidiu que, nas escolas, vai ser obrigatório isto ou vai ser possível fazer isto. Aí sim, tens a comunidade contigo”, e não reportar simplesmente os resultados.

Alcançar este equilíbrio é complexo, já que as preferências são voláteis. Contudo, considera que há em termos de escolhas “dois grandes chapéus: temas e protagonistas”, mais do que as notícias locais. A primeira opção pela procura de conteúdo informativo, educativo e contextual; a segunda, pela identificação que as crianças procuram nas notícias, encontrando mais impacto em “uma história de repórter XS, de um miúdo que faz isto ou aquilo [...] do que uma celebridade”, justifica a jornalista-coordenadora. Explica ainda que a dificuldade em produzir peças com celebridades reside em saber quem elas são para um público infantojuvenil que “está sempre em mudança”.

Embora identifiquem a heterogeneidade dos grupos infantojuvenis, João Barreiros tem como certo que as crianças são aspiracionais para os seus pares. Por isso, o *Radar XS* transmite temáticas relacionadas com este fator, preferencialmente a apresentação de notícias sobre crianças inspiradoras, que sejam um pouco mais velhas que o seu público. Por sua vez, a jornalista-coordenadora diz oferecer “o que achamos ser do interesse e relacionamos o assunto com o público-alvo; senão ele não fica para ver”. Ela ressalva que o “achar” é baseado na experiência, dada à inexistência de fontes e estudos sobre o perfil do espetador do programa.

4.6.4.1.6. Participação das crianças

A participação infantil constitui um dos eixos centrais do *Radar XS* e é promovida através de diversas iniciativas, conforme relatado pelos três entrevistados.

A antiga coordenadora do programa falou sobre o convite que é feito no fecho do programa aos espetadores para enviarem sugestões através dos canais digitais. Contudo, a taxa de participação não é muito significativa e as sugestões ou questões depressa se esgotam ou repetem. Estes elementos são, aliás, corroborados pela observação. No período do Covid-19, os temas mais recorrentes eram a pandemia e a inflação. Nestes casos, as crianças recebem resposta a explicar a decisão editorial. O convite à participação mantém-se em 2024, confirmou a jornalista-coordenadora, sem haver ainda regularidade na receção de sugestões, apesar do número crescente no Instagram, mas não no WhatsApp.

A rubrica “Repórter XS”, que remonta à época de Andrea Basílio também tem continuidade, uma vez que ambos os coordenadores reconhecem a sua relevância para as crianças ao permitir que experimentem o processo jornalístico, desde a escrita até à

gravação de imagens. No entanto, focam a necessidade de oferecer formação e recursos técnicos às escolas para a otimização da participação. João Barreiros propõe ainda uma interação mais direta com as instituições escolares, sugerindo visitas regulares e a criação de um conselho consultivo. Para ele, a participação infantil deve ir além da criação de conteúdos e incluir formas de *feedback* e envolvimento contínuo. Os dois coordenadores consideram que deveria de haver tempo para ouvir as crianças sobre os conteúdos do programa e as questões que as mais inquietam e interessam.

A jornalista-coordenadora reflete sobre outro ponto da participação infantil no processo produtivo do programa, o qual foi também sublinhado na observação. “É preciso ter tempo para preparar as crianças para a participação em termos produtivos e, por vezes, não se dá a devida importância”, afirma. Exemplificou com uma reportagem simples, realizada pela filha da investigadora, mas que implicou uma preparação, “como passar-lhe a noção, ainda que breve, o que é uma estrutura de guião – tens que ter uma entrada, um meio e um fecho –, não podes esquecer nunca de gravar tudo aquilo que tu falares”. Outro exemplo foi a produção da grande reportagem do especial para o Dia da Criança, que envolveu semanas de preparação e várias reuniões com as duas crianças participantes e as suas famílias.

Embora as crianças participem ativamente na produção, o mesmo não acontece no passo subsequente, não acompanhando nem a edição nem o visionamento antes da exibição. A coordenadora-geral explica que “em regra geral a participação da criança acaba quando envia o material”, porque entende-se que “a criança nem sequer tem noção” dos processos de edição e produção. Contudo, há exceções, como o programa do Dia Mundial da Música, no qual se pediu a uma criança para dar um cunho pessoal ao programa e escrever uma música para fecho. “O que aconteceu é que o processo de construção da canção e a forma como foi apresentada no programa, foi toda discutida até ao fim, inclusivamente *in loco* no estúdio de RTP”, explica.

4.6.4.1.7. Importância do jornalismo para a literacia para as notícias

Como se compreende pela leitura, que o jornalismo infantojuvenil do *Radar XS* pauta-se por uma abordagem ética e sensível e, por vezes, pensado “com pinças”, descreve Andrea Basílio. Refere ainda que este é um direito à informação pertencente às crianças, mas tem de se adequar às idades e não deve causar traumas nem angústias. Coloca o caso prático

da produção de uma reportagem sobre o cancro em crianças: “Queremos valorizá-las, mas não as queremos expor. Como fazemos isso? Esta dúvida reforça, mais uma vez o referido, a necessidade de formação e de debate nesta área especializada. “Não há propriamente normas, mas um critério, que tem de fazer parte dos requisitos para se ser um jornalista: Ser extremamente cuidadoso e sensível e perceber quando se está a valorizar ou apenas a servir o *voyeurismo*”. Até porque, prossegue a antiga coordenadora-geral, o “*Radar XS* nasce de poder ser consumido sem mediação”; por isso é preciso produzir um programa compreendido na íntegra por todas as crianças, mesmo “as mais vulneráveis e as que não têm a possibilidade de ter pais com uma literacia tão vasta”.

A experiência de João Barreiros à frente da plataforma digital Ensina da RTP constituiu uma vantagem, ao permitir uma maior conexão com o *Radar XS* e facilitar o acesso aos conteúdos do noticiário, geralmente por professores e alunos do primeiro ciclo. No entanto, o atual coordenador-geral lamenta a falta de visibilidade do programa, já que muitos que consultam a plataforma confundem os conteúdos do *Radar XS* com os do Ensina. Como solução, sugere a visualização do noticiário nas escolas, seguida de atividades associadas. O coordenador-geral defende o fortalecimento da relação com escolas e bibliotecas, destacando que o *Radar XS* pode atuar como um ponto de encontro entre educação e jornalismo. Por um lado, divulga-se o programa; por outro, promovem-se as iniciativas desenvolvidas pelas escolas.

A jornalista-coordenadora defende que o estreitamento desta relação tem de passar pelo envolvimento direto do público-alvo, incluindo atividades formativas, como a criação de “AECs²⁴⁶, trabalhar com turmas e ajudá-las a perceber a importância do jornalismo e a fazer com aquilo que eles gostam”. Contudo, concorda com a antiga coordenadora-geral, que os profissionais envolvidos neste processo têm de obter formação em literacia mediática. Andrea Basílio, embora considere necessária a aquisição formativa, diz que se deve ter cuidado para não sobrecarregar os professores, pois “parece que estamos sempre a querer que as escolas tenham obrigação de fazer mais. Literacia mediática, são os professores. Literacia financeira, são os professores. Cidadania, são os professores”.

²⁴⁶ Abreviatura de programa das Atividades de Enriquecimento Curricular, destinadas aos alunos do primeiro ciclo do ensino básico, que incidem nos domínios desportivo, artístico, científico e tecnológico.

4.6.4.2 *Visão Júnior*

4.6.4.2.1. História e identidade

A *Visão Júnior* surgiu no mercado português há pouco mais de 20 anos para preencher uma lacuna identificada no panorama editorial português: a ausência de conteúdos jornalísticos dirigidos ao público infantil. Cláudia Lobo, ex-diretora da revista, destaca a origem do projeto como uma resposta às questões: “As crianças não leem, será verdade?”, “Porquê?” ou simplesmente não existia oferta para elas?. Inicialmente, a revista foi lançada como um suplemento de verão da revista *Visão* e o sucesso motivou a sua consolidação como publicação mensal, com a ambição de “promover a criação de uma nova geração de leitores de jornais.”, explicou. Desde então, a *Visão Júnior* construiu uma identidade sólida, marcada pela ligação às escolas e projetos inovadores, como o “Miúdos a Votos”, que se tornou uma referência nacional na promoção da literacia e cidadania. Conforme apontado por Cláudia Lobo, “o projeto teve uma dimensão tão grande, tal como aconteceu com o início da revista, que pediram-nos para não acabar com essa iniciativa”. Após a reestruturação, ela deixou o cargo em dezembro de 2023, dando lugar a Sara Belo Luís, uma jornalista “nova na *Visão Júnior*, mas mais do que velha na *Visão*”. A nova diretora-executiva pretende “dar continuidade, totalmente, aos princípios e valores, aos objetivos estruturais e introduzir também alguma inovação”, destacando a importância de fortalecer as relações com professores e bibliotecas para consolidar o alcance e a relevância do projeto. Por reconhecer que as escolas são a grande âncora da publicação, Sara Belo Luís acredita na necessidade de manter a versão em papel mensal para esse ambiente, sem que isto signifique “que se transforme a *Visão Júnior* num manual de escolar”. É nas escolas que a maior parte dos leitores tem acesso à revista e, portanto, isso tem de ser considerado na reformulação. Esta também inclui o repensar do projeto “Miúdos a Votos” e o fortalecimento da relação com a rede de biblioteca escolares, de maneira a “ancorar a *Visão Júnior*, não digo de uma forma exclusiva, porque felizmente há leitores que comprem a revista na banca”.

A atual diretora executiva explicou que, embora a equipa seja composta apenas pela editora – a única adjudicada a 100% –, a designer gráfico e o conselheiro editorial, a revista está integrada na família da *Visão*, na redação e na sua massa crítica. Portanto, quando se considera a equipa tem de se olhar para esta forma abrangente. “Eu não sou diretora, sou diretora-executiva. O diretor da *Visão* é o diretor da *Visão Júnior* e as coisas

agora estão construídas dessa maneira e, portanto, há um único diretor para todas as revistas da família.” Com a sua saída, a produção da revista ficou entregue quase exclusivamente nas mãos da editora. Ora, se não há guia de estilo específico e a formação ocorre predominantemente na redação, através da transmissão de experiência entre colegas, a redução da equipa de jornalistas e as demissões, compromete este processo, colocando em causa a continuidade e a qualidade das competências específicas.

4.6.4.2.2. Sustentabilidade e perspetivas futuras

A sustentabilidade da publicação enfrenta desafios financeiros, que refletem a crise generalizada do jornalismo (que passa pela quebra da publicidade, fragilidade dos modelos de negócio, falta de credibilidade, entre outros aspetos). Cláudia Lobo refere que as reduções das tiragens das publicações impressas debilitaram a revista. De acordo com Sara Belo Luís, a “*Visão Júnior* está acoplada a uma marca maior e, apesar de tudo, é um exemplo de longevidade”. Contudo, reconhece que os produtos infantojuvenis tendem a ser efémeros, mesmo quando são bem-sucedidos, devido às flutuações do mercado. “Apesar da situação financeira²⁴⁷, a *Visão Júnior* continua a ser um caso de sucesso a nível editorial”, embora persistam interrogações sobre o seu futuro. No entanto, enfatiza que o apoio das escolas e da rede de bibliotecas escolares tem sido um dos grandes trunfos estratégicos. Tal afirmação pode ser comprovada com os resultados da análise de conteúdo e da observação da investigadora sobre o evento “Miúdos a Votos”.

A nível de gestão e comunicação, Sara Belo Luís aponta dois grandes desafios: a falta de investimento e a necessidade de articular a comunicação, em paralelo, com várias faixas etárias, abrangendo não só os seus leitores, as crianças, mas também os decisores de compra adultos, os pais e avós. A revisão da literatura permitiu perceber o público infantil pode adquirir produtos com o seu próprio dinheiro e que é grande influenciador de compra (McNeal, 1992) e que a relação crianças-consumo-*media* é marcada por necessidades e desejos (Buckingham, 2006). No entanto, os adultos mantêm um papel preponderante na tomada de decisões e detém maior poder de compra, o que implica que a estratégia editorial e de comunicação da *Visão Júnior* deve incorporar ambos os públicos. Estimular o desejo de compra e consumo por jornalismo nas crianças e nos adultos representa um desafio de elevada complexidade (Buckingham, 2006; Furtado, 2013), como se constata

²⁴⁷ Sugere-se a leitura de “Caraterização dos estudos de caso” da *Visão Júnior*.

ao longo da leitura deste estudo. “Curiosamente, contrariando a tendência de o mercado estar cada vez mais virado para o consumo e a cultura da infância” (Ferreira & Doretto, 2024a, p. 242).

Para Sara Belo Luís, a sustentabilidade da revista também reside na capacidade de diversificar os canais de distribuição, como o digital, e na expansão da presença em ambientes escolares, especialmente em territórios menos acessíveis. “A ideia é chegar ao maior número de escolas do país, mesmo que não seja em versão em papel, que seja com a versão *online*, que é mais fácil”, afirmou. Esta perspetiva é corroborada pela editora, para quem a escola “é a porta de entrada para a informação, para levar o jornalismo às crianças”, considerando que, segundo ela, os modelos tradicionais de consumo de notícias, como a televisão linear, estão em declínio. Ainda reconhece que as dificuldades colocadas ao jornalismo infantojuvenil são idênticas ao tradicional, mas, na sua opinião, será “mais fácil levar o jornalismo às crianças do que aos adultos, neste momento”.

Apesar dos desafios, as três entrevistadas partilham a crença de que a *Visão Júnior* desempenha um papel ímpar no panorama do jornalismo infantojuvenil em Portugal. Contudo, a sustentabilidade futura dependerá de um equilíbrio ponderado entre inovação, distribuição e viabilidade financeira.

Nas entrevistas detetou-se igual sentimento e espírito de missão do trabalho que as profissionais desempenham em prol do jornalismo para as crianças, mas as entrevistadas manifestaram nas suas falas maior preocupação em relação à sustentabilidade e às dificuldades futuras da *Visão Júnior* do que nas fases de observação. Talvez se justifique pela entrevista ter sido individual, fora do ambiente de trabalho e em momento de paragem e reflexão. O que comprova as ideias de Denzin (1989) e Yin (1984) ao defender o recurso a várias fontes na recolha das evidências, conseguindo-se, neste caso, através das observações e das entrevistas, o cruzamento entre os dados do que as pessoas dizem em público e em privado.

4.6.4.2.3. Distribuição e adaptação às novas tecnologias

No que concerne à inovação e às tecnologias digitais, as opiniões convergem quanto à necessidade de adaptação, mas divergem quanto às prioridades. Por um lado, a ex-diretora Cláudia Lobo expressa ceticismo em relação ao investimento nas redes sociais, que considera “sorvedoras de tempo e de meios”. Por outro lado, a atual diretora-executiva

valoriza o potencial do WhatsApp e das *newsletters* como formas mais eficazes de chegar às crianças e aos pais. “Se conseguirmos ultrapassar esta fase de tempestade, diria que que temos de investir nisso mais do que propriamente nas redes sociais”, as quais acredita que tendem a acabar. O *website* é para manter como plataforma digital, mas acredita que a geração infantojuvenil ainda não tem o hábito de visitar páginas digitais. Quanto às *newsletters*, algumas mudanças já foram introduzidas, como as três distribuições regulares: mensal, sugestões de leituras e conteúdos especiais. Uma possível aposta futura poderá passar ser o TikTok, como era, aliás, vontade da antiga direção, mas cuja implementação não foi viável por inexistência de um profissional com competências específicas na equipa.

Apesar de alguns pontos de vista serem divergentes entre as duas direções analisadas, ambas reconhecem a importância em diversificar os canais e explorar novos formatos que acompanhem as mudanças nos hábitos de consumo. Todavia, em “Descrições das plataformas digitais”, verifica-se que as plataformas digitais continuam sem dinamismo significativo.

4.6.4.2.4. Rotinas produtivas

A atual diretora-executiva afirmou que “em termos editoriais, para já, vamos seguir o que se tem feito”, ou seja, a produzir conteúdos jornalísticos e de lazer, à semelhança das publicações impressas destinadas aos adultos. A editora concorda que a *Visão Júnior* mantém um equilíbrio entre conteúdos informativos e lúdicos, adaptando-os às faixas etárias do público-alvo, mas reconhece que a diminuição do número de páginas para 52, desde a pandemia, impactou negativamente a diversidade dos conteúdos.

Os desafios operacionais enfrentados pela *Visão Júnior* foram identificados na direção da Cláudia Lobo e intensificaram-se com o aumento das limitações financeiras e da diminuição de recursos humanos. Entre as dificuldades destacam-se o escasso investimento, equipa reduzida e falta de formação na área.

Numa perspetiva favorável, encontram-se valências que merecem ser destacadas na produção da revista. A equipa da *Visão Júnior* reconhece que a inserção numa marca maior de comunicação social traz facilidades produtivas. “Faz todo o sentido que se vá buscar colaborações, sobretudo quando existem jornalistas especializados em determinados temas que a *Visão Júnior* também trata”, explicou a atual diretora-

executiva. A antiga diretora também reconhece esta vantagem, especificando que “se é preciso escrever uma notícia sobre a guerra do Ucrânia, que é algo complicado, posso pedir ao editor do internacional para a ler e ver se ao simplificar não estou a desvirtuar o assunto”. Ainda explicou que a ausência de especialização era colmatada pela experiência da equipa, pelo suporte de especialistas académicos e pela aplicação de “algumas regras que tentamos seguir, as mais genéricas do jornalismo e depois outras específicas, como escrever frases curtas, períodos não muito compridos, não usar palavras, como pequeno, pequenotes, diminutivos, pois usar a terminologia dos jornalistas, como menores, é estereotipada”. No campo dos estudos académicos, salientou os trabalhos de Lúcia Marôpo²⁴⁸ como cruciais para “tratar dessas questões e de outras, como a ética”, contribuindo para uma mudança de perspetiva sobre vários assuntos.

Apesar da longa experiência, Cláudia Lobo admite que escrever para crianças é um desafio. Para ela há duas regras a seguir: “Olhar para o mundo como se fôssemos uma criança, não com o olhar estigmatizado do adulto” e “tem de se explicar tudo”. Por sua vez, Sara Belo Luís ressalta a dificuldade de manter um discurso informativo equilibrado, que respeite as capacidades cognitivas das crianças, detentoras de uma linguagem mais limitada, sem recorrer à infantilização. “A preocupação é colocar-se no lugar do leitor”, afirma a editora.

As três entrevistadas concordam que o jornalismo infantojuvenil exige uma linguagem própria e, apesar de base do generalista estar presente, são necessárias adaptações. “As respostas às perguntas da técnica da pirâmide invertida estão lá, mas sem uma estrutura tão rígida. Tento logo agarrar, como exemplo, com uma comparação, com uma frase engraçada”, explica a editora. Os textos para este público caracterizam-se por parágrafos curtos, títulos apelativos e uso parênteses, piadas e interjeições, elementos que não se verificam nos textos destinados aos adultos. A estrutura é também ajustada, uma vez que há necessidade de explicar conceitos ou palavras. Exemplificando, a editora aponta: “Não posso só escrever ‘as expressões idiomáticas são muito engraçadas’. Tenho de fazer um parêntese para explicar o que é essa expressão.

O planeamento editorial da revista obedece um esquema criterioso, de modo a prender o interesse dos vários leitores. “Tento que tenha textos corridos, que passem de uma página

²⁴⁸ Tendo como base os direitos das crianças, Lúcia Marôpo investiga sobre a sua representação e o consumo de notícias. Os seus trabalhos são abordados no enquadramento teórico desta investigação.

para a outra e, até de uma dupla para outra, para continuar a leitura; outros artigos mais pequenos, com caixinhas, com balõezinhos para os mais novos, que gostam de ler coisas mais pequenas”, esclarece a editora. Temas mais sensíveis são frequentemente organizados em várias caixas de texto explicativas, fotografias com legendas e infografias, de forma a tornar a leitura mais leve e acessível. Além dos textos, as imagens são cruciais na composição das páginas, incluindo ilustrações, infográficos e quadros, pois “são uma linguagem familiar, porque aprendem também na escola a ler quadros”.

No que diz respeito às fontes, valoriza-se as crianças como canal de informação. A editora esclarece que recorre a outros títulos do TIN para identificar conteúdos atuais e interessantes, pesquisa em outros órgãos de comunicação e anota as suas pesquisas ao longo do mês. Além disso, dispõe de uma carteira de contactos de especialistas, complementada pelas redes de colegas de outras redações, para abordar assuntos muito específicos.

4.6.4.2.5. Construção da agenda

As entrevistadas afirmaram que a seleção dos assuntos da *Visão Júnior* baseia-se prioritariamente pela temática, como se verificou na análise de conteúdo, em detrimento de critérios como proximidade geográfica ou protagonismo das figuras envolvidas. Embora se trate de uma revista mensal, há uma preocupação em produzir seis a sete breves na secção “Notícias” que sejam “minimamente atuais e que abarquem várias áreas”, indica a editora. Ciência, ambiente, política, saúde, desporto, arqueologia e notícias de prémios são alguns dos temas apontados. Alguns tópicos são escolhidos em função da agenda, como as eleições nacionais e de outros países como os Estados Unidos.

Na entrevista, Cláudia Lobo enfatiza que é preciso “saber o que pode interessar aos miúdos”. Por sua vez, Sara Belo Luís acredita que as crianças querem ler notícias e que estas têm as mesmas necessidades dos adultos: saber ler o mundo à sua volta e o país. No entanto, ressalva: “Não acho que se possa fornecer o mesmo tipo de conteúdos a uns e outros de forma indiscriminada, mas acho que há muitos mais cruzamentos do que aqueles que à partida poderemos pensar. Equilíbrio entre temas hierarquizados e páginas divertidas e de lazer”. Por esse motivo, a colaboração dos consultores juniores e dos leitores é fundamental na escolha dos temas para as diferentes secções. As sugestões são recolhidas tanto nas reuniões dos consultores juniores quanto nos *emails* enviados por eles; ambos constituíram momentos de observação por parte da investigadora,

confirmando a sua relevância. Contudo, a editora da *Visão Júnior* alerta que “temos de ter em conta que eles sugerem sem fazer ideia do que um artigo pode implicar em termos de produção, o que fazível e não”. Existem sugestões que não podem ser concretizadas, como a entrevista presencial à Taylor Swift ou Cristiano Ronaldo. Somente através da interação se recolhem estas informações, pois, de acordo com a atual diretora-executiva, não existe um estudo sobre o perfil dos leitores da *Visão Júnior*.

As três entrevistadas valorizam a voz das infantis para identificar os temas que lhes sejam interessantes, conhecer as suas preocupações, para depois definirem qual é o formato e género mais adequado para os produzir. Esta abordagem não vai só ao encontro dos princípios da Convenção sobre os Direitos da Criança (UNICEF, 1989), como também à ideia de que hoje é valorizado o desejo das infâncias contemporâneas no contexto do consumo (Bauman, 2008; Buckingham 2006; Furtado, 2013; John, 1999; Ponte, 2012).

“Não queremos colocar nada para debaixo do tapete, mas também não podemos correr o risco de, em vez de dar respostas, levantar ainda mais questões e causar inquietações”, afirma Cláudia Lobo. O ambiente é um exemplo temático que merece uma reflexão interna mais cuidada, pois a equipa entende que a constante divulgação notícias negativas pode provocar ansiedade nas crianças. Esta pode ser a explicação para a reflexão levantada na análise de conteúdo, quanto há pouca presença desta temática na revista. Este cuidado editorial reflete-se também no tratamento de matérias sensíveis, como os conflitos na Ucrânia e em Gaza, bem como na seleção das imagens com crianças. “Escolhi fotos com crianças, porque elas estão dentro do conflito, mas graficamente não são sensíveis. Não estão feridas, não estão a chorar, não estão em desespero. Estão presentes, porque fazem parte daquela realidade.”, explica a editora.

O enquadramento dado a temas específicos é, segundo Cláudia Lobo, um dos grandes desafios para a produção da revista. Em caso de dúvida, consultam especialistas, mas mesmo assim alguns assuntos, por falta de consenso ou orientação, são evitados, como o assédio sexual na Igreja²⁴⁹. Há outros tópicos delicados, como a sexualidade, que são debatidos e que acabam por ser abordados, mesmo sob o risco de receber queixas por parte de adultos. Um outro ponto crítico apontado pela ex-diretora é “a questão da

²⁴⁹ A entrevistada deu este exemplo em referência aos casos tornados públicos e divulgados por vários órgãos de comunicação na altura da entrevista.

representatividade das crianças no jornalismo, que não tem só a ver com jornalismo das crianças, mas com o jornalismo no seu todo”.

4.6.4.2.6. Participação das crianças

A participação das crianças no processo editorial da *Visão Júnior* constitui uma estratégia central desde a sua criação. Como salienta Cláudia Lobo, esta prática remonta a publicações populares, regionais e nacionais, do início do século XX, que já valorizavam a formação de novos leitores. “Antigamente, até era visto do âmbito comercial. Era o jornal para ser lido por toda a família. Tinha notícias, receitas de cozinha, palavras cruzadas e um cantinho para as crianças”. O desaparecimento deste modelo, segundo a antiga diretora, deveu-se às mudanças no modelo de negócio dos jornais e “isso foi um erro crasso”. Recorda ainda o suplemento *Juvenil* do *Diário de Lisboa*, sublinhado que, já na década de 60, existia “um grupo de consultores, visitas à redação e conversas entre os leitores”. A *Visão Júnior* resgata, assim, estas tradições e dá continuidade ao que outros jornais haviam promovido: promove a criação de conteúdos por leitores, o envio de correspondência para a redação e a constituição do grupo de consultores juniores.

Acredita-se que uma revista não deve ser só produzida para crianças, mas também pelas próprias. Essa convicção levou a equipa da revista a desenvolver, há mais de 15 anos, uma edição especial inteiramente produzida com textos dos leitores. A iniciativa partiu da questão: “O que é que tu gostavas de escrever?”. As escolas proponham temas que eram depois selecionados pela redação. Os leitores redigiam os textos, os quais passavam pela apuração e edição das jornalistas. Este foi um exemplo único, dada a elevada exigência de recursos humanos e financeiros.

De facto, a falta de recursos é lamentada pelas três entrevistadas ao impedir uma participação infantil mais regular. Este entrave também se reflete nas deslocações às escolas, que apenas ocorrem no âmbito do projeto “Miúdos a Votos”.

Atualmente, sob a nova direção, mantêm-se a tradição de consultar os leitores, envolvendo-os na seleção de temas e capas. Contudo, a editora salienta que deveria haver maior interação com o grupo de consultores, mas, mais uma vez, por falta de recursos não é viável, até porque “são demasiados, apesar de nem todos serem ativos”. Em 2024, o grupo contava com cerca de 42 membros, incluindo, curiosamente, um menino norte-americano residente em Portugal. Há também vontade para aprofundar a relação com os

restantes leitores, pois “temos espaços no papel e no *site* abertos a textos que poderão escrever, por exemplo, sobre a sua cidade”, afirma Sara Belo Luís.

Outra forma de participação infantil na *Visão Júnior* ocorre através da secção “Repórter Júnior”, que promove o desenvolvimento de competências como a escuta ativa e a formulação de perguntas. Esta atividade jornalística exige preparação prévia, estabelecendo-se uma relação de colaboração em equipa entre a jornalista e a criança. Após obter as autorizações dos pais, a editora fornece as explicações, por telefone, do local da entrevista, os intervenientes e o desenrolar da entrevista. Além disso, dá-lhes dicas sobre como escrever o guião de perguntas: “Não tenham medo daquelas perguntas que os pais dizem ser parvas e não se preocupem só em fazer as perguntas que levam no papel”. A editora explica-lhes que “uma boa entrevista também tem a ver com a escuta ativa, para ouvirem o que o entrevistado está a dizer e não estar preocupado em passar logo para a pergunta seguinte”. No local, ela intervém apenas se perceber alguma dificuldade por parte da criança. “Isto é uma aprendizagem para eles”, remata. Contudo, tal como acontece no *Radar XS*, as crianças não intervêm na edição nem têm acesso à peça jornalística antes da publicação. A investigação de Ferreira e Doretto (2024b) sobre a secção “Repórter Júnior” revela que este procedimento editorial pode beneficiar de uma maior participação infantil, por exemplo na discussão sobre o título e a escolha de fotografias. É também assinalado que seria desejável que as crianças tivessem acesso, em primeira mão, ao resultado, pois “potencia um maior sentido de pertença, reconhecimento e participação” (Ferreira & Doretto, 2024b, p. 17). O caso prático da *Amazônia Vox* (2023)²⁵⁰ indica como pode desenvolver-se uma experiência mais colaborativa entre as crianças e o jornalismo. Nardin (2023) explica que esta plataforma brasileira implementou um processo de revisão de textos das reportagens especiais por estudantes do ensino médio de escolas públicas, com o objetivo de contribuíram com apontamentos críticos para aperfeiçoar exemplos ilustrativos e facilitar a compreensão do texto. Esta ideia foi, aliás, inspirada numa outra iniciativa de duas pesquisadoras brasileiras, que publicaram artigos numa revista científica infantojuvenil, *Frontiers for Young Minds*²⁵¹, após os textos terem sido revistos por crianças de 8 a 15 anos.

²⁵⁰ <https://www.amazoniavox.com>

²⁵¹ <https://kids.frontiersin.org>

4.6.4.2.7. Importância do jornalismo para a literacia para as notícias

No plano conceptual, a missão do jornalismo infantojuvenil gera algum debate entre as entrevistadas. Enquanto Cláudia Lobo e Sara Belo Luís enfatizam o papel informativo e formativo da revista, ambas destacam que informar os mais novos é um direito que deve ser garantido pela sociedade. “O nosso foco é o direito das crianças estarem informadas. Há uma obrigação nossa enquanto sociedade de trabalharmos para isso”, afirma a antiga diretora; na mesma linha encontra-se a atual direção ao reforçar que o jornalismo infantojuvenil como um “ato pedagógico” e de “serviço público”. Em contrapartida, a editora prefere posicionar a revista como uma publicação de informação geral, considerando que a formação das crianças não é atribuição direta do jornalismo, mas uma consequência do acesso à informação de qualidade.

As três entrevistadas estão de acordo que o preconceito existente em relação a esta especialização constitui um obstáculo significativo, por fazê-lo ser visto como menos prestigiante, o que dificulta a atração de profissionais para a área. A antiga coordenadora-geral indica que “a grande dificuldade é recrutar bons profissionais que valorizem e não considerem menor o jornalismo para crianças”. Contudo, a percepção vai-se alterando quando outras redações do grupo escrevem para a *Visão Júnior* e concluem que, afinal, não é assim tão fácil. Mediante a dificuldade, perguntam: “Como é que se explica uma coisa que, para nós adultos, já é completamente absorvida e entendida?”, revela a editora. Nesse caso, explica aos colegas da *Visão* que a redação, adaptação e edição destes textos para crianças têm de ser feitos com os “olhos de uma criança”.

A editora também alerta para o facto do jornalismo infantojuvenil ser desvalorizado, ao considerar que “ninguém, nem no jornalismo nem fora dele, acha que este é um assunto importante, que informar os mais novos é importante”. A inexistência de formação universitária e de sensibilização por quem pratica e ensina jornalismo agrava este cenário, na sua opinião. Segundo a editora da *Visão Júnior*, o jornalismo infantojuvenil

não é falado, não é pensado, não é discutido como um bem das crianças, que são cidadãos de plenos direitos e, portanto, é quase impossível uma criança ou um jovem ler um jornal, uma revista ou até ver os noticiários televisivos e compreender o que é que se passa a sua volta.

Este ponto foi, aliás, um dos mais debatidos na observação. Outra voz crítica é a da antiga diretora, para quem o primeiro foco da literacia mediática deveria ser ensinar as crianças

a importância de estarem informadas, despertar o interesse pelas notícias e explicar que, se elas se mantêm bem informadas, tomam melhores decisões. Para Cláudia Lobo “a primeira coisa deveria ser a informação e não a desinformação”. Este é, precisamente, o propósito da *Visão Júnior*: Escrever notícias para o público infantil, de modo a introduzi-las no jornalismo. A investigadora do presente estudo trouxe à luz este debate, inserido num outro sobre a formação de jornalismo para crianças do primeiro e segundo ciclos. Ela considera “que, para este público, antes de se avançar para os temas da desinformação e *fake news*, os participantes têm de possuir conhecimentos de raiz, ou seja, saber o que é o jornalismo e uma notícia” (Ferreira, 2024, p. 135). Neste ponto, também sublinha-se a intervenção direta dos jornalistas-formadores²⁵² nos projetos de literacia para as notícias nas escolas, defendida por alguns autores (Brites, 2015, 2019; Brites & Pinto, 2017; Ferreira, 2024; Jaakkola, 2022; Tomé, 2019).

Por sua vez, Sara Belo Luís questiona: “Como é que fazemos uma criança leitora, se o professor não é, o pai ou avó?”. Na sua opinião, o jornalismo desempenha um “ato de resistência democrática”, num mundo onde a dispersão da informação e as *fake news* proliferam. Complementa a ideia ao referir que a rotina de assistir ao telejornal das 20h na maioria das casas portuguesas deu lugar aos caos informativo, que “só uns privilegiados têm ferramentas para conseguir organizar”. Torna-se, por isso, urgente a criação de novas rotinas de consumo informativo para as gerações mais jovens.

Face a este panorama, quer a atual quer a ex-diretora da revista destacam a necessidade de formar professores para que compreendam e valorizem o papel da informação, “porque não interessa saber como se faz uma reportagem, se os professores não leem reportagens”, afirma Cláudia Lobo.

4.6.5. Síntese final

As entrevistas realizadas com as diretoras, coordenadoras e editoras da *Visão Júnior* e do *Radar XS* permitiram recolher dados inéditos e confirmar informações apuradas na análise de conteúdo e observação. A triangulação metodológica adotada permitiu que a investigadora consolidasse as reflexões e os resultados do presente estudo, não só a

²⁵² Certificado de Competências Pedagógicas (CCP) e Certificado pelo Conselho Científico-Pedagógico da Formação Contínua (CCPFC) nos domínios de Jornalismo, Ciências da Comunicação e/ou Literacia Mediática.

confirmar informações, mas também a encontrar explicações e contradições. A oportunidade, não prevista inicialmente, para comparar as estratégias e visões das duas direções analisadas, por meio das entrevistas, revelou-se um enriquecimento para este estudo.

Em primeiro, as considerações específicas do *Radar XS*. Os discursos dos coordenadores-gerais entrevistados aproximam-se nas dificuldades, desafios e vontade em fazer crescer o noticiário, quer a nível digital com novos formatos quer editorial com métodos não tradicionais e criativos. No entanto, verifica-se uma maior inquietação por parte de João Barreiros que esta vontade se materialize, além de considerar que tem meios mais favoráveis para o concretizar, como, pelas suas coordenações da RTP Ensina e do departamento de Multimédia da RTP, o qual integra o segmento Atualidade Jovem, no qual, por sua vez, está inserido atualmente o *Radar XS*. Estabelece-se desta forma uma ligação à questão colocada, no primeiro capítulo, por Ponte e Brites (2023, p. 230) sobre se os formatos e conteúdos do *Zig Zag*, da RTP, conseguem acompanhar a inovação tecnológica e a concorrência dos *media* digitais presentes no quotidiano do público mais novo? A este respeito, as autoras sinalizam que, apesar dos interesses das crianças estarem a deslocar-se dos meios tradicionais para os novos ambientes digitais, regista-se uma coexistência entre ambos.

Embora o crescimento do noticiário infantojuvenil seja uma ambição vincada da nova direção, este depende de mudanças estruturais significativas, que têm vindo a ser feitas gradualmente desde dezembro de 2023. A transição para um formato multiplataforma, com maior presença digital e produção ágil, é essencial para competir com as novas formas de consumo informativo das crianças integrada nas redes sociais, embora se saiba que estas não são feitas para elas.

A equipa do *Radar XS* considera – em linha com as ponderações da investigadora – que o programa tem características que o tornam um potencial único para ligar as crianças ao mundo jornalístico, à literacia para as notícias e um contributo para o seu empoderamento e cidadania ativa. Para o efeito, um dos primeiros passos é a administração da RTP reconhecer as capacidades valorativas do noticiário infantojuvenil e apostar numa comunicação para lhe conferir visibilidade e estratégia efetiva e prática, tal como a caracterização deste veículo permitiu perceber e é recomendado por Ponte e Brites (2023). Neste cenário, reflete-se sobre o seu posicionamento dentro da “casa-mãe”. Isto é, ser um noticiário fora do departamento da informação da RTP, estar inserido na marca *Zig Zag*,

cujo conceito é inoperacional ao dirigir-se a crianças com faixa etária alargada e ser uma *slot* do canal RTP 2, cujo slogan “Culta e Adulta” parece ser contraditório para a inserção de um programa de informação para crianças.

De seguida, as considerações sobre a *Visão Júnior*. As três entrevistas refletem o esforço da revista para adaptar-se aos desafios de um mercado em transformação e de mudanças nos hábitos de consumo de notícias, sem perder de vista a missão de informar as crianças. Esta identidade e missão são semelhantes nas duas direções e são reconhecidas pela editora. Os pontos diferenciadores entre Cláudia Lobo e Sara Belo Luís são distinguidos nas perspetivas que adotaram nas respostas. Enquanto a primeira se expandiu nos processos de construção noticiosa da revista, a segunda falou mais de distribuição, parcerias, comunicação e do posicionamento integrador da revista no seu grupo. A diferença entre ambas é, portanto, percebido ao nível da experiência em jornalismo infantojuvenil, justificado por Cláudia Lobo ter fundado a revista e ter somado quase 20 anos de experiência. Com a sua saída, a produção da revista ficou entregue quase exclusivamente nas mãos da editora.

A *Visão Júnior* enfrenta problemas, que recuam à época de análise da direção da Cláudia Lobo, mas que se foram agravando até ao fim do período do estudo. A realidade desta publicação acompanha a queda da imprensa e insere-se no cenário atual da crise do jornalismo, mas com a agravante de ser reconhecida como um produto secundarizado em comparação com outros títulos, prioritários numa suposta fase de superação. À data identifica-se a vontade de continuar com o projeto, introduzindo algumas mudanças, embora, a incerteza do futuro da sua sustentabilidade financeira e continuidade no mercado esteja para além do período metodológico do presente estudo.

De um modo generalizado, as informações apuradas nas entrevistas realizadas aos elementos do *Radar XS* e da *Visão Júnior* encontram eco na análise de conteúdo e observação, e contam com a sustentação do quadro teórico para analisar os dados. Além disso, verifica-se que ambos os meios de comunicação analisados partilham desafios e dificuldades semelhantes, mas percebe-se, igualmente nas suas respostas, paixão pelo jornalismo que praticam para as crianças e pelas visões que ambicionam para os seus veículos (Parks, 2021).

Um dos pontos comuns a todos os profissionais entrevistados é o reconhecimento da secundarização dos seus meios de comunicação dentro do grupo a que pertencem, os

quais considerem menor o jornalismo para crianças, o que tem implicações no financiamento, visibilidade, recrutamento de profissionais e recursos dedicados a esses projetos. O que não é verdade, pois o jornalismo infantojuvenil é uma produção de grande complexidade, tal como enfatiza a jornalista-pivô do *Radar XS*: “Quem consegue fazer bom jornalismo para crianças, consegue fazer para todos”. Resgata-se uma ideia que merece ser aqui destacada: O jornalismo infantojuvenil “não é falado, não é pensado, não é discutido como um bem dos mais novos, que são cidadãos de plenos direitos e, portanto, é quase impossível uma criança ou um jovem ler um jornal, uma revista ou até ver os noticiários televisivos e compreender o que é que se passa a sua volta” (entrevista editora *Visão Júnior*). Como apontado por Marchetti (2020, p. 247), estes estigmas podem ocorrer dentro dos próprios meios de comunicação generalizados, onde os jornalistas especializados “precisam obter credibilidade de especialista diante de seus pares, principalmente da chefia de redação do veículo em que trabalham, mas também demonstrar as qualidades exigidas dos jornalistas em geral”. A propósito Marôpo (2013, p. 94) refere que os assuntos sobre a infância no jornalismo produzido para adultos, geralmente publicados na secção “sociedade”, são vistos “por muitos como uma área menor, onde os profissionais iniciam a sua carreira antes de se especializarem em economia ou política”. Assim o primeiro passo para a mudança de mentalidade estratégica tem de ser dado pelos grupos de comunicação, a quem cabe priorizar e investir mais neste público. Os casos oriundos do exterior, de maior ou menor sucesso, apresentados em “Cenário internacional”, podem servir de exemplo.

Na correlação entre os dados obtidos, afirma-se que, em traços gerais, o futuro reside na capacidade de sustentabilidade financeira, equilíbrio entre tradição e inovação, autonomia produtiva, descentralização geográfica noticiosa, formação especializada e reforço colaborativo, sobretudo com instituições educativas. Tal como é reconhecido por Gonnet (2007), as escolas são locais privilegiados para se implementar e cultivar a ligação das crianças com o jornalismo (Hobbs, 2010).

No que concerne à produção produtiva do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, há consciência de que mais poderia e poderá ser feito. Este é, aliás, um resultado também trazido da observação e que as entrevistas reforçaram. Há mais de 40 anos, com o primeiro noticiário infantojuvenil da RTP, os jornalistas já reconheciam como era difícil fazer jornalismo para as crianças²⁵³. A dificuldade mantém-se após estes anos e de distintas naturezas. As

²⁵³ Pode ler-se em “Caraterização dos estudos de caso” em *Radar XS*.

falas dos entrevistados do atual estudo sublinham a exigência desta produção – dificultada pela ausência de um manual de estilo – e o compromisso em produzir tendo em consideração a adaptação da linguagem e dos formatos, para que possam ser compreendidos sem mediação (Campos, 2018).

A base do jornalismo está presente, mas são feitos ajustamentos à linguagem simplificada e atrativa, à estrutura noticiosa (exemplo, às respostas da técnica da pirâmide invertida) e ao cuidado com a explicação (exemplo, de palavras e expressões idiomáticas) e contextualização (exemplo, motivos e localização de um conflito). Tem de se assumir que a criança não sabe nada sobre o assunto quando se conta a história. Além disso, as imagens (fotografias, vídeos e infográficos) e o design gráficos são cruciais para sua transmissão.

A falta de tempo e de recursos são outros constrangimentos, o que corrobora o apontado no enquadramento teórico no estudo de Matthews (2005) ao *Newsround*, nomeadamente na necessidade dos mesmos para a preparação das crianças antes das entrevistas. Tal como foi referenciado por Marôpo (2013). A participação infantil nos programas requer um processo exigente de planificação e acompanhamento prévios. Veja-se o caso das rubricas do “Repórter XS” e do “Repórter Júnior”, nas quais são dadas oportunidade para participarem no processo jornalístico. No entanto, compreende-se pelas entrevistas a necessidade de dar formação às crianças e de ter recursos técnicos para a otimização desta experiência. A limitação temporal e a insuficiência de recursos humanos qualificados, tem também impacto na impossibilidade de se estabelecer relações mais estreitas com as escolas, por exemplo, realizar visitas regulares, e de se criar um conselho consultivo mais dinâmico e colaborativo.

No enquadramento teórico, os pais são mencionados como facilitadores na transmissão de saberes (Vygotsky, 2007), entidades de imitação de comportamentos e de influência para conversar sobre as notícias com os filhos; contudo, como se apurou pelas respostas das entrevistas – e que já foi levantado na análise de conteúdo –, coloca-se em questão este papel ao denotar-se a ausência de consumo de notícias por parte dos adultos. Além disso, as crianças hoje têm cada vez mais autonomia no uso dos dispositivos móveis e estão mais isoladas numa “cultura de quarto” (Livingstone, 2007, p. 303).

As entrevistas realizadas confirmaram e aprofundaram a compreensão da temática como um dos critérios editoriais fundamentais, anteriormente evidenciada na análise de

conteúdo e na observação. Contudo, revelaram a não valorização da proximidade, em termos geográficos, como valor-notícia (Traquina, 2007) na produção jornalística infantojuvenil, como aliás se evidencia nos estudos de Candeias (2005) e Carter e Allan (2005), nos quais as notícias não devem ser construídas preferencialmente a partir do local e da comunidade onde as crianças estão inseridas, mas sim procurar um equilíbrio com o internacional. O estudo YouNDigital – Jovens, Notícias e Cidadania Digital (Universidade Lusófona, 2025) vem também corroborar que as notícias locais não geram interesse nos jovens, estando em linha com a ideia de que as crianças em Portugal, através do ambiente digital, conseguem estar mais estão conectadas com uma rede global de informação (Cardoso et al., 2024; Menezes, 2024; Pereira et al., 2024; Ponte & Batista, 2019). Os resultados das entrevistas mostram que o recurso a fontes de informação e o contar histórias em notícias e reportagens concentradas em Lisboa é por conveniência ao existirem meios de produção limitados para deslocações a outros pontos do país e não necessariamente com a preocupação de se valorizar o jornalismo local. Os resultados de Silveira (2019, p. 381) mostram o contrário, “os media jornalísticos locais ganham protagonismo, ao contrário dos nacionais, os quais, para as crianças, apenas divulgam pontualmente notícias sobre o concelho onde vivem, a não ser quando algo de muito relevante acontece”. Os dados evidenciam pontos de vista diferentes, podendo ser benéfico o aprofundamento destas questões, quer para as crianças quer para o jornalismo local, através das escolas e da literacia para as notícias. Apesar desta questão já ter merecido uma reflexão teórica, deve ser agora retomada. Esta perspetiva suscita uma discussão mais ampla, sobre o papel dos *media* regionais e locais no universo infantil, levantando as questões: que tipo de relação pode ser estabelecida entre estes veículos e o público infantojuvenil e em que formato? Tal questionamento ganha relevância no cenário de crise do jornalismo regional e local (Jerónimo et al., 2022), associada, entre outros fatores, ao desinteresse das novas gerações pelo impresso (Maneta et al., 2024). Neste estudo, defende-se que a prática jornalística de proximidade e a abordagem global não se anulam mutuamente. Considera-se que a prática de proximidade pode responder à desinformação e promoção da cidadania ativa, como é justificado e exemplificado no livro “Comunicação comunitária e jornalismo de proximidade”, com edição de Melo e Jerónimo (2022). Nesse sentido, também Silva e Bueno (2022) respondem, através da sua pesquisa sobre o suplemento infantil brasileiro *O Progressinho*, que o jornalismo local, por um lado, fortalece a valorização cultural e étnica da comunidade; por outro lado, pode enfatizar o papel infantil na prática noticiosa através da promoção de espaços onde as

crianças podem expressar opiniões e integrar conselhos editoriais de um modo mais próximo.

As entrevistas demonstram também ser uma fase relevante para explorar a abordagem mais ajustada às crianças e a consulta de fontes de informação, nomeadamente de especialistas adultos, no caso do *Radar XS*. Este aspeto não foi completamente esclarecido na análise de conteúdo e observação, subsistindo algumas dúvidas, corroborando os estudos de Arroyo (2017).

A construção noticiosa destaca-se pelo envolvimento das crianças, valorização das suas vozes e dignificação da sua representatividade. Aqui, a consulta dos mais novos como fontes de informação é um desafio para a inclusão. Ambos os meios atendem ao perfil do leitor/espetador descrito por Doretto (2015, p. 27): “Criança (e não adulto), ativo, interessado e crítico e que tem direito a conhecer o que acontece ao redor interessada pelo que está à sua volta”. Contudo, os entrevistados dos dois meios de comunicação defendem que devem noticiar, não apenas o que interessa à criança, mas também o que se passa no mundo, como afirmou Cláudia Lobo. Contudo, relativamente a este ponto foram encontrados aspetos significativos para reflexão.

Também nas entrevistas se verifica a importância dos temas na construção da agenda. Neste contexto a reportagem é uma aposta mais visível pelos veículos que ultrapassa o puramente noticioso. Apesar de se ter verificado que o que é dito nas entrevistas é o que é feito e apurado na análise de conteúdo, percebe-se um certo desequilíbrio na correlação com a análise categorial entre as temáticas mais abordadas no *Radar XS* e *Visão Júnior*. A diminuta frequência de temas, como nas categorias da guerra e conflitos, política, economia e religião, não corresponde à significativa preocupação manifestada nas entrevistas em noticiar a atualidade do mundo. Pelo contrário, na análise de conteúdo, as categorias com maior frequência são as dedicadas às *soft news*. Reforça-se, portanto, que são os possíveis gostos e interesses das crianças que regem a seleção editorial de ambos os meios de comunicação. Sem esquecer, no entanto, que a falta de tempo nestas equipas reduzidas também é uma condicionante. A justificação da diminuta abordagem de alguns temas pode ainda residir nas preocupações quanto ao impacto que os acontecimentos de maior fragilidade podem desencadear no público mais novo. Contudo, a investigadora considera que, embora relatar o mundo possa gerar dúvidas e inquietações, os jornalistas devem noticiá-lo, pois as crianças já estão expostas às informações em outros contextos,

como em casa ou na escola. Tal como afirmam os autores (Witschge et al., 2010, p. 12), “os meios de comunicação podem não nos dizer o que pensar, mas definem a agenda sobre o que devemos pensar e desempenham um papel central na informação das nossas esperanças, medos e desejos”. Nesse sentido, em vez de um jornalismo infantojuvenil não incomodativo deve-se praticar um sem “almofadar” (termo usado por Andrea Basílio) a realidade vivenciada, servindo-se da contextualização e, se possível, de resoluções, que podem, levar a criança a formar uma opinião e até apaziguadas. Concorde-se com o que foi referido na peça “Produção noticiosa”, que o excesso de proteção às notícias mais sensíveis pode prejudicar a cidadania dos mais novos (Carter et al., 2021, p. 354).

Na linha de pensamento, justifica-se questionar: mas não será esta a função do jornalismo de especialidade? Retomando o que já abordado em “Orientações do jornalismo Especializado”, Orive e Fagoaga (1974), na década de 70, afirmaram que cabia à especialização diagnosticar os problemas da sociedade, segundo certa área de interesse, discutindo possíveis soluções e servindo para uma consciência crítica. Portanto, atribuiu-se à especialidade a função de buscar e intermediar saberes específicos na sociedade, construindo um tipo de discurso noticioso e informativo. Apesar do jornalismo infantojuvenil não ser historicamente tratado na teoria do jornalismo especializado²⁵⁴, este é produzido para um grupo com características específicas que se coloca na sociedade como um todo. Contudo, o desenvolvimento do jornalismo especializado dá-se com a profissionalização dos jornalistas, cuja especialidade é adquirida pela experiência e pela formação universitária (Isani, 2007), ora, que nas entrevistas, na observação e no quadro teórico, tornou-se evidente que tal formação é inexistente. Não só essa, como também a aptidão formativa dos jornalistas saberem lidar com crianças.

Na correlação entre esta reflexão e as respostas não consensuais dos entrevistados sobre as funções formativa e educativa do jornalismo infantojuvenil, justifica-se colocar mais uma outra questão: mas não será a educação uma das funções da especialidade? Considera-se a resposta afirmativa, entendendo que os processos e práticas educativos são os quais “o educando se transforma (...) em ordem a um desenvolvimento que se pretenda integral” (Boavida & Amado, 2008, p. 155). A educação é, portanto, a “condição da própria dinâmica social e, esta, por sua vez, da própria coesão de toda a sociedade” (Boavida & Amado, 2008, p. 161). O jornalismo infantojuvenil faz parte desse processo

²⁵⁴ Em Portugal foi, pela primeira vez, integrado, na obra de dois volumes “Jornalismo de Especialidade”, lançada em 2024, escrita pela investigadora em coautoria com Juliana Doretto.

social dinâmico e o jornalista é “em última análise, um educador” (Dines, 1977, p. 117). Esta ideia é, aliás, defendida pelos jornalistas que produziram o primeiro noticiário infantojuvenil da RTP, *O Jornalinho*, em 1984²⁵⁵.

Além disso, através das entrevistas, mas também da análise de conteúdo e observação, verificou-se que muitos dos temas abordados nas notícias do *Radar XS* e *Visão Júnior* estão alinhados com a Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania²⁵⁶ e a disciplina curricular de Cidadania e Desenvolvimento, abrangendo saúde, direitos humanos, igualdade de género, interculturalidade, literacia financeira, voluntariado e educação ambiental.

Estas referências reforçam as críticas apresentadas por Ferreira e Doretto (2024a) no capítulo de livro sobre o jornalismo infantojuvenil em Portugal. Não obstante a longa tradição desta especialidade, a experiência consolidada no mercado por parte dos dois veículos e os sucessivos estudos sobre literacia mediática, o jornalismo dirigido a crianças permanece desvalorizado tanto pelos próprios jornalistas como pela sociedade em geral. Além disso, continua a haver pouco investimento e um reduzido número de veículos, *offline* e *online*, com a perda iminente de mais um título no presente momento.

Uma última consideração sobre o diálogo estabelecido entre a investigadora e os profissionais entrevistados na fase metodológica. Desde os primeiros contactos estabelecidos, em 2021, se percebeu o interesse em colaborar na presente investigação e agendar as entrevistas iniciais. A vontade de Andrea Basílio e Cláudia Lobo foi desde logo expressa no gesto de querer contribuir para a submissão da candidatura deste projeto à bolsa de doutoramento à FCT ao enviarem cartas de cooperação, nas quais manifestaram a importância do presente estudo (Anexo C). Tal reconhecimento também veio das editoras dos dois veículos, que, apesar dos vários constrangimentos experienciados ao longo da etapa metodológica, demonstraram cooperação até a fase final das suas entrevistas. Todos os profissionais entrevistados atribuíram potencial à investigação científica e revelaram interesse em conhecer os resultados para retirar implicações práticas, servindo para colmatar a falha de nenhum dos veículos conhecer o perfil do seu público, por falta de estudos desse âmbito. É pertinente relacionar esta questão com o envolvimento em pesquisa-ação de uma investigadora, com formação e experiência

²⁵⁵ Pode ler-se em “Caraterização dos estudos de caso” em *Radar XS*.

²⁵⁶ Integra um conjunto de direitos e deveres que devem estar presentes na formação cidadã das crianças e dos jovens portugueses. Para saber mais, consultar <https://www.dge.mec.pt>

jornalística, em estudos jornalísticos (Ferreira, 2024), podendo ser relevante em processos de mudança ao sinalizar, refletir e apresentar pistas para novos caminhos (Örnebring, 2018). Ponte e Brites (2023), no *Serviço público de média: Livro branco* com as recomendações para o novo Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e de Televisão, referem a importância de se criarem mecanismos de consulta e de estudo, promovendo o diálogo entre instituições, escolas, famílias, e Academia para recolher opiniões e comportamentos dos diferentes públicos infantojuvenis. O diálogo entre a academia e a instituição está também, aliás, mencionado, no Projeto Estratégico 2024-26 Transição Digital-Nova ambição. Nova organização. Novos processos (RTP, 2024, p. 14), ao exprimir vontade em “criar momentos de partilha de experiências entre jornalistas, incluindo de outros órgãos de comunicação social, academia, etc.”. A presente tese permitiu dialogar com as realidades de uma instituição pública e uma privada, especificamente num processo de produção jornalística.

Jornalismo infantojuvenil: Construção especializada e segmentada
para crianças contemporâneas – Rotinas produtivas da *Visão Júnior* e *Radar XS*

Conclusão

Compreender em que medida se define o jornalismo infantojuvenil como uma área especializada no campo do jornalismo nacional e como são construídos os produtos jornalísticos para o público infantojuvenil foram as questões que estruturaram os três objetivos específicos e orientaram todos os encaixes das peças investigativas (teóricas e empíricas) que compõem esta investigação.

Dada a complexidade das temáticas e reconhecendo a impossibilidade de abarcar a totalidade das suas dimensões, esta investigação inscreve-se nos estudos de sociologia da infância e de jornalismo. Encaixaram-se duas peças centrais que habitualmente não se encontram juntas em estudos nacionais, a construção da infância e a produção jornalística infantojuvenil, focada nos casos do noticiário *Radar XS* e da revista impressa *Visão Júnior*. Como ficou claro, a compreensão do processo jornalístico infantojuvenil só pode ser adquirida através do entendimento da infância enquanto categoria social, histórica, cultural e geracional. A sociologia da infância ofereceu o enquadramento teórico necessário para situar a criança como sujeito de direitos, com agência, voz, necessidades e interesses de consumo mediático. O jornalismo infantojuvenil foi moldado a partir das suas esferas generalista e especializada e apresentado como um desafio organizacional e produtivo com diversas especificidades. As perspetivas teórica e empírica revelam que o cenário do jornalismo dirigido às crianças é marcado por oscilações e reinvenções – e até pelo esquecimento, ao não ser incluído na história do jornalismo português nem no jornalismo de especialidade –, com dificuldades estruturais, económicas e escassa valorização dentro do próprio campo profissional. É compreensível que mediante este cenário se repense no interesse infantil pelo jornalismo e se é viável produzir conteúdos informativos para este público. A resposta é “sim”. Ao longo deste estudo, constata-se que a criança situada na “faixa etária sanduiche” (dos 7 aos 12 anos) consome notícias (mesmo que não as acompanhe ou procure) e está interessada pelo que acontece ao seu redor; é curiosa e explora o “porquê” e o “como”; e tem os adultos de referência como entidades de imitação. Após a correlação destas peças encaixadas no enquadramento teórico, seguiu-se a triangulação metodológica nos dois estudos de caso, o *Radar XS* e a

Visão Júnior. Esta opção revelou-se acertada, não só para confirmar informações, mas também para encontrar explicações e até contradições, permitindo, assim, a consolidação das questões e dos resultados. Contudo, terminado o projeto, foi possível lançar um olhar crítico sobre o processo e identificar que estas opções metodológicas estiveram envolvidas em limitações e constrangimentos de natureza variada. Em primeiro, a dimensão do projeto, cuja articulação de todas as fases metodológicas, análise e interpretação do grande volume de dados, tornou-se desafiante e exigente. Procurou-se ter sempre o foco na extração de dados que respondessem às questões e aos objetivos da investigação. Em segundo, a categorização da análise de conteúdo, a observação e as entrevistas que envolvem critérios por vezes subjetivos, e isto conduziu ao terceiro constrangimento identificado. Não prevendo observar as mudanças estruturais que se instalaram na *Visão Júnior* e no *Radar XS* e ainda testemunhar a notícia da situação crítica financeira da revista, a investigadora teve de ser flexível para se adaptar aos contextos inesperados. Numa perspetiva otimista, a decisão de prolongar o estudo, mediante esta reestruturação, permitiu estabelecer comparações entre as duas direções editoriais de cada título e obter resultados mais atuais e enriquecedores para as discussões e resultados. Além disso, permitiu observar a adaptabilidade, resiliência e motivação das equipas, apesar das incertezas e obstáculos. O quarto desafio relaciona-se com as limitações do calendário. Previa-se o contacto com as administrações de cada grupo, mas encontrou-se dificuldade no acesso, remetendo-se para as direções dos dois veículos em causa. Reconhece-se que os seus contributos poderiam ser válidos para o domínio económico dos projetos, mas, em vicissitude do prolongamento do período metodológico, não houve tempo para prosseguir com tentativas de contacto. Por último, a dificuldade em encontrar estudos de produção que relacionassem a construção da infância e o jornalismo infantojuvenil para consolidar a revisão da literatura. Apesar das questões trabalhadas se apoiarem em alguns estudos de receção e com idades acima da “faixa etária sanduiche”, considera-se que as visões teóricas escolhidas para esta investigação tornaram-se peças-chave para o desenvolvimento do trabalho empírico.

Apesar destas limitações, a presente investigação prosseguiu com ajustamentos e, embora não se possa generalizar os resultados obtidos, estes constituem contributos relevantes para o entendimento da produção do jornalismo infantojuvenil na construção da infância. Sustentado pelos quatro objetivos específicos, este trabalho procurou verificar a validade de três hipóteses orientadoras. A primeira – de que a produção de informação para

crianças apresenta qualidade jornalística por estar enquadrada nos critérios noticiosos e ser produzida por jornalistas profissionais – foi confirmada. É possível concluir que o *Radar XS* e a *Visão Júnior* produzem um tipo específico de jornalismo segmentado e especializado, que partilham o tronco comum com a prática generalista, mas com particularidades próprias para o público infantojuvenil, nomeadamente no recurso à personalização, simplificação, consonância, relevância, contextualização, linguagem acessível, participação infantil e “estratégias de consolação”. Nas três fases metodológicas ficou evidente que os veículos estudados seguem os valores-notícia clássicos de Traquina (2007) articulados com os de Harcup e O’Neill (2017). Também se constatou que a temática funciona como um critério editorial fundamental para a construção da agenda. No entanto, apesar da diversidade dos temas, verifica-se que os que mais se destacam mantêm-se similares aos identificados em estudos anteriores. A *Visão Júnior* privilegia os factos loucos e recordes e mantém predominante os animais, enquanto o *Radar XS* privilegia mais as efemérides e dias comemorativos, bem como a sociedade e o desporto.

Ambos os títulos demonstram preocupação em relatar factos que envolvam crianças, com enfoque no inspiracional, conquista, realização, com uma abordagem positiva, inspiracional e de alegria. Neste contexto, conclui-se que o jornalismo infantojuvenil dialoga com os modelos de jornalismo construtivo e de soluções, mostrando não apenas os problemas, mas respostas possíveis e iniciativas transformadoras. Embora tenham sido identificadas estas particularidades, é necessário sublinhar que se considera que o jornalismo infantojuvenil não deve ser produzido apenas com estes ângulos positivos, uma vez que não é essa a realidade do mundo, nem que lhe seja atribuída a responsabilidade de resolver problemas. A atual investigação assume a posição de uma produção simultaneamente capacitadora e protetora, ou seja, que exponha as crianças à realidade do mundo – com conteúdos adequados, sem necessitar de mediação institucional nem familiar –, usufruindo do seu direito à informação, mas que tenha em conta igualmente os seus interesses, necessidades e bem-estar, conforme o seu direito à proteção.

Apesar de, nas reuniões do *Radar XS* e da *Visão Júnior*, ter-se assistido à preocupação das jornalistas em informar sobre a atualidade, o que se constatou é que as agendas são construídas amplamente a partir de assuntos previsíveis. Apesar, de não evitarem

conteúdos mais sérios e sensíveis, que tradicionalmente são destinados a um público adulto, continuam a privilegiar – sobretudo a *Visão Júnior* – as *soft news*.

No que diz respeito ao perfil dos jornalistas, concluiu-se que as equipas editoriais do *Radar XS* e da *Visão Júnior* contam com profissionais com carteira profissional e vasta experiência. É através da prática e da troca de conhecimentos entre colegas que aprendem a “fazer” o jornalismo especializado para as crianças, por falta de especialização na área. As redações são predominantemente femininas e estruturam-se de modo menos hierarquizado, mais reduzido, flexível, colaborativo e cumulativo de funções do que o jornalismo produzido para adultos.

Torna-se evidente o modo como o jornalismo infantojuvenil é produzido e indica-se que a falta tempo, a inexistência de formação especializada, a pressão do mercado, as equipas reduzidas e a desvalorização profissional são constrangimentos que dificultam as rotinas produtivas, influenciam as escolhas dos *gatekeepers*, a construção de agenda e a participação infantil.

A segunda hipótese – de que o jornalismo infantojuvenil não reflete a conceção da criança contemporânea como detentora de direitos à informação e à participação – não se confirmou. O *Radar XS* e a *Visão Júnior* são veículos que garantem os direitos à informação e à participação infantil, cumprindo dois pontos importantes da Convenção dos Direitos da Criança (ONU, 1989): oferecem conteúdos direcionados exclusivamente ao público infantojuvenil e abrem espaço para ouvi-lo, conferindo oportunidades de participação, como fontes de informação, protagonistas e repórteres. Subjacentes a estas esferas de atuação e do conteúdo de entretenimento expresso na *Visão Júnior*, estão os direitos à brincadeira, aos tempos livres e participação em atividades culturais e artísticas (Artigo 31.º). Deste modo, articulam-se com o jornalismo infantojuvenil dois outros subcampos: o jornalismo participativo e de conexão, através dos quais as crianças podem falar e expor suas opiniões sobre temas, a partir de seu ponto de vista e do seu conhecimento de mundo. Apesar de se identificarem esforços por parte do *Radar XS* e da *Visão Júnior* para garantir estes direitos, concluiu-se de que mais pode ser feito. Neste ponto, convém referir que associada à produção e participação está a representação da infância. Nos atuais moldes de produção, os discursos noticiosos não conseguem representar todas as infâncias nem a diversidade das suas vivências. Também falam para a criança que valoriza o lúdico e diversão, que igualmente caracteriza a infância. Contudo,

estes dados não deixam de ser indicadores de comportamentos, consumos e estilos atuais da criança contemporânea, mais associada à instituição escolar e atividades extracurriculares, com menos disponibilidade para brincar livremente. Além disso, a representação das infâncias é restrita em termos geográficos e sociais. O jornalismo infantojuvenil é um dos pilares para construção da infância e para a garantia do direito à informação e à participação, mas ainda não os concretiza de forma plena e inclusiva.

A terceira hipótese – de que os produtos infantojuvenis não trabalham os canais analógicos e digitais como complementares – foi confirmada. A descrição às plataformas digitais revela que, embora haja presença *online*, esta não é estratégica nem convergente. Os conteúdos digitais replicam os produtos analógicos, sem adaptação significativa e interatividade, apesar de se ter verificado uma preocupação crescente por parte do *Radar XS* em criar conteúdos para as redes sociais. Ambos os títulos reconhecem que a transição para um formato multiplataforma é essencial para se ajustar às novas formas de consumo informativo das crianças, incluindo as redes sociais (ainda que reconheçam que estas não foram concebidas para elas), mas sentem-se limitados na sua operacionalização. Deste modo, constata-se que o jornalismo participativo e de conexão ainda ocorre com mais frequência no modo *offline* através das plataformas tradicionais do que *online*.

Com base nos dados recolhidos nas várias fases metodológicas e nas hipóteses testadas, está-se em condições de afirmar que o *Radar XS* e a *Visão Júnior* são veículos jornalísticos importantes que oferecem às crianças cidadãs contemporâneas uma porta de entrada para o mundo das notícias como construtores da realidade. Cabe, portanto, aos jornalistas tornarem os assuntos relevantes e adequadamente adaptados para que o público mais novo os compreenda, interprete e valorize a importância do jornalismo no seu dia a dia.

É possível propor um conceito operativo de jornalismo infantojuvenil enquanto prática especializada para as crianças, orientada para informar, formar, educar, entreter, inspirar e servir e representá-las com acessibilidade e respeito pelos seus direitos. Esta especialização reconhece a criança como cidadã, portadora de agência e interesse social, e o jornalista como um mediador com responsabilidades informativas, educativas e éticas. Deste modo, além de se responder à questão “O que é jornalismo infantojuvenil?”, responde-se a uma outra questão: “O que deve o jornalismo infantojuvenil fazer?”. Deve ser um “porto seguro” de informação para o desenvolvimento das crianças, sem as precipitar para a fase adulta, através do qual podem participar, interpretar e encontrar

respostas às suas questões sobre o mundo real onde vivem, que não é diferente dos adultos. O jornalismo infantojuvenil não é, pois, uma prática profissional menor, nem pode ser reduzido à visão redutora do público a quem se dirige, as crianças.

Pelo exposto, torna-se mais fácil o entendimento da importância da produção desta especialização para a literacia para as notícias, para a democracia e para a própria indústria jornalística. É, no entanto, uma prática ainda em construção em Portugal, – em paradoxo ao seu longo percurso histórico – com potencial ainda por consolidar e legitimar. A potencialidade destes projetos passa pelo envolvimento e articulação integrada dos agentes de socialização – governo, famílias, educadores, meios de comunicação e academia –, constituindo-se práticas que proporcionem efeitos a médio e a longo prazo. Defende-se que a autonomia informativa deve ser estimulada desde a “faixa etária sanduíche”, uma fase cujo desenvolvimento de capacidades cognitivas, emocionais e sociais proporciona esta capacitação.

Posto isto, esta investigação sustenta cinco ideias centrais a partir das suas descobertas, articulando-se com as perguntas e as hipóteses. A primeira é que o jornalismo infantojuvenil apresenta o mundo às crianças pelas *soft news*, como mostra a literatura. A produção vai ao encontro do aluno e do desportista, que gostam de animais, factos loucos, sociedade e história. Não são os acontecimentos atuais, mas as narrativas jornalísticas ligadas à atualidade mais alargada que atuam na representação da infância. As *soft news*, nomeadamente, as efemérides, são utilizadas estrategicamente como cabides jornalísticos para abordar temas atuais mais sensíveis, como o conceito da família contemporânea e a amizade infantojuvenil. Em segundo, a curiosidade infantil é uma premissa assumida para estruturar o jornalismo destinado às crianças, sendo, aliás, uma palavra recorrente ao longo do trabalho. Os jornalistas tentam explorar a curiosidade própria da “faixa etária sanduíche”, de querer saber para além do seu quotidiano, com informações que as identifique e ensine, que as ajude a entender o que é importante e atual no mundo que também lhes pertence. De seguida, demonstra-se que o jornalismo infantojuvenil tem uma atuação contracorrente em três cenários. No âmbito do próprio jornalismo, revela-se um cenário português – que nunca foi estudado com este detalhe –, do modo como os jornalistas infantojuvenis estão contracorrente dentro da organização e da redação, quer pelo desprestígio da prática quer pelo desinvestimento nesta especialização. Identifica-se a partilha dos desafios e constrangimentos do jornalismo infantojuvenil com o panorama

do generalizado, nomeadamente o económico, mas com desafios ainda maiores, sendo estas limitações responsáveis por condicionar a produção.

No que diz respeito à infância, a metodologia indica que este é um jornalismo produzido por profissionais que valorizam as crianças contemporâneas como participantes no mundo, preocupam-se em ouvi-las e informá-las. Os resultados mostram que, devido aos constrangimentos produtivos, não se satisfaz o pretendido e que mais deve ser feito, mas o trabalho desenvolvido surge como contraponto à desvalorização das crianças presente no senso comum. Nesta perspetiva, o jornalismo infantojuvenil pode ajudar a construir uma nova forma da sociedade ver a criança e de esta se ver a si própria. A partir do momento em que se envolve no jornalismo, a criança pode compreender o seu lugar social, participar na sociedade como agente ativo e a própria sociedade pode passar a valorizar a sua participação nos espaços.

Por último, e no caso específico desta investigação, contrapõe-se o discurso comum da infância estar apenas ligada ao digital. No enquadramento teórico fica demonstrado que as crianças continuam a receber informação por plataformas tradicionais, especialmente pela televisão, e que outras ainda não têm acesso a certas tecnologias. Por isso, as produções infantojuvenis analisadas evidenciam a importância de se continuar a estudar as plataformas tradicionais. Este jornalismo infantojuvenil produzido contracorrente, se for reforçado, pode ganhar força social e agir com capacidade para formular um novo olhar sobre a infância e para garantir a execução dos direitos estabelecidos na Convenção dos Direitos da Criança.

Contudo, não basta aos jornalistas produzir conteúdos de qualidade para o infantojuvenil. Não adianta produzir, se não for consumido nem valorizado. Não basta dizer que as crianças têm direitos à informação, sem que o mundo concebido por e para adultos disponibilize meios para tornar esses direitos exequíveis.

A presente investigação oferece vários contributos práticos que podem ser mobilizados por jornalistas para a construção de produtos jornalísticos, bem como por empresas de comunicação, entidades públicas e educativas para potenciar e criar oportunidades de consolidação desta prática especializada na sociedade. Estes contributos tiveram como base os depoimentos recolhidos durante o trabalho de campo, boas práticas de outros veículos de informação indicados no terceiro capítulo e estudos apresentados no referencial teórico.

Para os jornalistas: rever as práticas de redações (e do teletrabalho) e dar mais lugar ao repórter de rua, mais próximo do público infantil; adaptar as agendas à permanente construção da infância, o que implica um conhecimento atualizado das suas culturas, “modas” e rotinas; oferecer conteúdos distintos e atuais com informações mais aprofundadas; construir notícias com humor, histórias reais, construtivas e com soluções (sempre que for possível); integrar projetos locais com dimensão comunitária; estabelecer contactos mais próximos com crianças de diferentes vivências e geografias, como fontes de informação, protagonistas e consultores editoriais; ampliar o campo de participação infantil como repórteres a mais fases da produção jornalística; criar mecanismos de auscultações regular às crianças (como conselhos editoriais em escolas e municípios); planear o processo de convergência *online* e potenciar a presença nos *websites*, enriquecendo os textos com hiperligações e interatividades; inovar em género, formatos e estratégias de distribuição; elaborar livro de estilos para os formatos tradicionais e digitais; conhecer os documentos jurídicos nacionais e internacionais sobre os direitos das crianças; procurar uma aprendizagem contínua para os profissionais através de estudos académicos e formações a par da atividade prática; e promover a tradução de alguns conteúdos jornalísticos em formatos acessíveis a públicos com deficiências, reforçando a inclusão informativa.

Para os grupos de *media*: reposicionar os meios jornalísticos infantojuvenis na estratégia editorial e institucional das empresas; integrar estes meios nos departamentos de informação e não apenas nos de programação ou marketing; investir em formação específica; planear a presença digital de forma estratégica (considerando as diretrizes da Lei da Proteção de Dados Pessoais do consentimento de uso das crianças no ambiente *online*); conduzir a ligação *online* com o público infantil por meio da consulta a *websites* institucionais como fontes primárias e não por redes sociais (estes ambientes não estão sujeitos às mesmas restrições legais); criar, nos títulos generalistas do grupo, um espaço noticioso atual e explicativo dirigido ao público mais novo (à semelhança da “Estação Criança” da *Revista Casa Comum*); promover iniciativas de educação jornalística nas escolas (por exemplo, *pop-up newsroom*) por ano letivo (e não *one-shot*) e em outros ambientes, como feiras do livro e festivais; proporcionar condições aos jornalistas para fazer cobertura noticiosa com maior representação infantil, sobretudo a nível geográfico; promover o diálogo sobre os direitos das crianças entre o jornalismo infantojuvenil e os meios de comunicação social para adultos e as entidades de diversos setores ligadas à

infância; e repensar em novos modelos de negócio, considerando, sobretudo, as escolas como agentes económicos e pedagógicos estratégicos.

Para as escolas e educadores: promover o jornalismo infantojuvenil como conteúdo educativo e promotor da literacia para as notícias (sem o considerar um manual didático); colaborar com as redações e os jornalistas em iniciativas e eventos de literacia para as notícias e partilha de informações sobre e para o público mais novos; desenvolver ações de formação específicas de jornalismo para crianças, ajustadas aos professores e aos alunos, que podem incentivar o uso destes meios como material em sala de aula; estabelecer parcerias com veículos infantojuvenis existentes em português (Portugal e Brasil, na perspetiva da inclusão) e em inglês (língua integrada no plano curricular desde cedo); e fomentar ações participativas que envolvam os pais, de modo a estimular a procura por este jornalismo especializado.

Para os decisores políticos e reguladores: refletir sobre a inclusão de obrigações específicas sobre o jornalismo infantojuvenil no Contrato de Concessão do serviço público de *media*; integrar o jornalismo infantojuvenil em ações de formação dirigidas a professores e a pais no PNLM e em outros planos estratégicos; acrescentar os veículos infantojuvenis no *website* da Direção-Geral da Educação (a par dos jornais escolares e recursos de literacia mediática) ou criar uma plataforma única com todos estes recursos educativos (atualizados e validados pelo Governo); criação de incentivos à produção jornalística infantojuvenil (a falta é uma lacuna no cumprimento do direito à informação) e sua distribuição em território nacional; criar incentivos ao jornalismo local e proximidade para abrir espaços à informação infantojuvenil, à participação das crianças e projetos intergeracionais, promovendo a valorização de saberes e histórias de vida; e incentivar a produção jornalística infantojuvenil através de criação de um prémio atribuído aos seus profissionais.

Para as universidades e centros de investigação: aproximar a investigação a esta prática jornalística; promover projetos de investigação-ação para, com e sobre crianças; produzir versões “amigas das crianças” de estudos relevantes a elas; estabelecer encontros entre profissionais e académicos de diferentes disciplinas dedicadas à infância; intercâmbio de boas práticas entre o jornalismo produzido para, por e sobre crianças; criar uma coletividade que debata a relação crianças-jornalismo (à semelhança do COLO – Coletivo de Jornalismo Infantojuvenil) ou alargada ao campo da comunicação; incluir uma unidade curricular de especialização infantil nos cursos de jornalismo e de educação (esta última

pode também contribuir para a valorização e especialização do campo); oferecer *workshops* e formações sobre os direitos infantis; e estruturar formação inicial e contínua para professores, com intervenção direta de investigadores e jornalistas infantojuvenis.

Esta tese é um contributo para novas discussões e caminhos de investigação, sugerindo-se alguns temas que merecem aprofundamento:

- Compreender como as crianças consomem, interpretam e valorizam os produtos jornalísticos dirigidos a elas;
- Estabelecer relação entre o jornalismo local e de proximidade e o jornalismo e participação infantojuvenil;
- Avaliar a importância do jornalismo infantojuvenil em práticas de literacia para as notícias;
- Estudar veículos internacionais, permitindo identificar boas práticas e modelos adaptáveis ao contexto português;
- Aplicar pesquisas longitudinais para relacionar a produção e o consumo do jornalístico infantojuvenil;
- Analisar a representação, descobrindo as vozes que ficam de fora das narrativas infantojuvenis;
- Verificar a adaptação e transposição dos meios tradicionais às plataformas digitais, tendo em conta as limitações das idades nas redes sociais;
- Discutir novos modelos económicos para os produtos jornalísticos infantojuvenis;
- Fazer um levantamento histórico português sobre o jornalismo infantojuvenil;
- Estudar o impacto da inteligência artificial e dos algoritmos na produção de conteúdos informativos para crianças.

Bibliografia

- Abbott, J. Y. (2017). Tensions in the scholarship on participatory journalism and citizen journalism. *Annals of the International Communication Association*, 41(3-4), 278-297. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1350927>
- Abiahy, A. C. (2005). *O jornalismo especializado na sociedade da informação*. Universidade Federal da Paraíba. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahy-ana-jornalismoespecializado.pdf>
- Abrahamson, D. (2018). The future of the magazine form: Digital transformation, print continuity: Magazine as art form rather than platform. In D. Abrahamson, & M.R. Prior-Miller (Eds.), *The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of the Magazine Form* (1.^a ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315722283>
- Abrahamson, D. (2024). The future of the magazines: A few speculations about the media's evolution*. *International Journal of Magazines Studies* 1(1), 10-16.
- Abramo, P. (1988). *A regra do jogo*. Companhia das Letras.
- Adghirni, Z., L. (2005). O jornalista: Do mito ao mercado. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2(1), 45-57. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2088/1828>
- Alinho, L. (2024, 28 de maio). *Trust in News, dona da Visão e Exame, pede acesso ao PER para evitar falência*. Público. <https://www.publico.pt/2024/05/28/economia/noticia/trust-in-news-dona-visao-exame-pede-acesso-evitar-falencia-2092167>
- Alemão, S. (2022, 4 de abril). Os cem anos (ou talvez mais) dos jornais escolares. *Público*. <https://www.publico.pt/publico-na-escola/artigo/cem-anos-jornais-escolares-1999098>
- Ali, F. (2009). *A arte de editar revista*. Companhia Editora Nacional.
- Almeida, A. N. (2016). *Para uma sociologia da infância – Jogos de olhares, pistas para a investigação* (2.^a ed.). Imprensa de Ciências Sociais.
- Alon-Tirosh, M. & Lemish, D. (2014). If I was making the news: What do children want from news? *Journal of Audience e Reception Studies*, 11(1), 108-129. <https://www.participations.org/Volume%2011/Issue%201/contents.htm>
- Ağacı, E. (2025, 4 fevereiro). ZDF Engages kids with political leaders and environmental issues. *The Pinnacle Gazette*. https://evrimagaci.org/tpg/zdf-engages-kids-with-political-leaders-and-environmental-issues-184299?srsId=AfmBOopL3fRvLTNSzkBKRxYgBmAiEy8_KPmDB-3PDYa11f-G4jU2QgBr
- Aguaed, I. (2011). Media education: An international unstoppable phenomenon. the work of the UN, Europe and Spain in the field of educommunication. *Comunicar* 19(37). <http://doi.org/10.3916/C37-2011-01-01>

ANDI (2002). *A mídia dos jovens*. ISSN: 1519-5384). ANDI-Agência de notícias dos direitos da infância e Instituto Ayrton Senna.

Ariès, P. (1986). *História social da criança e da família* (2.^a ed.). Guanabara.

Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (2022). Boletim informativo de 2022

Arroyo, G. V. (2017). *Jornalismo infantil no jornal impresso: Um estudo dos suplementos Folhinha e JC Criança*. [Dissertação Bacharelato em Comunicação Social – Jornalismo. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”]. Repositório UNESP. <http://hdl.handle.net/11449/155702>

Arroyo, L. (2011). *Literatura infantil brasileira*. (3.^a ed.) Editora Unesp.

Ashley, S. (2020). *News Literacy and Democracy*. Routledge/Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780429460227>

Ashley, S., Maksl, A. & Craft, S. (2013). Developing a news media literacy scale. *Journalism & Mass Communication Educator* 68(1), 7-21. <https://doi.org/10.1177/1077695812469802>

Atala, F. G. (2005). Bases conceptuales para considerar (y transformar) al periodismo de investigación una nueva herramienta de especialización informativa. *Estudios de Periodismo y Relaciones Públicas, Comunicación y Política*, 5.

Aufenanger, S. (1990). Kindernachrichten 'logo'. Politische Bildung auf neuen Wegen. *Medien praktisch*, 14(3), 17-19. <https://doi.org/10.25656/01:1418>

Avides Moreira, V., & Caneira, P. (2025). ¿Se está ganando el periodismo nativo digital el corazón de los jóvenes? Un estudio de caso portugués. *methaodos.Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), m251301n01. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v13i1.868>

Azinheira, N. (2017, 16 de setembro). “Jornalinho”, o primeiro telejornal para a pequenada, despediu-se há 30 anos. Recorde-o aqui. *Notícias TV*. <https://www.n-tv.pt/acontece/jornalinho-o-primeiro-telejornal-para-a-pequenada-despediu-se-ha-30-anos-recorde-o-aqui/99567/>

Bahia, J. (1990). *Jornal, história e técnica: As técnicas do jornalismo* (4.^a ed.). Editora Atica.

Ball-Rokeach, S. & Defleur, M. L. (1997). *Teorias da comunicação de massa*. Jorge Zahar.

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.

Barichello, E., Carvalho, L. (2009). Webjornalismo participativo como estratégia de legitimação. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 1, 175-186. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2009v6n1p175>

Bauer, M. W. (2003) Análise de conteúdo clássica: Uma revisão. In M. W. Bauer, & G. Gaskell, *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (2.^a ed.). Editora Vozes.

Bauman, Z. (2008). *Vida para consumo*. Zahar.

Beaud, S., & Weber, F. (2007). *Guia para a pesquisa de campo-Produzir e analisar dados etnográficos*. Editora Vozes.

- Beckett, C., & Deuze, M. (2016). On the role of emotion in the future of journalism. *Social Media + Society*, 2(3). <https://doi.org/10.1177/2056305116662395>
- Beltrão, L. (1960). *Iniciação à filosofia do jornalismo*. Livraria Agir Editora.
- Beltrão, L. (1976). *Jornalismo interpretativo: Filosofia e técnica*. Sulina.
- Bengtsson, S. & Johansson, S. (2024). *Navigating the News: Young people, digital culture and everyday life*. <https://doi.org/10.1515/9783111340654>.
- Berganza Conde, M. R. (2005). *Periodismo especializado*. Ediciones Internacionales Universitarias S.A.
- Bezerra, E. (2023). O lugar social da criança no jornalismo: uma análise do Repórter Rá-Teen-Bum. [Tese de mestrado, Universidade Federal da Paraíba, Brasil]. Repositório da UFPBA. https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/29528?locale=pt_BR
- Bird, E. (2011). Are we all producers now? *Cultural Studies*, 25(4-5), 502-516. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600532>
- Boavida, J., & Amado, J. (2008). *Ciências da educação: Epistemologia, identidade e perspectivas*. Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E., & Matassi, M. (2018). News comes across when I'm in a moment of leisure: Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, 20(10), 3523-3539. <https://doi.org/10.1177/1461444817750396>
- Boczkowski, P. J. (2004) The processes of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms, *Journal of Communication*, 54, 197-213.
- Bogdan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação – Uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto Editora.
- Bonixe, L. (2015). A rádio, o som e a infância – O relato de experiências de programas de rádio elaborados por crianças do pré-escolar. In M. J. Brites, A. Jorge, & S. C. Santos (Eds.), *Metodologias participativas: Os media e a educação* (pp. 149–157). LabCom Books. <https://www.labcom.ubi.pt/livro/139>
- Bonixe, L., & Pacheco, S. (2017). Aprender com o som – Experiências de rádio no ensino pré-escolar. In S. Pereira & M. Pinto (Eds.), *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso* (pp. 119-129). CECS. <https://hdl.handle.net/1822/49363>
- Borrat, H. (1993). Hacia una teoría de la especialización periodística. *Anàlisis: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 15, 79-84. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona. <https://core.ac.uk/download/pdf/13274801.pdf>
- Boulaire, C. (2018). Okapi, un journal fantastinouï pour les jeunes dans l'esprit de 68. *Strenæ* 13. <https://doi.org/10.4000/strenae.1823>
- Bourdieu, P. (1997). Sobre a televisão. Zahar.
- Branden, S., Opgenhaffen, M., & Van Gorp, B. (2025). Children's perceptions of scary news in Belgium: Examining parental mediation and consolation strategies from their perspective. *Journal of Children and Media*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/17482798.2025.2458521>
- Bravo, P. C. (1992). La Metodologia cualitativa. In P. Colás, & L. Buendia, *Investigación Educativa*. Alfar.

- Breed, W. (1999). Controlo social na redação: Uma análise funcional. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, teorias e histórias* (pp. 152-167). Veja Editora.
- Bridi, S. M., Oliveira, A. C. C., Mata, J. (2023, 4 setembro). *Estética Easter egg: música, mitologia e outras “surpresas” na Retrospectiva Animada 2022 de Felipe Castanhari*. [Comunicação oral]. 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- Brites, M. J. (2007). A representação da delinquência juvenil nos jovens: Estudo de caso do Público e do Correio da Manhã (1993-2003). [Tese de mestrado, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa. <http://run.unl.pt/handle/10362/11521>
- Brites, M. J. (2010). Fontes e seus enquadramentos: as notícias sobre delinquência juvenil. Biblioteca Online das Ciências da Comunicação. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/brites-maria-fontes-e-seus-enquadramentos.pdf>
- Brites, M. J. (2013) O papel das notícias na construção da participação cívica e política dos jovens em Portugal: Estudo de caso longitudinal (2010-2011). [Tese de doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa.]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa <http://hdl.handle.net/10362/10383>
- Brites, M. J. (2015). O jornalismo e o quotidiano, a indústria e os jovens. In S. Pereira, & M. Toscano (Ed.), *Livro de Atas do 3º Congresso* (pp. 312-324), CECS, Universidade do Minho Universidade Lusófona do Porto. http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/41624/1/MJB_3congressoLMC.pdf
- Brites, M.J., Ponte, C. & Menezes, I. (2016). Youth talking about news and civic daily life, *Journal of Youth Studies*. <https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1241862>
- Brites, M. J. (2017). Jovens e contextos quotidianos de consumo e apropriação de notícias. *Cuadernos. info*, 40, 137-151. <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.40.1059>
- Brites, M. J., & Pinto, M. (2017). Is there a role for the news industry in improving news literacy? *Media Education Research Journal – MERJ*, 7(2), 29-47. <https://hdl.handle.net/1822/45249>
- Brites, M. J., Santos, S. C. , Jorge, A., Catalão, D. (2017). Ferramentas jornalísticas na educação: Uma rádio online para jovens. *Sociologia, problemas e práticas*. 84, 81-100.
- Brites, M. J., & Ponte, C. (2018). Reasons and circumstances that lead to the non-use of media by young people and their families. *Comunicação e Sociedade*, 34, 411-429. [https://doi.org/10.17231/comsoc.34\(2018\).2955](https://doi.org/10.17231/comsoc.34(2018).2955)
- Brites, M. J. (2019). Comunicação e intervenção, através do jornalismo. *Revista Aprender*, 39, 5-13. <https://doi.org/10.58041/aprender.62>
- Brites, M. J., Amaral, I., & Silva, M. T. (2019). *Literacias cívicas e críticas: Refletir e praticar*. CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade- Universidade do Minho
- Brites, M. J., Castro T., & Contreras-Pulido, P. (2024). Perspetivas dos jovens sobre o mundo que os rodeia e contextos de cidadania digital. *Media & Jornalismo*, 24(45), e4500. https://doi.org/10.14195/2183-5462_45_1_0
- Buckingham, D. (2000). *The making of citizens: Young people, news and politics*. Routledge.

- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.
- Buckingham, D. (2006). *Crescer na era das mídias: após a morte da infância*. Florianópolis.
- Buckingham, D. (2007). Digital media literacies: Rethinking. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43-55. <https://doi.org/10.2304/rcie.2007.2.1.43>
- Buckingham, D. (2009). O direito das crianças para os media. In C. Ponte (Org.), *Crianças e jovens em notícia*. Livros Horizonte.
- Buckingham, D. (2019). *The Media Education Manifesto*. Polity Press. ISBN: 978-1-509-53587-3.
- Burkett, W. (1986) *Jornalismo científico: Como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação*. Forense Universitária.
- Callejo-Gallego, J. (2012). La observación de la adolescencia del sistema de comunicación. In J. Callejo, & J. Gutierrez (Eds.), *Adolescencia entre pantallas. Identidades juveniles en el sistema de comunicación*. Gedisa.
- Campos, I. R. (2012). *Jornalismo especializado na transição do papel para o online: O caso dos jornalistas de ambiente em Portugal*. [Projeto de mestrado, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa. <https://run.unl.pt/handle/10362/7599>
- Campos, I. R. (2018). *Improving news literacy among 7 to 10 years old children: Na experiment with digital gaming*. [Projeto de doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa.
- Candeias, C. (2005). Cuándo niños son el público: Analizar la información de Quiosque. *Comunicar* 25. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-218>
- Cardoso, C. R. (2014). *A newsmagazine em Portugal: 70 anos até à consolidação do conceito*. [Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório Universidade Nova. <https://run.unl.pt/handle/10362/20009>
- Cardoso, C. R., & Figueiras, A. (2024) The inspiring role of Magazine Studies: The interconnected journalism example. *International Journal of Magazine Studies*, 1(1), 4-9. <https://doi.org/10.60543/ijms.v1i1.9585>
- Cardoso, E., & Monteiro, M. C. S. (2022). Análise de conteúdo: perspetivas teóricas e metodológicas no campo da comunicação. In L. Wottrich, & N. M. do Rosário (Coord.), *Experiências metodológicas na comunicação* (pp.103-122). Pimenta Cultural. <https://doi.org/10.31560/pimentacultural/2022.95514.04>
- Cardoso, G., Baldi, V., Vasconcelos, A., Tomé, V., Paisana, M., Crespo, M., & Couraceiro, P. (2023). Literacia para os Media: Horizontes concetuais e mapeamento de atores e iniciativas em Portugal e no mundo. OberCom – Observatório da Comunicação. <https://obercom.pt/literacia-para-os-media-horizontes-concetuais-e-mapeamento-de-atores-e-iniciativas-em-portugal-e-no-mundo/>
- Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2024). *Digital news report Portugal 2024*. Publicações OberCom – Observatório da Comunicação. <https://www.obercom.pt/digital-news-report-portugal-2024>
- Carrero, J. S. (2008). Telediario infantil: Recurso para el aprendizaje em tv. *Comunicar*, 16(31), 153-158. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15803120.pdf>

Carter, C., & Allan, S. (2005). Hearing their voices: Young people, citizenship and online news". In A. Williams, & C. Thurlow (Eds.), *Talking adolescence: Perspectives on communication in the teenage years* (pp.73-90), Peter Lang.

Carter, C. (2007). Talking about my generation: A critical examination of children's BBC newsround web sites discussions about war, conflict and terrorism. In D. Lemish, & M. Götz (Eds.), *Children and media in times of war and conflict* (pp. 121-142), Hampton Press.

Carter, C., Messenger-Davies, M., Allan, S. & Mendes, K. (2009). *What do children want from BBC? Children's content and participatory environments in an age of citizen media*. The Cardiff School of Journalism. <https://www.bbc.co.uk/blogs/knowledgeexchange/cardifftwo.pdf>

Carter, C. (2013). Children and the news: Rethinking citizenship in the 21st century. In D. Lemish (Ed.), (pp. 255-262), *The Routledge international handbook on children, adolescents and media*, Routledge.

Carter, C. (2017). The role of news media in fostering children's democratic citizenship, In H. Tumber, S. Waisbord, *The Routledge companion to media and human rights* (pp. 416-425). <https://doi.org/10.4324/9781315619835>

Carter, C., Steemers, J, Messenger Davies, M. (2021). Why children's news matters: The case of CBBC Newsround in the UK. *Communications* 46(3), 352-372. <https://doi.org/10.1515/commun-2021-0048>

Carvalho, C. (2007, 31 de maio-2 de junho). *Segmentação do jornal, a história do suplemento como estratégia de mercado*. V Congresso Nacional de História da Mídia, INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, Brasil. <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/5o-encontro-2007-1/Segmentacao%20do%20jornal%20a%20historia%20do%20suplemento.pdf>

Carvalho, F. (2014). *Jornalismo especializado: jornalismo infantojuvenil*. [Relatório de estágio de mestrado, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa <https://run.unl.pt/handle/10362/13722>

Casasús, J. M. (1988). *Iniciación a la periodística manual de comunicación escrita y redacción periodística informativa*. Teide.

Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. Vol. I (2.^a ed.). Paz e Terra.

Castro, T., Leote de Carvalho & M. J. & Brites, M. J. (2018). *Vamos falar sobre ética na investigação com crianças e jovens? Aquilo que ninguém partilhou online... até agora*. Edições Universitárias Lusófonas.

Chalaby, J. K. (1998). *The invention of journalism*. Macmillan Press. <https://doi.org/10.1057/9780230376175>

Chalaby, J. K. (2003). O jornalismo como invenção anglo-americana. Comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano (1830-1920). *Media & Jornalismo*, 3, 29-50.

Chaminé da Mota (s. d). *Os 50 anos de O Mosquito e a banda desenhada*. Livraria Chaminé da Mota.

- Chan, K. (2013) Children and consumer culture. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge Handbook of Children, Adolescents and Media Studies* (pp. 141-147), Routledge.
- Charron, J. & Bonville, J. (2016). *Natureza e transformação do jornalismo*. FAC Livros.
- Clark, L. S. (2013). Cultivating the media activist: How critical media literacy and critical service learning can reform journalism education. *Journalism*, 14(7), 885-903. <https://doi.org/10.1177/1464884913478361>
- Clark, L. S. & Marchi, R. (2017). *Young people and the future of news: Social media and the rise of connective journalism*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108116015>
- Child Fund Alliance, Eurochild, Save the Children, UNICEF & World Vision (2021). Our Europe, Our Rights, Our Future. Comissão Europeia.
- Ciboci, L., Kanižaj, I., & Labaš, D. (2014). Media education from the perspective of parents of preschool children: Challenges and trends in free time media use. *Medijska istraživanja*, 20(2), 53-69.
- Clark, L. S., Brites, M. J. (2018). Differing Parental Approaches to Cultivating Youth Citizenship. In *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age*. University of Gothenburg. Pages 81-89. ISBN: 978-91-88855-00-8
- CNPDPJ (2024). Mapeamento de boas práticas no âmbito da promoção dos direitos e proteção das crianças e jovens. CNPDPCJ. <https://www.cnpdpj.gov.pt/noticias?newsId=113250>
- Coelho, P. (2015). *Jornalismo e mercado: Os novos desafios colocados à formação*. LabCom Books.
- Comissão Europeia (2020). Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia. União Europeia. <https://data.europa.eu/doi/10.2775/87663>
- Comissão Europeia (2022). The Lundy model for child participation. https://commission.europa.eu/documents_en?f%5B0%5D=document_title%3ALundy
- Comissão Europeia (2021). Estratégia da União Europeia sobre os Direitos da Criança. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:52021DC0142>
- Comissão Nacional de Promoção dos Direitos e Proteção das Crianças e Jovens (2024). *Mapeamento de boas práticas no âmbito da promoção dos direitos e proteção das crianças e jovens*. Comissão Nacional de Promoção dos Direitos e Proteção das Crianças e Jovens. <https://www.cnpdpj.gov.pt/publicacoes-cnpdpj2>
- Conselho da Europa (2022). Estratégia do Conselho da Europa para os Direitos da Criança 2022-2027. <https://rm.coe.int/council-of-europe-strategy-for-the-rights-of-the-child-2022-2027-child/1680a5ef27>
- Constituição da República Portuguesa (2005). Constituição da República Portuguesa. Assembleia da República. <https://www.parlamento.pt/Legislacao/Paginas/ConstituicaorepublicaPortuguesa.aspx>
- Constructive Institute. (s.d.). *Why constructive journalism?* <https://constructiveinstitute.org/why/>
- Cools, H., & Diakopoulos, N. A. (2024). Uses of generative AI in the newsroom: Mapping journalists' perceptions of perils and possibilities. *Journalism Practice. Advance online publication*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2394558>

Corbett, J. B. (2006). *Communicating Nature*. Island Press.

Corsaro, W. A. (2002). A reprodução interpretativa no brincar ao “faz-de-conta” das crianças. *Educação, Sociedade e Cultura: Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação* 17, 113-134. <https://doi.org/10.24840/esc.vi17.1521>
<https://doi.org/10.24840/esc.vi17.1521>

Corsaro, W. A. (2011). *Sociologia da Infância*. Porto Alegre.

Costa e Silva, E. (2021). A propriedade dos media em Portugal: Da concentração à crise. In J. Matos, F. Subtil, & C. Baptista (Eds.), *Os três D dos media: Desigualdade, desprofissionalização e desinformação* (pp. 19-32), Outro Modo Cooperativa Cultural.

Costa e Silva, E. (2024, fevereiro). O caso do grupo Global Media e o futuro – Os donos dos media e a crise do jornalismo. *Le monde diplomatique* (versão portuguesa). <https://pt.mondediplo.com/2024/02/os-donos-dos-media-e-a-crise-do-jornalismo.html>

Costa e Silva, E., Entradas, M. & Massarani, L. (2022). Novos domínios do binómio ciência-sociedade, ciência aberta, ciência cidadã e contextos informais de envolvimento do público. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 9(2) 7-12. <https://doi.org/10.21814/rlec.448>

Costera Meijer, I. (2007). The paradox of popularity: How young people experience the news. *Journalism Studies*, 8, 96-116. <https://doi.org/10.1080/14616700601056874>.

Costera Meijer, I. (2012). When news hurts: The promise of participatory storytelling for urban problem neighbourhoods. *Journalism Studies*, 14(1), 13-28. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.662398>

Costera Meijer, I. (2021). What is valuable journalism? Three key experiences and their challenges for journalism scholars and practitioners*. *Digital Journalism*, 10(2), 230-252. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1919537>

Costera Meijer, I., Lamot, K., & Groot Kormelink, T. (2023). *How young people experience news on TikTok. Understanding how news organisations can stand out on TikTok with valuable journalism and be meaningful to young audiences*. [Comunicação oral]. Conferência Future of Journalism (FoJ 2023), Cardiff University, Reino Unido. https://www.cardiff.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0006/2752254/Abstracts_FoJ2023-compressed.pdf

Cottle, S. (2007). Ethnography and news production: New(s) developments in the field*. *Sociology Compass* 1(1), 1-16. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2007.00002.x>

Coutinho, C. P. (2023). *Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas* (2.^a ed.). Almedina.

Craft, S., Ashley, S., & Maksl, A. (2016). Elements of news literacy: A focus group study of how teenagers define news and why they consume it. *Electronic News*, 10(3), 143-160. <https://doi.org/10.1177/1931243116656716>

Cramer, J. M. & McDevitt, M. (2004). Ethnographic journalism. In S. H. Iorio, (Ed.), *Qualitative research in journalism: Taking it to the streets* (1.^a ed.) (pp. 127-144), Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781410609557>

Creswell. J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Sage Publications.

- Creswell, J. W. (2009). *Research design - Qualitative, quantitative and mixed methods approach* (3.^a ed.). Sage Editions.
- Cruz, R. M. & Costa, B. C. (2024, 7 de fevereiro). *A caminho da maioridade digital? Interseções entre o regime civilista e o regime da proteção de dados pessoais*. [Comunicação oral]. Congresso bYou Crianças, jovens e media: Vidas (des)ligadas?, Universidade do Minho, Portugal.
- Curran, J., Salovaara-Moring, I., Coen, S. & Iyengar, S. (2009). Crime, foreigners and hard news: A cross-national comparison of reporting and public perception. *Journalism* 11(1), 1-7. <https://doi.org/10.1177/1464884909350640>
- Damásio, M., Henriques, S., Torres da Silva, M., Pacheco, L., & Brites, M. (2015). Media audiences | Between old broadcast media and new networked media: Materiality and media consumption practices. *International Journal Of Communication*, 9, 26. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3450>
- Decreto do Presidente da República n.º 49/90. (1990). Diário da República: série I, n.º 211/1990. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-presidente-republica/49-1990-222391>
- Decreto-Lei n.º 330/90, de 23 de outubro. (1990). Diário da República: série I, n.º 245. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/330-1990-565417>
- Decreto-Lei n.º 47344, de 25 de novembro. (1966). Diário da República: série I, n.º 274/1966. <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/1966-34509075-58380362>
- Delorme, M.I.C. (2008). *Domingo é dia de felicidade: As crianças e as notícias*. [Tese de doutoramento, Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio]. Repositório do Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/12861/12861_3.PDF
- Delorme, M.I.C. (2013). As crianças e as notícias da televisão. *Educação em Revista*, 29(1), 205-223.
- Dementshuk, M. E. (2016). *Caixas de ressonância: estudo dos suplementos jornalísticos para crianças na Paraíba*. [Dissertação (Mestrado em Jornalismo, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa)]. Repositório da UFPBA. https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/9626?locale=pt_BR
- Denzin, N. K. (1989). *The research act* (3.^a ed.). Prentice Hall.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Sage Publications*, 6(4), 442-464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Deuze, M. & Witschget, T. (2015). Além do jornalismo. *Leituras do Jornalismo*, 2(4), 1-31. <https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/74/64>.
- Deuze, M. & Witschget, T. (2016). O que o jornalismo está se tornando. *Parágrafo*, 4(2), 6-21. <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/download/478/445>
- DeWalt, K. M. & DeWalt, B. R. (2011). *Participant observation – A guide for fieldworker* (2.^a ed). AltaMira Press.

- Diakopoulos, N., Trattner, C., Jannach, D., Meijer, I. C., & Motta, E. (2024). Leveraging Professional Ethics for Responsible AI: Applying AI techniques to journalism. *Communications of the ACM*, 67(2), 19-21. <https://doi.org/10.1145/3625252>
- Dias, A. S., & Borges, G. (2012). Jornalismo para crianças: um serviço público da televisão portuguesa. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. 9 (2), 397-406. 10.5007/1984-6924.2012v9n2p397
- Dias, C. P. (2024). Jornalismo televisivo: imagens e desafios. In J. Lourenço (Ed.), *Jornalismo de Especialidade* (Vol. II). Livros Horizonte.
- Diezhandino Nieto, M. P. (1988). La especialización en los medios impresos: Evolución y perspectivas. *La prensa ante el cambio de siglo* (168-212). Ediciones Deusto.
- Dines, A. (1977). *O papel do jornal: Tendências da comunicação e do jornalismo no mundo em crise*. Artenova.
- Dores, R. (2021). *O contributo do jornalismo infantojuvenil para a formação de crianças e jovens*. [Relatório de estágio de mestrado em Jornalismo, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa <https://run.unl.pt/handle/10362/135105>
- Doretto (2010). *Pequeno leitor de papel: Jornalismo infantil na Folhinha e no Estadinho*. [Dissertação Mestrado. Universidade São Paulo]. Repositório Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações. <https://doi.org/10.11606/D.27.2010.tde-05112010-113714>
- Doretto, J. (2014). Jornalismo para a infância: Uma proposta de definição. *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano*. 30, 59-72. <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36955>
- Doretto, J. (2015). “*Fala conosco!*”: o jornalismo infantil e a participação das crianças, em Portugal e no Brasil [Tese de doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa. <https://run.unl.pt/handle/10362/17002>
- Doretto (2017). *Sou fã da revistinha”: As mensagens enviadas pelas crianças ao jornalismo infanto-juvenil*. XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo. 11 (22). <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2017.134336>
- Doretto, J. (2018) A participação das crianças no jornalismo infantojuvenil português e brasileiro. *Revista Famecos*, 25(1).
- Doretto, J. (2019). E por acaso criança lê jornal? Produção de notícias para a infância. In M. J. Brites, I. Amaral & M. T. Silva (Ed.). *Literacias Cívicas e Críticas: Refletir e Praticar* (pp. 121-122). CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade-Universidade do Minho.
- Doretto, J. (2019). *Minhas próprias notícias: jornalismo e o público jovem brasileiro e português em contexto digital*. Intercom, São Paulo, v. 42, p. 113-129, 2019. <https://www.scielo.br/j/interc/a/yNS5HBnyJXg4qF8fsPPzSth/?lang=pt>.
- Doretto, J. & Generali (2021). O consumo de notícias por crianças durante a pandemia da Covid-19: estudo com leitores de um jornal infantojuvenil. *Contracampo*, 40(3), 2-21 <https://doi.org/10.22409/contracampo.v40i3.51097>

- Doretto, J. & Casagui, V. (2022). A produção da juventude empreendedora na mídia de negócios: discurso, cultura empreendedora e inspiração. *Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.* 45 <https://doi.org/10.1590/1809-58442022117pt>
- Doretto, J. & Furtado, J. (2024). *Fundamentos para uma teoria sobre o jornalismo infantil: notas iniciais*. [Comunicação oral]. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores. 22º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade Federal do Pará, Belém.
- Dornelles, L. V. (2005). *Infâncias que nos escapam - Da criança de rua à criança cyber*. Vozes.
- Dornelles, L. V. & Fernandes, N. (2015). Estudos da criança e pesquisa com crianças: Nuances luso-brasileiras acerca dos desafios éticos e metodológicos. *Currículo sem Fronteiras* 15(1), 65-78. <http://www.curriculosemfronteiras.org/vol15iss1articles/dornelles-fernandes.pdf>
- Drotner, K. (2013). The co-construction of media and childhood. In Lemish, D. *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media*. Routledge. pp. 15-22.
- Duarte, J. (2011) Entrevista em profundidade. In J. Duarte, A. Barroso (Org.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 280-304), Atlas.
- Duchiade, A. (2024, 23 de julho). *Como o Gigantes obtém um grande sucesso com jornalismo feito com e para crianças no Uruguai*. LatAm Journalism Review. <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/como-o-jornal-gigantes-obtem-um-grande-sucesso-com-jornalismo-feito-com-e-para-criancas-no-uruguai>
- Eco, U. (1993). *Leitura do texto literário. Lector in fabula*. Editorial Presença.
- Elvestad, E. (2019, December 23). *News, children, and young people*. Oxford Research Encyclopedia of Communication. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.851>
- ENPA-European Newspaper Publishers' Association (2013). *What's Your News?* ENPA.
- ENTR (2025). *Mais sobre nós*. <https://entr.net/pt>
- Erbolato, M. (1981). *Jornalismo especializado*. Atlas.
- Erbolato, M. (2002). *Técnicas de codificação em jornalismo – Redação captação e edição em jornal diário* (5.ª ed.). Ática.
- Erickson, F. (1986). Qualitative methods in research on teaching. In M. C. Wittrock, *Handbook of research on teaching*. Macmillan.
- Erdal, I. J. (2007). Researching media convergence and crossmedia news production. *Nordicom Review* 28(2), 51-61. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0209>
- Erikson, E. H. (1976). *Infância e sociedade*. (2ª ed.). Zahar.
- European Commission. (2019). *Key competences for lifelong learning*. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/297a33c8-a1f3-11e9-9d01-01aa75ed71a1/language-en>
- European Journalism Centre (2023). *Jornalismo de soluções: Uma introdução para jornalistas e redações*. (D. Santos-Silva, Trad.). Maastricht, Países Baixos (Trabalho original publicado em 2023). <https://ejc.net/news/available-in-portuguese-solutions-journalism-guide-an-introduction-for-journalists-and-newsrooms>

Eurostat (2015). *Being young in Europe today*. União Europeia. <https://doi.org/10.2785/59267>

Feio, C., & Oliveira, L. (2024). O Telejornal Janta Connosco: O Consumo Noticioso nas Famílias e a sua Influência nos Jovens dos 15 aos 29 anos em Portugal. *Media & Jornalismo*, 24(45), e4508. https://doi.org/10.14195/2183-5462_45_8

Fernández del Moral, J. & Esteve Ramírez, F. (1996). *Fundamentos de la información periodística especializada*. Editorial Síntesis.

Fernández del Moral, J., & Esteve Ramírez, F. (1999). *Áreas de especialización periodística*. Fragua.

Fernández del Moral, J. (2004). El periodismo especializado: Un modelo sistémico para la difusión del conocimiento. In J. Fernández del Moral (Coord.), *Periodismo especializado* (pp. 17-32), Ariel.

Fernández Obregó, J. (1998). Especialización, futuro del periodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 53, 359-66. <https://doi.org/10.4185/rlds-1998-2145>

Ferreira, A.C. (2024). 1979: O Cantinho do Nicolau no Ano Internacional da Criança. In J. P. Sousa (Coord.), *Jornalismo e estudos mediáticos - Memória VII* (27-38), Publicações Fundação Fernando Pessoa.

Ferreira, A. C. (2024). A imersão do jornalista na formação de jornalismo em escolas: Projeto-piloto de literacia para as notícias para crianças. In F. Bonacho (Org.), *VI Congresso literacia, media e cidadania transição digital e políticas públicas - Livro de Atas* (pp. 117-138). Instituto Politécnico de Lisboa. <https://doi.org/10.34629/ipl.sp.ebook.005>

Ferreira, A. C., & Doretto, J. (2024a) Jornalismo infantojuvenil: Um processo complexo de informação, formação, representação e participação. In J. Lourenço (Ed.), *Jornalismo de Especialidade*. Livros Horizonte.

Ferreira, A. C., & Doretto, J. (2024b). O que Perguntam as Crianças-Repórteres? Visões de mundo e participação no jornalismo infantojuvenil. *Media & Jornalismo*, 24(45), e4511. https://doi.org/10.14195/2183-5462_45_11

Ferreira, A. C., Fernandes, S. S., & Weber, P. (2024, 27 de maio). *Jornalismo especializado: Uma área restrita nos cursos de comunicação de Portugal* [Comunicação oral]. Verdes Anos do Jornalismo, Universidade de Coimbra, Portugal.

Ferreira, M. F. (2007). Infância e mídia: reflexões sobre produtos culturais para crianças. *Contrapontos* 7(2). 645-656.

Fidalgo, J. (2004). Jornalistas: Um perfil socioprofissional em mudança. *Comunicação e Sociedade*, 5, 63-74. [https://doi.org/10.17231/comsoc.5\(2004\).1246](https://doi.org/10.17231/comsoc.5(2004).1246)

Fidalgo, J. (2005). Os jornalistas na busca inacabada de identidade. In A. Fidalgo, F. Ramos, J. P. Oliveira, & O. Mealha (Coord.), *Repensar os media: novos contextos da comunicação e da informação*. Actas do IV Congresso Nacional da SOPCOM. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7435/1/Fidalgo%2C%20J.%282005%29-Identidade-4SOPCOM.pdf>

Fidalgo, J. (2006). *O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas*. Universidade do Minho.

- Fidalgo, J. (2007). Notas sobre o lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas. *Comunicação e Sociedade*, 11, 37-56. [https://doi.org/10.17231/comsoc.11\(2007\).1116](https://doi.org/10.17231/comsoc.11(2007).1116)
- Fidalgo, J. (2009). O jornalista, um “operário em construção”. In T. Caria, C. Gonçalves, & A. P. Marques (Orgs.), *História, trabalho e conhecimento nas profissões*. Livspic. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29978>
- Fidalgo, J. (2019). Em trânsito pelas fronteiras do jornalismo. *Comunicação Pública*. 14 (27). <https://doi.org/10.4000/cp.5522>
- Fielding, N. (1993). Ethnography. In N. Gilbert (Ed.), *Researching social life*. Sage Publications, 154-170.
- Fillol, J. (2020). Radar XS: um telejornal sob o signo da contradição. *Observatorio (OBS*)*, 14(4). <https://doi.org/10.15847/obsOBS14420201720>
- Fillol, J., & Pereira, S. (2020). Crianças, jovens e notícias: uma revisão sistemática da literatura a partir da Communication Abstracts. *Comunicação e Sociedade*, 7, 147-168. [https://doi.org/10.17231/comsoc.37\(2020\).2429](https://doi.org/10.17231/comsoc.37(2020).2429)
- First News (2025, 3 de abril). *First News named Niche Market newspaper of the year*. First News <https://www.firstnews.co.uk/talking-points/hot-topics/first-news-named-niche-market-newspaper-of-the-year>
- Fischberg, J. (2007). Criança e jornalismo: um estudo sobre as relações entre crianças e mídia impressa especializada infantil. [Dissertação de Mestre em Educação. PUC-Rio]. Repositório PUC Rio. https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/10612/10612_1.pdf
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the news*. University of Texas Press.
- Fleming, J. (2017). News literacy and a civics model for journalism education. Global News Literacy Conference. <https://commons.library.stonybrook.edu/cnlglobalconference/cnl2017/one/2>
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media & Society*, 20(7), 2450-2468. <https://doi.org/10.1177/1461444817724170>
- Flick, U. (2005). *Métodos qualitativos na investigação científica*. Monitor.
- Foà, C., Tomé, V., Margato, D., Paisana, M., Crespo, M., Cardoso, G. (2023). Roles of journalists in media literacy initiatives: Trainees and trainers. Continuity, collaboration, and sustainability of media literacy trainings to mitigate disinformation in Portugal. *Profesional de la información*, 32(6), e320621. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.21>
- Fonseca Júnior, W. C. (2011) Análise de conteúdo. In J. Duarte, A. Barroso (Org.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 280-304), Atlas.
- Fontcuberta, M. de (1997). Propuestas sistémicas para el análisis y producción de información periodística especializada. In F. Esteve Ramírez (Coord.), *Estudios sobre Información Periodística Especializada* (pp. 17-24), Fundación Universitaria San Pablo C.E.U.
- Fontcuberta, M. de (2002). *A notícia: Pistas para compreender o mundo*. Notícias.
- Frau-Meigs, D. (2008), Media literacy and Human Rights: Education for Sustainable Societies. *Media Studies*. 14(1), 51-82.

- Frazão-Nogueira, A. G. (2016). Infografando entre o feito e a percepção: análise das práticas infográficas das edições online de jornais diários generalistas da Península Ibérica. [Tese de doutoramento, Universidad de Santiago de Compostela]. Repositório Universidad de Santiago de Compostela. <https://investigacion.usc.gal/documentos/5d1df67b29995204f766d478>
- Frazão-Nogueira, A. G., Vizoso, A., & Weber, P. (2025). A infografia como estratégia neurocomunicativa para a literacia jornalística na sociedade online. In Cuesta e Barrientos-Báez (Coord.), *Neurocomunicación y neuromarketing: nuevos desarrollos y avances em el siglo XXI* (pp. 47-62), Editorial Fragua.
- Freinet, C. (1974). *O jornal escolar*. São Paulo, Editorial Estampa.
- Freire, P. (1982). A importância do acto de ler – em três artigos que se complementam. Cortez.
- Furtado, T. H. (2013). *O jornalismo infantil e o desejo de consumo: O discurso da revista Recreio*. [Tese de doutoramento, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre]. Repositório do UFRGS. <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/77014>
- Furtado, T. H. (2015). O jornalismo infantil revistativo da Recreio. *Vozes & Diálogo*, 1(2), 18-31. 10.14210/vd.v14n02.p%p
- Furtado, T. & Doretto, J. (2019). O “Menino negro” da foto: A produção de sentidos nos comentários dos leitores do El País. *Brazilian Journalism Research*. 152-179 <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n1.2019.1149>
- Furtado, T. H., & Doretto, J. (2020). Criança cidadã?: Os manuais de redação e as orientações sobre infância e adolescência. *Mídia e Cotidiano*, 14(1), 32-54.
- Furtado, T., Garcia, S. M., Bressan, V. R. (2022). A inclusão e exclusão da voz das crianças na revista Veja. *Revista Interamericana de Comunicação mediática*, 21(45), 133-153. <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/238547>
- Furtado, T. (2024). A infância controlada pelo jornalismo: a voz da criança como fonte institucionalizada na revista Nova Escola. *Redin-Revista Educacional Interdisciplinar*, 13(2), 78-97 <https://orcid.org/0000-0001-9474-1800>
- Furtado, T., & Doretto, J. (2024). A guerra ensinada: Estratégias discursivas do jornalismo infantojuvenil brasileiro na cobertura sobre o conflito Israel e Hamas. In Anais do 33.º Encontro Anual da Compós Niterói. Anais eletrônicos..., Galoá <https://proceedings.science/compos/compos-2024/trabalhos/a-guerra-ensinada-estrategias-discursivas-do-jornalismo-infanto-juvenil-brasilei?lang=pt-br>
- Gallego Ayala, J. (2003). *Información de sociedad. del suceso a la calidad de vida*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Gans, H. J. (1980). *Deciding what's news - a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Times*. Vintage Books.
- Gans, H. J. (2018). Sociology and journalism: A comparative analysis. *Contemporary Sociology*, 47(1), 3-10. <https://doi.org/10.1177/0094306117744794>
- Garcia, L., & Castro, J. (1994). Recomposição social e estratégias profissionais. In Sindicato de Jornalistas, *Jornalista português o que é? Inquérito e perfil sócio-profissional*. Sindicato dos jornalistas.

- Ghetti, M. (2018). O uso das redes sociais na produção jornalística cotidiana – Estudo de caso do WhatsApp no RJTV. [Dissertação de mestrado, Universidade Fluminense, Niterói]. Repositório Educapes. <https://educapes.capes.gov.br/handle/capes/749858>
- Giddens, A. (2006). *Sociologia*. (5.^a ed.). Alianza Editorial.
- Global Kids Online (2019). Global Kids online: Comparative Report. UNICEF Office of Research-Innocenti. <https://www.unicef.org/innocenti/media/7011/file/GKO-Comparative-Report-2019.pdf>
- Gonnet, J. (2007) *Educação para os Media: as controvérsias fecundas*. Porto Editora.
- Governo Português (2024). *Recomendações às escolas sobre uso de smartphones*. <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc24/comunicacao/documento?i=recomendacoes-as-escolas-sobre-uso-de-smartphones>
- Gradim, A. (2000). *Manual de jornalismo*. Estudos de Comunicação. Universidade da Beira Interior.
- Green, L. (2021). Parenting for a digital future: How hopes and fears about technology shape children's lives: by Sonia Livingstone and Alicia Blum-Ross. *Journal of Children and Media*, 15(4), 604–607. <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1978674>
- Haavisto, C., Chajed, A., & Kyllönen, R. (2022). Children's news media as a space for learning about difference. *Media and Communication*, 10(4), 256-266. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i4.5729>
- Habermas, J. (2003). *Mudança estrutural da esfera pública*. Tempo Brasileiro.
- Hatje, M. (2019). Jornalismo Especializado – A segmentação e busca da seletividade: uma proposta. *Signo*, 19(27). https://www.oasisbr.ibict.br/vufind/Record/UNISC-3_bc3e8abf8a97e98ab83d05e929c76ced
- Hamelink, C. (2002). Media Globalization: Consequences for the Rights of Children. In C. von Feilitzen & U. Carlsson (Eds.), *Children, Young People and Media Globalization* (pp. 33-41). Gotenborg University.
- Hamelink, C. (2008). Children's Communication Rights: Beyond Intentions. In K. Drotner & S. Livingstone (Eds.), *International Handbook of Children, Media and Culture* (pp. 403-507). SAGE.
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (1983). *Ethnography: principles in practice*. Tavistock.
- Atkinson, P., & Hammersley, M. (1994). Ethnography and participant observation. In N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 248-261), Sage Publications.
- Hammersley, M., Gomm, R., & Foster, P. (2000), Case study and theory. In R. Gomm, M. Hammersley, & P. Foster (Ed.), *Case Study Method* (pp. 234-258), Sage Publications.
- Harden, J., Scott, S., Backett-Milburn, K. & Jackson, S. (2000). Can't talk, won't talk?: Methodological issues in researching children' *sociological research online*, 5 (2). <http://www.socresonline.org.uk/5/2/harden.html>
- Hart, R. A. (1992). *Children's participation – From tokenism to citizenship*. UNICEF. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000171538.locale=en>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>

- Hay, J., & Couldry, N. (2011). Rethinking convergence/culture. *Cultural Studies*, 25(4-5), 473-486. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.60052>
- Hendrickx, J., & Pakvis, M. (2022). News content analyses in the 21st century: A structured literature review. *Revista Media & Jornalismo*, 22(41), 121-140. https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_7
- Hermida, A. (2011). Mechanisms of Participation: How audience options shape the conversation. In M. Vujnovic, T. Quandt, S. Paulussen, A. Hermida, A. Heinonen, J. B. Singer, Z. Reich, & D. Domingo (Eds.), *Participatory journalism: guarding open gates at online newspapers* (pp. 13-33), Wiley-Blackwell.
- Herscovitz, H. G. (2007). Análise de conteúdo em jornalismo. In C. Lago, & M. Benetti, *Metodologia da pesquisa em jornalismo* (pp.123-142), Vozes.
- Holmes, T., & Nice, L. (2012). *Magazine journalism*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446288597>
- Hobbs, R. (2010). *News Literacy: What works and what doesn't*. [Comunicação]. Association for Education in Journalism and Mass Communication Conference, Denver, Colorado. https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/Hobbs%2C%2520NEWS%2520LITERACY%2520AEJMC%25202010_0_0.pdf
- Hobbs, R. (2014). *Reflection on News Literacy*. <http://mediaedlab.com/2014/09/08/reflectionon-news-literacy/>
- Husni, S. (2025, 6 de abril). *The very successful The Week Junior*. Mr.Magazine. <https://mrmagazine.me/2025/04/06/the-very-successful-the-week-junior-celebrates-five-years-of-publishing-enjoys-being-the-fastest-growing-magazine-in-the-united-states-the-mr-magazine-interview-with-andrea-bar>
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Arnold Publishers.
- Iglesias, J. R. & Alcaide, J. L. (2010). El periodismo especializado: El gran reto del periodista. In R. Reig (Ed.), *La dinámica periodística: perspectiva, contexto, métodos y técnicas* (pp. 147-159), Asociación Universitaria Comunicación y Cultura.
- Iniciativa Liberal (s/d). Criação do provedor da criança. <https://iniciativoliberal.pt/programa2022/criacao-do-provedor-da-crianca/>
- Instituto Nacional de Estatística (2022). Inquérito à utilização de tecnologias da informação e da comunicação nas famílias. Instituto Nacional de Estatística. https://www.ine.pt/xportal/xmain?DESTAQUESdest_boui=541052592&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt&xpgid=ine_destaques&xpid=INE
- Irwin, A. (1995). *Citizen science: A study of people, expertise and sustainable Development*. Routledge.
- Isani, S. (2007). Specialised journalism & discursal mediation: The sum of all its parts. *Les cahiers de l'APLIUT*, 16(3), 9-25. <https://doi.org/10.4000/apliut.1893>
- Jaakkola, M. (2022). Journalists as media educators: Journalistic media education as inclusive boundary work. *Journalism Practice*. 16(6), 1265-1285. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1844040>
- James, A., Jenks, C. & Prout, A. (1998) *Theorizing childhood*. Polity Press.

Janzen, M. D. (2008) Where is the (postmodern) child in early childhood education research?, *Early Years An International Journal of Research and Development*, 28(3), 287-298. <http://dx.doi.org/10.1080/09575140802393827>

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media Ccollide*. NYU Press.

Jenkins, H. (2013, agosto, 8-11). *Magazines in the new millennium: A concept explication*. Association for Education in Journalism and Mass Communication Annual Conference, Magazine Division.

Jerónimo, P. (2013). *Ciberjornalismo de proximidade: Redações, jornalistas e notícias online na imprensa regional em Portugal*. [Tese de doutoramento, Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto. www.labcom.ubi.pt/ficheiros/201510231222-201519_ciberjornalismo_pjeronimo.pdf

Jerónimo, P., Ramos, G., & Torre, L. (2022). *Desertos de notícias Europa 2022: Relatório de Portugal*. Livros de Comunicação. ISBN 978-989-654-872-8

Jespers, J. J. (1998). *Jornalismo televisivo*. Minerva.

John, D. R. (1999). Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of Consumer Research*. 26 (3), 183-213.

Johnson, S., & Prijatel, P. (2013). *The magazine from cover to cover* (3.^a ed.). Oxford University Press.

Jornalíssimo (2025). *Sobre*. <https://jornalissimo.com/sobre>

Jorge, A. R. (2008, julho-setembro). Revistas com estilo. *Revista Jornalismo e jornalistas*. Clube dos jornalistas. https://www.clubedejornalistas.pt/uploads/jj35/jj35_24.pdf

Jorge, A. (2012). *A cultura das celebridades e os jovens: Do consumo à participação*. [Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Universidade Nova de Lisboa]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa <https://run.unl.pt/handle/10362/8397>

Jusović, R. R. & Krajišnik, N. (2000). *Journalists' manual for media literacy work with children*. Media and Civil Society Development Foundation Mediacentar. https://seenpm.org/wp-content/uploads/2020/02/manual-for-journalists_mil_final.pdf

Kajimoto, M., & Fleming, J. (2019). *News literacy*. In Oxford Research Encyclopedia of Communication. Oxford University Press.

Kanižaj, I., & Lechpammer, S. (2019). The role of organizations of journalists in promoting media literacy – Building credibility and trust. *Media Literacy and Academic Research*. 2(1), 24-37. https://www.mlar.sk/wp-content/uploads/2019/04/MLAR_2019_1_clanok_2-1.pdf

Kleemans, M., & Tamboer, S. L. (2021). Consolation strategies in children's television news: A longitudinal content analysis. *Journalism Practice*, 16(10), 2202-2220. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1901600>

Kleemans, M., Janssen, L. T., Anschütz, D. J., & Buijzen, M. (2022). The influence of sources in violent news on fright and worry responses of children in the Netherlands. *Journal of Children and Media*, 16(1), 134-143. <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1927125>

Krippendorff, K. (1990). *Metodologia de análise de conteúdo*. Paidós.

- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2005). *Os elementos do jornalismo. O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto Editora.
- Krüger, U. M. & Müller, C. (2011). logo!-Kindernachrichten im KI.KA. *Media Perspektiven*, 9, 391-413. https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2011/09-11_Krueger_Mueller.pdf
- Lage, N. (2005). *A reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Record.
- Lange, B. P., Jonas, H., & Schwab, F. (2023). Bist du schlau? Dann guckst du(,) logo! Ein vergleich der wissensvermittlung durch die nachrichtensendungen tagesschau und logo! und ihrer sprachlichen Gestaltung. *Studies in Communication Sciences*, 23(2), 181-199. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2023.02.2809>
- Lee, N. (2005). *Growing and society: Growing up in an age of uncertainty*. Open University press.
- Lei n.º 147/99, de 1 de setembro (1999). Diário da República: série I-A, n.º 204/1999. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/147-1999-581619>
- Lei n.º 27/2007, de 30 de julho (2007). Diário da República: série I, n.º 145/2007. <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/2007-34561375>
- Lei n.º 85/2009, de 27 de agosto. (2009). Diário da República: série I, n.º 166. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/85-2009-488826>
- Lei n.º 7/2009, de 12 de fevereiro. (2009). Diário da República: série I, n.º 30. <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/2009-34546475-56397906>
- Lei n.º 30/2019, de 23 de abril. (2019). Diário da República: série I, n.º 79 <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/30-2019-122151046>
- Lei n.º 58/2019, de 8 de agosto. (2019). Diário da República: série I, n.º 151. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/58-2019-123815982>
- Lemish, D. (2007). *Children and television: A global perspective*. Blackwell.
- Lemish, D. & Götz, M. (2007). *Children and media in times of war and conflict*. Hampton Press, ISBN: 1-57273-749-2.
- Lemish, D., & Alon-Tirosh, M. (2014). “I was really scared”: A cross-cultural comparison of reconstructing children's fearful viewing experiences. In M. Moshe (Ed.), *The emotions industry* (pp. 137–157). Nova Science Publishers.
- Lemish, D., & Götz, M. (2014). Conflict, media, and child well-being. In A. Ben-Arieh, F. Casas, I. Frønes, & J. Korbin, J. (Eds.), *Handbook of child well-being*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-90-481-9063-8_144
- Lemish, D. & Pick-Alony, R. (2014). The gendered nature of news consumption by children and youth. *Journal of Audience & Reception Studies*, 11(1), 174-198.
- Lemish, D. (2019). A room of our own: Farewell comments on editing the Journal of Children and Media. *Journal of Children and Media*. 13(1), 116-126. <https://doi.org/10.1080/17482798.2019.1557813>
- Lemish, D. (2022), *The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media* (2.nd ed.). Routledge.

- Lessard-Hébert, M., Goyette, G., & Boutin, G. (1994). *Investigação qualitativa-Fundamentos e prática*. Instituto Piaget.
- Letria, J. J., & Goulão, J. (1982). *Noções de jornalismo: História e técnica*. Livros Horizonte.
- Lima, H. (2012). *A imprensa portuense e os desafios da modernização*. Livros Horizonte
- Lima, L. (2016). *A linguagem do telejornal: Um estudo sobre os seus modos de organização a partir dos principais telejornais da Rede Globo*. [Tese de doutoramento, Universidade Federal de Pernambuco, Recife]. Repositório digital da UFPE. <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/31966>
- Livingstone, S. (2002). *Young people and new media: Childhood and the changing media environment*. Sage Publications Ltd.
- Livingstone, S. (2007). From family television to bedroom culture: Young people's media at home. In Devereux, E. (Ed.). *Media studies: key issues and debates*. Sage.
- Livingstone, S. (2009). Changing childhood, changing media. In S. Livingstone (Ed.), *Children and the internet* (pp. 1-32), Polity Press. ISBN 9780745631950.
- Livingstone, S., & Lunt, P. (2014). Mediatization: An emerging paradigm for media and communication studies. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of Communication* (pp. 703-724). De Gruyter Mouton.
- Livingstone, S., Mascheroni, G. & Staksrud. (2018). European research on children's internet use: Assessing the past and anticipating the future. *New Media and Society*. 20(3), 1103-1122. ISSN 1461-4448.
- Llano, R. (2008). *La especialización periodística*. Tecnos Editorial S A.
- Longhi, R. R. (2025). Tendências em formatos expressivos jornalísticos no TikTok. *Dispositiva*, 14 (25), p. e33981, 2025. <https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2025v14n25e33981>
- Lorgen, L. & Sørenssen, I. (2023). Chapter 6. Enacting the tween news viewer: Supernytt and its audience. In J. Deszcz-Tryhubczak & M. García-González (Ed.), *Children's Cultures after Childhood* (pp. 88-101). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/clcc.16.06lor>
- Lourenço, J. (2004a). *Jornalismo de especialidade* (vol. I). Livros Horizonte.
- Lourenço, J. (2004b). *Jornalismo de especialidade* (vol. II). Livros Horizonte.
- Luhmann, N. (2005). *A realidade dos meios de comunicação*. Paulus.
- Lustosa, E. (1996). *O texto da notícia*. Editora Universidade de Brasília.
- Machado, A. (2000). *A televisão levada a sério*. Editora SENAC.
- Maneta, M., Torre, L., Rodrigues, A., Amaral, I., & Jerónimo, P. (2024). Jovens e consumo mediático: Uma análise comparativa entre desertos e não-desertos de notícias em Portugal. *Media & Jornalismo*, 24(45), e4512. https://doi.org/10.14195/2183-5462_45_12
- Marchetti, D. (2020). Os subcampos especializados do jornalismo. *Plural*, 27(2), 240-269. (P. Serra, Trad.). (Trabalho original publicado em 2002). Réseaux, n.º 111, p. 22-55. <https://doi.org/10.11606/issn.2176-8099.pcs0.2020.179832>

- Marchi, R. C. (2010). O ofício de aluno e o “ofício de criança”: Articulações entre a sociologia da educação e a sociologia da infância. *Revista portuguesa de Educação*, 23(1), 183-202. <https://www.redalyc.org/pdf/374/37417089009.pdf>
- Marconi, M. A., & Lakatos, E.M. (2008). *Metodologia Científica* (5.^a ed.). Atlas.
- Marques Junior, H. (1928). *Algumas achegas para uma bibliografia infantil*. Oficinas Gráficas da Biblioteca Nacional.
- Marôpo, L. (2009). *A mediação na construção de uma identidade de direitos da infância: Representações jornalísticas de crianças e adolescentes em Portugal e no Brasil*. [Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Universidade Nova de Lisboa]. Repositório da Universidade Nova de Lisboa.
- Marôpo, L. & Jorge, A. (2009). Os direitos (de comunicação) de crianças e jovens na esfera pública europeia: O papel da sociedade civil numa sociedade em rede. *Media & Jornalismo*, 8(14), 51-65. <http://hdl.handle.net/10400.26/23245>
- Marôpo, L. (2013). *Jornalismo e direitos da criança: Conflitos e oportunidades em Portugal e no Brasil*. Minerva Coimbra.
- Marôpo, L. (2014). Identidade e estigmatização: As notícias nas percepções de crianças e jovens de um bairro de realojamento, *Análise Social*, 49(1), 104-127.
- Marôpo, L. (2015). Crianças como fontes de informação: um desafio de inclusão para o jornalismo. *Vozes e Diálogo*, 14 (2), 5-17. <http://hdl.handle.net/10400.26/11611>
- Marôpo, L. S. B., Vitorino Sampaio, I., & Miranda, N. P. D. (2018). Meninas no YouTube: Participação, celebração e cultura do consumo. *Estudos em Comunicação*, 1(26), 175-195.
- Marôpo, L., Delgado, C., Rodrigues, A. R., Torres, J. et al. (2021). *Relatório final: Competências de informação para jovens da era digital (CIJED)*. Instituto Politécnico de Setúbal.
- Marques Junior, H. (1928). *Algumas achegas para uma bibliografia infantil*. Oficinas gráficas da Biblioteca Nacional.
- Mata, J., & Bridi, S. M (2023). Miúdos a votos: Quando literacia midiática e política se encontram. *Contracampo* 42 (2), 1-15.
- Martínez Albertos, J. L. (1968). Fundamentos ideológicos y técnicos de la prensa actual. *Nuestro Tiempo*. 169-170(7), 68.
- Martínez Albertos, J. L. (2002). *Curso general de redacción periodística*. Paraninfo.
- Matthews, J. (2003). Cultures of production: The making of children's news. *Media organization and production* (pp. 131-146), Sage.
- Matthews, J. (2005) “Out of the mouths of babes and experts”: Children's news and what it can teach us about news access and professional mediation, *Journalism Studies*, 6(4), 509-519. <https://doi.org/10.1080/14616700500250404>
- Matthews, J. (2007). Creating a new (s) view of the environment: How children's news offers new insights into news form, imagined audiences and the production of environmental news stories. *Journalism*, 8(4), 428-448. <https://doi.org/10.1177/1464884907078658>

- Matthews, J. (2008). A missing link? The imagined audience, news practices and the production of children's news. *Journalism Practice* 2(2), 264-79.
- Matthews, J. (2009a). "Making It Our Own": BBC Newsround professionals and their efforts to build a news agenda for the young. *Television & New Media*, 10(6), 546-563. <https://doi.org/10.1177/1527476409343799>
- Matthews, J. (2009b). Negotiating news childhoods: News producers, visualised audiences and the production of the children's news agenda. *Journal of Children and Media*, 3(1), 2-18. <https://doi.org/10.1080/17482790802576949>
- Matthews, J. (2010). *Producing serious news for citizen children: A study of the BBC's children's programme, Newsround*. Edwin Mellen Press.
- Matthews, J. (2016). Children and the news. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecc190.pub2>
- McCrindle, M., & Fell, A. (2020). *Understanding generation Alpha*. McCrindle Research.
- McNeal, J. U. (1992). *Kids as customers: A handbook of marketing to children*. Lexington Books.
- McQuail, D. (1991). *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas. 2a edición revisada y ampliada*. Paidós.
- Medina, C. (2003) *A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano*.
- Mello Freire, A.C C., & Massarani, L. (2012). A cobertura de ciência para crianças: Um estudo de caso em dois jornais brasileiros. *Revista de Educação em Ciência e Tecnologia*, 5(3), 101-125. ISSN 1982-5153.
- Meneses Fernández, M. D. (2007). En torno al periodismo especializado. Consensos y disensos conceptuales. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 35, 137-152. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/74267>
- Meneses, G. S. (2009). *Revista Ciência Hoje das Crianças: Jornalismo científico para o público infantil?*. Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo. Repositório Institucional UFC. https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/26150/1/2009_tcc_gsmeneses.pdf
- Menezes, F. & Bastos, M. M. (2024). *Crianças e Jovens nos Media em 2022*. ERC-Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Mensonides, D. Cauwenberge, A. V., Swart, J. & Broersma, M. (2024) Playful citizens: How children develop and integrate news related practices in their daily lives, *Journalism Studies*, 25(15), 1854-1874. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2401396>
- Mesquita, M. (2003). *O quarto equívoco – O poder dos media na sociedade contemporânea*. Editora Minerva.
- Messenger-Davies, M. (2007). And what good came of it at last?: Ethos, style and sense of audience in the reporting of war in children's news programmes. In D. Lemish, & M. Götz (Eds.), *Children and media in times of war and conflict* (pp. 121-142), Hampton Press.

- Mihailidis, P. (2012). Introduction: News literacy in the dawn of a hypermedia age. In Paul Mihailidis (Ed.), *News Literacy: Global perspectives for the Newsroom and the Classroom*. (pp.1-17). Peter Lang.
- Mihailidis, P. (2019). Literacia para as notícias. In M. J. Brites, I. Amaral & M. T. Silva (Ed.). *Literacias Cívicas e Críticas: Refletir e Praticar* (pp. 69-72). CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade- Universidade do Minho.
- Ministério da Cultura (2023). Serviço público de media e programação para crianças e jovens. In F. Lopes (Ed.), *Serviço público de média: Livro branco* (pp. 229-241).
- Missionários Combonianos (2025). *Audácia*. <https://www.combonianos.pt/audacia>
- Montero, M. D. (1993). *La informacion periodista y su influencia social*. Labor.
- Montigneaux; N. (2003). *Público-alvo: crianças. A força dos personagens e do marketing para falar com o consumidor infantil*. Campus.
- Muñoz-Torres, J. R. (1997). Aproximación al concepto de información periodística especializada. In F. Esteve (Coord.), *Estudios sobre Información Periodística Especializada*, Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- Mustola, M., Sevón, E., & Alasuutari, M. (2019). Representation of children's views in Finnish newspaper media across three Decades. *Barn – Forskning om barn og barndom i Norden*, 37, 3-4. <https://doi.org/10.5324/barn.v37i3-4.3387>
- Nardin, D. (2023, 1 de Outubro). *Convidamos alunos de 15 anos para revisar nossa reportagem. O resultado ficou (bem) acima do esperado*. Amazônia Fox. https://www.amazoniavox.com/noticias/view/99/convidamos_alunos_de_15_anos_para_revisar_nossa_reportagem_o_resultado_ficou_bem_acima_do_esperado
- Narberhaus Martínez, M. (2018). Children's news on television. Topics, information quality and audience reception of Newsround (BBC), Logo (ZDF) and InfoK (TVC). *Quaderns del CAC* 44 (XXI), 45-53. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6536741/3.pdf>
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. Hodder & Stoughton.
- Neveu, E. (2005). *Sociologia do jornalismo*. Porto Editora.
- Neveu, E. (2010). As notícias sem jornalista: Uma ameaça real ou uma história de terror. *Brazilian Journalism Research*, 6(1), 29-57. <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/246/244>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Arguedas, A. R.& Nielsen, R. K. (2024). *Digital news report 2024*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024>
- Neys, H. J., Bohuon, A. & Bréhon, J. (2022). Ce que la presse écrite jeunesse donne à lire et à voir: Le genre du sport. *Education et Sociétés : Revue internationale de sociologie de l'éducation*, 47(1), 63-80. <https://doi.org/10.3917/es.047.0063>
- Nikken, P., and J. H. Walma van der Molen (2007). 'Operation Iraqi freedom' in the children's news: A comparison of consolation strategies used by dutch and german news producers." In D. Lemish, & M. Götz, *Children and media in times of war and conflict* (pp.177-199). Creskill.
- Noelle Neumann, E. (2017). *A espiral do silêncio: Opinião pública - nosso tecido social*. Estudos Nacionais.

- Notley T., Zhong, H. F., Dezuanni, M. & Gilbert, S. (2023) Comparing children's and teens' news engagement practices and affective news experiences, *Journal of Youth Studies*, 26(7), 878-893. <http://doi.org/10.1080/13676261.2022.2053667>
- OfCom. (2024). *News consumption in the UK 2024 report*. OfCom. <https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/research-and-data/tv-radio-and-on-demand-research/tv-research/news/news-consumption-2024/news-com>
- Oliveira, A. S. (2022). *Participação de crianças e adolescentes na produção de conteúdo do jornal Joca*. [Tese de pós-graduação, Universidade Federal da Bahia]. Repositório da UFBA. <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/37723>
- Ordem dos Advogados (2023). Provedor das crianças e das gerações futuras. <https://portal.oa.pt/ordem/processo-legislativo/pareceres-projetos-diplomas-legislativos/trienio-2023-2025/provedor-das-criancas-e-das-geracoes-futuras>
- Organização das Nações Unidas (s.d.). *Who are the Youth?*. <https://www.un.org/en/global-issues/youth>
- Organização das Nações Unidas (2019, 28 de setembro). *Relatório do Comité dos Direitos da Criança - 5º e 6º relatórios nacionais sobre a implementação da CDC*. <https://gfcjivd.ministeriopublico.pt/destaque/relatorio-do-comite-dos-direitos-da-crianca-5o-e-6o-relatorios-nacionais-sobre>
- Organização das Nações Unidas (2021). *Comentário Geral n.º 25 sobre os direitos da criança no ambiente digital*. <https://dcjri.ministeriopublico.pt/destaque/comentario-geral-no-25-sobre-os-direitos-da-crianca-em-ambiente-digital-em-portugues>
- Orive, P., & Fagoga, C. (1974). *La especialización en el periodismo*. Dossat.
- Pabion, C. & Clark, C. (2015). *An evaluation of the First News reading package*. National Literacy Trust. <https://literacytrust.org.uk/research-services/research-reports/evaluation-first-news-reading-package>
- Padilha, S. C. (2012). *O webjornalismo mediado pela cultura social – Estudo comparativo: Portugal e Brasil*. LabCom Books.
- Panagiotou, N. & Theodosiadou, S. (2014). News literacy: Learning about the world. *Journal of Digital and Media Literacy*, 2(1), 1-14. ISSN 2326-1862
- Parks, P. (2021). Joy is a news value. *Journalism Studies*, 22(6), 820-838. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1807395>
- Paterson, C. (2004). An overview of ethnographic research on new media. [Comunicação] *2nd International Symposium New Research for New Media*. Universitat Rovira i Virgili, Institute of New Media Studies.
- Paterson, C., & Domingo, D. (2008). *Making online news – The ethnography of new media production*. Peter Lang.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2.ª ed.). Sage Publications.
- Pereira, F. H. (2003). *O jornalista on-line: um novo status profissional? Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação do conceito de 'jornalista sentado'*. [Dissertação de mestrado. Universidade de Brasília]. Repositório Universidade de Brasília. <https://repositorio.unb.br/jspui/handle/10482/37604>

Pereira, S. (2003) As crianças, a guerra e os meios de comunicação. SPRC. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/4397>

Pereira, S. (2007). *Por detrás do ecrã: Televisão para crianças em Portugal*. Porto Editora.

Pereira, S., Pinto, M., & Pereira, E. (2009). *A televisão e as crianças. Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI*. Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Pereira, S., Aguiar, A. & Pereira, L. (2013). *Agenda de atividades de literacia digital*. Escolinhas Criativas-Projeto QREN SI IDGT 12720.

Pereira, S., Fillol, J., & Silveira, P. (2015). Explicar o mundo às crianças: Análise de espaços noticiosos dirigidos ao público infantojuvenil. In A. Barbalho, & L. Marôpo. *Infância, juventude e mídia: olhares luso-brasileiros*, EdUEC. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/41755>

Pereira, S., Fillol, J., Moura, P. (2018). *Levar os media para a escola – Agenda de atividades de transliteracia*. CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade- Universidade do Minho. ISBN: 978-989-8600-74-5

Pereira, S., Fillol, J., & Moura, P. (2020). Teens' online and offline lives: How they are experiencing their sociability. In L. Green, D. Holloway, K. Stevenson, T. Leaver, & L. Haddon (Eds.), *Routledge Companion to digital media and children* (pp.152-160), Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351004107-14>

Pereira, S., Brandão, D., & Pinto, M. (2021). bYou: A research proposal about and with children and youngsters as creative agents of change through the use of the media. In D. Raposo, N. Martins, & D. Brandão, (Eds.), *Advances in human dynamics for the development of contemporary societies* (Vol. 277, pp. 95–103). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80415-2_12

Pereira, S., Pinto, M., & Madureira, E. J. (2023). *Referencial de educação para os media: Educação pré-escolar, ensino básico, ensino secundário*. Ministério da Educação.

Pereira, S., Brandão, D., & Toscano, M. (2024). “Participar é ter voz”: Conceções e tipos de participação de crianças e jovens portugueses de 11-13 anos. In F. H. Pereira, F. I. da S. Ferreira, & C. I. dos Anjos (Orgs.), *Anais do VII Seminário Luso-Brasileiro de Educação Infantil e III Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Infâncias e Educação* (pp. 1262–1273). Universidade Federal de Alagoas. <https://ud10.arapiraca.ufal.br/repositorio/publicacoes/5203>

Pereira, S., Brandão, D., Menezes Neumann, M. & Mourão, M. (2024). Cartografia de las prácticas mediáticas de niños y jóvenes en Portugal. *Comunicación y Sociedad*, e8809. <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8809>

Pereira, S., & Brandão, D. (2025, 7 de fevereiro). *Apresentação dos resultados do projeto bYou* [Comunicação oral]. Congresso Crianças, jovens e media: Vidas (des)ligadas?". Universidade do Minho, Braga, Portugal. <https://www.byou.ics.uminho.pt>

Perreault, G., & Mellado, C. (2024). Surprised by joy: Professional roles as emotional facets of news production. *Journalism Practice*. 10.1080/17512786.2024.2389214.

Perrenoud, P. (1994). *Ofício de Aluno e Sentido do Trabalho Escolar*. Porto Editora.

- Peters, C. (2012). Journalism to go: The changing spaces of news consumption. *Journalism Studies*, 13(5-6), 695–705. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.662405>
- Piaget, J. & Inhelder, B. (2002). *A psicologia da criança*. (18.^a ed.). Bertrand Brasil.
- Pinto Coelho, M. Z. (2009). Jovens no discurso da imprensa portuguesa: Um estudo exploratório. *Análise Social*, 44(191), 361–377. <https://doi.org/10.31447/AS00032573.2009191.06>
- Pinto, M. (2000). *A televisão no quotidiano das crianças*. Edições Afrontamento.
- Pinto, M. (2003). A educação para os media, uma aposta com futuro. Livro de Actas do Congresso Luces en el Laberinto Audiovisual, Huelva.
- Pinto, R. L. P. (2019). *A censura e as publicações periódicas infanto-juvenis no Estado novo: O papel da Comissão Especial para a Literatura Infantil e Juvenil e da Comissão para a Literatura e Espetáculos para Menores (1950-1968)*. Volume I. [Tese de doutoramento. Universidade de Lisboa. Faculdade de Letras]. Repositório Universidade de Lisboa. <https://repositorio.ulisboa.pt/handle/10451/37925>
- Ponte, C. (1998). *Televisão para crianças: O direito à diferença*. Escola Superior de Educação João de Deus.
- Ponte, C. (2005). *Crianças em notícia – A construção da infância pelo discurso jornalístico 1970-2000*. Imprensa de Ciências Sociais.
- Ponte, C. (2009). *Crianças e jovens em notícia*. Livros Horizonte.
- Ponte, C. (2012). *Crianças e media. Pesquisa internacional e contexto português do século XIX à atualidade*. Imprensa de Ciências Sociais.
- Ponte, C. (2014). Researching the roles of news in children's and young people's identities. *Journal of Audience e Reception Studies*. 11(1), 99-107. <https://www.participations.org/Volume%2011/Issue%201/6.pdf>
- Ponte, C., Castro, T., Batista, S. & Jorge, A. (2017). *Crescendo entre ecrãs*. ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social. <https://www.erc.pt/documentos/Crescendoentreecras/mobile/index.html#p=1>
- Ponte, C., & Batista, S. (2019). *EU Kids Online Portugal. Usos, competências, riscos e mediações da internet reportados por crianças e jovens (9-17 anos)*. EU Kids Online. NOVA FCSH.
- Ponte, C., & Brites, M. J. (2023). Serviço público de media e programação para crianças e jovens. In F. Lopes (Ed.), *Serviço público de média: Livro branco* (pp. 229-241). Ministério da Cultura, Portugal.
- Ponte, C., Batista, S., Marôpo, L., Castro, T., Kubrusly, A., Garcia, M. & Matos, T. (2024). *Literacias digitais de adolescentes portugueses*. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade NOVA de Lisboa.
- Portouis, J. P., & Desmet (1988). *Epistémologie et Instrumentation en Sciences Humaines*. Pierre Mardaga Editeur.
- Postman, N. (1999). *O desaparecimento da infância*. Graphia.
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54(4), 675-696. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.521462>

- Prensky, M. (2010) *Teaching digital natives*. Corwin.Prestes
- Prestes, Z. (2013). A sociologia da infância e a teoria histórico-cultural: Algumas considerações. *Revista de Educação Pública*, 22(49), 295-304. <https://doi.org/10.29286/rep.v22i49/1.916>
- Prieto-Arosa, J. M. & d'haenens, L. (2025). Bridging youth “media egocentrismo” and journalistic values: Strategies for public service media. *Frontiers in Communication* 10. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1534133>
- Pujik, R. (2004). Etnographic research in media organizations: Some methological and ethical thoughts. *Paper presented at the 2nd International Simposium New Research for New Media*. Tarragona, Univesitat Rovira I Virgili, Institute for Media Studies.
- Quesada Pérez, M. (1998). *Periodismo especializado*. Ediciones Internacionales Universitarias, S.A.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L.V. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais* (5.^a ed). Gradiva.
- Qvortrup, J. (1995). Childhood in Europe: A new field of social research. In Lynne Chisholm et al. (Eds.), *Growing up in Europe. Contemporary horizons in childhood and youth studies* (7-21). Walter de Gruyter.
- Qvortrup, J. (2010). A infância enquanto categoria estrutural. *Educação e Pesquisa*, 36(32), 631-643.
- Qvortrup, J. (2014). Visibilidades das crianças e da infância. *Linhas Críticas*, 20(41), 23-42. <https://doi.org/10.26512/lc.v20i41.4250>
- Ramonet, I. (1999). *A tirania da comunicação*. Campo das Letras Editores.
- República Portuguesa (2024). *Plano de Ação para a Comunicação Social*. <https://www.portugal.gov.pt/download-ficheiros/ficheiro.aspx?v=%3D%3DBQAAAB%2BLCAAAAAAABAAzNDE2MQYA9cD9BwUAAAA%3D>
- Resende, G. R. B. (2023). Temáticas e tensões sociais contemporâneas na TV infantil: Estudos de casos Brasil e Argentina. [Tese de pós-graduação, Universidade de São Paulo]. Repositório Biblioteca Digital Universidade de São Paulo. <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/84/84131/tde-11042024-170741/pt-br.php>
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 112/2020 (2020). Diário da República: série 1, n.º 245, de 18-12-2020. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/resolucao-conselho-ministros/112-2020-151557423>
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 34 (2025). Diário da República: série 1, n.º 42, de 28-02-2025. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/resolucao-conselho-ministros/34-2025-909307237>
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 65 (2025). Diário da República: série 1, n.º 54, de 18-03-2025. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/resolucao-conselho-ministros/65-2025-911303074>
- Revista Casa Comum (2023, 4 de março). *Revista Casa Comum conta agora com conteúdo para o público infantojuvenil*. <https://revistacasacomum.com.br/revista-casa-comum-conta-agora-com-conteudo-para-o-publico-infantojuvenil>
- Richardson, R. J. (2008). Pesquisa social-métodos e técnicas (3.^a ed.). Atlas.

- Ribeiro, E. R., & Costa, G. (2024). Magazines currently: A matter of virtualisation. *International Journal of Magazine Studies*, 1(1), 139-153. <http://10.60543/ijms.v1i1.9184>
- Ribeiro, N. (2005). *A Emissora Nacional nos primeiros anos do Estado Novo: 1933-1945*. Quimera.
- Rocha, N. (1992). *Breve história da literatura para crianças*. Instituto de Cultura e Língua Portuguesa - Ministério da Educação (2.^a ed.). ISSN 0871-5155.
- Roque, A. (2016, 14 de novembro). “Audácia”. Uma revista juvenil com três verbos preferidos”. Rádio Renascença. <https://rr.pt/noticia/religiao/2016/11/14/audacia-uma-revista-juvenil-com-tres-verbos-preferidos/68471>
- Rousseau, J. J. (1995). *Emílio ou da educação*. Bertrand.
- Rovida, M. F. (2010). *A segmentação no jornalismo sob a ótica durkheimiana da divisão do trabalho social*. [Tese de pós-graduação, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo]. Repositório Faculdade Cásper Líbero. <https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2014/02/08-A-segmenta%C3%A7%C3%A3o-no-jornalismo-sob-a-%C3%B3tica-durkheimiana-da-divis%C3%A3o-do-trabalho-social.pdf>
- RTP (2015). *Contrato de concessão de serviço público*. <https://media.rtp.pt/empresa/wp-content/uploads/sites/31/2015/07/contratoConcessao2015.pdf>
- RTP (2021). *Projeto estratégico 2021-23. As mãos no presente – Os olhos no futuro*. <https://media.rtp.pt/empresa/wp-content/uploads/sites/31/2018/05/Plano-Estrategico-RTP-2021.pdf>
- RTP (2023). *Relatório de cumprimento das obrigações de serviço público e do projeto Estratégico*. <https://cdnimages.rtp.pt/mcm/pdf/503/50359924299cd1c92ab3ba8dbd8a7f9f1.pdf>
- RTP (2024). *Projeto estratégico 2024-26. Transição digital-Nova ambição. Nova organização. Novos processos*. <https://cdnimages.rtp.pt/mcm/pdf/ecc/eccc2b3a4edc84e3e593471863ab8bfd2.pdf>
- Ruellan, D. (1993). *Le professionnalisme du flou*. Le Universitaires de Grenoble.
- Ruellan, D. (1994). Las frontieres d’une vocation. In J. F. Lacan, M. Palmer, & D. Ruellan, *Les journalistes - Stars, scribes et scribouillards*, Syros.
- Ruellan, D. (2006). Corte e costura do jornalismo. *Líbero*, IX(18), 31-40. <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Corte-e-costura-do-jornalismo.pdf>
- Ruellan, D. (2017). Um ser profissional ou como percebê-lo. *Brazilian Journalism Research*, 13(1), 6-19. <https://doi.org/10.25200/BJR.v13n1.2017.978>
- Sampaio, R. C. e Lycarião, D. (2021). *Análise de conteúdo categorial: Manual de aplicação*. Enap.
- Santos, R. (2005). *As vozes da rádio, 1924-1939*. Caminho.
- Santos, I. M. (2024, 4 de dezembro). *Trabalhadores da Trust in News em protesto* [Vídeo]. RTP. https://www.rtp.pt/noticias/economia/trabalhadores-da-trust-in-news-em-protesto_n1619449

- Santos, L. A. (2011). *Journalism in transition: A study of change at Jornal de Notícias online newsroom*. [Tese de doutoramento, Universidade do Minho]. Repositório da Universidade do Minho. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/19746>
- Santos, L. (2018). *A reconfiguração da notícia: Um estudo de caso sobre o impacto do cibercontecimento na rotina produtiva do telejornalismo* [Tese de pós-graduação, Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre]. Repositório PUCRS-Biblioteca Digital de Teses e Dissertações <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/8358>
- Santos-Silva, D. (2012). The future of digital magazine publishing. *Information Services and Use*, 31(3-4), 301-310. <https://doi.org/10.3233/ISU-2012-0661>
- Santrock, J. W. (2016). *Adolescence*. (6.th Ed.). McGraw Hill.
- Saperas, E. (1993). *Os efeitos cognitivos da comunicação de massas*. ASA.
- Sarmiento, M. J. e Pinto, M. (1997). As crianças e a infância: Definindo conceitos delimitando o campo. In M. Pinto & M. J. Sarmiento (Org.). *As crianças: Contextos e identidades* (pp. 9-30). Bezerra.
- Sarmiento, M. J. (2003). Imaginário e culturas da infância. *Cadernos de Educação/Faculdade de Educação*, (21), 51-69. <https://revistas.ufpel.edu.br/index.php/educacao/article/view/6119>
- Sarmiento, M. J. (2005a). Gerações e alteridade: Interrogações a partir da sociologia da infância. *Educação e Sociedade*, Campinas, 26 (91), maio/ago. <https://doi.org/10.1590/S0101-73302005000200003>
- Sarmiento, M. J. (2005b). Crianças: Educação, culturas e cidadania ativa. *Perspectiva*, 23(1), 17-40. <https://doi.org/10.5007/%25x>
- Sarmiento, M. (2007). Visibilidade social e estudo da infância. In *Infancia (In)Visível*, V. M. R. Vasconcellos, M. J. Sarmiento, & Manuel Jacinto (Org.) (pp. 25-49). Junqueira & Marin Editores.
- Sarmiento, M. J. (2011). A reinvenção do ofício de criança e de aluno. *Atos de Pesquisa em Educação* 6(3), 581-602.
- Sarmiento, M. J. (2013). A sociologia da infância e a sociedade contemporânea: Desafios conceptuais e praxeológicos. In R. T. Ens & M. C. Garanhani (Org.). *Sociologia da Infância e a formação de professores* (pp. 13-46). Champagnat.
- Sarmiento, M. J., & Tomás, C. (2020). A infância é um direito?. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 15-30. <https://ojs.letras.up.pt/index.php/Sociologia/article/view/10133>
- Scalzo, M. (2003). *Jornalismo de revista*. Contexto.
- Schlesinger, P. (1980). Between sociology and journalism. In H. Christian (Ed.), *The Sociology of Journalism and the Press*, *Sociological Review*, 29, 341-369. <https://doi.org/10.1111/J.1467-954X.1981.TB03280.X>
- Schwaab, R. T., & Tavares, F. M. B. (2009). O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. *Revista Galáxia*, 18, 180-193.
- Schrøder, K. C. (2014). News media old and new: Fluctuating audiences, news repertoires, and locations of consumption. *Journalism Studies*, 16(1), 60-78. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.890332>

- Schröder, K. C., & Blachørsten, M. (2016). The nature of news avoidance in a digital world-digital news report 2016. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://www.digitalnewsreport.org/essays/2016/nature-news-avoidance-digital-world/>
- Seijas Candelas, L. (2003). *Estructura y fundamentos del periodismo especializado*. Editorial Universitas, S.A.
- Sengl, M., & Heinke, E. (2023). Teaching journalism literacy in schools: The role of media companies as media educators in Germany. *Media and Communication*, 11(2), 53-63. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6389>
- SIC Notícias (2025, 10 de janeiro). *Expressivo passa a ser semanal e estreia-se no digital*. <https://sicnoticias.pt/pais/2025-01-10-expressinho-passa-a-ser-semanal-e-estreia-se-no-digital-8d6631a5>
- Silva, Â. (2010). A Programação infantil nas rádios portuguesas: Dos primeiros ensaios aos desafios. [Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior]. Repositório digital da Universidade da Beira Interior.
- Silva, G. A., & Bueno, T. (2022). O Progressinho (1986-1987): Análise do suplemento infantil que circulou no interior do Maranhão. *Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação*. Universidade Federal de Juiz de Fora 16(2), 130-149.
- Silva, M. T., Figueiras, R., Brites, M.J. et al. (2017). Audiências e cross-media: estudo de padrões de consumo de notícias em Portugal. *Estudos em Comunicação*, 25(1), 177-199. <https://doi.org/10.20287/ec.n25.v1.a11>
- Silva, M. T., & Brites, M. J. (2021). Audiências e jornalismo, uma relação difícil? In J. Carlos Correia & I. Amaral (Orgs.), *De que falamos quando dizemos Jornalismo?* (pp. 215–236). LabCom.
- Silva, M. T. (2024). *Fundamentos e inquietações do jornalismo*. Livros ICNOVA, 162. <https://doi.org/10.34619/wjpr-nphb>
- Silveira, P. (2012). Crianças e notícias: Uma abordagem teórica e enquadramento das principais investigações desenvolvidas entre 2000 e 2011. *Revista Comunicando*. 1(1). <https://revistas.sopcom.pt/index.php/comunicando/issue/view/10/9>
- Silveira, P. (2015). *Crianças e notícias: Construindo sentidos sobre a atualidade e o mundo*. [Tese de doutoramento, Universidade do Minho]. Repositório da Universidade do Minho. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/42445>
- Silveira, P. (2019). Notícias televisivas e públicos infantis: O porquê da aposta em jornalismo segmentado para as crianças. *Observatorio (OBS*)*. 13(2). <https://doi.org/10.15847/obsOBS13220191467>
- Singer, J. B. (2003). Who are these guys?: The online challenge to the notion of journalistic professionalism. *Journalism* 4(2), 139-163. <http://jou.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/2/139>
- Singer, J. B. (2008). Ethnography of Newsroom Convergence. In C. Paterson, & D. Domingo (Ed.), *Making online news: The ethnography of new media production* (pp. 57-170), Peter Lang.
- Sirota, R. (2001). Emergência de uma sociologia da infância: Evolução do objeto e do olhar. *Cadernos de Pesquisa*, 112, 7-31. <https://doi.org/10.1590/S0100-15742001000100001>

Shoemaker, P. J., & Cohen, A. A. (2006). *News around the world content, practitioners, and the public*. Routledge.

Sousa, J. P. (1997). *Fotojornalismo performativo - O serviço de fotonotícia da Agência Lusa de Informação*. [Tese de doutoramento, Universidade de Santiago de Compostela, Espanha]. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação <https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo-tese.html>

Sousa, J. P. (2000). *As notícias e seus efeitos. As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos*. MinervaCoimbra.

Sousa, J. P. (2002). *Teorias da notícia e do jornalismo*. Argos.

Sousa, J.P. (2005). *Elementos do jornalismo impresso*. Letras Contemporâneas.

Sousa, J. P. (2006). *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media* (2.^a ed.). Edições Universidade Fernando Pessoa.

Sousa, J. P. (2009). Os pioneiros da teorização do jornalismo em Portugal e a definição do território do jornalismo e dos jornalistas. *Culturas Midiáticas*, II(2), 9-30.

Sousa, J. P. (2022). *Portugal. Pequena história de um grande jornalismo II: da segmentação à digitalização*. (Livros ICNOVA). ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova. <https://doi.org/10.34619/p27e-5jla>

Sousa, J. P. (2024). *Uma história breve do jornalismo no Ocidente – Génese e desenvolvimento de uma instituição social até ao final do século XX*. Editora Labcom.

Sousa, R., Castanho, P., Jorge, C. & Tavares, P. (2025, 30 de março). 'SIC Explica-me': novo projeto da SIC Notícias destina-se a crianças e jovens dos 6 aos 15 anos. SIC Notícias. https://sicnoticias.pt/pais/2025-03-30-video-sic-explica-me-novo-projeto-da-sic-noticias-destina-se-a-criancas-e-jovens-dos-6-aos-15-anos-2eb87e04?fbclid=IwY2xjawJWs05leHRuA2FlbQIxMQABHeqSGXBdXEENo2SBq8V_knU3AaVNbXSYkevHD1GA1Dn4xp_mH9xxWLaMDg_aem_ws2ia8LC1ChOohRRbA1TGg&sfsn=wiwspwa#Echobox=1743374475

Souza, S. J., & Kramer, S. (1991). O debate Piaget/Vygotsky e as políticas educacionais. *Cadernos de Pesquisa*, (77), 69-80. <https://publicacoes.fcc.org.br/cp/article/view/1044>

Stake, R. E. (1995). *The art of case study*. Sage Publications.

Steinberg, L. (2023). *Adolescence* (13th ed.). McGraw-Hill, Inc.

Stordy, P. (2015) Taxonomy of literacies. *Journal of Documentation*, 71(3), 456-476. <https://doi.org/10.1108/JD-10-2013-0128>

Stringari, R. (2020). *Rotinas de produção no telejornalismo: Práticas e discurso dos telejornais locais do meio-dia em Curitiba – Um estudo comparativo e impacto do digital*. [Tese de doutoramento, Universidade Fernando Pessoa]. Repositório da Universidade Fernando Pessoa. <https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/9486>

Strohmaier, P. (2004). The Iraq war on children's tv. *Television*, 17,18-23. https://izi.br.de/english/publication/television/17_2004_E/strohmaier.pdf

Swart, J., & Broersma, M. (2021). The trust gap: Young people's tactics for assessing the reliability of political news. *The International Journal of Press/Politics*, 27(2), 396-416. <https://doi.org/10.1177/19401612211006696>

- Swart, J., Groot Kormelink, T., Costera Meijer, I., & Broersma, M. (2022). Advancing a radical audience turn in journalism. *Fundamental Dilemmas for Journalism Studies. Digital Journalism*, 10(1), 8–22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.2024764>
- Swart, J., & Broersma, M. (2023). What feels like news? Young people’s perceptions of news on Instagram. *Journalism*, 25(8), 1620-1637. <https://doi.org/10.1177/1464884923121273>
- Syvertsen, T., Enli, G., Moe, H., & Mjøs, O. J. (2014). *The media welfare state: Nordic media in the digital age*. University of Michigan Press.
- Tamboer, S. L., Kleemans, M., & Daalmans, S. (2020). ‘We are a neeeew generation’: Early adolescents’ views on news and news literacy. *Journalism*, 23(4), 806-822. <https://doi.org/10.1177/1464884920924527>
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: The rise of a net generation*. McGrawHill.
- Tavares, F. de M. B. (2007). O jornalismo especializado e a mediação de um ethos contemporâneo na sociedade. *Em Questão*, 13(1), 41-56.
- Tavares, F. de M. B. (2009) O jornalismo especializado e a especialização periodística. *Estudos em Comunicação*, 5(5), 115-133. <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>
- Tavares, F. de M. B. (2011). Uma especialização que vem da especialidade: Das aproximações entre revista e jornalismo especializado em “Vida Simples”. *Brazilian Journalism Research* (7)11, 158-174.
- Tavares, F. de M. B. (2012). A especialização jornalística como teoria e objeto: Contornos e limites. *Revista Comunicação Midiática*, 7(1), 96-116.
- Tavares, F. de M. B. (2022). A revista por ela mesma e o revistativo: Problematizações sobre um modo de ser jornalismo. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 21(45). <https://doi.org/10.5902/2175497765695>
- Teddlie, C., & Tashakkori A. (2009), *Foundings of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Sage.
- Tengarrinha, J. M. (1989), *História da imprensa periódica portuguesa* (2.^a ed.). Caminho.
- Theodosiadou, S. (2025). Podcasting and media literacy: A case study of preschool education students as media makers, *Media Practice and Education*. 1-16. <https://doi.org/10.1080/25741136.2025.2463202>
- Tomaz, R. (2014). A invenção dos tweens: juventude, cultura e mídia. *Revista Brasileira Ciências da Comunicação*, 37(2). <https://doi.org/10.1590/1809-584420148>
- Tomaz, R. (2019). *O que você vai ser antes de crescer?-Youtubers, infância e celebridade*. UFBA.
- Tomé, V. (2008). *Contributo para a produção de jornais escolares: CD-ROM “Vamos fazer jornais escolares”* [Tese de doutoramento, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10451/42148>
- Tomé, V. (2019). O papel dos jornalistas na criação de projetos de escola em cidadania digital. In P. Lopes & B. Reis (Ed.), *Comunicação Digital: Media, práticas e consumos* (pp. 183-215), NIP-C@M & UAL. <https://doi.org/10.26619/978-989-8191-87-8.9>

Tomé, V., Livramento, A. et al. (2021). *Fazer o mundo inteiro - Atividades de STEAM e Literacia dos media do pré-escolar ao 2º ciclo*. Ministério da Educação - Direção-Geral da Educação. ISBN: 978-972-742-464-1.

Traquina, N. (2001). *O estudo do jornalismo no século XX*. Editora Unisinos.

Traquina, N. (2005a). *Teorias do jornalismo - A tribo jornalística - Uma comunidade transnacional*. Insular.

Traquina, N. (2005b). *Teorias do jornalismo - Porque as notícias são como são* (2.^a ed., vol. 1). Insular.

Traquina, N. (2007). *O que é jornalismo?* (2.^a ed.). Quimera.

Travancas, I. S. (1992). *O mundo dos jornalistas*. Summus.

Travancas, I. S. (2006). Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In A. Barros, & J. Duarte (Orgs.), *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (pp. 98-109), Atlas.

Tribunal Europeu dos Direitos do Homem (2001). *Convenção Europeia dos Direitos do Homem*. <https://www.echr.coe.int/home>

Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. *The American Journal of Sociology*, 77(4), 660-679. <https://doi.org/10.1086/225193>

Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. Free Press.

Tully, M., Vraga, E. & Smithson, A. (2018). News media literacy, perceptions of bias, and interpretation of news. *Journalism* 21(2). <https://doi.org/10.1177/1464884918805262>

Tuñón, A. (1993). L'especialització en periodisme: Un canvi de paradigma. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 15, 85-98. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41188>

Tunstall, J. (1974). *Journalists at work. Specialist correspondents: Their news organizations, news sources, and competitor colleagues*. Sage Publications.

Turner, S., Pothong, K., & Livingstone, S. (2022). *Education data reality: The challenges for schools in managing children's education data*. Digital Futures Commission, 5Rights Foundation. <https://eprints.lse.ac.uk/119731>

UNESCO (2014). *Declaração de Paris sobre Literacia para os Media e a Informação na Era Digital*. <https://www.unesco.org/en/articles/paris-declaration-media-and-information-literacy-adopted>

União Europeia (2021a). *Recomendação 2021/1004, de 14 de junho 2021*. <https://op.europa.eu/pt/publication-detail/-/publication/1936f4dd-d2f3-11eb-ac72-01aa75ed71a1/language-pt>

União Europeia (2021b). *Plano da União Europeia sobre os Direitos da Criança*. <https://op.europa.eu/webpub/just/eu-plan-for-children-rights-easy/pt/>

UNICEF (1959). *Declaração dos direitos da criança*. www.unicef.org/brazil/media/22026/file/declaracao-dos-direitos-da-crianca-1959.pdf

UNICEF (1989). *Convenção sobre os direitos da criança*. www.unicef.pt/media/2766/unicef_convenc-a-o_dos_direitos_da_crianca.pdf

- UNICEF (2020). *#ConhecerAsCrianças - Um retrato estatístico das crianças em Portugal*. UNICEF. <https://www.unicef.pt/atualidade/publicacoes/conhecer-as-criancas-dados-pordata>
- UNICEF (2025). *Estatutos*. <https://www.unicef.pt/global-pages/footer/estatutos>
- Universidade Lusófona (2025, março 26). *Conferência Final | Projeto YouNDigital | Dia 27* [Vídeo] Youtube. <https://www.youtube.com/live/sWCSJvWcHVg>
- Van Der Molen, J. H. W., & De Vries, M. (2003). Violence and consolation: September 11th 2001 covered by the Dutch children's news. *Journal of Educational Media*, 28(1), 5-19. <https://doi.org/10.1080/1358165032000156400>
- van Dick, M. J. (1998). *News as Discourse*. Lawrence Erlbaum Associates.
- van Dick, M. J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, 31(1), 41-58. <https://doi.org/10.1177/0163443708098245>
- van Oijen, Y. (2019). *Children and news consumption: Tailoring news broadcasts for young audiences*. ETD Collection for University of Texas, El Paso. <https://scholarworks.utep.edu/dissertations/AAI27664985>
- Vasconcelos, A., Casquinho, M. Paisana, M., Couraceiro, P., Cardoso, G., Baldi, V. (2024). *Futuros. Eixos de Inovação para os media 2024/2025*. Obercom-Observatório da Comunicação. ISSN: 2183-3478
- Vasconcelos, A., Paisana, M., Couraceiro, P., Casquinho, M., Cardoso, G., Baldi, V. (2024). *Anuário da Comunicação 2023*. OberCom – Observatório da Comunicação. https://obercom.pt/wp-content/uploads/2024/07/Anuario_comunicacao_2023.pdf
- Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C., & López-García, X. (2022). Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok. *Journalism*, 23(8), 1717-1735. <https://doi.org/10.1177/1464884920969092>
- Viagem, H. (2020). *53,6% das crianças tem dispositivo com acesso à internet em Portugal*. Forbes Portugal.
- Vraga, E. K., Tully, M., Maksl, A., Craft, S., & Ashley, S. (2020). Theorizing News Literacy Behaviors. *Communication Theory*. 31(1), 1-21. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa005>
- Vygotsky, L. (2007). *A formação social da mente: O desenvolvimento dos processos psicológicos superiores*. (7ª. ed.). Martins Fontes.
- Yin, R. K. (1994). *Case study research-Design and methods* (2.ª ed.). Sage Publications.
- Wahl-Jorgensen, K., & Pantti, M. (2021). Introduction: The emotional turn in journalism. *Journalism*, 22(5), 1147-1154. <https://doi.org/10.1177/1464884920985704>.
- Wahl-Jorgensen, K. (2025). Emotionality and news. In T. P. Vos, F. Hanusch, D. Dimitrakopoulou, M. Geertsema-Sligh, & A. Sehl (Ed.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0039>
- Walma Van Der Molen, Juliette H., Valkenburg, P. M., & Peeters, A. L. (2002). Television news and fear: A child survey. *Communications*, 27(3), 303-317. <https://doi.org/10.1515/comm.27.3.303>
- Weaver, P. H., (1999). As notícias de jornal e as notícias de televisão. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, teorias e estórias* (pp. 294-306). Veja Editora.

- Weinrich, K. (2020). Conceptualizing news literacy. *Journal of Education and Humanities*. 3(2), 48-63. ISSN 2566-4638.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch.
- Witschge, T., Fenton, N., & Freedman, D. (2010). *Protecting the news: Civil society and the media*. Carnegie Trust.
- Wolf, M. (1999). *Teorias da comunicação* (5.^a ed.). Editorial Presença.
- Wolton, D. (1995). As contradições do espaço público mediatizado. *Revista de Comunicação e Linguagens, Comunicação e Política*, Cosmos.
- Wunderlich, L., Hölig, S. & Hasebrink, U. (2022). Does journalism still matter? The role of journalistic and non-journalistic sources in young peoples' news related practices. *The International Journal of Press/Politics*. 27. <https://doi.org/194016122110725.10.1177/19401612211072547>
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously*. Sage.

Anexos

Jornalismo infantojuvenil: Construção especializada e segmentada
para crianças contemporâneas – Rotinas produtivas da *Visão Júnior* e *Radar XS*

Anexo A: Material da observação do *Radar XS*

Ficha de estúdio “Estúdio 4 – Programa Radar XS – 14 de setembro Ano 2023.
PRC23115001003- PRC23115001004- PRC2311500100

ESTÚDIO 4
Programa RADAR XS
14 de Setembro Ano 2023

PRC.23115001003 - PRC.23115001004 - PRC.23115001005

Gravação 14.09.2023 (Emissão dias 15, 18 e 20 de Setembro)

13h30 – 14h00 – Iluminação

13h30 – 14h30 – Caracterização e cabelos 2º Piso

14h00 – 14h30 – Preparação Técnica

14h30 – 15h30 – Gravação – RM PGM

C/ Língua Gestual

AGP – PGM C/LG + PGM S/LG

16h00 – 16h15 – Desmontagem cenográfica

PPV –

PPA –

Equipa Estúdio

Apresentadora: _____

Realizador: _____

Anotadora: _____

As. Realização: _____

Resp. Operacional: _____

Produtora: _____

(10) R
(3) E
3-17-8
avida

Audi o 12

Alinhamento “Radar XS. PGM03 Gravação 14.09.2023. Emissão: 15.09.2023”

RADARXS PIVOT / REPÓRTER: ANDRÉIA FRUÇAS REALIZAÇÃO:		PGM 03 Gravação: 14.09.2023 Emissão: 15.09.2023			
Bloco	Origem	Ação/Conteúdo	Sem. GFK / Insensor	Duração	Cbs
1	VT / GFK	GENÉRICO ABERTURA	VT	0:00:10	Programa 0000 (12h) / 000000000000
2	ESTÚDIO	PIVOT ABERTURA - SEM VINDOS AO RADAR XS	DIR		
3	VT	VT SUMÁRIO	VT	0:00:20	RX503sum
4	ESTÚDIO	PIVOT Regresso às Aulas	DIR		
5	VT	VT Regresso às Aulas	VT	0:01:10	RX503escola
6	ESTÚDIO	Pivot Psicóloga	DIR		
7	VT	VT psicóloga	VT	0:02:43	RX503dicas
8	ESTÚDIO	Pivot Lancheiras	DIR		
	VT	VT Lancheiras	VT	0:01:40	RX503alimentacao
	ESTÚDIO	Pivot Escrever à Mão	DIR		

Jornalismo infantojuvenil: Construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas – Rotinas produtivas da *Visão Júnior* e *Radar XS*

11	VT	VT Escrever à Mão	VT		00:01:22	RXS03InfoGrafo
13	ESTÚDIO	ANDRÉIA DESPEDIDA	DIR	ORÁCULO WHATSAPP	0:00:00	
#REF!	VT	Apoio à Produção+Cartões+Copyright	VT			#REF! Rxs032023BM_5000TX Rxs032023_50000g
TEMPO TOTAL						

RADARXS PIVOT / REPÓRTER: ANDRÉIA FRIAS REALIZAÇÃO:		PGM 04 Gravação: 14.09.2023 Emissão: 18.09.2023				
Bloco	Origem	Ação/Conteúdo	Som. GFX /Insersor	Duração	Obs	
1	VT /GFX	GENÉRICO ABERTURA	VT	0:00:10	Rxs03_00gt (12s) // Rxs03gen_0000GFX	
2	ESTÚDIO	PIVOT MÁRIO CESARINY	DIR			
3	VT	VT MÁRIO CESARINY	VT	0:03:24	RXS04Cesariny	
4	ESTÚDIO	ANDRÉIA DESPEDIDA	DIR	0:00:00		
#REF!	VT	Apoio à Produção+Cartões+Copyright	VT		#REF! Rxs042023BM_5000TX Rxs042023_50000g	
TEMPO TOTAL						

TEMPO TOTAL						
RADARXS PIVOT / REPÓRTER: ANDRÉIA FRIAS REALIZAÇÃO:			PGM 05 Gravação: 14.09.2023 Emissão: 20.09.2023			
Bloco	Origem	Ação/Conteúdo	Som. GFX /Inserior		Duração	Obs
1	VT /GFX	GENÉRICO ABERTURA	VT		0:00:10	Rxs05_00gt (12s) // Rxs05gen_0000GFX
2	ESTÚDIO	PIVOT CRIDO	DIR			
3	VT	PEÇA CRIDO	VT		0:04:43	RXS05Curios
4	ESTÚDIO	ANDRÉIA DESPEDIDA	DIR		0:00:00	Colocar em oráculo o número: 911 102 676
#REF!	VT	Apoio à Produção+Cartões+Copyright	VT			#REF! Rxs052023BM_5000TX Rxs052023_50000g
TEMPO TOTAL						

Guião da emissão “Radar XS PGM 03 / EMISSÃO 6F, 15.09.2023



RADAR XS PGM 03 | EMISSÃO 6F, 15.09.2023

- GENÉRICO -

- PIVOT ABERTURA -

Olá! O Radar XS de hoje é muito especial! Vamos falar sobre...

RXS03Sum 28 seg

É oficial! As férias de verão terminaram e começa agora um novo ano lectivo! Estão prontos para regressar à escola?

É altura de colocar os livros, cadernos e estojos na mochila e voltar às salas de aula! Vão aprender muitas coisas novas, vão voltar a ver os vossos amigos, e claro... também vão fazer novas amizades! ☺

Mas, vamos lá saber, como é que se preparam para começar este ano lectivo?

RXS03Escola - 01m16

As dicas não ficam por aqui! Afinal, como é que vocês podem ter um ano lectivo descontraído, organizado e feliz? Vamos descobrir.

RXS03dicas - 02:43

Já sabemos: Para ter um bom ano lectivo, também é preciso ter atenção ao que comemos! Uma alimentação saudável e equilibrada ajuda a sentirem-se bem, a estarem mais concentrados nas aulas e a terem mais energia para brincar no recreio.

E nesta primeira semana de aulas, o Radar XS foi esperar o que trazem nas vossas lancheiras!

RXS03alimentacao - 01:40

Quando regressamos à escola, depois de termos estado tanto tempo de férias até parece que nos esquecemos de como escrever à mão... Mas é muito importante fazê-lo! Vamos perceber porquê?

RXS03InfoGrafo - 01:22

- PIVOT DESPEDIDA -

E por aí, como está a correr o vosso regresso às aulas? Contem-nos tudo! Enviem-nos um WhatsApp para o 96 243 65 50. Estamos curiosos por vos ouvir! Até segunda-feira! Fiquem bem.

RADAR XS PGM 04 | EMISSÃO 2F, 18.09.2023

Olá! Bem-vindos ao Radar XS!

Hoje, começo por vos fazer uma pergunta: quem é que já experimentou transformar um sonho num desenho? Uma ideia num desenho? Era isto que Mário Cesariny fazia. Isto é muito mais! Mário Cesariny foi poeta e pintor, teve uma vida cheia de arte e foi um dos artistas mais importantes do país.

RXS04Cesariny - 03min24

- PIVOT DESPEDIDA -

Para celebrar Mário Cesariny, há actividades a decorrer em museus de várias cidades, como por exemplo Coimbra, Lisboa, Amarante e Braga. Se tiverem oportunidade, façam uma visita e conheçam melhor este artista!

E mais importante ainda: experimentem pegar num lápis e numa folha e mostrem-nos o artista que há em vocês! Enviem os vossos poemas e os vossos desenhos para o nosso Instagram: [radarsp](https://www.instagram.com/radarsp). Ficamos à espera das vossas perliças! Regressamos na próxima quarta-feira. Até lá!

RADAR XS PGM 05 | EMISSÃO 4F, 20.09.2023

Olá! Bem-vindos ao Radar XS!

Apesar de estarem rodeados de espinhos são muito fofos... De quem é que vos estamos a falar? Dos ouriços, claro!

São animais selvagens que devem viver em liberdade na natureza, mas às vezes precisam da nossa ajuda quando ficam doentes ou feridos e os encontramos.

Vamos conhecer o CRIDO, que é um Centro que os acolhe – até ficarem bem – e depois os devolve à natureza. Venham cá!

RXS04Cesariny - 03min24

- PIVOT DESPEDIDA -

Se encontrarem algum ouriço doente ou ferido podem pedir ajuda a um adulto e contactar o CRIDO através do número 911 102 676. Ele ficará bem entregue!

Colocar em oráculo o número: 911 102 676

Nós regressamos na próxima sexta-feira. Fiquem bem!

Anexo B: Material da observação da *Visão Júnior*

Alinhamento “espelho” da paginação das edições de novembro e dezembro de 2024

VISÃO JÚNIOR NOVEMBRO			DATA DE FECHO:	1
1	CAPA	52	PUB	
2	PUB DUPLA	51	PUB	
3		50	ANEDOTAS	
4	SUMÁRIO	49	ENIGMA CABO LINCÉ	
5	Vencedores bicicleta + consultores	48	SOLUÇÕES	
6	NOTÍCIAS	47		
7		46	JOGOS	
8	Miúdos a votos	45		
9		44	OBSERVA E DESCOBRE	
10	FACTOS LOUCOS	43	História miúdo – Penguin????	
11		42	LIVROS novo grafismo???	
12	Contas comigo	41		
13	????	40		
14	Descobre o intruso	39	Repórter Júnior Maria Inês Almeida	
15		38		
16	Madalena Costa e patinagem artística	37		
17		36	Ambiente sapatos reciclados	
18		35	Experiência	
19		34		
20	Joana Vasconcelos	33		
21		32	Israel	
22	Tema de capa animais	31		
23		30		
24		29		
25		28	Telemóveis sim ou não?	
26		27		

Substituir Joana Vasconcelos por artigo ouvidos???

VISÃO JÚNIOR DEZEMBRO			DATA DE FECHO: 27.11	3
1	CAPA	52	PUB	
2	PUB DUPLA	51	PUB	
3		50	ANEDOTAS	
4	CONSULTORES	49	ENIGMA CABO LINCÉ	
5	SUMÁRIO + PAI NATAL + CORREIO	48	SOLUÇÕES	
6	PASSATEMPO	47		
7		46	JOGOS	
8	MIÚDOS A VOTOS: LIVROS K VAO A V	45		
9		44	OBSERVA E DESCOBRE	
10	NOTÍCIAS	43	(pontos secundário no online)	
11		42	LIVROS (mudar página)	
12		41		
13		40	JOGO DOS GESTOS e noite de Natal	
14	DESCOBRE O INTRUSO	39	Enfeites de Natal - vamos juntar coisas	
15		38		
16	INQUÉRITO UNICEF	37		
17		36	PORQUÊS DE NATAL	
18		35		
19	Contas comigo: Edição de Matemática	34	RECEITA DE NATAL	
20	FACTOS LOUCOS	33	CARTÃO DE NATAL	
21		32		
22	PRENDAS DE NATAL FEITAS POR TI	31		
23		30	PERCURSO DE UMA CARTA	
24	jogo das pedras	29		
25		28	Cartões de ar quente	
26	Carantinha	27	colar	

Consultores - será que conseguimos fazer um desenho onde ponhas as fotos das caras deles, para dar a ideia de grupo?

Esconder Pai Natal e remas nas páginas (ou outros bonecos quaisquer)

Ter atividades em todos os artigos, como aconteceu em julho

De fora: embrulhar prendas

De fora: Tradições de Natal noutros países - será que pode ter o formato das 10 coisas?

De que país vem?

Impressões a cores de duas versões da *Visão Júnior* para a edição de dezembro de 2023



Prova de cor com emendas da *Visão Júnior* da edição de dezembro de 2023

Jornalismo infantojuvenil: Construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas – Rotinas produtivas da *Visão Júnior* e *Radar XS*



Registos fotográficos da observação do evento Miúdos a Votos, a 29 de maio de 2024



Nota. Créditos próprios (2024)

Registos fotográficos da observação da reportagem de exterior, a 24 de junho de 2024



Nota. Créditos próprios (2024)

Anexo C: Cartas de cooperação do *Radar XS* e da *Visão Júnior*

Radar XS



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL

CARTA DE COOPERAÇÃO

Eu, Andrea Basílio, responsável pelos programas infantis e juvenis da RTP, estou ciente que a doutoranda Ana Cátia de Sousa Ferreira, responsável pelo projeto de pesquisa de doutoramento intitulado **Jornalismo Infantojuvenil: construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas – rotinas produtivas da Visão Júnior e Radar XS**, irá, entre 2022 e 2023, recolher informações, entrevistar jornalistas e editores e realizar a observação não participante ao Radar XS.

Autoriza-se, assim, o estabelecimento de cooperação entre a doutoranda e o programa noticioso Radar XS, da RTP2, por se avaliar a importância do tema para uma reflexão acerca das práticas do jornalismo dedicado às crianças.

Lisboa, 3 de Março de 2022

Andrea Basílio

Capital Social €1.432.773.000,00 - NIPC: 509.225.680 (mat. CRC Lisboa)

Visão Júnior

VISÃO

CARTA DE COOPERAÇÃO

Eu, Cláudia Lobo, diretora da revista VISÃO Júnior, valido o estabelecimento de cooperação entre a revista Visão Júnior e a doutoranda Ana Cátia de Sousa Ferreira, responsável pelo projeto de pesquisa intitulado **Jornalismo Infantojuvenil: construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas – rotinas produtivas da Visão Júnior e Radar XS**, a desenvolver no âmbito da tese de doutoramento na Universidade Fernando Pessoa. A temática a ser estudada reveste-se de enorme importância, pois analisará o papel da informação no desenvolvimento das crianças como cidadãos ativos e conscientes e da afirmação da sua voz na sociedade.

A cooperação irá decorrer em 2022 e 2023 e contemplará a recolha de informação, a realização de entrevistas aos jornalistas e a observação não participante na edição e na produção da revista por parte da investigadora.

Lisboa, 11 de março de 2022

Cláudia Lobo

Anexo D: Exemplos de edições de categorias Conteúdo Noticioso, Entretenimento, Publicidade, Publicidade Revista e Revista

Categoria Conteúdo Noticioso da edição 225 da *Visão Júnior*



Nota. Reprodução própria (2024)

Categoria Entretenimento da edição 237 da *Visão Júnior*



Nota. Reprodução própria (2024)

Jornalismo infantojuvenil: Construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas – Rotinas produtivas da *Visão Júnior* e *Radar XS*

Categoria Publicidade e Publicidade Revista da edição 216 da *Visão Júnior*



Nota. Reprodução própria (2024)

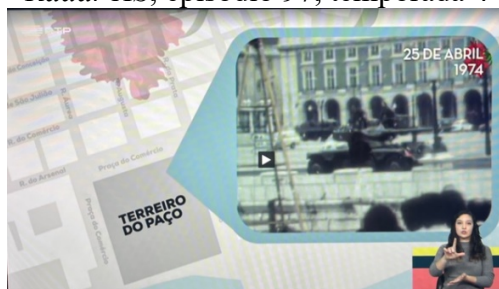
Categoria Revista da edição 240 da *Visão Júnior*



Nota. Reprodução própria (2024)

Anexo E: *Frame* de efeméride sobre o 25 de abril

Radar XS, episódio 97, temporada 4



Nota. Captura própria (2024)

Anexo F: *Frame* de *hardnews* sobre a morte da Rainha Isabel II

Radar XS, episódio 5, temporada 5



Nota. Captura própria (2024)

Anexo G: *Frame* de crianças como fonte de informação

Radar XS, episódio 119, temporada 4



Nota. Captura própria (2024)

Anexo H: *Frame* de infográfico sobre a origem da bola de Berlim

Radar XS, episódio 137, temporada 6



Nota. Captura própria (2024)

Anexo I: Exemplos de edições de “Repórter Júnior” e “Miúdos Inspiradores”

“Repórter Júnior”, edição 228 da *Visão Júnior*



Nota. Reprodução própria (2024)

“Miúdos Inspiradores”, edição 236 da *Visão Júnior*



Nota. Reprodução própria (2024)

Anexo J: Exemplos de capa “Desporto”, tipo *hardnews*

Destaque de capa sobre os Jogos Olímpicos (categoria “Desporto”), da edição 241 da *Visão Júnior*



Nota. Reprodução própria (2024)

Apêndices

Apêndice A: Artigos publicados que resultaram da investigação da tese

1. Ferreira, A. C. (2002). Jornalismo, uma mercadoria aberta. In J. P. Sousa (Coord.), *Jornalismo e estudos mediáticos: Memória V* (9-22), Publicações Fundação Fernando Pessoa.
2. Ferreira, A.C. (2023). Jornalismo Infantojuvenil: um estudo nacional para crianças contemporâneas. In J. P. Sousa (Coord.), *Jornalismo e estudos mediáticos: Memória VI* (71-82), Publicações Fundação Fernando Pessoa.
3. Ferreira, A. C. (2024). 1979: O Cantinho do Nicolau no Ano Internacional da Criança. In J. P. Sousa (Coord.), *Jornalismo e estudos mediáticos - Memória VII* (27-38), Publicações Fundação Fernando Pessoa.
4. Ferreira, A.C. & Doretto, J. (2024) Jornalismo infantojuvenil: Um processo complexo de informação, formação, representação e participação. In Lourenço, J. (Ed.) *Jornalismo de Especialidade* (vol. II). Livros Horizonte.
5. Ferreira, A. C., & Doretto, J. (2024). O que Perguntam as Crianças-Repórteres? Visões de Mundo e Participação no Jornalismo Infantojuvenil. *Media & Jornalismo*, 24(45), e4511. https://doi.org/10.14195/2183-5462_45_11
6. Ferreira, A. C. (2024). A imersão do jornalista na formação de jornalismo em escolas: projeto-piloto de literacia para as notícias para crianças. In F Bonacho (Org.), *VI Congresso literacia, media e cidadania transição digital e políticas públicas - Livro de atas* (pp. 117-138), Instituto Politécnico de Lisboa. <https://doi.org/10.34629/ipl.sp.ebook.005>

Apêndice B: Relato da investigadora como observadora da participação da filha na *Visão Júnior* e no *Radar XS*

Relato de participação como consultora e repórter júnior da *Visão Júnior*

Na elaboração desta tese de doutoramento sobre jornalismo para crianças, a metodologia principal estabelecida concentrou-se na análise de conteúdo, na observação e nas entrevistas. No entanto, ao longo do processo de investigação, surgiu uma oportunidade única e relevante que consideramos oportuno incluir como um apêndice específico, dado o seu valor enriquecedor e contributivo para a pesquisa em curso.

Esta oportunidade refere-se à envolvimento direta da filha da investigadora nas atividades jornalísticas, tanto como repórter e consultora da revista *Visão Júnior* desde 2021 –, portanto um ano antes do início da minha análise, como repórter do *Radar XS* –, na fase final da análise e da observação, em julho de 2024.

Embora o papel principal seja o de investigadora, a minha proximidade com este contexto específico oferece uma perspectiva rica em detalhes e nuances que podem contribuir significativamente para a compreensão das práticas de jornalismo infantil. Esta experiência não estava originalmente prevista na metodologia delineada para o presente projeto.

Desde cedo, a criança demonstrou interesse pelos temas abordados na *Visão Júnior*, uma revista que tem sido uma importante fonte de informação e entretenimento para a sua faixa etária. Além de ser uma leitora assídua da revista, ela acompanhava também o programa das 8h do *Radar XS*, que se destina ao mesmo público, durante o pequeno-almoço.

O relato visa não só documentar as interações da equipe editorial da revista com ela, do ponto de vista da produção, como também descrever a envolvimento da investigadora enquanto observadora e participante nesse processo. A experiência na *Visão Júnior* fornece uma visão prática do papel de consultor jovem em produtos jornalísticos, bem como da dinâmica entre a editora e os consultores.

A filha da investigadora manifestou o seu interesse em tornar-se consultora em 2021, e submeteu a sua candidatura usando o seu próprio *email*. Convém, assinalar que era solicitado que um dos pais estivesse em cópia nas comunicações. A maioria dos *emails* de resposta foi endereçados por *vjunior@visao.pt* e assinados pela equipa *Visão Júnior*. Desde então, passou a receber a versão digital da revista através do *email* associado às assinaturas da nova edição.

A partir da edição de outubro, a *Visão Júnior* revelou os nomes dos cinco primeiros consultores; na edição seguinte, de mais cinco e, finalmente, na edição de dezembro publicou o grupo fechado de consultores para o ano letivo de 2021-22.

Figura 1
Publicação dos consultores juniores para o ano letivo de 2021-22



Nota:
Reprodução própria (2024).
Visão Júnior, edição impressa n.º
211, de dezembro de 2021

No ano seguinte, do qual também fez parte, o procedimento foi diferente e agruparam numa única publicação mensal a identificação de todos os consultores (Figura 2). O mesmo sucedeu no para o ano letivo de 2023-24 (Figura 3). A inclusão das figuras juntamente com a listagem dos consultores visa evidenciar a importância atribuída à identificação das crianças, especificando nome, idade e localização geográfica, assim como a preocupação com elaboração dos textos e do grafismo das páginas.

Figura 2

Publicação dos consultores juniores para o ano letivo de 2022-23

Nota:

Reprodução própria (2024). *Visão Júnior*, edição impressa n.º 222, de novembro de 2022



Figura 3

Publicação dos consultores juniores para o ano letivo de 2023-24

Nota:

Reprodução própria (2024). *Visão Júnior*, edição impressa n.º 236, de janeiro de 2024



O primeiro *email* da equipa editorial chegou a 29 de outubro de 2021: “Bem-vindos a bordo desta aventura que é todos os meses tentarmos fazer uma boa revista!”, lia-se na frase de abertura. Logo nesse contacto perguntavam das três capas anexas a que gostavam mais para a edição de novembro e se alguma coisa merecia mais destaque. Além disso, explicavam o motivo pelo qual não seriam publicadas na edição seguinte as fotografias de todos os consultores. Em resposta, indicou e justificou a preferência pela primeira capa, contribuindo, desta forma, para a capa publicada.

A 9 de novembro recebeu uma resposta a agradecer a sua grande ajuda e a dar a conhecer o canal do Youtube. A 18 de novembro, a filha da investigadora enviou *email* com algumas sugestões para edição de Natal. A 22 desse mês, voltaram a responder: “Infelizmente, o

número de páginas da revista não estica e não podemos fazer tudo o que nos sugeriram! Eram excelentes ideias e vamos também aproveitar algumas para o site”. Novamente, pedem ajuda para decidir a capa, mas com uma abordagem diferente: “Calculamos que estejam aflitos com testes e trabalhos, por isso vamos diretos ao assunto: se passasses numa loja e visses 3 capas umas ao lado das outras, qual achas que te chamava mais atenção?”. Desta vez, a capa escolhida pela filha da investigadora não foi selecionada. E uns dias mais tarde voltam a agradecer a correspondência.

A 21 de dezembro de 2021, recebeu outro *email* como consultora, intitulado “E a melhor capa para janeiro é...”, solicitava a opinião dela sobre quatro opções de capa para o número de janeiro, que tinha como tema principal a banda desenhada japonesa Manga. A capa escolhida foi aquela que ela preferiu, demonstrando a relevância da opinião dos consultores no processo editorial.

No dia 11 de janeiro de 2022, um novo *email*, com o assunto “Reunião *Visão Júnior*”, convidou os consultores para uma reunião via Zoom a realizar a 19 de janeiro. Foi confirmada a sua presença, com conhecimento da mãe, garantindo a conformidade com as diretrizes da revista. No dia 14 de dezembro recebeu outro *email*, “Informações sobre a reunião com consultores da *VISÃO Júnior*”, a esclarecer, que uma vez que algumas crianças não poderiam estar presentes, enviavam as datas e os links de duas reuniões para todos conseguirem estar presentes: sexta-feira, dia 14 de janeiro, às 6 da tarde) ou quarta-feira, 19 de janeiro, às 5 da tarde. Um *email* lembrete seguiu a 18 de janeiro de 2022. Todavia, devido a um imprevisto de saúde, ela não conseguiu comparecer. A equipa editorial expressou a sua compreensão e assegurou que haveria outra oportunidade para participar.

Houve oportunidade de contribuir para a revista de outras formas. A primeira ocorreu a 14 de janeiro de 2022, quando os consultores foram solicitados a enviar perguntas para uma entrevista com a cantora Carolina Deslandes. Ela enviou duas perguntas: “O que te arrependerias de não ter feito ao chegar aos 70 anos?” e “Se o tempo parasse, o que gostarias de estar a fazer nesse instante?”. A última pergunta foi selecionada para a edição de fevereiro, como ilustra a Figura 4.

Figura 4
Participação na entrevista da Carolina Deslandes na secção “Enviados Especiais”

Nota:
Reprodução própria (2024). *Visão Júnior*, edição impressa 213, de fevereiro de 2022



No dia 23 de fevereiro de 2022, foi solicitada a intervenção sobre a revista. Desta vez, a equipa enviou duas capas sobre o mesmo assunto e colocou as seguintes questões: 1. Que título te desperta mais a curiosidade? 2. No balão de fala, que frase te chama mais a atenção? Tens alguma outra sugestão para esse balão de fala? E naquele pequeno texto que está antes

do título, qual gostas mais?”. A sugestão dela, partilhada por outros colegas – “Os superpoderes do cérebro” –, foi incorporada na capa final da edição 214, reforçando a importância da sua opinião na escolha do design da revista.

A 28 de março de 2022, deu-se uma nova consulta sobre dois temas possíveis para a capa de abril: José Saramago ou o 25 de Abril. Questionou-se sobre qual assunto achavam mais interessante e se algum dos temas parecia chato. O *feedback* dela ajudou a orientar a decisão editorial da capa para a segunda opção e até sugeriu temas adicionais para a revista.

No dia 2 de junho é enviado por iniciativa dela um *email* para a *Visão Júnior* a questionar o motivo pelo qual nos últimos meses não a consultavam para as capas e os temas. A resposta não se fez tardar e, no dia seguinte, a editora respondeu-lhe: “Tens razão, mas no próximo iremos fazê-lo”. No dia 5 desse mesmo mês, ela voltou, por iniciativa própria, a enviar sugestões para temas de revista – um menino premiado em corridas de automóveis e sugestões de locais para férias – e a informar que tinha gostado da seleção de notícias e do artigo sobre os “10 direitos das crianças”. Na edição seguinte foi feito um artigo com sugestões de passeios “muito fixes para fazeres com a tua família pelo país” e a notícia da criança premiada foi publicada na edição de 221.

A 12 de setembro de 2022, a filha reiterou o seu desejo de continuar como consultora, com a mãe em conhecimento no *email*, e a sua candidatura foi novamente aceite a 18 de outubro. A equipa mandou resposta: “Vamos gostar muito de te continuar a ter como consultora! Obrigada por te teres candidatado. A tua candidatura está aceite, porque já falaste com os teus pais e eles autorizaram (com *smile*). No próximo número da VISÃO Júnior, queríamos publicar os nomes e as fotografias dos nossos consultores. Se gostares da ideia, fala com os teus pais e pergunta-lhes se eles autorizam que o teu nome e a tua fotografia sejam publicados na revista. Se sim, pede por favor para nos mandarem uma fotografia tua até domingo, 23 (do *email* deles, para termos a certeza de que autorizam). Para conhecermos todos os consultores, vamos organizar duas reuniões por Zoom. Ficáramos muito contentes se pudesses participar numa delas. Já sabes que tens de pedir autorização aos teus pais. Aliás, eles podem participar na reunião, se quiserem! As reuniões vão ser: dia 28 de outubro, sexta-feira, às 6 da tarde e dia 2 de novembro, quarta-feira, às 6 da tarde. Muito obrigada por continuares a ser nossa consultora, temos a certeza de que nos vais ajudar a fazer uma revista melhor! A equipa da VISÃO Júnior”.

A 18 de novembro de 2022, participou ativamente na escolha de capas para a edição de Natal. A equipa enviou duas capas para a edição de Natal, com pedidos específicos: “1. Abre o documento. Para que capa os teus olhos olham mais, qual a que te chama mais a atenção? A ideia não é pensar, é mesmo olhar rapidamente e ver para qual olhamos mais! É da esquerda ou da direita? 2. Agora olhando com mais atenção: de que título sobre o Natal gostas mais? Preparados para o Natal ou Presentes feitos por ti? Das letras que estão por debaixo do título, o que te despertou mais curiosidade? Dos assuntos que estão na parte debaixo da capa, gostas mais dos dinossauros no fundo amarelo ou no fundo cor-de-rosa?” Devido a problemas com o seu computador, a resposta seguiu mais tarde do que o pedido, mas não quis faltar ao seu compromisso e respondeu a todas as perguntas solicitadas: “Não sei se se vai a tempo, mas gosto mais da capa e título Preparados para o Natal, logo porque assim que abri o documento deu a ideia de grupo dinâmico e divertido. E o título desperta curiosidade: preparados? O calendário de advento e os truques parecem matérias interessantes e curiosas. Acho que os enfeites e presentes feitos por nós um assunto repetido. O fundo cor-de-rosa destaca mais o dinossauro ao contrastar com o amarelo”. A capa selecionada foi a imagem de um grupo de crianças intitulada “Preparados para o Natal?”, em vez de apenas uma criança com “Presentes feitos por ti”.

A 19 de dezembro de 2022, a filha foi novamente solicitada a ajudar na escolha da capa da edição de janeiro de 2023, que tinha como tema central a amizade. A equipa enviou três

capas e pediu para que ela escolhesse a que mais chamava a sua atenção, qual título achava mais interessante e sugestões de temas para a revista. A opinião dela foi incorporada na imagem final: as personagens do Harry Potter, desfavorecendo um grupo anónimo de crianças, e “A loucura do K-Pop” com um grupo de cantores. Pela primeira vez, este foi assinado pela equipa *Visão Júnior* e pela Cláudia Lobo, com os seus contactos.

O ano de 2023 trouxeram novas experiências a esta participação, marcando uma nova etapa como consultora. O primeiro *email* chegou a 20 de janeiro, com novos desafios: “1. Mandamos duas capas. A parte de cima é igual, mas em baixo há diferenças. Preferes as partidas de Carnaval ou as pinturas? 2. Neste número da revista, como percebeste ao ver a capa, vamos responder a «porquês». Há perguntas de que queiras saber a resposta? Adorávamos saber quais são! 3. Os professores têm estado a fazer greve. Na revista de fevereiro, vamos fazer um artigo sobre esse assunto e queremos ouvir a opinião de alunos. Por isso, gostávamos de te perguntar: A tua vida tem sido afetada pela greve dos professores? O que é que tens sentido, e o que achas do que se está a passar? Alguém na escola te explicou o que se está a passar? 4. Que assuntos gostavas de ler na revista de fevereiro? Há coisas que se estão a passar e de que gostarias de saber mais?

A resposta deu-se três dias mais tarde, partilhando o gosto pelas partidas de Carnaval, devido ao humor implicado e a curiosidade por perguntar: Como é que as pessoas hoje ainda fazem guerras e não conversam para resolver os conflitos? Quanto aos outros pedidos, informou, que como frequenta uma escola privada, não sofre consequências da greve, mas que tem consciência que isso prejudica a educação e o nosso país. Na revista de Fevereiro e noutras se for possível, gostaria que a revista tratasse de séries e filmes e desse sugestões para a faixa etária dela.

A 24 de março de 2023, a revista voltou a contactar, primeiro para pedir desculpa pela falta de contacto no mês anterior, e em segundo, para pedir ajuda na capa e nos títulos de baixo da capa, porque “precisamos de ti!”. Neste caso, a preferência da filha não foi atendida. No mês seguinte, a 24 de abril, recebeu um outro, assinado novamente por Cláudia Lobo, por estarem indecisos entre dois temas: abelhas e borboletas ou o tomar banho, tendo a preferência recaído para a higiene.

A filha da investigadora foi desafiada, a 17 de julho de 2023, pela diretora da revista: “Queres escrever um texto pequeno para a VISÃO Júnior de agosto dizendo como foi o concerto? Podias falar um pouco do ambiente (até do ambiente cá fora), do que ele cantou, do que disse, de como era o palco, etc. Seres a nossa enviada especial ao espetáculo! Nós adoráramos! Seria um texto pequeno (uns 2 a 3 parágrafos), que poderíamos até ilustrar com 1 ou 2 fotos que fizesses com o teu telemóvel (se for permitido tirar fotos com o telemóvel, claro!). O texto seria publicado nas “Notícias” da revista de agosto, assinado por ti. Deixo-te o meu telefone”. Foi uma oportunidade que aceitou com entusiasmo. O artigo, enviado a 21 de julho de 2023, foi editado pela equipa de jornalistas e publicado na edição de agosto (Figura 5), acompanhado de fotografias que incluíam a presença de uma amiga, necessitando, assim, de autorizações adicionais. Assinala-se ainda que, a 26 de julho de 2023, a editora enviou um *email*, com a diretora em conhecimento, a informar a data de publicação da notícia, e com o seguinte texto explicativo: “Como poderás ver, não foi possível publicá-la na íntegra, pois o espaço para notícias é curto. Também notarás algumas alterações no texto. Chama-se a isso editar um texto, um trabalho que cabe aos editores após receberem os textos dos jornalistas. As alterações são feitas, por exemplo, para corrigir gralhas, erros gramaticais ou apenas para que o texto faça mais sentido, ou se torne mais fácil de ler, após os cortes necessários. Quero agradecer-te a tua colaboração e dizer-te que fizeste um trabalho fantástico. Espero que gostes de o ver nas páginas da VISÃO Júnior.”

A consulta das capas só seria retomada em setembro de 2023, com a seguinte explicação aos consultores: “deves estranhar termos estado taaaaaaanto tempo sem dar notícias! É

verdade, tens toda a razão. A redação da VISÃO Júnior mudou de instalações e tivemos muito trabalho a encaixotar tudo e depois a desencaixotar e arrumar. Além disso, também achamos que férias são férias de tudo, e por isso não te incomodámos.”

Uma nova experiência de participação surgiu a 12 de outubro desse ano. A equipa questionou: “Telemóveis na escola: sim ou não?” para publicar em um artigo sobre este tema. De forma a facilitar a participação dos consultores, deram o enquadramento do assunto: “Desde o início do ano letivo, tem havido notícias de escolas que proibiram os alunos de levar o telemóvel para a escola. Outras deixam que os levem, mas têm de ficar guardados na mochila o tempo todo; noutras escolas ainda, os telemóveis podem ser usados na sala de aula se o professor deixar, mas no recreio não é permitido usá-los. E, claro, há escolas sem qualquer proibição. O que gostávamos que nos dissesse é o seguinte: Como é na tua escola? Os alunos podem levar o telemóvel e usá-lo? Concordas com a ideia de que os telemóveis devem ser proibidos na escola? Porquê? Se fosses tu a decidir, como farias na tua escola? Tens telemóvel? Se sim, desde que ano? E quando o usas? Sente-te à vontade para dizeres o que quiseses sobre o assunto, não tens de responder apenas a estas perguntas. A tua opinião é mesmo importante e não há certos nem errados! Se não te importares, quando nos escreveres, envia-nos um contacto telefónico do teu pai ou mãe, para o caso de querermos falar um pouco mais contigo sobre isto”. Dado o consentimento, a entrevista realizou-se a 19 de outubro e consistiu na repetição e explicação das respostas dadas por escrito. As respostas foram publicadas na edição de novembro de 2023, com fotografia (Figura 5). Esta nova forma de participação intimidou ligeiramente a criança ao sentir-se interrogada, isto é, ao colocar-se na posição de entrevistada e não de repórter.

Figura 5
Participação na reportagem
secção “Escola”, intitulada
“Telemóveis na escola: sim
ou não?”

Nota:
Reprodução própria (2024).
Visão Júnior, edição impressa n.º
234, de novembro de 2023



A 20 de outubro de 2023, foi novamente solicitada a escolher entre duas capas, uma sobre macacos extraordinários e outra sobre animais esquisitos que vivem na terra e no mar. Além disso, consultava-se se o tema "Telemóveis na escola" seria interessante para capa. A editora enviou, a 31 de outubro, a agradecer a colaboração de todos os que ajudaram a escolher a capa da edição de novembro, tendo sido a eleita os animais esquisitos.

Em outubro de 2023 repetiu-se a seleção para consultores e, mais uma vez, a candidatura foi submetida e aceite. Na edição de dezembro, a *Visão Júnior* informou que queria fazer uma notícia sobre os seus consultores. Por isso, estava a escrever para saber se concordavam em que se publicasse o seu nome e a sua fotografia e para os pais enviarem a autorização pelo *email* deles. O espaço da edição de janeiro de 2024 dedicado à

apresentação dos consultores foi tido como especial por parte dela e dos familiares, pela oportunidade de reconhecimento público das suas contribuições e pela valorização do seu papel no desenvolvimento do projeto.

Ainda para a edição de dezembro de 2023, a 24 de novembro, voltaram a perguntaram qual das duas capas chamava mais a atenção dos consultores, mas acrescentava a pergunta se era pela fotografia ou pela forma como estava “construída”. O tema de capa escolhido foi uma receita natalícia com uma menina a segurar um bolo e não a imagem de um menino a propor a atividades manuais para essa época.

O ano de 2023 terminou com a participação da consultora no passatempo *online* para a aquisição de dois bilhetes para um espetáculo de Natal. A notícia do prémio chegou por *email* a 11 de dezembro.

O primeiro *email* de 2024 foi rececionado a 22 de janeiro, com a informação que em breve seria agendada uma reunião *online*. Além disso, queriam confirmar se tinha sido recebido um *email* da loja.trustinnews.pt. com o código de acesso para a revista *online*.

No último dia desse mês, os consultores tiveram de dar opinião sobre a capa para fevereiro sobre os pinguins ou o voluntariado infantil e dar sugestões para a edição de março. A primeira opção foi a escolhida.

A 2 de fevereiro rececionou-se a convocatória para a reunião *online*, usando a plataforma zoom, justificado pelo facto de os consultores estarem espalhados pelo país. As datas para as duas reuniões foram 8 ou 9 de fevereiro e 15 ou 16 de fevereiro. E, para que tivessem tempo de chegar a casa depois da escola, marcou-se para as 18h30. A filha assistiu no dia 16 de fevereiro, mas a investigadora não conseguiu acompanhar, por motivos profissionais.

A 8 de março de 2024 justificou-se a ausência da consultadoria desta forma: “Este mês, por ser uma época muito agitada aqui na redação – estivemos a cobrir a campanha eleitoral e as eleições dos ‘Miúdos a Votos’ e tivemos de fazer duas revistas em vez de uma – só criámos uma capa. Daí não termos enviado o habitual *email* a pedir-te opinião. No entanto, esperamos que gostes da revista de março, que vem com uma edição extra! Mas claro que, quando receberes a edição digital por *email*, podes escrever-nos a dizer o que te parece.”

Para a edição de abril de 2024, a 15 de março, colocou-se aos consultores o desafio de participação no passatempo “25 de abril visto por ti”, no ano em que se comemoravam os 50 anos da Revolução dos Cravos. Surgiu um link alojado no site da *Visão Júnior*, que explicava o passatempo, as condições de participação, os prazos e os prémios. A filha decidiu não participar por estar em período de avaliações escolares.

Foi novamente pedido à consultora para escrever um artigo sobre um outro concerto, para o *website* da *Visão Júnior* (mínimo de 1500 carateres). Foi avisada que seria apenas para esta plataforma, porque a revista em papel sairia muito tarde em junho. A editora fez dois pedidos específicos: o primeiro que ela escrevesse sobre a sua experiência pessoal e não apenas dados do concerto e o segundo que uma das fotos incluísse a mãe, para dar a perspetiva de um evento familiar e não apenas juvenil. Na fotografia familiar surgiu, além da mãe, uma amiga e a sua mãe; por isso foi necessário solicitar a identificação dos nomes, das idades e o consentimento de uso da imagem por escrito. O artigo foi enviado a 26 de abril e, no mesmo dia, foi editado e publicado, intitulado “O concerto de Taylor Swift contado por uma Swiftie” (Figura 6).

Figura 6

Participação no artigo O concerto de Taylor Swift contado por uma Swiftie na secção “Textos dos leitores”

Nota:

Reprodução própria (2024). *Visão Júnior*, edição online, publicado a 26 de abril de 2024

A luz de Taylor Swift em Portugal

Após o primeiro concerto no dia 24 de maio, Taylor Swift voltou no dia seguinte a subir ao palco do Estádio da Luz, em Lisboa, para dar o segundo concerto da The Eras Tour em Portugal

Durante as quase 3 horas e meia de espetáculo, os mais de 60 mil fãs não pararam de cantar, aplaudir, gritar e chorar de emoção ao ouvir a cantora americana, que nunca tinha atuado no nosso país. “Um dos meus arrependimentos é nunca ter vindo a Lisboa. Não vamos voltar a cometer esse erro no futuro”, disse durante o concerto.

A primeira música foi *Miss Americana & The Heartbreak Prince*, do álbum *Lover*. O espetáculo continuou pelos vários álbuns da cantora: outras canções de *Lover*, *Fearless*, *Red*, *Speak Now*, *Reputation*, *Folklore*, *Evermore*, *1989*, o mais recente *The Tortured Poets Department*, as canções surpresa e, por fim, *Midnights*.

Foram mais de 45 músicas, respeitando o alinhamento dos concertos anteriores. As canções-surpresa incluíram, pela primeira vez ao vivo, *The Tortured Poets Department* e *Now That We Don't Talk* à guitarra. Ao piano, tocou *You're on Your Own, Kid* e *Long Live*.

O concerto também foi marcado pelas luzes, cores, fogo de artifício, diferentes cenários e roupas da cantora. Ela mudava de roupa conforme o álbum que estava a cantar. Com isto, dava pistas das músicas que vinham a seguir e os fãs começavam a cantá-las.

Percebia-se que era um concerto muito esperado. Mas, mais do que um concerto, foi um espetáculo. As fãs de Taylor Swift, as *swifties*, também se vestiram a rigor para este concerto. Algumas imitavam as roupas da cantora, enquanto outras vestiam as cores do seu álbum preferido.

Enquanto esperavam ansiosamente pelo início do espetáculo, as fãs trocavam e ofereciam pulseiras umas às outras. Muitas acumulavam pulseiras ao longo dos braços. Este ritual mostra que as *swifties* formam uma espécie de comunidade de amigos.

Falava-se muito inglês no Estádio da Luz, pois alguns fãs vinham de várias partes do mundo e não só de Portugal. Mas, o público não era só composto por crianças e jovens, juntaram-se várias gerações e famílias neste concerto.

Outra tradição das *swifties* é levar o número 13 – o número da sorte da cantora – marcado em alguma parte do corpo, especialmente na palma da mão. Só nos resta esperar ter sorte, para que a Taylor Swift regresse rapidamente a Portugal.

Esta notícia foi escrita por Ana Manuel, 12 anos



DESTAQUES



Mídos a Votos



Faz tu mesmo

Apenas três meses depois, a 26 de junho de 2024, a equipa enviou novo *email* a pedir ajuda para decidir entre duas capas: o Diogo Ribeiro sozinho ou com mais atletas para o tema dos Jogos Olímpicos. Contudo, salientaram: “Há algum tempo que não te pedimos opinião sobre as capas da VISÃO Júnior e, pelo facto, pedimos desculpa. Mas aqui estamos nós!”. A filha expressou a sua preferência pela segunda opção, mas a equipa redatorial deu destaque apenas ao atleta português.

No dia 16 de julho, a editora da *Visão Júnior* mandou *email* aos consultores para convidá-los para segunda reunião anual por Zoom. Por isso pedia-lhes para indicar o dia e hora de preferência. No dia seguinte, chegou a informação de que a reunião realizar-se-ia a 19 de julho, às 18h30 e, “se não pudeses, não te preocupes, pois vamos tentar fazer outra reunião para quem não consegue estar nesta. Combinado?”, comprometeu-se a editora.

Mediante esta oportunidade, a investigadora obteve a autorização pela editora para assistir à reunião, acumulando ambos papéis (mãe e observadora). Apesar dos pais poderem assistir, nenhum o fez de modo contínuo. Apenas três casos apareceram, em poucas ocasiões, por trás das crianças. Todas tinham a câmara ligada a pedido da editora da revista e pareciam estar sentadas numa secretária ou mesa de uma divisão da casa, como se tratasse de uma reunião de trabalho.

A filha fez parte do grupo de 16 consultores que se juntaram ao encontro, conduzido pela editora e pela diretora-executiva. Ela tinha preparado previamente algumas sugestões, no caso de a questionarem, e tinha por perto as últimas duas edições da *Visão Júnior*. Como o objetivo da reunião não tinha sido explícito no *email*, ela não sabia do que se trataria e decidiu preparar-se, como se fosse uma reunião “à sério”.

A observação deste momento é relatada em subcapítulo próprio, não se justificando, por isso, descrever aqui a reunião na sua totalidade. Ressalvam-se, no entanto, alguns pontos importantes do ponto de vista da criança consultora. O facto da diretora-executiva e a editora terem a preocupação em explicar os motivos das dificuldades financeiras do grupo

TIN, dos atrasos das revistas e da diminuição da frequência dos *emails* de consultadoria. Isto foi reconhecido pela filha como um gesto de cuidado para com os consultores. Além disso, a disponibilidade para esclarecer qualquer dúvida sobre estes assuntos, reforçou a credibilidade da equipa editorial.

Durante a sessão foram sendo discutidos temas futuros e sugestões de melhorias da revista e a editora encorajou os consultores a enviarem ideias por *email* durante todo o ano. A filha lançou duas sugestões: filmes, tal como fazem com os livros, e mais reportagens e notícias sobre diferentes culturas e costumes. Outra intervenção da consultora relacionou-se com a produção da revista, quando a editora compartilhou a tela para mostrar a capa e as páginas da edição de julho. “O que são essas cruzes nas caixas brancas?”, e a editoria explicou que se tratava de uma sinalização de paginação, para indicar que essas as páginas não estavam terminadas.

Ao final da reunião, a editora demonstrou gratidão após cada intervenção dos consultores, valorizando as suas contribuições. Esta e a diretora-executiva agradeceram a participação de todos e desejaram boas férias e os consultores despediram-se em grupo.

No fim do ano de 2024, a filha da investigadora decidiu não ser mais consultora. Sentiu que o papel já não era tão desafiante e que “preferia ler notícias com assuntos mais jovens”, explicou à mãe. Contudo, reconheceu que a experiência como consultora na *Visão Júnior* “foi enriquecedora e educativa”. A sua participação permitiu-lhe explorar o mundo do jornalismo ao exercer um papel ativo na criação de conteúdos, com necessidade de tomar decisões, fundamentar posições e refletir sobre temas atuais. Contudo, não há a inclusão das crianças no processo de edição. O acesso às notícias dos concertos só foi possível aquando da publicação. Foi um trabalho exclusivo da editora, sem participação do enviado especial.

Através da consultadoria, a *Visão Júnior* também promove um vínculo significativo com o seu público-alvo. Os *emails* enviados pela equipa redatorial traduzem mensagens de valorização e empoderamento, como: “Todos os comentários, sugestões e ideias são bem-vindas”, “é muito importante para nós conhecermos as vossas opiniões”, “podes dar-nos também ideias e sugestões de temas que gostasses de ver tratados, de assuntos que gostasses de perceber melhor, de notícias que ouviste e que achas importantes.”. Estes eram escritos com um tom próximo e amigável: “Pelo que contas, o concerto deve ter sido muito fixe, de certeza que te divertiste muito com a tua amiga.”, “Beijinhos da equipa” e “Um abraço a todos e, mais uma vez, obrigado por nos ajudarem a fazer a VISÃO Júnior!”

Uma nota final. Estabeleceu-se uma relação entre a participação da consultora na revista com a disciplina de Português, especialmente com o programa do sétimo ano que leciona os géneros jornalísticos. Isso por que a revista *Visão Júnior* e os seus dois textos publicados foram utilizados como exemplos em contexto de sala de aula.

Relato de participação como repórter XS do Radar XS

A participação da filha da investigadora no *Radar XS* já não foi uma ação espontânea, como foi relatado com a *Visão Júnior*.

Em consequência da observação da reunião editorial do *Radar XS*, no dia 1 de julho de 2024, foi manifestado o interesse por uma jornalista de se produzir uma notícia sobre a Universidade Júnior do Porto, um programa de cursos de verão da Universidade de Porto. Coincidentemente, a investigadora informou que a filha participaria na semana seguinte dessa iniciativa. A jornalista-coordenadora lançou, de imediato, a ideia de ela se tornar numa repórter XS e produzir a peça como se tratasse de um vídeo para as redes sociais. Foi solicitado à investigadora que verificasse a disponibilidade e interesse da filha para

participar e respondesse com a brevidade possível, uma vez que isso implicaria pedir autorizações às instituições para filmar. Nesse mesmo dia, o convite foi aceite.

O próximo passo da equipa do *Radar XS* envolveu contactar a Reitoria da Universidade Júnior para obter autorização para as filmagens e de participação de uma criança. No dia seguinte, o responsável por este plano de atividades da universidade telefonou à investigadora para confirmar se tinha autorizado a participação da filha como repórter. Para a preparação da reportagem foi feita uma videochamada por WhatsApp entre a filha e a jornalista-coordenadora do programa. Do lado da filha, percebeu-se a curiosidade e a ansiedade por esta nova experiência, mas também receio de não saber como proceder. Do lado da jornalista-coordenadora, testemunhou-se a experiência em lidar com crianças na produção de conteúdos infantojuvenis. A conversa iniciou-se com uma apresentação simpática por parte de ambas, manifestando-se interesse em perceber o plano de atividades da Universidade Júnior do Porto. O primeiro dia, que seria passado no estádio e museu do Futebol Clube do Porto (FCP) despertou maior interesse, porque o programa nunca havia feito uma peça sobre este clube nortenho. Assim que esta atividade ficou definida, a jornalista-coordenadora explicou calmamente o que era pretendido e esclareceu as dúvidas que foram surgiram.

Dado que a filha era inexperiente, o guião foi preparado por ambas, definindo-se da seguinte forma:

- “1. Olá, sou [...] e sou a repórter XS, que hoje vos vai levar a conhecer uma das atividades da Universidade Júnior do Porto.
2. Estamos no Museu do Dragão! Quem por aí é do FCP?
(Pode juntar algumas pessoas de costas que digam eu! eu! eu!)
3. Aqui fomos conhecer...
4. A proposta para hoje é jogar boccia de uma forma diferente. Sabem que jogo é este? Eu também não sei. Vamos descobrir.
(Imagens de toda a atividade)
5. Aqui no museu também descobrimos algumas curiosidades sobre o FCP. É o único clube português a ter: 2 Taça da Liga Europa, 1 Super Taça Europeia e 2 Taça Intercontinental
(Imagens Taças)
6. Mas o melhor ainda está por chegar... sim! Vamos visitar o estádio! Pisar o relvado!
(Imagens da criança a entrar no relvado + curiosidades)
7. O mais fixe deste dia (ou o mais interessante... ou o mais curioso) foi ...
8. E é aqui que me despeço. Até à próxima!”

De seguida, a jornalista-coordenadora deu indicações de gravação com o telemóvel: “Posição vertical, boa iluminação, controlar ao máximo o ruído para se perceber a voz e fazer variados vídeos em vez de fotografias”. À filha, ainda lhe foi dada a possibilidade de editar os vídeos, uma vez que percebeu, no decorrer da conversa, que tinha alguma experiência em aplicações de edição e fazia-o como passatempo. Contudo, a falta de prática e o curto prazo fizeram-na recusar este desafio.

A jornalista-coordenadora enviou à investigadora o documento digital de autorização, “Declaração de participação de menor em programa” para assinar (Figura 7), que tinha de ser assinada pelos dois pais. Posteriormente, surgiu a ideia de integrar na peça uma amiga da filha como segunda repórter e portista, o que exigiu igualmente a autorização por parte dos pais. Curiosamente, a *Visão Júnior* apenas solicita a autorização de um dos progenitores e por *email*.

Figura 7

Modelo de declaração de participação de menor em programa”

Nota:
Reprodução própria.

DECLARAÇÃO
PARTICIPAÇÃO DE MENOR EM PROGRAMA

_____, titular do cartão de cidadão n.º _____, válido até ____/____/____, contribuinte fiscal n.º _____ e _____, titular do cartão de cidadão n.º _____, válido até ____/____/____, contribuinte fiscal n.º _____, ambos titulares das responsabilidades parentais de _____, titular do cartão de cidadão n.º _____, válido até ____/____/____, contribuinte fiscal n.º _____ e residente em _____ (o “Participante Menor”) declaram, para os devidos e legais efeitos, que:

a) Concedem, consensualmente, à **RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, S.A.** (doravante **RTP**), pessoa coletiva n.º 500225680, com sede na Av. Marechal Gomes da Costa, n.º 37, 1849-030 Lisboa, consentimento para a participação do Menor (“Participante Menor”), no programa “**RADAR XS**” (“Programa”) na qualidade de [X] (artista/figurante/público/ convidado/ entrevistado/ outro), e, consequentemente, autorização para a utilização da imagem e voz do Participante Menor;

b) Autorizam a **RTP** a proceder, à fixação, reprodução, colocação à disposição do público, incluindo, mas não limitada, a radiodifusão sonora e/ou televisiva, comunicação pública e reprodução, direta ou indireta, temporária ou permanente, da imagem e voz do Participante Menor, bem como das prestações artísticas por si interpretadas ou executadas no âmbito do Programa, através dos seus programas televisivos ou radiofónicos e aplicações multimédia, e, ainda, a cedência a terceiros, total ou parcial, gratuita ou onerosa, do Programa.

A **RTP** poderá, assim, fixar e utilizar as referidas prestações, com vista à radiodifusão sonora e/ou televisiva, em direto ou em diferido, de forma linear e/ou não linear sem limitações temporais, isto é durante todo o tempo de proteção legal das prestações, e territoriais, e qualquer que seja o número de emissões, por qualquer meio técnico de difusão ou de comunicação, nomeadamente, pela via digital e analógica terrestre, incluindo a distribuição por cabo e satélite, fibras óticas, fios, sistemas de comunicação através da Internet, em qualquer dos seus canais ou serviços de programas televisivos e radiofónicos, e plataformas digitais, atuais ou futuros, em sinal aberto ou condicionado, de âmbito regional, nacional ou internacional nas condições que entender por mais convenientes, bem como, ceder a terceiros, total ou parcialmente, gratuita ou onerosamente, o Programa, nas condições que entender.

Com a presente autorização a **RTP** poderá também proceder a qualquer tipo de comunicação pública das referidas prestações através da utilização de serviços audiovisuais a pedido, ou outras plataformas multimédia, nomeadamente o “**RTP-Play**”, ou quaisquer outros serviços de **streaming** de áudio e/ou vídeo ou outros análogos, incluindo o “podcast”, qualquer que seja o meio técnico de comunicação utilizado.

Os direitos acima consignados podem ser exercidos pela **RTP** uma ou mais vezes, a todo o tempo, isto é, durante todo o tempo de proteção legal das prestações, e em qualquer lugar por qualquer meio técnico conhecido ou que venha a ser criado, sem necessidade de prévia autorização ou dando lugar a qualquer outra contrapartida, para além da aqui prevista.

Mais declaram que a presente autorização é concedida gratuitamente à **RTP**, não havendo lugar ao pagamento de qualquer retribuição ou compensação, a qualquer título.

Nos termos e para os efeitos previstos no Regulamento (UE) 2016/267, de 27 de abril de 2016 (RGPD) e demais legislação aplicável relativa a proteção de dados pessoais, os declarantes reconhecem e aceitam que a participação do Participante Menor implica a recolha e o tratamento de dados pessoais pela **RTP**, ou pela entidade produtora do Programa, nomeadamente:

1. Nome, morada, NIF, número de identificação, contactos, IBAN, imagem e voz. A **RTP** procede à recolha e tratamento desses dados para as seguintes finalidades:
 - a) Produção, gravação e emissão do Programa.
 - b) Gestão do Programa.
 - c) Arquivo do Programa.
2. A recolha e o tratamento de dados pessoais pela **RTP** assentam nos seguintes fundamentos de legitimidade:
 - a) Execução do contrato celebrado relativo à cedência de direitos de imagem e/ou direitos conexos relativos à prestação artística, se aplicável.
 - b) Cumprimento das obrigações a que a **RTP** se encontra vinculada por força do contrato de concessão do serviço público de radiodifusão.
 - c) Interesse legítimo da **RTP** na produção, gravação e emissão do Programa, que são essenciais à prossecução da sua atividade.
3. Os dados recolhidos serão armazenados durante o período a que a **RTP** se encontra legalmente obrigada, nomeadamente para efeitos cumprimento de obrigações fiscais, de regulação da comunicação social, de prestação dos serviços públicos de rádio e televisão e outras.
4. Poderão exercer os direitos de acesso, retificação, apagamento, limitação, oposição e retirada de consentimento através de comunicação escrita, acompanhada de documento que comprove a sua identidade e/ou os dados a retificar, se aplicável, que deve ser enviada para o e-mail cpd@rtp.pt.
5. Poderão ainda apresentar uma reclamação junto da Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPD) caso entenda que os tratamentos de dados que realizamos não são conformes com a legislação aplicável. Para mais informação consulte www.cnpd.pt.

Lisboa, ____ de _____ de _____

(Assinatura conforme ao Cartão de Cidadão)

(Assinatura conforme ao Cartão de Cidadão)

No primeiro dia da Universidade Júnior, ao entrar na Faculdade de Desporto, ponto de entrega desse dia, as repórteres iam ansiosas e preocupadas em gravar imagens. A investigadora dirigiu-se ao responsável da Universidade Júnior para informar da chegada e do início das filmagens. A criança filmou vários pontos do que considerou importante para a reportagem: a fachada da Faculdade de Desporto, as bandeiras dos diferentes grupos de crianças e os calendários semanais das atividades. Todas estas decisões foram tomadas autonomamente por ela.

O relatado após a saída da investigadora, foi que ao chegar ao FCP, a filha filmou a entrada no Museu do Dragão para enquadrar a atividade da universidade neste local e apresentou a segunda repórter. Estes foram os pedidos da jornalista-coordenadora do *Radar XS*. Como ninguém lhes deu indicação para filmarem no museu, tomaram a iniciativa de pedir para falar com a responsável, que, tendo conhecimento prévio das filmagens, deu-lhes autorização para regressarem ao local e registarem vídeos. A visita ao Museu do FC Porto foi acompanhada por uma colaboradora, que se disponibilizou para as filmar em planos conjuntos, como foi ocorreu junto às taças. Esta filmagem teve de ser cinco vezes repetida.

Da parte da tarde, as duas repórteres produziram um vídeo a anunciar que o melhor ainda estava por vir, referindo-se à visita ao relvado, ao balneário dos visitantes, à sala de conferência de imprensa e outros locais do estádio, além da realização do jogo da boccia. Em todos os espaços, a filha fez vídeos, tendo em conta as indicações da jornalista-coordenadora e do guião. No fim da visita ao estádio, filmaram um último plano, relatando o que consideraram mais interessante desta atividade. O guião previamente preparado teve de ser adaptado, devido à participação da segunda repórter XS, que levou à intercalação das falas.

Assim que a filha regressou a casa, quis logo enviar as imagens do seu WhatsApp para a jornalista-coordenadora as visualizar e, posteriormente, passar-lhe por WeTransfer para garantir melhor qualidade. A resposta veio por áudio: “Já vi os vídeos e estão espetaculares. Acho que vamos fazer uma peça muito gira”. A única falta apontada pela jornalista-coordenadora relacionou-se com os vídeos dos monitores interativos e do holograma do antigo presidente no interior do museu. Como o som não estava perceptível,

pediu para ela gravar dois áudios, em ambiente controlado em casa, para explicar estas funcionalidades, com sugestões de frases: “Sabias que é possível com este ecrã interativo descobrir mais sobre os jogadores do Futebol Clube do Porto? O antigo presidente do clube dá-nos a conhecer mais sobre o Futebol Clube do Porto”. Ela gravou com a aplicação Dictafone do seu telemóvel e enviou por WhatsApp.

Apesar de não ter sido espontânea por parte da parte da filha, foi uma experiência que lhe proporcionou uma oportunidade de participação jornalística diferente da proporcionada pela *Visão Júnior*, munindo-a para outros meios e modos de fazer, incluindo postura, linguagem gestual e linguagem verbal. Através deste processo, não só adquiriu competências básicas de gravação de vídeo, como também experienciou a dinâmica de produção de conteúdos jornalísticos para uma audiência jovem. O guião previamente preparado teve de ser adaptado, particularmente devido à participação da segunda repórter XS, que levou à intercalação das falas.

A peça sobre a Universidade Júnior foi a terceira do programa do dia 19 de julho de 2024, com início às 8h02 horas.

A abertura foi ocupada com o pivô sobre o novo campeão europeu, a Espanha, e seguiu-se uma peça sobre Lamine Yamal, o jogador espanhol de 17 anos, e uma outra sobre o atentado do candidato norte-americano à Presidência dos Estados Unidos da América Donald Trump. As imagens de ambas foram aproveitadas de outras peças televisivas da RTP. Finalmente, passou a peça com as repórteres juniores e o programa terminou com os cuidados a ter com o verão, com recurso a infografia.

A reação da filha da investigadora ao assistir ao programa desencadeou alegria e orgulho pelo seu trabalho, declarando que “não sabia que era capaz de fazer isto”. Também aqui não houve envolvimento da criança na edição nem visionamento prévio, por isso a sua reação espontânea à peça final editada foi: “Baralharam as nossas imagens e cortaram algumas e ficou muito fixe”.

A edição desta peça na RTP em Lisboa, a 10 de julho de 2024, foi um dos momentos metodológicos da observação participante da investigadora.

Considerações finais

Este relato reflete a trajetória da filha da investigadora como consultora da *Visão Júnior* e do repórter do *Radar XS*, detalhando as suas contribuições. Desta forma, a inclusão desta experiência foi deliberadamente posicionada neste apêndice específico, que visa documentar e refletir sobre a prática e as compreensões obtidas, mantendo a integridade e o foco da metodologia principal da tese. Acredita-se que esta adição poderá fornecer um valor agregado significativo às outras fases metodológicas, oferecendo uma dimensão prática da participação infantil da prática ao estudo teórico aqui apresentado. A observação direta deste processo também permitiu uma análise mais aprofundada dos métodos e práticas de produção dos dois órgãos de comunicação, os quais envolvem não apenas as crianças, mas também os seus pais.

Estes processos demonstram, portanto, a relevância de criar oportunidades concretas de participação infantil no jornalismo, promovendo a literacia para as notícias e o desenvolvimento de competências transversais. Além disso, este envolvimento prático e teórico reforça a importância de integrar experiências reais nos estudos académicos, proporcionando contributos tanto para a academia quanto para a prática profissional no campo da comunicação social.

Apêndice C: Documento de “Autorização de observação participante”

*Jornalismo infantojuvenil: construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas
– rotinas produtivas da Visão Júnior e Radar XS*

Responsável pela investigação: Ana Cátia Ferreira
Universidade Fernando Pessoa
Praça de 9 de Abril 349, 4249-004 Porto



Autorização de observação participante

O meu nome é Ana Cátia de Sousa Ferreira, sou bolsista da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), com a referência 2022.10828.BD, investigadora do Instituto de Comunicação da Nova (ICNOVA) e doutoranda da Universidade Fernando Pessoa (UFP), com tese em desenvolvimento intitulada "Jornalismo Infantojuvenil: construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas – rotinas produtivas da Visão Júnior e Radar XS".

Assunto: Autorização de diferentes períodos de observação participante ao Radar XS.

Justificação: A tese de doutoramento tem como finalidade identificar o jornalismo infantojuvenil enquanto prática jornalística, através do conhecimento e da compreensão do modo como é produzido este elemento promotor da construção social da infância contemporânea e as dificuldades observadas nesses processos.

Participação: A observação participante é uma das abordagens metodológicas da tese de doutoramento e tem como objetivo o contacto pessoal com os participantes, caracterizar os seus perfis, bem como compreender o contexto em que estes estão inseridos e o processo de construção noticiosa.

Para isso, durante os períodos de observação a investigadora deverá:

- observar a dinâmica de produção semanal (edição, gravação, reportagem, etc.);
- observar as rotinas da redação;
- observar reuniões da redação e decisões editoriais;
- aceder ao esquema organizacional do local de trabalho;
- descrever o ambiente e tomadas de decisão;
- avaliar a polivalência com a distribuição de conteúdos online;
- conhecer o perfil dos colaboradores através de um questionário.

De forma a preparar o trabalho de observação participante, a investigadora realizou uma entrevista prévia a Andrea Basilio, responsável pelos programas infantis e juvenis da RTP. Para complementar e cruzar dados seria importante entrevistar (presencial ou digital) novamente esta responsável após a observação e um membro da administração da RTP.

Finalmente, seria necessário obter alguma documentação e dados sobre a história do programa, tamanho da equipa, equipamento disponível, acesso a dados de audiência e difusão do meio para retrato fiel do programa e do seu posicionamento no mercado da comunicação.

Confidencialidade: O investigador assegura que as informações resultantes da observação participante serão exclusivamente detidas e tratadas pelo responsável pelo estudo. Para salvaguardar a identidade dos colaboradores, as referências e as citações resultantes da observação participante serão atribuídas pelo cargo, como, por exemplo, jornalista A. Os resultados poderão também ser apresentados em encontros e publicações científicas e podem ser informados aos participantes que assim o desejarem.

1

*Jornalismo infantojuvenil: construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas
– rotinas produtivas da Visão Júnior e Radar XS*

Qualquer dúvida ou solicitação de esclarecimentos, entre em contacto com a investigadora
Ana Cátia Ferreira, pelo e-mail ana.catia.ferreira@ufp.edu.pt

Diante dos esclarecimentos prestados autorizo a realização da observação participante do
Radar XS,

Lisboa, ____ de _____ de 2023.

2

Jornalismo infantojuvenil: Construção especializada e segmentada
para crianças contemporâneas – Rotinas produtivas da *Visão Júnior* e *Radar XS*

Apêndice D: Documento de “Questionário de observação”

*Jornalismo infantojuvenil: construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas
– rotinas produtivas da Visão Júnior e Radar XS*



Responsável pela investigação: Ana Cátia Ferreira
Universidade Fernando Pessoa
Praça de 9 de Abril 349, 4249-004 Porto

Questionário de observação

Data _____ N.º _____ (a preencher pelo investigador)

O meu nome é Ana Cátia de Sousa Ferreira, sou bolsista da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), com a referência 2022.10828.BD, investigadora do Instituto de Comunicação da Nova (ICNOVA) e doutoranda da Universidade Fernando Pessoa (UFP), com tese em desenvolvimento intitulada “Jornalismo Infantojuvenil: construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas – rotinas produtivas da Visão Júnior e Radar XS”.

Assunto: Questionário aplicado à equipa do Radar XS no âmbito da etapa metodológica de observação participante para o estudo doutoral.

Justificação: A tese de doutoramento tem como finalidade identificar o jornalismo infantojuvenil enquanto prática jornalística, através do conhecimento e da compreensão do modo como é produzido este elemento promotor da construção social da infância contemporânea e as dificuldades observadas nesses processos.

Participação: Este questionário tem por objetivo recolher informações sobre o perfil dos colaboradores do Radar XS.

Confidencialidade: O investigador assegura o anonimato e a confidencialidade das informações aqui prestadas, pois serão exclusivamente do conhecimento do responsável pelo estudo. Para salvaguarda a identidade, o questionário irá ser numerado e não identificado pelo nome. Os resultados poderão também ser apresentados em encontros e publicações científicas e podem ser informados aos participantes que assim o desejarem.

Tempo de preenchimento: 1 minuto.

Agradecemos uma colaboração sincera, pois das suas respostas depende a melhoria contínua do estudo em desenvolvimento.

Qualquer dúvida ou solicitação de esclarecimentos, entre em contato com a investigadora Ana Cátia Ferreira, pelo e-mail ana.catia.ferreira@ufp.edu.pt

I – PERFIL

P1. Sexo: Masculino ☐ Feminino ☐

P2. Idade: _____

P3. Habilitações literárias

12º ou inferior ☐ Licenciatura ☐
Mestrado ☐ Doutoramento ☐ Curso Técnico ☐

1

*Jornalismo infantojuvenil: construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas
– rotinas produtivas da Visão Júnior e Radar XS*

P4. Qual é a sua formação? _____

P5. Há quanto tempo exerce essas funções?
Menos de 5 anos ☐ Entre 5 e 10 anos ☐
Entre 10 e 15 anos ☐ Mais de 15 anos ☐

II – RADAR XS

P6. Há quanto tempo está no Radar XS? _____

P7. Funções que desempenha atualmente no Radar XS? _____

P8. Já teve outras funções no Radar XS?
Sim ☐ Não ☐

P9. Se sim, qual? _____

P10. Tem carteira profissional de jornalista? (questão apenas para os jornalistas)
Sim ☐ Não ☐

P11. No Radar XS trabalha simultaneamente em outra área?
Edição online ☐ Redes sociais ☐
Edição ☐ Fotografia ☐
Outra _____

P12. Se produz simultaneamente para outros meios do grupo que faz parte, responda em que área?
Texto ☐ Fotografia ☐ Vídeo ☐
Som ☐ Infografia ☐ Online ☐

P13. Tem formação em jornalismo para crianças?
Sim ☐ Não ☐

P14. Se sim, qual? _____

P15. Acha que essa formação deverá partir de:
Do jornalista ☐ Da empresa ☐
Das instituições de ensino superior ☐ Prefiro não responder ☐
Outro _____

P16. Sente que o Radar XS é um programa secundário dentro da RTP?
Sim ☐ Não ☐

Muito obrigada pela colaboração.

2

Jornalismo infantojuvenil: Construção especializada e segmentada
para crianças contemporâneas – Rotinas produtivas da *Visão Júnior* e *Radar XS*

Apêndice E: Diário de bordo da observação

Radar XS

Diário de observação. 13 de setembro de 2023. Edição

A chegada à RTP deu-se às 13h30, pela Rua de Conselheiro Emídio Navarro, n.º 34, Lisboa, por ser de acesso mais direto à régie. O percurso tinha como destino um dos edifícios da RTP, onde se localizava a sala de Pós-Produção de Vídeo (PPV), também conhecida por sala de edição. Durante o percurso, observou-se que o edifício possui uma dimensão considerável, composto por várias divisões de vários tamanhos. A sala de PPV, iluminada por luz natural, é equipada apenas por um armário, uma longa secretária com três ecrãs, teclados e um tapete digital e duas cadeiras. Fora da sala de PPV, junto à porta, a jornalista-pivô estava sentada numa pequena secretária a trabalhar num computador. Num dia de rotina normal, ela teria ido para a redação, mas optou por aquele lugar para estar mais próxima do trabalho da edição e acompanhar a observação. Este é um posto móvel na estrutura da RTP, permite que qualquer colaborador trabalhe ali, em resposta à cultura colaborativa, tanto no trabalho em equipe quanto no uso de tecnologia, adaptando-se às ferramentas disponíveis fora da redação.

Após as apresentações, a investigadora percebeu que jornalista-pivô estava ciente da visita e das observações necessárias. Para a pequena equipa estar completa faltava apenas a jornalista C, que por motivos pessoais não conseguiu comparecer. A observação foi agendada para este dia e hora, pois dava continuidade à edição de peças e gravação de voz *off* do dia anterior e da manhã desse dia. Devido ao excesso de trabalho e à limitação do tempo, foi mais conveniente a presença da observadora apenas da parte da tarde. Em plano para esse dia estava o fecho dos episódios 3, 4 e 5 do *Radar XS*.

A editora de vídeo designada para esse dia chegou à sala às 13h45, onde já se encontravam a pesquisadora e a jornalista-coordenadora do programa. Após as apresentações formais, retomaram o trabalho. Foi explicado o plano de trabalho e as operações a serem desenvolvidas. Era necessário concluir o episódio 3, com exibição na sexta-feira seguinte, dia 15 de setembro de 2023, cuja temática era a *rentrée* do ano escolar. A primeira peça a ser editada era uma reportagem gravada no dia anterior (12 de setembro de 2023), em uma escola no Restelo, por uma equipa constituída pela jornalista-coordenadora do programa e por um repórter de imagem. Ela explicou os procedimentos envolvidos na produção de uma reportagem deste tipo: “É um programa pré-preparado para gerir as expectativas das crianças que participam. Nós temos um princípio: as crianças que são gravadas aparecem. Somos nós a escolher no dia ou são dados critérios aos professores do número de crianças e do assunto a falar e eles escolhem-nas”. O pedido de filmagem e da autorização de participação foi feito à instituição escolar e aos pais das crianças em agosto de 2023. No dia das gravações, confirmaram-se as autorizações e deram-se indicações diretas aos envolvidos. As imagens foram captadas, no exterior, de um grupo de crianças do segundo ciclo, que responderam à questão da jornalista-coordenadora: “Como se preparam para começar este ano letivo?”. No interior de sala de aula, foram filmadas seis crianças, uma de cada vez, revelando o que traziam nas lancheiras e o motivo das suas escolhas.

A jornalista e o repórter de imagem, retornados à RTP, realizaram a criação e montagem do material recolhido. Este último inseriu as filmagens no episódio 3, a jornalista-pivô visionou-as e redigiu o texto da peça para, posteriormente, gravá-lo em voz *off*. Seguiu-se a edição das imagens pelo editor de imagem, acompanhada pela responsável da reportagem. É nesta etapa de observação que a investigadora se encontra. Percebeu-se, de imediato, a boa comunicação entre a jornalista-coordenadora e a editora de vídeo, provavelmente devido ao facto de trabalharem juntas desde a estreia do programa. “Sei o que ela quer”, confessou a responsável pela edição de imagem. No entanto, a peça sobre os depoimentos

dos lanches favoritos das crianças demorou mais tempo do que o esperado, uma vez que as imagens não podiam ser editadas como ambas idealizaram, nem na montagem nem nos cortes. A editora de vídeo explicou que o enquadramento da câmara não centrava o quadro de ardósia da sala de aula; a gravação parecia não ter sido feita com tripé; e havia diferentes escalas das filmagens. A editora de vídeo detalhou que esta etapa é responsável por dar o acabamento ao conteúdo das peças, o que inclui a escolha das cenas a utilizar, cortes, montagem na ordem correta, inserção de efeitos, animações, oráculos e outros recursos. “Com isto, a nossa preocupação é contar uma história”, explicou. Para isso, é necessário pensar na melhor forma de combinar os depoimentos, os cenários das filmagens, o contraste das cores e os diferentes planos para corte para garantir que os movimentos se façam de forma contínua para o espetador.

Em primeiro, a jornalista-coordenadora sugeriu dividir o ecrã em dois, mostrando, de um lado, os depoimentos das crianças e, do outro, os planos de pormenor dos lanches favoritos, como se fossem imagens de um direto do Instagram. A editora de vídeo explicou que isso exigiria muito tempo e mesmo assim não garantiria um bom resultado. Continuaram a trocar sugestões sobre a melhor forma de narrar a história daquela peça e decidiram colocar o depoimento da criança em plano médio, seguido de um de pormenor do interior da lancheira. Entretanto, percebem que há um iogurte tinha a sua marca visível e aplicaram um efeito *blur* para desfocá-la.

Concluída a edição da peça, a jornalista-coordenadora elogiou novamente a editora de vídeo, chamando-a de “*master* das magias”. A sua experiência gráfica na RTP começou em 2016, após a passagem por uma estação privada. Ela expressou o entusiasmo em trabalhar na estação de televisão e sublinhou o bom ambiente da equipa. São dez os editores da Meios e Produção que fazem serviço a vários programas da RTP, mas apenas quatro são regulares do *Radar XS*. As escalas semanais são definidas pela direção de edição, mediante as prioridades. A editora de vídeo desabafou que, por isso, os editores nem sempre têm a possibilidade de se preparar para o seu trabalho, o que pode comprometer a qualidade do resultado. “Há diferentes formas de trabalhar, de editar, de captar imagens e não há tempo para o diálogo entre o editor de vídeo e o repórter de imagem”. Isto explica a dificuldade na uniformização das peças, que deveriam seguir regras de composição, linguagem e equilíbrio semelhantes. “Por vezes, torna-se muito trabalhosa a edição do *Radar*, porque trazem-se muitas filmagens”, enumerou um caso. Quanto mais cuidado houver na pré-produção mais fácil será a edição. A editora também reconheceu o seu perfeccionismo e a atenção aos detalhes das peças. Às vezes o programa não seguia o ritmo desejado e a editora comentou que haveria a substituição para o *software* de edição de vídeo Premiere. Passou-se para o fecho de uma outra peça pré-editada por outro editor, que abordava dicas para um bom ano letivo dadas por uma psicóloga. A editora de vídeo adicionou ícones gráficos para animar a peça e utilizou molduras à volta da imagem da entrevistada. A investigadora participou nesta decisão, sugerindo que esta moldura poderia associar-se a um separador de arquivo, considerando o contexto da *rentrée* escolar. A sugestão foi bem recebida e concordaram em manter como “*mood* da *rentrée*”, como apelidou a editora. Por último, colocaram-se as VTs (*videotape*) e o sumário do programa no programa, que foi enviado para a pós-produção de áudio para as correções necessárias. O encerramento da edição ocorreu às 15h07. Faz-se nota que a ordem da edição das peças não corresponde à sequência da emissão do episódio. Outra preocupação importante para a equipa é a confirmação e coordenação com a Pós-Produção de Áudio (PPA) das designações dos ficheiros das peças do programa. Por exemplo, a primeira peça editada foi aprovada com a designação “RX_03 Alimentacao”. Adicionalmente, esta peça foi também referenciada para uma futura utilização no Dia Mundial do Vegetarianismo. Esta prática indicação evita que as peças não sejam eliminadas e possam ser reutilizadas.

Durante a finalização do programa, a jornalista-pivô permaneceu sentada na secretaria a escrever os textos dos programas que iria gravar no dia seguinte. A jornalista-coordenadora foi ao seu encontro para trocarem impressões sobre os alinhamentos e os pivôs de entradas. Para o episódio 3, foram debatidas duas opções para a abertura: “Como é que o ano pode correr bem?” e “Como é que o ano pode ser descontraído ou bem-sucedido?”. Em tom de desabafo, a jornalista-pivô questionou: “Como é que as crianças falam?”. A escolha final recaiu sobre uma terceira opção: “Afinal, como é que podem ter um ano letivo descontraído, bem-sucedido, organizado e feliz?”. No mesmo programa, foi discutido o uso da ‘bengala’: “Já sabemos” no texto das lancheiras. Por fim, debateram o ‘gancho’ do episódio 4: “Hoje começo por vos perguntar, quem é que já experimentou transformar um sonho num desenho?... Mário Cesariny, se fosse vivo, faria este ano 100 anos”.

Assim que a editora de vídeo enviou o programa para a PPA, chamou a jornalista-coordenadora para decidir os próximos passos, uma vez que a sala estava atribuída ao *Radar XS* até às 16h30. Optou-se por avançar com a edição de outras peças que estavam ‘em carteira’ e que seriam integradas nos episódios da semana seguinte, cujo tema central continuaria a ser a *rentrée* escolar, mas com novas abordagens. Enquanto a jornalista-coordenadora e a editora de vídeo avançavam no trabalho, a jornalista-pivô, que já havia finalizado as suas tarefas, convidou a investigadora para conhecer a redação. Dirigiram-se para um outro edifício situado um pouco mais adiante. A sala da redação do *Radar XS* encontrava-se num corredor com escritórios e salas de reuniões à direita e janelas à esquerda. Este espaço é partilhado com a RTP 2, como o *Zig Zag* e a RTP Memória, e conta com cerca de oito pessoas. Devido a uma reunião a decorrer com a direção de conteúdos da RTP2, não foi oportuno avançar além da porta. Daqui a observadora conseguiu visualizar o esquema da sala, que respeita dos princípios de colaboração e de integração das várias áreas. Contudo, a gestão do espaço não é feita por secções, como é habitual nas redações, mas por programas de entretenimento do canal.

O espaço fica localizado no edifício principal da RTP, onde também se situam a RTP 1, RTP2, a RTP3 e a RDP. Tem dimensão média, com luz natural, e é organizado por ilhas de secretárias retangulares, equipadas por computadores e telefones, e uma mesa de reuniões circular no centro da sala, partilhada por todos. A secretária das jornalistas do *Radar XS* é logo a primeira à frente da porta e as secretárias das duas coordenadoras encontram-se, lado a lado, no fundo da sala. A equipa do *Radar XS* fixa-se aqui em ocasionalmente, por trabalhar em modelo híbrido. Por não haver rotina de redação, a investigadora não a registou nos momentos de observação. Durante a visita guiada a jornalista-pivô conversou sobre o seu percurso no *Radar XS*, caracterizado por uma evolução consistente. Não é apenas o rosto jovem do programa, selecionado no *casting*, mas também uma das jornalistas. Embora inicialmente não tivesse experiência com o público mais novo, hoje admite: “Prefiro o contacto com as crianças, pois são mais emotivas e genuínas”, reconhecendo igualmente o caráter da responsabilidade social associado ao tratamento de alguns temas, como direitos humanos, sustentabilidade e diferença de género. “O *Radar XS* tem crescido ao longo destes anos e, por isso, precisa de ter alterações. Mas eu também tenho crescido com o *Radar XS*”. Além deste programa, ela trabalha como freelancer no *P2* do *Público*.

De regresso à sala de PPV, a jornalista-coordenadora e a editora de vídeo faziam um ponto de situação. Era necessário que a jornalista C inserisse o oráculo na peça que havia finalizado e confirmasse a planificação mensal dos serviços dos repórteres de imagens e editores alocados, bem como respetivos horários. Verificou-se que o produtor regularmente alocado ao *Radar XS* continuava de baixa, sendo substituído por outro colaborador durante as gravações. O colega do PPA, responsável pelo *Radar XS* nessa semana, passou pela sala para confirmar se os programas estavam fechados e enviados para o seu departamento. Esta

etapa não foi incluída na observação por não ser acompanhada por nenhum elemento da equipa do programa.

A editora de vídeo despediu-se e a investigadora, a jornalista-coordenadora e a jornalista-pivô mantiveram-se na sala a debater questões sobre o *Radar XS* e o jornalismo infantojuvenil em geral. Os pontos destacados desta conversa, que mereceram maior relevância para o desenvolvimento do estudo, foram:

- Concordância na criação de um cruzamento entre académicos e profissionais em campo, pois “é do interesse do *Radar XS*, conhecer o seu público através dos estudos, bem como perceber a relevância das redes sociais, como do TikTok, para este tipo de produto”, revelou a jornalista-coordenadora. O diálogo em rede entre os saberes prático e académico deveria existir para cocriar soluções e atuar em sintonia e não se limitar a um saber académico que faz diagnóstico e produzir conhecimento.
- Presença limitada presença do programa nas redes sociais, que tem como causa maior a falta de recursos humanos (ponto desenvolvido na análise das plataformas *online*)
- Sugestão de horários alternativos para os programas informativos infantis, como antes do noticiário, dentro do noticiário ou apenas o uso de um separador com anúncio do *Radar XS* e respetivo horário logo no término do noticiário. No entanto, lembrou-se que o programa está inserido na área de Programação da RTP e não na de Informação.
- A participação das crianças é promovida pela rubrica do repórter XS e pelo envio de sugestões via Instagram e WhatsApp, “as quais têm algum peso nas decisões editoriais, apesar de algumas se repetirem e outras serem temas da moda”, afirmou a jornalista-coordenadora. Contudo, a promoção do repórter XS exige mais deslocações às escolas e disponibilidade de meios técnicos para as gravações, o que é desafiador. A jornalista-pivô apontou a importância do uso das imagens em televisão em relação a outro formato jornalístico: “Precisamos sempre de várias imagens filmadas e editadas para contar a história de uma peça”. A jornalista-coordenadora completou, afirmando que “esta é a parte visual e criativa da televisão, mas às vezes difícil. Não basta uma foto e um texto”.
- A escolha dos temas passa pela atualidade, como a guerra na Ucrânia e as eleições; por temas obrigatórios, como o regresso às aulas, o Natal, o Carnaval, as férias, etc.; e por efemérides, como o centenário de Mário Cesariny para se falar sobre arte. Porém, a jornalista-coordenadora reconheceu que “é difícil inovar em alguns temas, como o 5 de outubro. Sente-se dificuldade em envolver as crianças na história mais longínqua. O 25 de abril é mais fácil”. A jornalista-pivô reforçou “a perda da importância da história” para os mais novos. Neste ponto, a investigadora sugeriu dar uma nova perspetiva da história através das lendas portuguesas, como as de D. Sebastião e do Galo de Barcelos, para estimular a imaginação das crianças. Esta última sugestão foi considerada para o programa 114, de 31 de maio de 2024.
- Finalmente, foi divulgado, sem detalhes específicos, que a temporada 6 traria novidades e que estas passariam pela divulgação do programa, pela frequência das visitas ao terreno, pelo envolvimento das escolas “e outras que não podem ser desvendadas por agora”, rematou a jornalista-coordenadora.

A conversa manteve-se interessante e facilmente perdeu-se a hora. O relógio marcava 16h40 quando se dirigiram para a saída da RTP, combinando o encontro para o dia seguinte.

Diário de observação. 14 de setembro de 2023. Gravação

A entrada da investigadora deu-se às 13h45 na entrada da RTP do dia anterior. A jornalista-coordenadora aguardava-a junto à receção. Dirigiram-se para o mesmo edifício, mas desta vez para o estúdio 4, localizado no piso 0, para assistir à gravação de três emissões: sexta-feira, 15 de setembro de 2023; segunda-feira, 18 de setembro de 2023; e quarta-feira, 20 de setembro de 2023. Entretanto chegou a anotadora e produtora, que não era a habitual, uma vez que o outro produtor estava ausente. Enquanto se aguardava pela restante equipa, a produtora levou a pesquisadora ao estúdio de cenografia virtual, localizado no piso -1, onde já se encontravam os dois operadores de câmara e o assistente de realização.

Naquele momento, a jornalista-pivô e a intérprete de LGP estavam na caracterização e cabeleireiro, no segundo piso do edifício. Como esta última grava num piso distinto e não ter interagido com a restante equipa, não houve possibilidade para a conhecer. Durante as gravações, as duas estão em contacto, caso surjam necessidades. Esta profissional pertence a empresa externa à RTP, para a qual o guião do programa é enviado no dia anterior. Por não ser sempre a mesma colaboradora, não se estabelece uma ligação com a equipa e a sua presença quase que é despercebida, apesar da relevância do seu serviço. De volta à régie, preparava-se o início das gravações. Estavam presentes 10 pessoas. O espaço físico caracteriza-se por uma sala pequena, com equipamentos específicos atribuídos a cada técnico, que estavam posicionados de frente para os grandes ecrãs que ocupavam uma das paredes. Através de comentários, a investigadora percebeu que os equipamentos desta régie apresentavam sinais de limitações tecnológicas. Foi-lhe indicado que se posicionasse na segunda fila, atrás dos técnicos, ao lado da jornalista-coordenadora e da jornalista C. Os ecrãs que se encontravam nessas secretárias eram mais pequenos, mas permitiram acompanhar o que se passava no estúdio de gravação. Enquanto isso, a anotadora finalizou o plano das gravações e das câmaras, entregando-os aos colegas. Testou-se a música do genérico e a jornalista-pivô ensaiou os textos para a câmara. A jornalista C entregou a ficha de estúdio em papel à pesquisadora, intitulada “Estúdio 4 – Programa Radar XS – 14 de setembro Ano 2023. PRC23115001003-PRC23115001004- PRC2311500100 (Anexo A com a não identificação dos técnicos), o guião da emissão, intitulado “Radar XS PGM 03 / EMISSÃO 6F, 15.09.2023” (Anexo A), no qual constava o pivô de abertura, os textos da jornalista-apresentadora, as peças a inserir com respetivos tempos, como, por exemplo, “RXS03alimentacao-01:40”, e o pivô de despedida. No episódio 5 estava ainda indicada a colocação do oráculo, com um número de telefone no fecho. Além destes dois documentos, foi-lhe disponibilizado o alinhamento das gravações “Radar XS. PGM03 Gravação 14.09.2023. Emissão: 15.09.2023” (Anexo A). Este esquema, dividido em colunas, apresentava os números dos blocos, a origem (estúdio ou VT), som (VT ou DIR), GFX/Inserção (oráculo do WhatsApp), duração e observações (identificação do genérico de abertura, das peças e do apoio à produção, cartões e copyright). Da análise do alinhamento depreende-se que o episódio 3 contém mais blocos comparativamente aos 4 e 5, totalizando nove minutos e 31 segundos em relação aos cinco minutos e 33 segundos e seis minutos e 14 segundos, respetivamente. O alinhamento é segmentado ao minuto e todas as peças têm um intervalo temporal definido para serem lançadas.

Ao longo da observação a jornalista-coordenadora e a jornalista C forneceram esclarecimentos sobre as operações em curso e terminologia técnica, seguindo os documentos fornecidos à investigadora. Explicaram também que para estes programas recorriam a duas câmaras, com a adição de uma terceira em caso de entrevistas com convidados. Além disso, aproveitaram a ocasião para informar que o estúdio croma seria substituído por um outro com cenografia real em breve, o que facilitará as operações de

filmagens. Contudo, revelaram as novidades do *Radar XS* não se limitariam a esta alteração, sem adiantar mais detalhes. A jornalista C esclareceu que, dado que este é um programa que inclui língua gestual portuguesa (LGP), há cuidados redobrados na realização, como a não sobreposição dos oráculos sobre a imagem da profissional, os ‘saltos’ das trocas das câmaras e a sincronia com o guião do programa. Indicou, como exemplo, que é mais rápido para a jornalista-pivô ler uma sigla do que os gestos correspondentes da intérprete.

Às 14h31 iniciou-se a gravação em estúdio e da língua gestual portuguesa do episódio 3, dedicado aos lanches que as crianças levam para a escola no regresso às aulas e às dicas de uma psicóloga para o sucesso escolar. Esta foi a reportagem que a investigadora assistiu à sua edição no dia anterior. O realizador coordenou com os operadores de câmara e a anotadora deu ordem para começar a gravar. Às 14h49 deu-se como terminada a gravação do episódio 3. Foram incluídos os 10 segundos da ficha do apoio à produção, os cartões e o copyright do programa. Contudo, na revisão do programa gravado, a jornalista C e a jornalista-coordenadora identificaram duas gralhas: a falta do um oráculo e uma informação incorreta. Se até aquele momento, o realizador era o mais ativo na régie, a produtora assumiu função principal de controlar todos os aspetos do programa. Ela apresentou duas soluções: gravar novamente o programa ou corrigir na pós-edição.

Enquanto a produtora e a equipa de pós-edição discutiam a melhor solução, decidiu-se arrancar com a gravação do episódio 4 às 15h02, a qual decorreu até às 15h08. A jornalista-pivô já se apresentava com uma t-shirt e um calçado diferentes. O procedimento na régie e no estúdio foi idêntico ao anterior. Para a gravação do episódio 5, o último da observação, a investigadora deslocou-se ao estúdio, acompanhada pela jornalista C, conseguindo, assim, testemunhar as operações de uma diferente perspetiva. Tratava-se de um cenário croma com um tapete lilás e dois sofás em tom de rosa velho. Estavam presentes cinco funcionários: dois operadores de câmara, o assistente de realização, a responsável pela caracterização e a jornalista-pivô. Ela foi convidada a sentar-se numa cadeira de frente para o croma. À sua esquerda encontravam-se ecrãs e à direita o assistente de realização, que fornecia instruções aos operadores de câmara. Assim que a jornalista-pivô chegou, o assistente de realização avisou a régie: “Tenho a (nome) em estúdio”. Colocaram-lhe o microfone e os auriculares e às 15h15 arrancou-se com a gravação. Testemunhou-se um silêncio absoluto, interrompido apenas pelo som do genérico em um dos ecrãs, sinalizando o início iminente da gravação. Assim que o teleponto surgiu, a jornalista-pivô iniciou a leitura do texto. Os operadores de câmara ajustavam-se de acordo com as orientações recebidas através dos auriculares da régie. Durante as pausas entre as entradas no ar, a jornalista-pivô aproveitava para retocar o cabelo e ajustar a roupa.

Como a gravação decorreu sem falhas, o assistente de realização deu como encerrada a gravação às 15h21. Pediu a todos que se mantivessem no estúdio, enquanto aguardava uma decisão da produção sobre a necessidade de repetir ou não a gravação do episódio 3, explicando a causa do problema. Durante o compasso de espera, a investigadora aproveitou para questionar a responsável pelo guarda-roupa sobre os critérios de estilo e das opções das marcas para a jornalista-apresentadora. Ela faz parte da equipa de imagem da RTP e está também destinada a outros programas. Considerando o público-alvo do programa, o vestuário da apresentadora deve refletir descontração e jovialidade, com cores que contrastem com o croma do estúdio. Normalmente, a jornalista-pivô veste calças de ganga, uma t-shirt com uma frase ou uma imagem de desenho animado, e calça sapatilhas. As marcas parceiras, como C&A e Zouri From The Ocean, são mencionadas no cartão final do programa: “Este programa teve ajuda à produção de”. Contudo, há marcas específicas que, por motivos contratuais, não podem ser identificadas.

Aproximadamente cinco minutos depois, o assistente de realização informou que a equipa estava dispensada e que o programa iria ser corrigido pela pós-edição, não sendo necessário repetir a gravação do episódio 3. Após os devidos agradecimentos e despedidas, a investigadora e a jornalista C dirigiram-se para a saída da RTP, onde aguardaram pela jornalista-pivô. Às 16h00 conclui-se o segundo dia da observação.

Nos dois dias de observação, notou-se uma equipa descontraída, o que contribuiu para um ambiente de trabalho mais leve, mesmo no momento mais tenso, quando sucedeu a incerteza sobre a repetição da gravação de um dos episódios e da apuração da origem do problema e do responsável. Não pareceu que esta postura da equipa tivesse sido condicionada pela presença da investigadora.

Diário de observação. 13 de outubro de 2023. Reunião de agenda

A reunião da equipa do *Radar XS* foi breve e, ao contrário do que é habitual, realizou-se a uma sexta-feira, em vez do primeiro dia útil da semana, devido a um condicionante da jornalista-pivô. Iniciada às 11h04, teve muitos contributos de temas que haviam sido transitados de dias anteriores e que estavam em fase de desenvolvimento. A dinâmica do encontro foi marcada pelas intervenções de cada elemento, que selecionaram temas, protagonistas e ângulos de abordagem. A reunião foi conduzida pela jornalista-coordenadora, que começou por esclarecer a presença da observadora e a solicitou às colegas que se mantivessem *online* após o término, de modo a trocarem impressões, sobre a reunião anterior com os membros da European Broadcasting Union.

Posto isto, a jornalista-coordenadora explicou que o objetivo da reunião era planear o episódio de sexta-feira da semana seguinte (20 de outubro) e discutir questões para programas futuros. Fez uma pausa para explicar à investigadora que os programas de segunda-feira e de quarta-feira já estavam fechados, lembrando que as crianças são sempre o destaque a meio da semana. A palavra foi passada à jornalista-pivô, que abordou os assuntos pendentes no desenvolvimento do seu trabalho. Indicou que o programa de sexta-feira era dedicado ao *bullying* nas escolas, aproveitando os ‘ganchos’ do Dia Mundial do Combate ao *Bullying* e da campanha da PSP, que decorria nas escolas até 30 de outubro de 2023, “*Bullying* é para fracos”. Especificou a peça abordaria o tema sob diferentes ângulos: musical e literário, mencionando as entrevistas agendadas com Júlia Machado, participante do *Junior Eurovision Song Contest*, e com Diana Ginja, uma criança que escreveu o livro “*Beliscaram a minha felicidade!*”. Ambas assumiram ser vítimas de *bullying*. No entanto, assinalou a dificuldade na primeira entrevista, dado que a cantora reside nos Estados Unidos e, devido ao fuso horário, ainda não havia confirmação. Como alternativa, o episódio poderia continuar com a habitual atualidade. A jornalista-coordenadora sublinhou que, sendo sexta-feira, era ainda cedo para fechar as notícias de última hora, mas que a organização do trabalho poderia ser iniciada. Foram então apresentados dois acontecimentos noticiosos: o conflito em Gaza e a apresentação do orçamento do Estado para 2024. A jornalista-pivô argumentou que a cobertura da guerra deveria ser adiada, uma vez que se aguardava o desenrolar do ultimato militar que Israel havia dado à retirada de civis em Gaza, 24 horas antes de iniciar um ataque ao território. A incerteza sobre se o programa seria completo, e como expor este acontecimento às crianças, gerou debate. A jornalista-pivô reconheceu que “ao contrário dos adultos, as crianças precisam que tudo seja explicado, o que não é possível fazer em dois minutos”. Esta opinião foi corroborada pela jornalista-coordenadora, que acrescentou: “É uma questão complexa e precisamos de apresentar todas as perspetivas. Temos de escolher o momento mais adequado para divulgar a notícia, que difere do ritmo de um jornal diário”. Em relação ao orçamento do Estado de 2024, a discussão centrou-se em qual deveria ser o enfoque mais relevante para o público infantil. A jornalista C

interveio pela primeira vez na reunião, concordando com esta abordagem, mas salientando que era necessário selecionar as medidas mais próximas do quotidiano das crianças.

Na fase seguinte da reunião, procedeu-se à divisão de tarefas. A jornalista-pivô ficou encarregada da seleção e redação das notícias de atualidade, incluindo a do orçamento do Estado; a jornalista-coordenadora assumiu a responsabilidade pelo segmento sobre o *bullying*, especificamente a elaboração do guião, contando com a colaboração da equipa: a jornalista C para a infografia e a jornalista-pivô para as entrevistas. Foi solicitado à jornalista C que aguardasse por mais atualizações noticiosas para iniciar a escrita e que uma nova reunião poderia ser necessária na segunda-feira. A jornalista-pivô informou que já havia editado, na terça-feira anterior, a peça sobre o Dia da Biblioteca Escolar, a qual serviria como ‘gancho’ para a visita de uma turma do primeiro ciclo a uma biblioteca municipal, onde assistiriam a uma tertúlia dedicada à pintura, com especial enfoque em Picasso.

Posto isto, debateu-se a questão da distribuição dos horários das edições para a semana seguinte. A jornalista-pivô informou que na segunda-feira editaria a peça sobre o uso do lítio e necessitava de espaço. Contudo, devido à incerteza da presença de Francisco Ferreira, presidente da Associação Zero, em estúdio, pediu a opinião das colegas para um “plano B”. A jornalista C propôs a consulta de alguma peça pré-gravada ou finalizada que estivesse em “gaveta”. Comentou-se, ainda, sobre a editora de imagem que estaria alocada *Radar XS* na quinta-feira.

Foram feitos dois apontamentos finais: o primeiro, um pedido para que os contactos fossem centralizados num ficheiro *online*, facilitando a sua organização e pesquisa; o segundo, um elogio à animação do segmento sobre o Prémio Nobel, do programa 15, exibido a 13 de outubro de 2023. As colegas concordaram, destacando o “*lettering* muito *cool*” e questionando: “Como podemos fazer sempre assim?”. Antes de encerrar, a jornalista-pivô fez uma breve recapitulação dos temas abordados. A despedida ficou a cargo da jornalista-coordenadora às 11h35. A observadora concluiu o registo escrito, mantendo-se não participativa, conforme indicado no início da reunião, que não deveria demorar muito tempo. Apenas interveio para obter esclarecimentos sobre informações debatidas.

Diário de observação. 1 de julho de 2024. Reunião de agenda

A reunião teve início por WhatsApp às 10h33, com a presença dos membros habituais da equipa: coordenador-geral, jornalista-coordenadora, jornalista-apresentadora, jornalista C, e coordenadora de equipa. O coordenador iniciou a reunião apresentando uma ideia para as redes sociais durante o período de férias de verão. Propôs a implementação de uma série de perguntas sobre temas abordados ao longo do ano para avaliar a atenção dos espectadores. Exemplificou com uma pergunta sobre o continente mais vulcânico do mundo, vinculando o episódio correspondente e sugerindo a ligação com as redes sociais do programa. A jornalista-pivô apoiou a ideia e propôs a inclusão de uma pequena peça sobre a situação atual na França, abordando os primeiros resultados das eleições. Sugeriu ainda a adição de uma explicação sobre as eleições no Reino Unido, destacando uma entrevista com um jovem candidato a deputado, de 18 anos, com origem portuguesa, e a notícia sobre o desaparecimento dos pirilampos, com a possível participação de um cientista português para explicar o fenómeno. A coordenadora de equipa manifestou interesse na proposta e destacou a importância de discutir a abordagem da extrema-direita e a defesa da liberdade de expressão dos eleitores. O coordenador-geral sugeriu a elaboração de um texto explicativo sobre as posições políticas, mas reforçou a reflexão sobre a pertinência dessa abordagem para o público infantojuvenil. Ressaltou que a

discussão deveria centrar-se no que está em jogo nas eleições de domingo, em vez de simplesmente relatar os resultados, sugerindo a inclusão de depoimentos de jovens. Adicionalmente, observou que não seria apropriado abordar simultaneamente a situação na França e no Reino Unido na mesma edição, para evitar confusão. No entanto, a jornalista-coordenadora argumentou que a leveza com que foi editada a peça sobre o jovem inglês não apresentava problemas. A jornalista C destacou a necessidade de abordar a situação na França, uma vez que as crianças precisam ser informadas sobre o que está a acontecer no país. A jornalista-pivô manifestou preocupações quanto à dificuldade de elaborar a peça sobre as eleições francesas até sexta-feira, e foi decidido que a jornalista C assumiria essa tarefa. A coordenadora de equipa acrescentou que leu um artigo sobre crianças que não votam devido à idade e que incentivam os jovens a votar pelo seu futuro, considerando essa abordagem relevante. O coordenador concordou com a inclusão da peça sobre as eleições em França, mas fez a ressalva de que “não se deve apresentar uma lista de percentagens dos resultados ou textos extensivos, pois isso pode ser pouco atrativo”. Apreciou o formato das cartas Pokémon utilizado no *Les Niouz* e sugeriu à jornalista C a criação de dois quadrados com o design de cromos: um com propostas da extrema-direita e outro com propostas da esquerda, em vez de uma infografia completa. A jornalista-pivô comprometeu-se a redigir o texto da peça, mas destacou a necessidade de consultar o infografista. O coordenador reiterou a importância de divulgar os resultados das eleições francesas nas redes sociais. A jornalista-pivô enumerou os possíveis conteúdos para o programa: eleições em França, no Reino Unido, pirilampos e a Kika Nazareth. Para a cobertura da transferência mais cara do futebol feminino, a jornalista C compará-la com outra transferência masculina ou com uma da segunda divisão, ou ainda com Cristiano Ronaldo, utilizando recursos visuais com bolas de futebol. Outros elementos, como berlindes, foram mencionados, mas foi necessário ter cuidado com o tamanho para garantir boa visibilidade na televisão. O coordenador sugeriu que a peça sobre a transferência no futebol feminino não fosse comparada com outra transferência masculina para evitar uma abordagem que pudesse parecer hostil. A jornalista-pivô propôs uma comparação que destacasse a democratização da profissão, enquanto o coordenador-geral recomendou que a comparação fosse feita de forma a não prejudicar a imagem da jogadora. Outras sugestões incluíram a comparação com João Félix, a exploração do perfil da jogadora e das suas características, e o destaque das qualidades que a tornam um talento. O coordenador ressaltou a necessidade de cuidado com o *copy*, pois o texto pode influenciar a interpretação. No entanto, mencionou que o assunto poderia ser retomado quando o campeonato começasse. Ficou decidido que a jornalista C ficaria com a responsabilidade pela peça.

A jornalista-coordenadora propôs dois temas para notícias breves: o cinema na ala pediatria do IPO de Lisboa, o primeiro do género no país, com a possibilidade de obter imagens; e a peça da RTP 1 sobre os nadadores-salvadores em Viana do Castelo, uma profissão com cada vez menos jovens portugueses. Apresentou ainda outro tema, mas com dúvidas: “Há cada vez há mais crianças emigrantes nas escolas portuguesas, sobretudo no ensino básico do ano letivo de 2023/24. Não temos imagem para isto, mas há peça na RTP”. A coordenadora de equipa demonstrou interesse e sugeriu apurar quantos alunos entraram nas escolas e comprara a percentagem em relação ao total. Também mencionou que a fotografia dos nadadores poderia ser utilizada nas redes sociais. A jornalista-coordenadora comentou que a peça sobre as crianças emigrantes é uma peça intemporal e poderia ser agendada para outra altura ou para o arranque de ano. Lembrou ainda que, em setembro, o Parlamento terá semáforos para interromper as intervenções dos deputados, uma peça muito visual, que poderá ser editada em uma manhã.

Foi a vez da jornalista-pivô apresentar as suas propostas: “Um teatro para crianças e seniores desde o 25 de abril até aos dias de hoje, em Viana do Castelo, e uma atividade escolar para os alunos do ensino básico, o Super Quinas, desenvolvido pela Federação Portuguesa de Futebol, já terminaram as aulas, mas dá para ligar ao Campeonato Europeu e os resultados do relatório dos países da OCDE dos estudantes portugueses estão entre os mais criativos”. Adicionalmente, planeia trabalhar na peça sobre a fotografia portuguesa que colabora com jornais portuguesas e o jornal inglês *The Guardian*, oferecendo dez dicas para tirar uma boa foto. Por esta altura, o coordenador-geral abandonou a reunião por motivos profissionais. A coordenadora de equipa sugeriu uma peça sobre a Universidade Júnior no Porto, o que levou à intervenção da investigadora, que confirmou conhecer a Universidade e que a sua filha participaria. A jornalista-pivô solicitou que ela enviasse o programa e explorasse a possibilidade de a filha atuar como repórter XS. A observadora aproveitou a oportunidade para sugerir outros temas: a Fundação Gaspar Frutuoso e as suas iniciativas nas escolas açorianas, bem como os suplementos escolares distribuídos pelo jornal Açoriano Oriental. Estas sugestões foram bem recebidas, uma vez que o programa pretende expandir-se para os arquipélagos.

A reunião prosseguiu com a divisão de tarefas para a edição e preparação dos conteúdos. A jornalista-coordenadora sublinhou a importância de as peças serem produzidas de forma a serem compreendidas pelas crianças: “O nosso objetivo é que as crianças entendam, nem pais nem professores. Se elas não perceberem, não cumprimos o nosso papel.” Em relação ao planeamento das redes sociais para a semana seguinte, a jornalista-coordenadora sugeriu aproveitar a entrevista com a psicóloga sobre jogos, utilizando o texto com dicas práticas ou *emojis* para contar a história, exemplificando com “Quando devemos desligar a consola?”. Para esse efeito, a coordenadora de equipa partilhou um *link* às 11h37. A jornalista-pivô lembrou a importância de utilizar as VTs da sopa e da escola nas redes sociais, destacando a necessidade de selecionar o que é mais “instagramável”. A jornalista-coordenadora acrescentou que a peça sobre as crianças do IPO também poderia ser adaptada para o Instagram. Nessa altura, a coordenadora de equipa alertou para a importância de identificar as publicações com a RTP e de não limitar o *link* apenas às publicações, mas também aos *stories*, para evitar penalizações pelo algoritmo. A reunião terminou às 11h50.

Diário de observação. 10 de julho de 2024. Edição

A investigadora chegou à RTP pontualmente às 10h, seguindo o protocolo habitual ao dirigir-se ao Museu da RTP. Encontrou-se com a jornalista-coordenadora do *Radar XS* e, em seguida, ambas dirigiram-se às salas de PPV, localizadas no mesmo corredor onde a investigadora estivera anteriormente. A sala, embora de dimensões semelhantes à anterior, apresentava uma disposição diferente e estava equipada com quatro ecrãs, cada um com uma função específica. Por coincidência, encontraram a mesma editora de vídeo, que informou que desde março a equipe estava utilizando o Premiere. A editora demonstrou, novamente, uma grande disponibilidade para explicar seus procedimentos e esclarecer as dúvidas que surgiam. A sala estava reservada para o programa das 10h às 12h30, e a jornalista-coordenadora planejou editar a peça do repórter XS durante essa manhã. Apesar de se tratar apenas de uma VT, o processo seria moroso, pois o material tinha sido gravado por uma criança, o que implicava desafios adicionais devido à qualidade dos áudios e imagens.

A jornalista-coordenadora fez um enquadramento da reportagem à editora de vídeo: “A Universidade Júnior do Porto desenvolve atividades para crianças de várias idades, em diferentes faculdades, e estabelece parcerias, incluindo uma com o Futebol Clube do Porto. Descobrimos em uma reunião de planeamento que a filha da (nome da

investigadora) participaria e a convidamos para ser nossa repórter.” Acrescentou ainda que a criança seguiu um guião previamente elaborado por ambas e recebeu orientações sobre a gravação com o telemóvel, incluindo posição vertical, boa iluminação e controle do ruído. “A ideia era que fosse um diário de bordo numa moldura, como se estivesse a publicar numa rede social”, concluiu.

A jornalista-coordenadora tinha anotado a sequência das imagens e o modo como desejava contar a história: apresentação da Universidade Júnior com voz *off* e imagens, entrada da repórter XS apresentando a atividade, passagem para a fachada do Museu do Futebol Clube do Porto com a apresentação de uma segunda criança, mais imagens e voz *off* da primeira repórter no museu e, por fim, no estádio, com o vídeo “o melhor está para vir”, mostrando as meninas a pisar o relvado, um plano geral do estádio e uma conclusão com a opinião delas e as despedidas. Esta planificação era provisória, pois, além das sugestões da editora de vídeo, havia as limitações da qualidade das imagens enviadas, o que nem sempre permitia concretizar o idealizado. Enquanto a editora de vídeo acedia à base de dados com todos os ficheiros de imagem e áudio, identificava-os e começava a construir a sua versão da história. Após esta fase inicial, iniciaram a edição. Colocou-se o número do episódio na VT e o *link*. Enquanto uma indicava a localização dos ficheiros, a outra ia colocando na *timeline* da edição. Para a abertura, concordaram em usar a fachada da Universidade do Porto – Faculdade de Desporto, as bandeirolas vermelhas, porque era a cor com mais leitura, e o horário das atividades fixado num vidro. Seguiu-se o grande plano da apresentação da repórter XS e até aqui a edição decorreu sem dificuldades. A seleção das imagens subsequentes tornou-se mais trabalhosa. Decidiram adicionar uma música de fundo para a passagem do interior do museu, o que ajudaria a “contar uma outra fase da história, sem cortes abruptos, criando diferentes dinâmicas”, explicou a editora de vídeo. Ela selecionou uma música da sua *playlist*, retirada da plataforma da Universal paga pela RTP. “Como já fiz vários programas e tão diferentes, fui criando a minha seleção, que dividi por pastas temáticas. Tenho algumas músicas soltas. Assim, agilizo a edição”, explicou. Durante a escolha da música, a jornalista-coordenadora informou a investigadora que o programa estava previsto para o dia 17 de julho, quarta-feira, mas que o coordenador-geral sugeriu incluir a vencedora do *The Voice Kids* em direto, o que atrasaria a exibição para o dia 19, sexta-feira. O momento foi também aproveitado para a observadora fazer algumas sugestões de reportagem, como a Fundação Gaspar Furtoso nos Açores e o programa Be Summer, uma semana de dança para crianças em Torres Vedras e também discutiu o tema da reportagem sobre colecionismo de cromos e a relação de género, por só terem aparecido meninos a falar sobre caderneta de futebol. A jornalista-coordenadora esclareceu que não foi seu o trabalho, mas que a limitação do tempo da produção só permitiu encontrar meninos. A jornalista-coordenadora esclareceu que, devido ao tempo limitado, foram escolhidos apenas meninos para a reportagem sobre a caderneta de futebol. A investigadora sugeriu explorar o colecionismo do ponto de vista geracional, destacando a prática familiar com Legos. Retornando à edição da peça, a editora de vídeo explicou que estas peças, tendo um espaço limitado na vertical, limitavam mais a seleção das imagens, que, ainda por cima, eram tiradas com telemóvel e a qualidade nem sempre era a melhor. Este é um trabalho mais difícil e demorado. A jornalista-coordenadora acrescentou, em jeito de justificação, que “a participação infantil é muito importante no programa, mas às vezes não há meios para o fazer bem”. A editora de vídeo ligou o quarto ecrã para visualizar a peça até então editada. O som do vídeo de apresentação do museu estava com má qualidade, assim como o vídeo da apresentação da segunda repórter. A editora continuava com dúvidas sobre a forma de contar a história após a apresentação da criança e debateram-se várias sugestões:

- “E se colocássemos *zoom in*, tipos fotos dentro do museu?” (editora de vídeo)
- “Não passamos esses vídeos e passamos logo para o museu? Colocamos imagens do museu sem revelar o que é?” (jornalista-coordenadora).
- “E colocar *lettering* com efeito no vivo da repórter XS para ajudar a dar o salto? Tem de ser visual para dar ênfase à atividade e ao clube. Esta passagem é precisa” (editora de vídeo).

Esta opção teve a concordância da jornalista-coordenadora e, como a experiência teve bom resultado, decidiram animar o vivo com o preenchimento da palavra “Atividade” em tom de rosa. Além disso, a editora de vídeo sugeriu falar com o infografista para arranjar também um elemento que ligasse imediatamente a atividade ao tema, como uma bola de futebol. Chegando à conclusão que poderia demorar tempo, desistiram. A jornalista-coordenadora assumiu o compromisso de escrever o pivô com uma boa explicação da história.

A editora de vídeo expressou satisfação com o trabalho, apesar dos desafios: “Esta é a parte mais gira do nosso trabalho”, desabafou. “Eu já não editava o *Radar XS* há duas semanas e a sensação é boa. É um programa com imenso potencial, que me dá muito gozo fazer, embora alguns trabalhos dão pano para mangas, como este”. A investigadora questionou-a sobre a preferência de estar alocada a um só programa ou a vários, ao que respondeu que prefere estar dedicada a vários, pois “é mais estimulante estar a criar diferentes linguagens”.

Por um lado, o problema do vídeo com a repórter à entrada do museu persistia devido ao e a solução mais fácil parecia ser não usá-lo; no entanto, garantir a transição para dentro do museu e a apresentação da segunda criança era necessário. O mais óbvio seria trabalhar o som, mas, mais uma vez, tomaria muito tempo e havia hora de saída da sala. Foi o momento mais demorado da edição desta peça e revelou à observadora as dificuldades enfrentadas quando as crianças produzem conteúdo jornalístico sem a qualidade exigida. Perante isto, a jornalista-coordenadora desabafou que “não há percepção, mas as crianças que participam na produção jornalística, principalmente em televisão, têm de ser preparadas para saber o que fazer”. Contou que, para o programa do Dia da Criança, as crianças que participaram foram todas preparadas por ela, mas para isso teve de haver tempo de produção. Nesse caso em concreto, ela escolheu os temas a abordar, as crianças entrevistadas, recrutou os apresentadores e escreveu os guiões. Teve reuniões com as famílias das crianças para explicar o programa e obter consentimentos. Entretanto, a editora de vídeo interpelou a colega sobre os “vivos” à entrada do museu, informando que teriam de ser usados com cortes e seguir-se-ia, de imediato, para o interior do museu com imagens por *frames*. Alertou: “Temos de dar gás”. A editora de vídeo aconselhou colocar só algumas imagens das taças e depois o voz *off* da repórter XS sobre o ecrã interativo para dar tempo de transitar para o plano do estádio, cujo material estava de boa qualidade. Ficou combinado ir para o vídeo “O melhor ainda está para vir”. Como o tempo estava apertado, decidiram não usar algum do material previsto e que este transitaria para as redes sociais. Este problema estava solucionado, quando surgiu outro. Alguns vídeos estavam ‘queimados’, ao abrir em um dos ecrãs da editora de vídeo. A jornalista-coordenadora confirmou que os originais estavam em perfeitas condições na base de origem. “É um *bug* qualquer, mas poderá levar tempo a solucionar esta questão técnica, por isso vou ter de recuperar noutra pasta”, explicou a colega. Percebia-se uma certa aflição, não só porque a sala tinha de estar desocupada às 12h30, mas também porque a jornalista-coordenadora tinha de se ausentar. Conseguiu-se encontrar os ficheiros com qualidade noutra pasta e, sem encontrar o motivo da causa do problema, passaram para a parte final da edição. A editora de vídeo sugeriu alterar o alinhamento para a entrada de costas das repórteres XS no estádio de futebol ao som dos aplausos e gritos do estádio.

Deixar-se-ia esse plano para o encerramento da peça e antes colocar-se-ia a abertura da porta de vidro para o exterior do estádio, a panorâmica do mesmo e o último vivo das repórteres a fazer um balanço final da atividade. Foi do agrado das presentes, inclusive da observadora, que também foi convidada a opinar. Mais uma vez surgiu o problema de um outro vídeo ‘queimado’, o qual foi resolvido com o recurso à manipulação de imagem. A jornalista-coordenadora despediu-se e ficaram as outras duas na sala a terminar o último detalhe da peça: a colocação do som do estádio no fecho. Realizaram uma pesquisa no YouTube e usaram um conversor para MP3 para incluir o som no vídeo. A peça foi terminada às 12h35. A observadora saiu com a editora de vídeo, que a conduziu à saída do Museu da RTP.

Diário de observação. 11 de julho de 2024. Gravação

A chegada à RTP ocorreu às 9h, pela entrada habitual. O ponto de encontro foi novamente o Museu da RTP. Quando a investigadora chegou à régie, no piso 0, já estavam presentes os técnicos habituais: o controlador de imagem, o operador de grafismo, responsável por inserir a ficha técnica e os oráculos, a anotadora, encarregada de contabilizar as entradas e o fecho dos pivôs, das VTs e dos programas, o realizador e o controlador de mistura. Na fila posterior, encontravam-se a operadora de teleponto e o produtor. Apesar deste produtor ser um membro regular da equipa desde a estreia do programa, a pesquisadora não o havia conhecido das vezes anteriores que esteve na RTP. A jornalista-coordenadora posicionou-se entre a anotadora e o produtor, e indicou à observadora o lugar na ponta dessa mesma fila; ao seu lado, sentou-se a jornalista C assim que chegou. O espaço da régie era semelhante ao da observação anterior, no que diz respeito à disposição dos lugares e ao equipamento, mas não era idêntico. Numa pequena sala adjacente, separada por um vidro, encontrava-se o controlador de áudio.

Na “nave espacial”, como a jornalista-coordenadora denominou a régie, as atividades antes do início das gravações eram intensas. Desde as alterações internas no início do ano, o programa introduziu mais peças e curtas, começou a receber convidados em estúdio e a realizar diretos por videochamada, o que exigia uma maior coordenação entre todos os elementos da régie. Testou-se a videochamada com a vencedora do *The Voice Kids*, coordenaram-se os oráculos com a anotadora, o operador de grafismo e o realizador, ajustaram-se as câmaras com o assistente de realização que estava no estúdio, e outras questões técnicas foram ultimadas. Durante este período, era visível nos ecrãs que a apresentadora-pivô ensaiava os textos. Às 9h30, a anotadora iniciou a contagem decrescente e deram-se início às gravações. O controlador de mistura desligou algumas luzes da régie para evitar reflexos nos ecrãs, e a partir desse momento fez-se um silêncio absoluto. Em comparação com a observação anterior, não se estabeleceu conversa entre os membros da equipa durante a gravação. Cada um manteve-se concentrado na sua tarefa. A jornalista C entregou à investigadora o alinhamento em papel, intitulado “Radar XS PGM 129 / EMISSÃO 6F, 12.07.2024”, no qual estavam descritos o pivô de abertura, os textos da jornalista-apresentadora, as peças a incluir com os respetivos tempos e o pivô de despedida. Dado que a composição desta ficha se assemelhava à descrita na observação anterior, não se justifica repetir as informações já fornecidas. Apenas se fará referência aos pivôs e peças que compuseram os episódios. Para o episódio 132, com emissão a 12 de julho de 2024, assistiu-se à gravação de peças sobre Climáximo, a vencedora do *The Voice Kids 2024* e vulcões. A duração total foi de 08:30 minutos. Para o episódio seguinte, a ser transmitido a 15 de julho de 2024, foram incluídos os Jogos Olímpicos em Paris, o teatro em Viana do Castelo e o parque aquático de Amarante, com uma duração total de 06:38 minutos. Finalmente, para o programa 134, a ser transmitido a 17 de julho de 2024, foram abordados temas como telescópio no espaço, o Super-quinas, a onda de infeções

por Covid-19 e um gato especial, com uma duração total de 06:17 minutos. Observou-se que todos os programas terminavam com um apelo da jornalista-pivô à participação infantil, solicitando uma questão ou um pedido relacionado com a última peça emitida, que poderia ser respondido no Instagram e, agora também, no TikTok do *Radar XS*. Seguia-se o genérico, com o apoio à produção, cartões com os créditos e o copyright.

A jornalista C também forneceu à observadora a ficha técnica das gravações “Radar XS. Processo 23115001 132”, a qual incluía um esquema com algumas diferenças em relação ao anterior: origem (ccc ou estúdio ou VT), ação (genérico, abertura, VT, pivô, entrevista), tempo parcial, tempo total, grafismo (oráculos), AGP/Peças (identificação das VTs) e observações (uso de teleponto). Após a análise dos documentos enquanto assistia à gravação, a investigadora iniciou uma conversa com a jornalista C, na qual trocaram impressões sobre as alterações ocorridas no programa. O ponto mais positivo identificado foi o novo cenário físico, que permitia uma maior envolvimento com as crianças. O ponto mais negativo apontado foi a continuidade da falta de tempo para editar as peças com uma equipa não regular. Também foi mencionado o facto de nem todos os membros da equipa estão nos quadros da RTP.

O realizador foi o elemento mais ativo, fornecendo instruções sobre mudanças de planos (mais próximos ou afastados), posições das câmaras (número das câmaras, subida, descida e uso da grua), tempos dos pivôs (curtos ou longos para o lançamento da peça) e posicionamentos da apresentadora no cenário (zona da biblioteca, junto ao globo, saídas para o lado). Quando entrou a videochamada, a dinâmica intensificou-se entre o ecrã “em cheio”, o ecrã “dividido entre as duas (jornalista-pivô e convidada)”, intercalando com imagens. Assim que a anotadora fez a contagem para o fim da peça, o realizador chamou a atenção para o facto de a chamada “estar a seco”. Tratando-se de música, “a miúda deveria estar a cantar”. O operador de grafismo alertou para o facto de ter tido pouco tempo para colocar o oráculo.

Enquanto a jornalista-pivô mudava de roupa, a investigadora e a jornalista C continuaram a conversar, mas sobre um outro assunto: as deslocações pouco frequentes da equipa do programa para fora de Lisboa. Os motivos apurados estavam relacionados com os custos e com a recuperação de peças da RTP para usufruto do *Radar XS*.

Às 9h59 iniciou-se a gravação do segundo programa e repetiu-se o procedimento na régie. No entanto, este programa correu menos bem. A jornalista-pivô atrapalhou-se na despedida e teve de repetir o texto final. O técnico de áudio avisou que já tinha colocado a música na despedida e que, por conseguinte, também teria de repetir o som da despedida.

Durante o registo de observação na régie percebeu-se, por parte do realizador, uma preocupação predominante em explorar diferentes ângulos do cenário físico, em gerir o tempo dos pivôs para permitir diferentes rotações das câmaras e em ajustar o posicionamento da apresentadora-pivô em relação à câmara, aspetos que não haviam sido particularmente evidentes na observação realizada anteriormente.

A gravação do terceiro programa dessa manhã foi observada no novo estúdio do programa, que se localiza no mesmo edifício, mas no piso inferior -1. A jornalista-coordenadora levou a pesquisadora até lá. O primeiro impacto foi a percepção de que o estúdio era maior do que aparentava na televisão. O cenário era colorido e iluminado, dividido em diferentes zonas: o púlpito, o globo e a biblioteca, com diferentes objetos, que são colocados, um a um, em cada um dos episódios. Como não iam receber convidados em estúdio, o sofá tinha sido removido, de cima de um dos tapetes. A observadora foi convidada a sentar-se numa cadeira atrás dos operadores de câmara, enquanto se esperava a chegada da apresentadora-pivô com uma nova roupa. Eram seis as pessoas no estúdio: três operadores de câmara – mais um em comparação com a

observação anterior –, o assistente de realização, a responsável pela caracterização e a jornalista-pivô. As gravações usam quatro câmaras, 30 luzes para iluminar o estúdio e vários ecrãs espalhados, que permitem visualizar o que está a ser gravado e as reportagens que são introduzidas nas emissões. Às 10h16 iniciou-se a gravação do último episódio desse dia. Apenas se ouvia o genérico num dos ecrãs e a luz intensificava-se gradualmente na abertura do programa. Os operadores de câmara e a apresentadora-pivô seguiam as instruções do realizador, recebidas através dos auriculares. O teleprompter estava ajustado para leitura, mas houve um erro numa das frases, o que levou à repetição de um pivô de uma das peças. Às 10h23 ouviu-se o genérico final do programa dessa manhã, seguido do cartão final: “Este programa teve apoio à produção de”, com as marcas parceiras. Posto isto, a pesquisadora regressou sozinha à régie, onde a aguardavam a jornalista-coordenadora e a jornalista C para uma reunião de agenda. No elevador, discutiram a elaboração de um plano para as próximas publicações nas redes sociais, com um foco particular nas reportagens.

Diário de observação. 11 de julho de 2024. Reunião de agenda

Outra inovação do novo ano foi a atribuição de um espaço de trabalho distinto para a equipa do *Radar XS*. A antiga redação passou a acomodar apenas os programas ‘adultos’ da RTP2, enquanto o novo local de trabalho integrou o departamento de Multimédia, no quinto piso de um outro edifício, apelidado de “franjinhas” pelos seus traços arquitetónicos. Este espaço aberto é partilhado com os departamentos de informática e de design da RTP, bem como com as equipas da RTP Play e da Programação Infantojuvenil da RTP2, da qual faz parte o Zig Zag. O local abriga cerca de 25 pessoas. Trata-se de uma sala ampla, com iluminação natural em dois dos lados, de geometria retangular e sem divisões entre as secretárias. A única divisão fechada é uma sala de reuniões, situada logo à entrada da sala, do lado direito, equipada com uma mesa para seis pessoas, um ecrã e um quadro. Os colaboradores dos diversos serviços distribuem-se pelas secretárias retangulares, para quatro a seis pessoas, organizadas em ‘ilhas’ na horizontal. No centro da sala, estão duas colunas, nas quais estão fixados ecrãs de televisão. Do lado esquerdo da entrada, encontra-se mais uma mesa de trabalho para a secretária e à sua frente uma pequena mesa circular com quatro cadeiras. A equipa do *Radar XS* situa-se na fila intermédia, entre o departamento de design e o de informática. A coordenadora de equipa e jornalista-coordenador estão sentadas lado a lado, cada uma com o seu computador. A jornalista-pivô e a jornalista C partilham o computador numa secretária posicionada na vertical. O gabinete do coordenador-geral localiza-se no edifício principal da RTP, onde estão a RTP 1, RTP2, a RTP3 e a RDP. Como permanece o regime híbrido, as jornalistas do programa não estão na redação com muita frequência. Deslocam-se ao local às quintas-feiras de manhã, como foi o caso no dia da observação, para assistir às gravações e, se for o caso, à reunião de equipa. Não é tão frequente a realização desta reunião após a gravação dos programas, como ocorre com a reunião de agenda às segundas-feiras. Contudo, sendo esta a última antes do início do período de férias, decidiu-se realizar um encontro presencial. A sala de reuniões estava reservada para as 11 horas. Inicialmente, estavam presentes a jornalista-coordenadora, a jornalista-pivô e a jornalista C, mas pouco depois chegou o coordenador-geral do programa. Devido ao período de férias, coordenadora de equipa não compareceu. O primeiro tópico a ser discutido, apresentado pela jornalista C, foi a questão do armazenamento das gravações em bruto e das VTs, que são eliminadas após um período determinado. A jornalista-coordenadora lembrou que também é necessário preservar as infografias editáveis para futura reutilização. “O ideal seria o *Radar XS* ter um espaço dedicado exclusivamente a ele”, desabafou. Outro tópico abordado foi a necessidade de gravar quatro programas, em vez de três, na semana

seguinte, antes do encerramento da temporada do *Radar XS*. As três participantes debateram qual seria a peça a destacar o encerramento da temporada. Constatou-se que havia material em bruto que, devido à falta de tempo na sala de edição, ainda não tinha sido trabalhado. Decidiu-se que se deveria avançar com a edição das peças intemporais durante a interrupção da temporada, deixando tudo agendado numa grelha para os conteúdos serem utilizados em setembro. A jornalista-pivô considerou pertinente assinalar que as imagens com vestuário de verão deveriam ter prioridade. A jornalista-coordenadora mencionou: “Vamos iniciar a nova temporada sobrecarregados com peças que precisam de ser escoadas até outubro”. Isto também contribuiria para resolver o problema do armazenamento das imagens em bruto. Adicionalmente, sugeriu que o mesmo planeamento fosse feito para as redes sociais e que se deixassem prontos em rascunhos.

Neste ponto, a investigadora questionou o motivo pelo qual algumas reportagens permaneciam em carteira. As três participantes ajustaram as suas respostas de forma a complementar-se mutuamente. Explicaram que, por vezes, existem reportagens realizadas que acabam por ficar em “gaveta”, em bruto para dar prioridade a outras, por serem *hard news* ou com maior relevância jornalística. Posteriormente, por falta de tempo das jornalistas e da sala de edição, não é possível trabalhar nessas reportagens. “E nestes casos, como se gerem as expectativas das crianças, das escolas e das famílias que aguardam a sua participação numa próxima emissão?”, questionou a pesquisadora. As três assumiram posições divergentes. A jornalista C indicou que deve ser comunicado que ainda não há data prevista para a emissão. A sua preocupação reside antes em garantir que a intervenção das crianças seja equilibrada. Foi interrompida pela jornalista-pivô, que expressou que a maioria das crianças deseja aparecer, apesar de alguns inicialmente concordarem e depois se sentirem envergonhados. “Como é feita a escolha das crianças que participam?”, a investigadora colocou mais uma questão. A jornalista C respondeu que inicia com uma letra, “por exemplo, digo C e depois escolho aleatoriamente uma criança cujo nome começa com essa letra”. Por sua vez, a jornalista-coordenadora faz a seleção com base nos conteúdos. “Explico como irá ser realizada a reportagem e pergunto quem gostaria de abordar o tema. Em seguida, distribuo algumas crianças para as entrevistas, outras para o *vox pop*, garantindo oportunidades para todos os interessados”. Outro método foi descrito pela jornalista-pivô: “Eu organizo pequenos grupos de crianças. É mais fácil, inclusive para as mais tímidas, pois umas puxam pelas outras”. Acrescentou que, por vezes, a decisão não é tomada pelas jornalistas, mas pelas próprias escolas, devido à necessidade de autorizações. Esta é uma das maiores dificuldades para a produção de conteúdos com crianças, conforme indicou a jornalista-coordenadora: “Antes de tudo, precisamos de solicitar as autorizações”. Mais uma dificuldade foi apontada pela jornalista-pivô, relacionada com a falta de tempo para preparar as crianças para a produção das peças.

Retomando o assunto do planeamento para a semana seguinte, listaram-se as peças a serem emitidas: cuidados a ter com o verão em infografia, VTs com dicas sobre como tirar boas fotografias e a reciclagem da peça sobre a bola de Berlim. Neste ponto, a investigadora pediu desculpa pela interrupção e questionou o termo ‘reciclagem’. Foi explicado que se refere ao uso de uma peça da RTP da informação ou de outro programa, reaproveitando partes para o *Radar XS*.

Prosseguiu-se com a listagem: infografia dos Jogos Olímpicos, o pivô do Dia dos Avós, *vox pop* com música e, no encerramento do último programa, o apelo para seguir nas redes sociais. A jornalista C mencionou que ainda precisava de sair em reportagem para entrevistar uma repórter XS sobre o festival Aqui ao Lado. Como alternativa, a jornalista-pivô sugeriu que a entrevistada gravasse o depoimento e o enviasse, e a jornalista-

coordenadora propôs uma videochamada em direto. A jornalista C desabafou o seu receio de a jovem não estar preparada para uma transmissão ao vivo, estar mais tranquila em o depoimento poder ser gravado em vários takes, caso ocorram erros. “A experiência da nossa pivô consegue desbloqueá-la, não te preocupes”, tranquilizou a jornalista-coordenadora. Neste momento, chegou o coordenador-geral. Perguntou imediatamente como tinha corrido a videochamada com a vencedora do *The Voice Kids*. “Foi uma ideia minha. *Live on tape*”. Contudo, alertou que “precisa-se de mexer no modelo de videochamada, pois corremos riscos com crianças em direto. Além disso, ao estarem sentados a uma mesa a dar entrevistas, parecem adultos. Precisamos de algo mais dinâmico”. A jornalista-pivô justificou que o pedido para a sua participação foi feito na véspera e que não houve tempo para preparar uma peça. A resposta do coordenador-geral foi categórica: “Precisamos de mudar a forma de produzir. Precisamos de mais tempo para a edição. Uma equipa própria, com respostas rápidas”. A reunião não se prolongou por muito mais, concluindo-se pouco antes das 12h. Para fecho, regressou-se ao tema do armazenamento das gravações em bruto.

Nesta reunião, tal como nas anteriores observadas, entre os três membros regulares da equipa, não houve uma que se destacasse em relação às outras. De forma equitativa, todas têm espaço de intervenção. Quando o coordenador-geral esteve presente, evidenciou-se a sua liderança, próprio da natureza do seu cargo.

Visão Júnior

Diário de observação. 9 de outubro de 2023. Reunião de agenda

A reunião de agenda realiza-se na primeira semana do mês, sem data nem horário fixos, mas de preferência é à segunda-feira, com os quatro elementos regulares que trabalham para o título: diretora, editora, editora gráfica e conselheiro editorial. No mês de outubro de 2023, a reunião ocorreu na segunda-feira do dia 9, às 16h30, por Microsoft Teams. Desde a pandemia, a equipa adotado o formato de trabalho híbrido, com reuniões habitualmente virtuais. Três dias antes, a editora da revista enviou *email* à investigadora a confirmar a data e o *link* de acesso à reunião. O registo escrito foi feito em simultâneo à reunião, por parte da observadora, cuja participação foi mínima. À hora marcada, os quatro elementos reuniram-se na sala virtual, tendo sido liderada pela diretora Cláudia Lobo, enquanto editora foi anotando os tópicos discutidos. Durante o decorrer da reunião, todos tiveram oportunidade de falar a seu ritmo, sendo feitas interrupções necessárias e ordenadas para dar palavra a outro. Cada participante apresentou um plano definido do que pretendia apresentar para a capa, os temas-âncoras e os conteúdos da revista.

A reunião iniciou-se com uma intervenção da Cláudia Lobo a justificar a presença da observadora, a qual fez de seguida uma breve apresentação da sua investigação e da carreira profissional. Também considerou-se pertinente que cada participante resumisse a sua experiência na *Visão Júnior*, apesar dessas informações constarem no Questionário de Perfil preenchido por cada um. Posto isto, a editora questiona: “O que temos para as edições de novembro e dezembro?”. A investigadora percebeu neste momento que se discutiriam não apenas um, mas dois números da revista. A reunião, contudo, teve como ponto de partida uma questão colocada pelo conselheiro editorial: “Como vai funcionar a nova secção?”. Foi explicado pela diretora à pesquisadora que a *Visão Júnior* incluiria uma nova secção dedicada à matemática, sob a responsabilidade de uma nova colaboradora, apresentando uma proposta gráfica da página. Embora no cabeçalho estivesse “Contas comigo?”, havia uma outra proposta para o título da rubrica “Matemática”. O conselheiro editorial elogiou o título, mas observou que o tamanho das letras poderia ser maior. se a página trataria de um único ou de vários temas. A diretora

informou que seria marcada uma reunião com a nova colaboradora para definir o funcionamento da página.

Em sequência, falou-se de mais uma nova secção dedicada aos jovens, mas ainda sem título, mancha gráfica ou ângulo definidos. A única decisão é que iria remeter para o *website*. Mencionou-se também a possibilidade de patrocínio por parte de uma editora. A partir daqui, iniciou-se um debate sobre as duas páginas dos livros que iria ser reduzida a uma com a introdução desta nova secção. A diretora expressou insatisfação com a página dos livros, apontando problemas como a baixa visibilidade das capas, que dificultava a leitura dos títulos, e o ângulo incorreto das fotografias. O conselheiro editorial ficou responsável por, como de costume, ler os livros recebidos na redação e selecionar alguns títulos. Ele também sugeriu acrescentar um tema relacionado com o Halloween, como “Livros para assustar”. A editora gráfica colocou a possibilidade de se testar, mas a editora apontou que ficaria confuso na página. Abordou-se novamente o *website* da revista, que apresenta quatro sugestões de livros mensalmente, como parte da estratégia editorial de divulgar 15 títulos por mês em diferentes plataformas: cinco na revista, quatro no *website* e seis na *newsletter*. A diretora destacou o sucesso da atividade de verão, que contou com uma adesão significativa, incluindo a participação de uma criança de 7 anos. O conselheiro editorial expressou surpresa ao descobrir livros que desconhecia, o que, segundo ele, indicava uma seleção de leitura espontânea pelas crianças, sem a intervenção de leituras obrigatórias ou recomendadas pelas escolas e professores. Posto isto, a diretora fechou os dois assuntos mais urgentes: as duas novas secções e prosseguia-se para o planeamento da próxima edição. A conversa fluiu alternadamente entre todos, sem condicionamento por estarem a ser observados, e sem ordem definida, sobrepunham-se as propostas para capa, tema central ou outras notícias a explorar.

O conselheiro editorial propôs uma reportagem sobre o uso de telemóveis por crianças nas escolas, dada a relevância do tema entre os profissionais da educação e da comunicação social. Relatou sua experiência como professor, observando que muitas crianças na biblioteca jogavam online em vez de consultar livros ou brincar nos recreios. Ele sugeriu que o ângulo da reportagem deveria envolver as crianças, explorando os benefícios e malefícios do uso dos telemóveis nas escolas. A editora concordou, sugerindo a aplicação de um inquérito, diferenciando o uso nos recreios e em sala de aula. “Mas para assunto de capa?”, questionou a diretora. A resposta foi afirmativa. A editora gráfica levantou a questão da proibição do uso de telemóveis se estender aos pais e de como comunicariam com os filhos durante o dia, sugerindo incluir essa pergunta no inquérito. Decidiu-se que as crianças teriam voz na abordagem desta temática, embora o mês de lançamento ainda fosse incerto. Sem uma decisão final, debateu-se a dificuldade em abordar a edição de dezembro, especialmente sob uma perspetiva criativa. O conselheiro sugeriu uma edição mais visual, com menos textos e mais fotografias de grande formato do Natal em vários países, numa espécie de volta ao mundo durante essa época. O conselheiro editorial ainda apresentou duas ideias adicionais: o fascínio das crianças por animais assustadores e estranhos, e a introdução do ciclismo curricular na disciplina de desporto, baseada numa iniciativa da sua escola que ensinava as crianças a andar de bicicleta e a repará-las. A editora mostrou-se curiosa sobre esta última ideia. Para reconduzir a reunião para a escolha da capa, a diretora pediu a intervenção da equipa, revelando a sua preferência pelo tema do uso dos telemóveis nas escolas. A editora concordou, mas sugeriu que uma capa visualmente apelativa poderia abordar “os animais do futuro”. Contudo, a diretora lembrou que já havia uma capa semelhante publicada em 2006. Como alternativa, a editora propôs o “planeta dos macacos”, o que agradou ao conselheiro editorial, que destacou o facto de a Europa ser o único continente sem macacos. A editora gráfica interveio, sugerindo que as edições de novembro e dezembro

não se focassem em assuntos escolares. Em relação à ideia do “planeta dos macacos”, sugeriu a redução do tamanho dos textos em favor das imagens.

O conselheiro retomou o assunto o uso dos telemóveis nas escolas. Reconheceu a sua importância, porém considerou que por agora não deveria ser lançado, mas ficaria sujeito a análise após o fim do primeiro período escolar. Contrariamente, a diretora e a editora consideraram que o tema deveria ser abordado na edição de novembro, mas sem ser capa. A diretora concluiu o debate, afirmando que o tema dos telemóveis seria incluído na próxima edição e que consultariam os consultores juniores por *email* para apurar a melhor forma de abordar o assunto. Para o efeito, teriam também duas capas alternativas para enviar aos mesmos e consultar a sua preferência. Tendo terminado este assunto, questionou: “E quanto à guerra?” A editora gráfica foi enfática na necessidade de abordar esse tema, juntamente com o uso de telemóveis nas escolas e a inteligência artificial, por serem temas atuais. No entanto, ao discutir o conflito entre Israel e o Hamas, a equipa concordou que, embora importante, seria difícil de abordar com um público infantil. A diretora alertou que o tema não poderia ser tratado da mesma forma que a guerra na Ucrânia, dada a sua complexidade, e que simplificá-lo poderia descontextualizá-lo. Numa primeira fase, decidiram publicar notícias curtas no *website* e nas redes sociais, enquanto discutiam como apresentar o tema na edição impressa. Contudo, a proposta foi abordar o assunto pelo ângulo geral das guerras: “Quem as inventou e porquê?” Ao longo deste debate surgiram outras opções: uma reportagem sobre as guerras do século XXI, uma caixa de texto com cinco perguntas e respostas da guerra entre Israel e o Hamas, um artigo com explicação direta do que é a Faixa de Gaza, a descrição geográfica e política e os motivos do conflito. Ficou esta decisão remetida para duas soluções complementares: um consultório *online* dirigido às crianças, questionando o entendimento da guerra, e uma outra que remetia ao aconselhamento de um jornalista da *Visão História*.

A reunião prosseguiu com o lançamento de outros temas, incluindo os animais de estimação exóticos, o acompanhamento das crianças aos idosos e o voluntariado infantojuvenil. Destacou-se a cobertura sobre uma criança bióloga em voga nas redes sociais, mas não avançou porque não reuniu consenso e tinha sido noticiado recentemente em um jornal diário. Na linha deste assunto, seguiu-se para a secção “Miúdos Inspiradores”, especificamente a Madalena Costa, campeã do mundo em patinagem artística, que seria entrevistada no dia seguinte via Zoom, uma vez que reside na Madeira. A editora contou que tinha um *link* com imagens do campeonato, mas que pretendia explorar a notícia de uma forma mais pessoal, como uma espécie de diário de uma campeã, por isso, tinha pedido fotografias à mãe da menina com os amigos e dos treinos. A editora aproveitou a sua intervenção para fazer um *check list* das suas notas, salientando que apesar de algumas decisões pendentes, estava a avançar com a produção da revista, nomeadamente com a redação de conteúdos para as secções e com agendamento de serviços previamente definidos. Além da entrevista à criança campeã, indicou que faltava confirmação da entrevista à chef de cozinha Filipa Gomes para a secção “Repórter Júnior” e do gabinete de imprensa dos CTT para obter a autorização para acompanhar o trajeto de carta. Mencionou novamente a nova secção dedicada à matemática e o evento “Homo Curiosus”, no dia 21 de outubro, no Pavilhão do Conhecimento, em Lisboa. A diretora disponibilizou-se para cobrir a reportagem e lembrou que se deveria fazer uma notícia sobre as peças novas da artista Joana Vasconcelos, pois as crianças apreciam o seu trabalho. Propôs ainda um tema para edições futuras: “País dos meus pais”, em referência ao crescente número de crianças de outras nacionalidades nas escolas. Apontou também a entrevista ‘pendurada’ sobre a Doclisboa, a ser conduzida pela editora, e uma proposta de livro recentemente recebida, “O Rapaz-falcão de Salvaterra de Magos”. O conselheiro relembrou os temas dos lobos, especialmente dos lobos ibéricos, e da diversidade

existente de animais de estimação, uma vez que as crianças gostam de falar dos seus próprios animais. Para a secção de desporto, a editora lançou a notícia da primeira vitória de sempre da equipa portuguesa de rãguebi num mundial no World Cup Rugby 2023. O futuro foi novamente abordado por ela ao sugerir as invenções que vão mudar as vidas das pessoas e pelo conselheiro que acrescentou um outro ângulo: “O que se tem de estudar para as profissões do futuro?”

A reunião já contava quase uma hora e meia quando o conselheiro e a editora gráfica alertaram que precisavam se ausentar. A diretora apenas pediu para aguardarem um pouco, pois queria partilhar a tela e mostrar a capa da edição de outubro da revista infantojuvenil francesa, a *OKAPI*, cujo título era “Comment Tiktok captive ton cerveau”. A capa incluía uma ilustração de três crianças com telemóveis, sobrepostas a um grande cérebro. Este ponto foi relevante, pois evidenciou o acompanhamento atento de um dos membros da equipa a publicações infantojuvenis internacionais, proporcionando uma contribuição diferenciada à reunião. Desta forma, ela deu um diferente contributo à reunião ao mostrar o que os outros não tinham visto.

No final, a diretora reconheceu que não havia uma decisão clara sobre a capa da próxima edição, indicando que teria de se reunir novamente com a editora para uma decisão final. No entanto, parecia provável que a capa abordasse um dos dois grandes temas discutidos: animais ou telemóveis. A diretora solicitou à editora que compilasse em um documento todas as decisões e discussões da reunião. Informou ainda que a investigadora presente tinha interesse em deslocar-se a Lisboa para observar a edição e o fechamento da revista. Foram, então, acertadas datas para garantir que todos estivessem presentes na redação. A reunião foi encerrada às 18h08.

Diário de observação. 25 de Outubro de 2023. Edição e paginação

As recentes instalações das publicações da Trust in News (TIN) localizam-se no Tagus Park, na avenida de Jacques Delors, edifício Inovação 3.1, espaços n.ºs 511/512, 2740-122, Porto Salvo. Como é um parque de grande dimensão, a diretora da *Visão Júnior* foi buscar a investigadora na entrada mais próxima do edifício. No trajeto, comentou que a revista já havido conhecido três localizações. Quando pertencia ao grupo Imprensa estava em Paços de Arcos, depois mudou-se, em 2019, para o edifício Q43 – Fernão de Magalhães da Quinta da Fonte. Desde o verão de 2023, que a mudança estava progressivamente a ser feita para as novas instalações no Tagus Park. As diversas publicações e departamentos do grupo ocupam dois pisos amplos e abertos, com poucas salas de reuniões fechadas. A redação da *Visão Júnior* fica no primeiro andar, logo de frente da porta de entrada, ocupando uma ilha de quatro lugares. Aqui encontramos a editora, que se prontificou a fazer uma visita guiada.

Aproveitando o facto de estarem as três reunidas, a diretora, a editora e a investigadora, a primeira informou que o fecho da edição de novembro da *Visão História* estava atrasado e que, como também assumia a sua direção, teria de dedicar a manhã à sua finalização, juntamente com a designer gráfica, que acumulava trabalho com outros títulos do grupo, incluindo a *Visão Júnior*. Explicou ainda que esta era uma situação atípica, pois normalmente os fechos eram mais calmos, mas naquele mês, seria acelerado.

A visita começou pela ala direita da sala, onde se situam os departamentos gráfico e do *online* das revistas, a secretária de redação e a redação da *Visão*, *Visão História*, *Visão Saúde*, *Visão Surfe* e *Visão Biografia*. Deste lado, ainda se encontra o estúdio de fotografia. A disposição das secretárias apresenta-se em sucessivas filas paralelas, sem se conseguir distinguir os colaboradores que estão associados a cada título, até porque alguns colaboraram para mais do que um. Apenas se sabe que ali está a redação da *Visão*, porque, no parapeito da janela, estão cinco letras 3D em monoblocos vermelhos que compõe o

nome do título. Nesse dia da observação, não se encontravam muitos jornalistas na redação, pois o fecho da *Visão* tinha sido no dia anterior. No centro desta ala, encostados à parede e de frente para as secretárias, encontram-se os lugares da direção da *Visão*.

Ao longo da visita, a editora fez questão de apresentar a investigadora aos colegas envolvidos com a *Visão Júnior* e de repetir o propósito da sua visita. Primeiro, apresentou a editora gráfica e, em seguida, o responsável pelas histórias do Cabo Lince, da secção “Enigma” da *Visão Júnior*. Ele também é jornalista e editor da *Visão História*, autor de livros infantis e integrou a equipa do programa televisivo *Rua Sésamo*. Depois, encaminharam-se para a ala esquerda da sala, onde, no centro, tal como está a *Visão Júnior*, encontra-se a revista *Exame*, isolada e identificada pelas várias capas exibidas na parede. Por perto, ficam o *Jornal de Letras*, a *Visão 7* e o lugar da diretora da *Prima*. Do outro lado do *open space*, sucedem-se filas paralelas de secretárias com as redações, de um lado *Telenovela* e *TV Mais* e do outro lado *Caras*, *Ativa* e *Exame Informática*. A visita prosseguiu para o piso 2, onde se localizam os vários departamentos da TIN: publicidade, marketing, digital arte e parcerias, comercial, distribuição e assinaturas.

Com uma planta muito semelhante ao andar anterior, percorreu-se o *open space*, fazendo-se paragens mais demoradas nos departamentos que prestam serviço à *Visão Júnior*. A editora apresentou a pesquisadora à responsável de marketing, sendo fundamental o seu trabalho na organização dos eventos da *Visão Júnior*, destacando-se os “Miúdos a Votos”, e a responsável da publicidade, que contribui para a angariação publicitária para as páginas e passatempos. Na arte digital explicaram-lhe que é a partir dali que são enviadas as *newsletters* pelo E-goí, introduzidas chamadas na *Visão* sobre a *Visão Júnior* e, por vezes, enviados artigos aos pais, por exemplo, sobre o regresso às aulas. Também foi esclarecido, pelo departamento de distribuição, que ocorre o envio mensal, para a direção da *Visão Júnior*, de um relatório com o número das vendas efetivas e por pontos de venda. Por sua vez, o departamento de assinaturas trata dos folhetos para angariar novas assinaturas, como os encartados nas revistas. Neste último, foram revelados dados curiosos na breve conversa com a investigadora. O primeiro é que a *Visão Júnior* é o título do grupo que contabiliza mais subscritores anuais e o segundo é que há a tendência dos leitores da *Visão Júnior* transitarem para a *Visão* e do surgimento de novos leitores no início da sua aprendizagem da leitura.

Finalizada a vista, a editora e a investigadora dirigiram-se para a redação da *Visão Júnior*. As duas sentaram-se lado a lado e deu-se início ao processo de edição. A primeira versão do plano para a edição de novembro de 2023 foi preenchida e impressa, cujos elementos contemplam o mês de edição, a data de fecho e a estrutura ‘em espelho’ do conteúdo da edição desde a capa até à página 52, com publicidade incluída. No arranque da edição, ainda havia textos não rececionados ou informações não confirmadas, estando este primeiro documento sujeito a alterações, podendo ser atribuídas outras páginas a uns conteúdos ou até mesmo serem excluídos. Entretanto, soube-se que um novo anunciante solicitou uma página dupla para a entrada da revista, o que provocou alterações na paginação.

Posto isto, a editora abriu o programa multicanal de *publishing*, o Woodwing Studio (para produção de conteúdo) e mostrou à investigadora a planificação montada das 52 páginas. Todos os colaboradores da *Visão Júnior* têm acesso à edição e podem trabalhar em rede diretamente nas páginas. Isto facilita o processo, uma vez que a equipa continua em regime híbrido e, por vezes, com horários desencontrados. Já aconteceu a editora gráfica estar a trabalhar à distância e a editora e a diretora na redação no fecho da revista. Aliás, essa situação estava prevista para o fecho deste número em específico, com o prazo para sexta-feira, dia 27 de outubro de 2023, dois dias após desta observação. Como a investigadora não estaria presente, a editora revelou como ocorreu o fecho da edição do

mês de outubro, mostrando-lhe a prova de cor da capa e as provas impressas do ‘miolo’, em formato A3, para aprovação e a última revisão, cujas emendas são colocadas pela editora ou em conjunto com a editora gráfica. A capa tem sempre de ser enviada para a gráfica um dia antes do interior da revista.

A capa foi o que consumiu mais tempo neste momento da observação. Por ser o ‘rosto’ da revista recebe atenção especial, até porque a escolha não cabe apenas à equipa. Para a edição de novembro, os consultores foram novamente chamados a intervir no dia 20 de outubro de 2023, através da mensagem intitulada “Qual a capa de que gostas mais?” Foram enviadas três propostas de capa: duas sobre macacos extraordinários e uma sobre animais esquisitos, com a seguinte questão: “Quando olhas, de repente, qual delas chama mais a tua atenção?”. Além disso, os consultores tiveram de opinar sobre mais um assunto: “Telemóveis na escola: sim ou não? Poderia ser um bom tema para a capa?”.

A editora explicou que a “ideia é não abordar na capa nenhum tema sobre a escola, pois as duas edições anteriores foram sobre isso. Queremos uma mais leve”. Foram dezassete consultores, de cerca de trinta no total, que responderam à solicitação da *Visão Júnior*. A pesquisadora e a editora estiveram a ler algumas mensagens e rapidamente perceberam que a preferência recaiu para os animais esquisitos. Contudo, referiram que o assunto dos telemóveis era muito interessante, mas ficou a dúvida se seria para capa. Não havia ainda uma decisão clara e teria de haver uma outra reunião com a editora para a decisão final. A capa provavelmente seria assegurada por um destes dois grandes assuntos discutidos e teria em conta a opinião dos consultores. Na capa ou apenas como entrada, a edição de novembro contemplaria o tema sobre os telemóveis, por estar na ordem do dia. Se fosse capa, o tema sobre animais esquisitos, pelo seu carácter intemporal, transitaria para um outro mês.

A propósito dos consultores, a investigadora quis conhecer melhor o perfil e a taxa de sucesso de participação. A editora explicou que “geralmente respondem aos nossos *emails*, mas a adesão depende se estão em período de testes e do dia e da hora em que os enviamos”, enquanto abria um documento com a identificação de todos os consultores. Com idades compreendidas entre os 7 anos e os 14 anos, encontram-se crianças de ambos os sexos e maioritariamente residentes na Grande Lisboa. A participação das crianças também se verifica na reunião *online* anual, que a equipa da *Visão Júnior* organiza para juntar todos os consultores para lançarem temas e trocarem ideias, e nos *emails* espontâneos para a redação com sugestões de entrevistas e de temas. “É assim que ficamos a conhecer os seus temas preferidos e o que pode ou não resultar”, afirmou a editora. Na edição de outubro foi lançada a chamada “Queres ser consultor da *Visão Júnior*?”, sendo expetável um maior número de interessados para este novo ano letivo. São também recebidas mensagens de escolas nacionais que solicitam visitas à redação e formação para as crianças sobre jornalismo, mas “não temos tempo, pessoal nem meios”. Foi o mote par a passagem para o “Repórter Júnior”, uma secção da revista, com um correio próprio – vjuniorreporter@visao.pt –, para onde as escolas e as crianças enviam propostas de entrevistas a figuras conhecidas, como jogadores de futebol, músicos, escritores, entre outros. “Curioso é encontrar *emails* em que as crianças simplesmente manifestam o interesse em entrevistar e aparecer na revista, mas sem indicar o nome do entrevistado”, informou a editora. Tenta-se dar resposta a estas solicitações, pois “temos de saber gerir as expetativas dos nossos leitores”.

Enquanto decorria a conversa informal, a editora e a investigadora leram alguns *emails* rececionados. Todavia, foram interrompidas por um telefonema de uma colaboradora. Durante cerca de dez minutos, esta ditou à editora o texto “O desenho escondido” para a secção “#Experiências”. Enquanto aguardava, a investigadora consultou o *website* e assim que a chamada terminou, questionou a editora relativamente à produção dos textos

online. Foi-lhe explicado que este é atualizado durante o mês com artigos destinados aos mais novos e aos pais, que não constam da revista impressa. Os temas podem vir a ser abordados na revista, mas não textualmente. Foram apontados como exemplos o “Guerra: O que se passa em Israel e em Gaza?” e o “DocLisboa: Há filmes e oficinas para ti!”. São dois assuntos atuais, cujos artigos não poderiam aguardar pela versão impressa mensal. Ainda sobre o conflito entre Israel e Gaza, a editora mencionou que opção recaiu sobre uma abordagem esclarecedora: “Queres perceber o que está a acontecer no Médio Oriente? Este texto pode ajudar-te”. Abordou ainda os dois lados envolvidos e o que é a Faixa de Gaza. Daí também se ler no fim do texto: “Se ainda tens dúvidas sobre este assunto, podes enviar-nos um *e-mail* para vjunior@visao.pt com o assunto Guerra Israel Hamas e nós tentaremos esclarecer-te na edição de novembro da VISÃO Júnior. Não te esqueças de escrever o teu nome e idade”, leu a editora. Do assunto do texto passou-se ao das imagens, que não foram de escolha fácil. A fotografia, retirada do banco de imagens Getty Images, que serviu para ilustrar o artigo, exibia uma rua em Gaza, após os bombardeamentos, com uma senhora com uma criança pela mão. Era um cenário de destruição, mas sem detalhes nem exploração degradante e sensacionalista. A notícia ainda foi complementada por uma infografia adaptada de uma edição da revista *Visão*. De facto, além de escreverem artigos de raiz para o *online*, outros são reutilizados com nova edição. Como é o caso do artigo “O que é a ONU?”, que abria a página inicial do *website*. Este foi um artigo editado a 24 de outubro de 2023, resgatado originalmente da edição 152.

Como a redação da *Visão Júnior* se encontra de frente para a porta da sala, a editora presenciou a entrada do diretor do departamento Digital, Parcerias e Inovação. Aproveitou a oportunidade para esclarecer as dúvidas quanto ao acesso através do novo programa, aos relatórios analíticos do *website* institucional e às suas potencialidades, como, as visualizações, o tempo gasto e o tempo de leitura de cada artigo. À data destacava-se o artigo de 12 de outubro de 2023, intitulado Guerra: O que se passa em Israel e em Gaza?”, com dois minutos de leitura, e a seguir constava o artigo “Conta-me como foi o 25 de Abril”, com publicado a 14 de abril de 2016. A referência ao *online* foi importante, na medida em que proporcionou à investigadora obter informações que anteriormente tinham recebido pouca atenção. Após este esclarecimento, foi-nos informado que a equipa teria acesso ao GoogleAnalytics para consultar estas informações. De volta ao Studio (designação curta), a editora fez um ponto de situação de cada página, reiterando que o que normalmente realizariam em cinco dias – edição, paginação e fecho – teriam de encurtar para três dias, para a revista ser lançada na primeira quinta-feira do mês. “São 52 páginas, mas já foram 64, mas com a redução das vendas durante o Covid, as publicações do grupo ficaram mais pequenas”. Com isto, abordaram-se as alterações gráficas que a *Visão Júnior* conheceu ao longo da história. De repente, a editora convidou a investigadora: “Anda comigo que vou mostrar-te algo que vais gostar”. A conversa informal entre as duas sucedia de forma tão fluída que os assuntos encadeavam-se de um ponto para outro. Dirigiram-se a um corredor entre a revista *Exame* e a copa, e de frente para vários armários, a editora começou a abri-los até encontrar pastas com exemplares antigos da *Visão Júnior*. Pretendia mostrar a edição número um, mas infelizmente só encontrou exemplares a partir do número sete. Notou-se a inquietação por isto e o receio de que se tivessem perdido na mudança de instalações. Contudo, ao observar as revistas em arquivo, reparou que “a alteração do logotipo e do *lettering* acompanha as alterações da *Visão* ‘mãe’”. No retorno à redação, foram encontrar, na entrada da sala, os dois revisores da *Visão Júnior*. Após as apresentações, a investigadora assistiu ao diálogo sobre o *timing* da revisão e a divisão de trabalho de revisão entre os dois colaboradores, quando lhes foi informado o atraso da edição. Um dos revisores expressou preocupação

com o atraso da *Visão História* e da *Visão Júnior*, pois isso afetaria a sua carga de trabalho. A conversa não foi concluída, pois os revisores foram chamados para esclarecer uma dúvida para a *Visão História*: “Escrevemos censura com caixa alta ou baixa?”, foi a pergunta ouvida. A editora e a investigadora voltaram para os seus lugares na secretária. Esta última, comentou a satisfação de ter conhecido, numa única manhã na redação, a maioria dos intervenientes, provenientes de diferentes áreas, da *Visão Júnior*.

A observadora sentiu que a editora estava a dedicar-lhe tempo em vez de se concentrar na escrita. Percebeu que a editora lutava contra o tempo, com estes atrasos, repetindo que isto era “atípico” e, em jeito de compensação, nos períodos mais calmos, perguntava “o que posso dizer mais sobre a *Visão Júnior*?”.

Já sentada à secretária, a editora fez um *scroll* no ficheiro de novembro para confirmar o que já estava inserido e o que ainda faltava, percebendo, de imediato, que ainda havia manchas em branco no *layout* da revista. O sumário poderia precisar de ser alterado de página, devido ao anúncio publicitário, e passar para uma página par, junto com os vencedores do passatempo das bicicletas e dos consultores. Passou para as páginas das notícias e da secção “Miúdos a Votos”. Algumas caixas de textos já estavam preenchidas, precisando apenas de imagem ou infografia, o que ficaria a cargo da editora gráfica. Na página dos “Factos Loucos” ainda faltavam algumas ilustrações, que não tinham sido enviadas pelo ilustrador externo. Existia ainda uma outra ilustradora externa para as secções “Enigma” e “Jogos”. Havia dúvidas sobre a disposição da nova secção “Contas Comigo” e, por isso, passou-se para os “Miúdos Inspiradores”, dedicada à criança campeã de patinagem artística. A editora consultou a pasta com as fotografias e assinalou o grande número disponível, quando apenas seriam necessárias cerca de quatro para ilustrar a reportagem.

A chegada da diretora da *Visão Júnior* anunciou que a *Visão História* estava fechada e era hora para a interrupção para o almoço. O relógio marcava 13h30. O regresso à redação ocorreu 45 minutos mais tarde. A diretora sentou-se também na secretária na tentativa de se ir fechando as páginas da revista. Foi como começar do zero. Começou-se pela capa e questionou: “O que os miúdos escreveram?” A editora respondeu que, pela manhã, juntamente com a investigadora, esteve a ler os *emails* e que a opção preferida tinha sido os animais esquisitos. Acrescentou ainda que as crianças referiram o interesse pela matéria do uso dos telemóveis nas escolas, mas sem grandes certezas se seria para a capa. A hesitação quanto ao tema da capa persistia e, mais uma vez, a decisão foi adiada para mais tarde. Passaram para a publicidade e verificaram que a sua distribuição para este número afetaria o plano ‘em espelho’. Este precisava de ser reformulado e foi exatamente o que as duas se propuseram a fazer, percorrendo, página a página, com a editora no papel e a diretora no computador. Ainda antes, comentaram a pouca inserção de anúncios na revista, sendo novembro o mês que antecede a edição de Natal.

Ficou decidida a posição dos anúncios no interior, mas a dificuldade residiu na publicidade de dupla página, que precisava de estar no início da revista e pertencia ao mesmo grupo editorial do livro da contracapa. A solução seria a publicidade dupla ocupar o verso da capa e a página um e o sumário avançar para a página cinco, que era ímpar. Os vencedores do passatempo da bicicleta e o anúncio para os novos consultores poderia vir na página anterior. Colocaram-se as seguintes dúvidas: “Onde se poderiam colocar os consultores? Quantos temos até agora? Colocamos já a cara dos novos ou fica para outra edição?” A diretora respondeu que, uma vez que não há tempo para solicitar aos pais o envio de imagens e das autorizações para o uso, seria colocada apenas uma caixa de texto neste número.

Outra uma possibilidade apresentada foi os “Miúdos a Votos” perderem a dupla a ficar apenas com uma página. Ficou decidido que a nova rubrica “Conta Comigo” encaixaria numa página ímpar e que a nova secção sobre os textos jovens não entraria neste número. “Mais atualidades para entrar?”, questionou a diretora, enquanto consultava jornais digitais nacionais e internacionais. Israel, telemóveis e orçamento de Estado foram propostos pela editora, que acrescentou que seria interessante “descomplicar as greves dos médicos. Mas como pegar na notícia para as crianças?”. Além disso, sugeriu criar conteúdo para a secção “Descomplicómetro” sobre a crise da habitação e responder à pergunta: “Por que os nossos pais estão a pagar mais pela casa?”. Contudo, ambas sublinharam a questão da periodicidade mensal da revista e receavam que, até ao lançamento mensal da revista, aparecessem novidades importantes que desatualizassem as publicadas. A solução para esses casos é sempre remeter para o *website* e as redes sociais.

A diretora sugeriu que a Joana Vasconcelos fosse antes para “Repórter Júnior” e não ser apenas uma “puxada com imagem” (notícia) neste número, justificando que seria um bom tema para ser explorado de outro modo e envolver as crianças.

A paginação da matéria sobre a patinadora campeã ocupou mais tempo de discussão. Primeiro, debateu-se se seria viável dedicar uma página com o seu dia a dia. A editora justificou que não, porque faltavam fotografias para fazer uma espécie de diário completo, desde o pequeno-almoço, a ida à escola e os treinos até à noite. A diretora refutou, afirmando que seria possível utilizar as fotografias enviadas. Relativamente ao género jornalístico, a editora escreveu a entrevista em forma pergunta-resposta, mas a diretora hesitou, questionando se esse formato não era recorrente, e pediu para que a reescrevesse em texto corrido.

Aos animais esquisitos foram atribuídas seis páginas e ao uso dos telemóveis nas escolas quatro páginas. O ângulo escolhido para abordar este último foi criar um texto informativo para contextualizar o tema, uma caixa de pontos com dados sobre o uso e o resto do espaço ser dedicado aos depoimentos que a editora recolheu, pelo telefone e por *email*, de alguns consultores juniores. Devido às limitações de espaço, persistia a dúvida sobre o posicionamento da secção “Corpo Humano”, que necessitava de uma dupla para o texto, a ser redigido pela editora. Esta secção teria de ser posicionada antes dos “Animais”, possivelmente encurtando outra secção. A decisão ficou pendente até à paginação, tendo-se apontado para as páginas 18 e 19. A secção “Experiência” viria a seguir, permanecendo a dúvida sobre a pertinência de uma chamada de capa.

“Acho que temos poucos temas na revista. Temos de ter mais”, desabafou a diretora durante a planificação. Apesar de ter lançado mais um, “os delegados de turma seriam interessantes”, reconheceu que o tempo estava apertado. A editora lembrou um que era preciso fotografar os trabalhos sobre o passatempo “Bicicleta Mitical Blast 2003”, iniciado há três meses, e decidir o vencedor. Posto isto, fez-se um ponto de situação sobre o planeado até aquele momento, constatando-se que os “Factos Loucos” teriam de ser realocados para a página 32, a secção dedicada aos livros encurtada para uma página e a dupla “Descobre o intruso” teria de ser ajustada à restante paginação.

O conflito Hamas-Israel, devido à sua complexidade, mereceu um tempo extra da edição. A editora mostrou a peça do *website*, tendo-se decidido a utilizar a mesma infografia, com alguns ajustes para a tornar mais intuitiva para as crianças, como a eliminação de dados desnecessários, alteração as cores, a inclusão de “mar Mediterrâneo” e a adição de uma pequena imagem do globo com a localização do conflito. A sugestão da editora de que esta matéria fosse elaborada por um jornalista da Visão História com experiência em escrita para crianças foi imediatamente bem recebida. A diretora propôs que a reportagem fosse apresentada em formato de fotonovela, com textos numerados em caixas e variações

de tamanho. Perguntas como “Por que há uma guerra entre Israel e Palestina? Como surgiu este conflito? Qual a sua evolução do passado até hoje?” foram destacadas como temas a serem abordados. A matéria foi atribuída a quatro páginas. Em seguida, seriam incluídas as secções “Ambiente”, com duas páginas sobre sapatilhas feitas de lixo, e “Repórter Júnior”, com quatro páginas de entrevista à escritora Maria Inês Almeida.

Voltando ao tema da patinadora, persistia a dúvida sobre a melhor forma de apresentar a matéria, se em formato de pergunta-resposta ou em formato de diário. A diretora reiterou a sua preferência por um texto corrido, sem a necessidade de criar um diário completo com todas as fotografias correspondentes. Neste ponto, a editora gráfica teria de intervir quanto à disposição dos textos e à seleção das fotografias. O assunto ficou pendente até à colaboração da editora gráfica. As duas decidiram aguardar pela disponibilidade da editora gráfica para concluir o plano. A diretora começou a redação das notícias e dos “Miúdos a Votos”, enquanto a editora ficou responsável pelo artigo sobre os ouvidos. No entanto, antes disso, a editora decidiu abrir as caixas recebidas das crianças com as bicicletas e organizá-las na mesa para o registo fotográfico. Em cima do armário, estavam também as caixas dos passatempos dos livros e duas maquetes de bungalows, que a editora explicou serem dos vencedores de um passatempo anterior. Ela expressou o desejo de ter mais participação das crianças nos passatempos. A investigadora foi envolvida no processo de abertura das caixas, na identificação das crianças através da leitura dos documentos e ainda como júri do concurso “Bicicleta Mitical Blast 2003”.

A equipa, já nos seus postos, iniciou a redação dos artigos ainda pendentes e o silêncio pôs fim aos momentos turbulentos da edição e paginação. Deu-se como terminada a observação.

Diário de observação. 2 de novembro de 2023. Reunião de agenda

A ligação por Microsoft Teams iniciou-se às 10h30 como estava planeado com a diretora da *Visão Júnior* para a observação da segunda reunião de agenda. Enquanto se aguardava pela editora e pela editora gráfica, a diretora partilhou com a investigadora o ecrã, onde mostrava a paginação da edição anterior em Studio, cujo fecho acabou por ser feito sem a sua presença em observação. Explicou que as manchas verdes por cima dos textos sinalizam os textos revistos pela revisão externa. Como a edição de novembro foi fechada por volta das 22h do dia 27 de outubro de 2023, alguns textos foram revistos internamente. Além desta marca, explicou que as pequenas caixas que figuravam por cima das imagens assinalavam comentários escritos na lateral, geralmente para solicitar cortes.

Quinze minutos após o início da reunião, juntou-se a editora. De imediato, a diretora revelou o objetivo da reunião: debater temas centrais para as edições de dezembro de 2023 e janeiro de 2024, propondo, desde logo, a solidariedade infantil para um dos meses. Para tal, pretendia partilhar capas de edições antigas com temas semelhantes, para refletirem sobre os ângulos explorados e as imagens utilizadas. Essa abordagem visava visitar edições publicadas antes da entrada da editora na *Visão Júnior*, e que seriam de interesse para a investigadora presente.

A primeira edição analisada foi a edição de dezembro de 2012, com o título “Miúdos muito fixes” e uma fotografia de uma criança de 9 anos, voluntária num abrigo de cães. Seguiram-se edições dos anos seguintes, mas com as temáticas da solidariedade e o voluntarismo: “Ajudar é fixe”, os avós emprestados, o envolvimento das escolas em ações de solidariedade (2013); “Escolas que ajudam” e a “Brigada dos voluntários” (2014) e “Ajudar está nas tuas mãos”. Posto isto, a diretora comentou a dificuldade em abordar este tema e a escolha de imagens que transmitem a ideia do “sentimento solidário”, evitando abordagens comuns, como corações em papel, almofadas em forma de coração e crianças com caixas de roupas. A editora concordou com a relevância do tema e sugeriu

que fosse explorado. No entanto, a diretora apresentou uma segunda ideia, que também foi bem recebida, o que gerou hesitação quanto ao tema central para dezembro. “E se a edição de dezembro fosse interativa como a edição 230, de julho de 2023, com testes, recortes, anedotas, receitas e outras atividades e passatempos?”. De imediato, a editora questionou: “Esquecemos a solidariedade para dezembro e lançamos a época da boa vontade para outra altura?”. Como a esta pergunta seguiram sugestões de atividades para a revista, assumiu-se que a resposta não seria necessária. A escolha tinha sido feita de forma óbvia. Foram lançadas várias sugestões de atividades, mas nem todas as sugestões seriam aproveitadas, por se reconhecer pouca funcionalidade e utilidade ou dificuldade no acesso aos materiais por parte das crianças. Além disso, decidiu-se incluir atividades de exterior para fazer com as crianças no Natal e que os “Factos Loucos” seriam dedicados apenas a essa época do ano. Nesta fase da reunião, a investigadora participou ativamente com sugestões de atividades manuais e de exterior, as quais foram anotadas com interesse. Em seguida, discutiram-se outras secções da próxima edição. A divulgação do inquérito da UNICEF, programada para 20 de novembro, poderia ocupar três páginas e seria acompanhada de uma reportagem com gráficos. “Como o fecho está previsto para o período entre 27 e 29 de novembro, há tempo suficiente para incluir esta peça. Vamos prosseguir com outros assuntos,” concluiu a diretora.

A história do percurso de uma carta, envolvendo um carteiro e uma estação de correios, foi retomada nesta reunião e atribuída à editora. A mesma ficou também responsável por tratar da entrevista para o “Repórter Júnior”, que em princípio seria a um jogador do SL Benfica. Contudo, ambas concordaram que seria mais pertinente uma entrevista a um chefe de cozinha, enquanto preparava uma receita de Natal. Lançaram-se alguns nomes para futuro contacto.

As 11h33, a editora gráfica juntou-se ao grupo. A diretora fez um resumo dos tópicos discutidos até então, justificando a escolha pela edição interativa, não apenas pelos resultados de vendas da edição 230 (cujo dado não estava disponível no momento), mas também por considerar a época natalina e as férias escolares como apropriadas para uma edição especial. A editora gráfica expressou o seu entusiasmo, mas ressaltou a necessidade de uma capa impactante, dada a saturação dos temas natalinos. A diretora destacou a importância da capa da edição 230 para o sucesso de vendas. Apesar de este tipo de edições especiais exigirem mais trabalho, havia tempo suficiente para o efeito e, por isso, sugeriu-se que o tema do voluntariado fosse transferido para janeiro. Até ao momento o que tinham para a edição de Natal eram as atividades natalícias, “Repórter Júnior” e UNICEF. “Precisamos de mais uma entrada para a capa ou fazemos só com isto?”. Mediante esta questão, a editora gráfica regressou ao tema da solidariedade e revelou a sua hesitação quanto à edição interativa, pois é um “tema batido para ilustrar e nós já fizemos tudo com o Natal”.

A editora lembrou-se que o conselheiro tinha sugerido, na última reunião, o Natal em imagens e que um consultor enviou um *email* com a proposta dos festejos natalícios em diferentes partes do mundo. Mais uma ideia foi lançada pela editora gráfica: a inclusão de um conto original de Natal escrito por um autor português. Enquanto estas ideias eram apresentadas, a diretora preparava novamente a partilha de algumas capas antigas de edições de dezembro, questionando “qual seria o título de agora? Colocaríamos crianças como nestas (capas)?”. Isto porque entendeu que ainda persistia a dúvida para o tema central de dezembro. “Algumas dessas capas não venderam bem, porque as fotografias não tinham qualidade. Tem de apostar mais na capa”, respondeu a editora gráfica. A diretora contrapôs ao afirmar que “se avançarmos para a solidariedade matamos duas ideias num único mês”, tendo a colega editora acrescentado que “com a solidariedade em janeiro passava-se a ideia de começar o ano a ajudar”. A partir deste ponto, a reunião

focou-se na edição de janeiro de 2024 com propostas de temas: automóveis do futuro, invenções, como vais viver em 2050 e energias do futuro. Temas relacionados com o futuro, que são lançados nas transições dos anos. Relembrou-se um tema comentado durante a paginação do número anterior: os delegados de turma. De repente, voltou-se ao ponto de partida: a solidariedade. “O que utilizar na capa, ‘miúdos de verdade’?”, questionou a diretora? Fez-se um levantamento rápido das edições ilustradas com crianças nas capas do ano anterior até ao presente mês e surgiram algumas dúvidas sobre os números de vendas das mesmas. Considerou-se pertinente revê-los antes de se fazer uma opção. Contudo, a decisão inclinou-se para a edição especial de Natal. A reunião terminou às 12h, com a ausência do conselheiro editorial devido a compromissos profissionais.

Diário de observação. 28 de Novembro de 2023. Edição, paginação e fecho da capa e páginas interiores

O segundo momento da observação ocorreu no mesmo local da anterior, nas instalações da Trust in News (TIN) no Tagus Park, tendo iniciado às 10h30. Neste dia, a observação passou-se largamente na zona da paginação e não na redação, a acompanhar o trabalho da editora gráfica. A investigadora percebeu que esta deveria estar em regime de *home office* e tinha ido com o único propósito de a acompanhar na observação. Um gesto que mereceu ser valorizado porque, no final, pareceu uma espécie de aula de paginação.

Quando este momento de observação começou, a paginação já decorria, mas foi feita uma paragem para explicar o que havia sido feito e o processo de edição e fecho da revista previsto para esse dia. À sua frente encontravam-se dois monitores, um com o *software* de paginação, o Indesign, e no outro o Studio, onde estavam alojadas as fotografias em formato JPG e os textos previamente catalogados, sendo este “um trabalho feito antes para poupar tempo”. Preferencialmente, a *Visão Júnior* não recorre a banco de imagens externos, mas sim ao arquivo de fotografias da TIN e a sessões fotográficas realizadas em estúdio ou no exterior. Para o tratamento de imagens existe um departamento no grupo para esse fim, porém, ser for “simples e mais rápido” é a editora gráfica que as trata.

Passa-se a descrever, em traços simplistas, o procedimento de edição e paginação, tal como foi explicado à investigadora. Este não é concretizado de forma ordenada, mas por páginas únicas ou duplas, conforme os conteúdos vão sendo fechados. É natural que a editora gráfica percorra inúmeras vezes o ficheiro, para cima e para baixo, durante a paginação para colocar textos e fotografias em falta. “Isto acontece porque há páginas penduradas”, esclareceu. Todos os intervenientes da edição da revista têm acesso ao ficheiro do Indesign e ao Studio. Desta forma, seguem o estado atual e podem intervir diretamente na sua função quando for necessário. A editora gráfica comandou o processo e em cada passo foi dando coordenadas a todos pelo grupo do WhatsApp ou através dos vários comandos operacionais do Indesign. Para exemplificar o que estava a explicar à investigadora, a editora gráfica dedicou-se à secção da literatura infantojuvenil para colocar as imagens das capas no Indesign, retirando-as do Studio. Quando estão sinalizadas com uma mancha a cinzento significa que estão em bruto, as laranjas quando são enviadas para o departamento de tratamento de imagem e verde no “*status* tratado”. Esta sequência repete-se ao longo da edição, obedecendo à mesma lógica operacional com as caixas dos textos e as páginas. A única alteração é que o tratamento e o fecho são feitos pelos revisores, editora e diretora, em vez do departamento de tratamento de imagem. Assim que a editora gráfica coloque os textos nas caixas correspondentes, de acordo com o *layout*, ela notifica o comando “para revisão”, estando corrigidos surge “*status* revisto”. Posto estas operações, a editora gráfica fecha a página e altera o comando para edição. A página pinta-se com uma mancha de transparência verde e “já sabem que

da minha parte está tudo”. As alterações no *layout* são também registradas para consulta de todos, percebendo-se que um designado *file name* foi *modified by* por uma pessoa específica que *last modified* numa determinada data. De forma resumida, o fecho editorial está dependente das indicações da editora gráfica. Em primeiro são dados os comandos para as caixas de texto e imagens; em segundo, com todas as caixas revistas e fechadas, é dado o comando para cada página; e, assim sucessivamente, até ao comando final do *layout* completo.

Neste dia de paginação não há tempos mortos e corre-se contra o tempo para fechar as páginas ‘penduradas’. Apenas ocorreu um breve intervalo, para o qual a investigadora foi convidada, para recolher uma peça de fruta do cesto partilhado, que é oferecido às terças-feiras (o dia de fecho da revista *Visão*), por um fornecedor da cantina.

Retomando o trabalho, as atenções voltaram-se para a escolha da versão final da capa. Foram enviadas duas opções, por *email*, aos consultores juniores: uma com a fotografia de uma menina com um bolo-rei nas mãos, intitulada “Especial Natal” e outra com a fotografia de um menino a saltar, intitulada “Um Natal feito por ti”. A que reuniu mais votos foi a primeira e, por isso, encontrava-se na maquete da revista, enquanto a outra estava colocada no ‘frigorífico’ (local dos conteúdos não utilizados no Studio). A diretora gráfica chamou a atenção para a opção editorial de colocarem “crianças reais ou verdadeiras” nas duas capas, pois “para os leitores estas são as mais importantes. Se forem crianças de agências não há identificação, são modelos e até podem ter características não portuguesas”. Para o efeito, tinham sido realizadas duas sessões fotográficas, com um profissional do TIN: a da menina foi na cozinha da chefe e a do menino no estúdio localizadas nas instalações do grupo. No decorrer desta exposição, a diretora e a editora juntaram-se à editora gráfica e reforçaram a escolha da capa da menina, até porque tinha sido a escolha dos consultores. A questão que se colocava era: “Qual é a melhor fotografia da menina?”. Mediante a dúvida, resolveu-se dar ordem de impressão a cores das duas versões. A solução ideal seria imprimir na máquina de prova de cor, mas devido a uma avaria não foi possível. Sem hesitações, foi eleita a capa com efeito mais natural, pois a outra estava visivelmente manipulada ao ponto de “parecer uma fotografia digital”, referiu a diretora. Fotografia escolhida, passou-se para os restantes elementos da capa. Trocaram-se impressões sobre as chamadas, o entrelinhamento dos títulos, a redução do corpo do título e a distribuição dos elementos gráficos. Decidiu-se não repetir a palavra “Natal” no título e subtítulo, substituir palavras numa das chamadas e alterar o fundo do subtítulo de branco para amarelo para tornar mais apelativo. Esta última não foi uma decisão unânime, por isso, a diretora pediu a opinião à investigadora e a dois gráficos que se encontravam por perto. Surgiu ainda uma dúvida sobre a imagem do prémio do passatempo no topo da página, mas depressa foi esclarecido e, ainda antes de fazer o *check-out*, a editora gráfica decidiu limpar a sombra de baixo para ficar com melhor qualidade.

A capa seguiu para revisão e a editora gráfica escreveu o aviso no WhatsApp: “A capa está em revisão”. A diretora confirmou à mãe da menina, por mensagem, que as fotografias iriam ser usadas na capa, justificando que “quando são usadas fotografias de crianças, pedimos previamente a autorização aos pais e às crianças e depois confirmamos o que vais ser usado”. A importância da capa resultou numa dedicação de quase toda a manhã por parte da equipa. O fecho ocorreu às 12h38. A editora gráfica deu uma última revisão, que incluiu confirmar o código de barras, o número da edição, imagens em CMYK e apagar *layers* que não interessam no *layout*. De seguida, fez o *check-in* da página no Studio, deu o comando “a publicar” para gerar o PDF e criou uma pasta com o número de edição. Assim que o *upload* do PDF ficou alojado na plataforma da gráfica

responsável pela impressão, a Lisgráfica, a editora gráfica reviu novamente antes da aprovação final, para dar o aviso, pelo WhatsApp, que a capa está para impressão.

A secção “Receita” exigiu uma maior intervenção. Por ser o tema de capa assim o pedia. A paginação das ‘duplas’ não estava disposta conforme o idealizado e acabou por sofrer muitas alterações. A editora e a diretora trocavam pareceres e davam indicações diretas à editora gráfica. Até à versão final, estas ‘duplas’ foram sujeitas a várias tentativas de distribuir as caixas dos textos – super *lead*, *lead*, título, do texto dos ingredientes, do texto da receita –, condicionadas pela posição e pelo tamanho da fotografia principal que se pretendia inalterável no centro das duas páginas. Tornou-se visível que a perspetiva gráfica nem sempre está em sintonia com a perspetiva da informação.

De seguida, a editora gráfica e a diretora definiram a distribuição das páginas dedicadas à UNICEF, as fotografias dos jovens intervenientes, respetivas identificações e créditos fotográficos. Também decidiram criar infografia para ilustrar as respostas aos inquéritos, pois consideram ser um elemento de fácil leitura para a interpretação dos leitores. “Agora preciso abrir as caixas de textos para ela escrever o artigo. O número de caracteres dos textos já foi definido”, explicou a editora gráfica, enquanto animava as páginas com elementos gráficos. Seria um processo que levaria algum tempo, pois se “antes pediam-se todas as ilustrações aos ilustradores, agora tenho de as fazer”.

Antes de ir embora para o seu posto, a diretora lembrou que seria necessário, na secção “Conta Comigo” procurar uma nova fotografia para substituir a da criança semelhante ao Einstein, pois, como foi esclarecido, “sempre que é usada tem de se pagar 25 euros”.

Passou-se para as atividades natalícias, onde já se encontravam alguns textos paginados e fotografias de duas crianças, uma das quais era o menino da segunda opção de capa. “Não foi escolhido, mas vai dentro da revista”, explicou a editora gráfica. A preocupação nestas ‘duplas’ de atividades foi colocar imagens – preferencialmente fotografias recortadas e elementos gráficos – para serem divertidas e dinâmicas. Não valia a pena acertar textos por enquanto, à exceção das soluções, pois ainda faltavam conteúdos. Debateram-se as designações mais apropriadas para a secção: “Brincadeira ou cabeça?” Durante a manhã, o produtor da revista visitou a redação por duas ocasiões: a primeira para justificar a falta da impressora de provas de cor e a segunda para saber como estava a decorrer a paginação da revista. Por esta altura, a redação encontrava-se com mais pessoal a trabalhar, mas o barulho reduzido imperava no piso. Deu-se uma interrupção para almoço entre as 13h30 e as 14h15.

O trabalho foi retomado na redação com a editora, a qual entregou à investigadora o ‘espelho’ da paginação da revista, avisando que está sujeito a alterações permanentemente. As duas dedicaram-se a preparar os enfeites de Natal para ilustrar as páginas de atividades, como uma árvore de Natal com as páginas de uma *Visão Júnior* e uma bola decorativa em papel e, com o telemóvel da investigadora, tiraram-se as fotografias para serem enviadas para a editora gráfica. De seguida, a editora da *Visão Júnior* deu continuidade à escrita dos textos para a secção “Natal” e a observadora retornou para a paginação. Ainda se ilustravam as páginas das atividades natalícias e distribuíam-se os passo-a-passo de como fazer as atividades. De acordo com a sua experiência, em termos gráficos, torna-se mais fácil colocar uma *check list* com quadrados para orientar as crianças numa tarefa. Esta edição tornou-se um processo mais criativo, “mas dá mais trabalho, porque é uma edição especial. A paginação segue uma distribuição diferente.” A revista tinha de ter quatro pais Natal escondidos ao longo das páginas para os leitores os descobrirem, o que foi inserido de seguida. Finalizada a parte do grafismo, e, enquanto a editora não vinha ‘fechar páginas’, a própria editora gráfica foi colocando emendas nos textos com as provas impressas que haviam sido deixadas junto do computador desde manhã.

Quando a chegada da editora, passou-se novamente para a secção das atividades natalícias. Auxiliada com uma folha com apontamentos, foi ditando textos, cortes e acertos que precisavam de ser feitos. Substituíram-se os textos simulados por textos definitivos e pelas fotografias e fecharam-se as três duplas dedicadas a esta temática. Durante este processo, a dinâmica entre as duas fluía, tal como expectável para quem trabalha junto há muitos anos. A editora gráfica apenas desabafava a sua preocupação que ao colocar mais texto ficava sem espaço para a parte gráfica.

Com a chegada da diretora, fez-se o sumário da revista, fecharam-se as páginas da reportagem “Como se festeja o Natal no Mundo” – debateu-se a redução do título que tinha três frases –, colocaram-se as emendas assinaladas na prova impressa e alteraram-se algumas frases do quizz dos “Jogos”.

A observação terminou às 16h. Não ia ser possível o fecho total da revista nesse dia, pois ainda faltavam conteúdos, como o envio das autorizações pelos pais para a utilização das fotografias dos novos consultores juniores para 2023 e 2024. Contudo, foi explicado à observadora que o procedimento no próximo dia iria ser semelhante.

Diário de observação. 29 de maio de 2024. “Miúdos a Votos”

A chegada da investigadora à Fundação Calouste Gulbenkian deu-se às 10h, no tempo previsto para o início da festa final da oitava edição dos “Miúdos a Votos” (Anexo B), cujo tema era a Liberdade, e onde foram conhecidos os livros mais votados pelos alunos portugueses. A manhã foi dedicada à realização de oficinas que ocorriam em simultâneo para as escolas inscritas: Encontro com a escritora Rita Canas Mendes: Eu voto, eu decido, organizado pela Penguin Random House; Atelier: Academia Ponto verde: Reciclar é na boa, pela Sociedade Ponto Verde; Atelier: A rádio da Liberdade, pela Rádio Miúdos; e Encontro com a escritora Mafalda Cordeiro: A tua voz importa, pela Penguin Random House. O Atelier: Vamos fazer a capa da Visão Júnior, dado pela editora e ao qual a investigadora assistiu, iniciou-se às 10h43, devido ao atraso da escola. Este estava destinado a uma turma do 4.º ano da Escola Básica n.º 3 de Sines. Contavam-se 14 alunos, com idades compreendidas entre os 9 e os 11 anos. Primeiro, as crianças tiveram contacto com a revista, pois percebeu-se que desconheciam a sua existência, o que suscitou espanto à editora. Foi-lhes explicado o conteúdo, o papel dos consultores juniores e a importância da capa. Também se aproveitou o momento para debater quais seriam os assuntos que mais interessariam ao público mais novo. Após esta breve introdução, a editora colocou o desafio de cada aluno criar uma capa da Visão Júnior sobre o tema da sua preferência, tendo dado algumas dicas: escrever um título e um desenho chamativos, sobre um tema interessante para a idade deles, não usar cores claras e escrever letras grandes para se ler à distância. Os alunos reuniram-se à volta de três mesas distribuídas no espaço e com a ajuda de três professoras distribuíram-se os marcadores e as folhas em formato A4, apenas preenchidas com o cabeçalho da capa da Visão Júnior e espaço para duas chamadas no fundo da página. Os temas de capa foram “João Neves vai ficar no Benfica até 2028”, “Despedida do 1º ciclo”, “Sines à Gulbenkian”, “Miúdos a Votos”, “Gulbenkian descobre os livros mais votados”, “Projeto Malala – direito à educação”, “Malala foi a menina mais nova a ganhar Prémio Nobel da Paz”, “Malala, a defensora dos direitos das mulheres”, “Malala Yousafzai”, “Os animais mais raros do mundo”, “Animais do mar”, “Animais selvagens”, “Férias de verão” e “Os melhores sítios para ir de férias”. A repetida referência à figura de Malala foi explicada que se deveu ao facto de, em contexto de sala de aula, terem estudado a sua vida e o livro “O Lápis Mágico de Malala”. Recorreram-se as capas para exposição em um dos espaços da Gulbenkian e às 11h30 terminou-se a oficina, porque iniciava-se o encontro-homenagem com Alice Vieira, uma contadora de histórias que nunca deixou de ser jornalista. Após uma breve intervenção da escritora,

durante a qual contou alguns episódios da sua vivência no 25 de abril, as crianças tiveram uma hora para lhe colocar questões: “Onde ia buscar a inspiração para os seus livros?”, “Quando era pequena o que queria ser?”, “Onde trabalhou como jornalista?”, “Quando escreveu o seu primeiro livro?”, “Qual foi o livro que mais gostou de escrever?”, “Gosta mais de ser jornalista ou escritora”, entre outras. Seguiu-se um almoço-piquenique e no anfiteatro ao ar livre realizou-se um jogo de tabuleiro gigante sobre reciclagem da Academia Ponto Verde. Estava também previsto o peddy-paper organizado pela Visão Júnior, mas devido a um contratempo, não foi possível.

Às 13h40 deu-se uma arruada-manifestação dos alunos, da saída do anfiteatro ao ar livre com chegada ao edifício principal da Fundação. Cartazes, panfletos, panos, bombos, flores, lápis gigantes e gritos de ordem não faltaram nesta campanha a favor do seu livro preferido. Esta iniciativa também causou grande entusiasmo quer nos funcionários da Gulbenkian quer nos visitantes que estavam de passagem.

A tarde foi dedicada ao espetáculo e contou com atuação de algumas escolas do país, a apresentação de peças jornalísticas sobre o dia das eleições de “Miúdos a Votos” em algumas escolas, a homenagem a Alice Vieira e a revelação dos resultados dos livros preferidos dos alunos do primeiro, segundo, terceiro ciclos e secundário. A apresentação ficou a cargo de duas pequenas jornalistas, de 13 e 14 anos, da Rádio Miúdos.

Guilherme d’Oliveira Martins, administrador-executivo da Gulbenkian, que há vários anos recebe a festa final de “Miúdos a Votos”, deu as boas-vindas. Ainda estiveram presentes Adriana Afonso, da Sociedade Ponto Verde, que revelou o livro mais votado pelos alunos do 2º ciclo; Alexandre Homem Cristo, Secretário de Estado Adjunto e da Educação, que se mostrou surpreendido e impressionado com esta festa; Luísa Loura da Pordata; a comissária de Regina Duarte do Plano Nacional de Leitura, que anunciou o livro mais votado pelos alunos do 3º ciclo e, por fim, o diretor da Visão, Rui Tavares Guedes, que substituiu a atual diretora da Visão Júnior, que não esteve presente por motivos pessoais, e fez o último anúncio da tarde com os votos do secundário. A todas estas figuras foi-lhes pedido previamente para apresentar uma sugestão de leitura sobre a temática da liberdade aquando da subida ao palco. Quem se encontrava na plateia era a antiga diretora da Visão Júnior, Cláudia Lobo, que não quis deixar de comparecer a uma festa que acompanhou desde a estreia.

Quanto à eleição propriamente dita, através da intervenção da representante da Pordata, ficou-se a saber mais sobre como se desenrolou o processo desde a inscrição dos livros até à contagem dos votos, numa iniciativa em que participaram 959 escolas, incluindo duas dos Açores, duas de Angola e uma em França, e 120 mil alunos. O primeiro ciclo foi o que contou com mais escolas, no total de 435, e o secundário apenas com 69. Em termos geográficos, as participações centralizaram-se mais no Norte (382) e na Área Metropolitana de Lisboa (308). A votação obteve 37% de abstenção, um pouco maior do que no ano anterior.

Ao anúncio de cada votação, ouvia-se o rufar dos tambores e os alunos aguardavam entusiasticamente pelos resultados. O único que causou uma reação mais negativa no público mais pequeno foi o livro eleito do terceiro ciclo, *Avozinha Gângster*, de David Walliams, ao não ser o vencedor esperado. A festa terminou às 17h, hora prevista, e ficou marcada pela animação e música. Os intérpretes da Escola Básica da Mata, de Estremoz, encerraram a festa a cantar o hino “Vamos lutar a cantar” e a distribuir cravos pelo público.

Diário de observação. 24 de junho de 2024. Reportagem exterior em Vila Nova de Gaia

A equipa de reportagem da *Visão Júnior* deslocou-se a Miramar, Vila Nova de Gaia, a 24 de junho de 2024, para acompanhar uma exploração do Dinis, o minibiólogo que é autor de uma página do Instagram e um canal no Youtube. Não foi uma estreia para o menino ser entrevistado por este título, pois já havido sido publicado uma reportagem “Aventura no Campo”, na edição de agosto de 2019.

Não é muito frequente a saída em reportagem e ainda menos ao implicar deslocações de grande distância. A investigadora aproveitou o convite para acompanhar a equipa. Este foi feito uns dias antes, tendo sido enviado o *briefing* pela editora da revista, bem como o aviso de se apresentar com vestuário apropriado.

O ponto de encontro foi em frente ao restaurante Dom Marisco, às 14h15. A equipa da *Visão Júnior* era constituída pela editora da revista, uma fotografa, que trabalha para o grupo há mais de 30 anos e que atualmente é a única da delegação do Porto, e um menino de 13 anos que é fã do Dinis e veio de Lisboa, com o propósito de o conhecer pessoalmente. À espera estava o Dinis, de 11 anos, e o seu pai. Feitas as devidas apresentações de todos os presentes, caminhamos para um terreno abandonado próximo do local para se dar início à exploração. Todos estavam com vestuário próprio e o Dinis e o menino ainda calçavam luvas grossas, para evitar ferimentos, ao levantar as pedras e ao remexer na terra.

Antes de se começar, a editora esclareceu o entrevistado que ia colocando questões conforme ele fosse explorando, mas pedia-lhe que respondesse de um modo simples para os leitores conseguirem compreender. Por sua vez, o Dinis explicou à fotografa que teria de ser rápida a tirar fotografias, pois é um trabalho difícil, uma vez que os animais estão sempre a mexer-se.

Ao longo do percurso, com várias paragens, o Dinis ia fornecendo explicações dos procedimentos e das espécies que ia encontrando, dicas da forma como se deve pegar nos animais e mantê-los calmos e indicações aos mais velhos quando era para parar e fazer silêncio. Nesta fase, a editora nem precisava de colocar questões, pois o Dinis espontaneamente relatava tudo o que estava a acontecer, com a ajuda do outro menino. A única preocupação, nesta fase, era estar a seu lado na caminhada e atenta a tudo o que dizia. A editora ia tomando notas no bloco e apenas interrompia quando não percebia alguma espécie que era dita em latim e pedia para ele usar o nome pelo qual o animal era vulgarmente conhecido. Mais reforçou à criança a necessidade de se escrever, na reportagem, os termos mais familiarizados dos leitores e não apenas a designação mais formal da espécie. Face à diminuição gradual da espontaneidade da criança, a jornalista foi colocando algumas questões de natureza técnica e pessoal: “Quais são as espécies mais encontradas neste tipo de terreno?”, “Quais são as espécies que encontras com mais frequência?”, “Que espécies achas que são mais interessantes para os leitores?”, “Quantas vezes saís por semana para explorar?”, “As expedições que promovias nas redes tiveram adesão?”, “Conseguiste ter mais contato com os seguidores?”, “Que animais tens em casa?”, “Que nomes têm e qual o motivo da escolha dos nomes?”, “Quem trata dos animais?”, “Desde quando gostas de animais?”, “Desde quando entras nestas aventuras?” e “Quem te acompanha?”

Algumas perguntas ficavam sem resposta, devido ao facto do Dinis estar focado na exploração. Nestes casos, a jornalista pedia-lhe, com calma e paciência: “Vamos parar um pouco?” ou “Anda cá falar, por favor”. Às vezes, estes pedidos tinha a intercessão do pai, que também lhe pedia para parar um pouco. Em paralelo, este também ia falando com a jornalista, dando-lhe informações adicionais, como, o seu envolvimento nestas

aventuras com o filho, a gestão do Instagram e do Youtube e a sua formação em uma outra área.

Quando o Dinis encontrava um animal, fazia-se silêncio. Apenas a fotografa estava ‘autorizada’ a mexer-se para dar indicações ao Dinis da perspectiva que pretendia: o animal na mão ou no ambiente dele.

Após a exploração deste terreno, decidiu-se ir para um outro local mais húmido, na tentativa de se avistarem espécies de cobras. O pai através da aplicação instalada no telemóvel, INaturalist, descobriu a sinalização de um bem perto, também em Vila Nova de Gaia. A viagem durou cerca de 15 minutos e foi feita no automóvel da fotografa. Durante a viagem, as duas crianças trocaram conhecimentos sobre animais, especialmente marítimos, usando uma linguagem muito específica, o que originava interrupções da parte dos adultos para explicarem sobre o que estavam a conversar. Chegados ao novo local, um menino curioso, que morava na casa em frente, juntou-se ao grupo e deu indicações onde encontrar cobras. Até então não conhecia o Dinis, mas através do Instagram da mãe passou a segui-lo. Esteve a ver a página e elogiou a qualidade dos vídeos. O pai do Dinis seguiu a mãe de volta, enviou-lhe mensagem a agradecer e prometeu manter contacto entre o novo amigo e o filho.

O Dinis, a fotografa, o pai e a outra criança desceram para um ribeiro à procura de espécies diferentes. A investigadora e a editora ficaram na parte de cima a observar. Contudo, como não foi conseguido, tiraram-se fotografias com uma rã. A fotografa pediu ao Dinis para tirar o boné para não publicitar marcas e captou muitas fotografias, com a finalidade de uma ser utilizada para a capa. De seguida, fotografou o entrevistado com o fã, para recordar este momento de aventura juntos e que estava prestes a chegar ao fim. A jornalista aproveitou para perguntar ao fã se tinha gostado e como se tinha sentido por conhecer o Dinis? Ele manifestou grande alegria e agradeceu a oportunidade à *Visão Júnior*.

No trajeto de regresso, a pesquisadora aproveitou para conversar com a fotografa. Explicou que trabalhar para a *Visão Júnior* ou para a *Visão* requer o mesmo empenho da sua parte. A diferença maior reside no cuidado ao fotografar crianças. “Não fotografo crianças sem autorização assinada pelos pais, casados ou divorciados”, afirmou. Isto porque já se deparou com comportamentos muito diferentes: “Há pais que pedem para ver as fotografias para decidir, há outros que se aproveitam e pedem dinheiro, há pais que não permitem e quando chegamos às escolas, as crianças que não podem já estão de parte”. A fotografa recordou que numa das primeiras edições da *Visão Júnior*, uma criança apareceu na capa com autorização verbal do pai, e que depois da revista publicada, este exigiu contrapartidas financeiras. “Foi a capa mais cara da *Visão Júnior*”, comentou. Falamos do equipamento Canon que trazia, e ela desabafou que era seu e não da empresa, pois tinha aceitado o subsídio de máquina proposto pelo TIN, mas “reconheço agora que foi um mau negócio, porque este não foi atualizado”. Recordou ainda os tempos em que a redação do Porto tinha uma equipa de fotógrafos. Agora era a única a cobrir todos os serviços.

Chegados ao ponto de partida da reportagem, o Dinis manifestou o seu interesse em prosseguir com a aventura e ir para outro local. Contudo, a editora justificou que tinha de regressar a Lisboa e que teria de mesmo de terminar. Contudo, ainda ia falar mais com ele. Como não foi possível obter do entrevistado todas as respostas durante a expedição, a editora combinou com o pai fazer uma videochamada no dia seguinte para dar continuidade à entrevista, mas agora de um modo mais calmo. Foram feitas as devidas despedidas, com o entusiasmo do resultado ser uma excelente reportagem.

Diário de observação. 19 de julho de 2024. Reunião dos consultores juniores

Às 18h30 deu-se início, por Zoom, à segunda reunião anula dos consultores juniores da *Visão Júnior*. Esta contou com a participação da investigadora, da editora, da diretora-executiva e de 16 crianças, totalizando 19 participantes. Dos 39 consultores de 2023-24, estavam presentes menos de metade.

No início da sessão, a editora solicitou uma espera de cinco minutos para possibilitar a chegada de outros consultores que não haviam confirmado presença ou poderiam se atrasar devido ao período de férias. A mesma questionou quem esteve presente na última reunião e os novos participantes apresentaram-se, mencionando o nome e o local de residência. Curiosamente, um dos consultores estreantes era de nacionalidade norte-americana, mas esforçou-se para falar em português. De seguida, a diretora-executiva pediu desculpa pelo atraso na publicação das revistas, explicando que a empresa, Trust in News, enfrenta dificuldades financeiras e logísticas. “Em circunstâncias normais já estaríamos a fechar a edição de agosto e só estamos agora a fechar a de julho”, comentou. Reconheceu que os pais dos consultores provavelmente estão cientes das notícias sobre a empresa e explicou que, embora as revistas estejam a ser entregues com atraso, a equipa está a fazer o possível para normalizar a situação até setembro do corrente ano. A diretora ofereceu-se para responder a dúvidas sobre o assunto: “Alguém tem dúvidas sobre este assunto? Nós fazemos a revista, somos jornalistas, e depois há a empresa que tem uma estrutura que nós não sabemos tudo, mas podemos perguntar”. Um consultor perguntou se os problemas estavam relacionados com questões salariais e a editora esclareceu que eram problemas financeiros, conforme já explicado pela diretora.

A diretora-executiva também informou que a edição de junho sobre os Jogos Olímpicos ainda não estava disponível nas bancas, mas os assinantes já a tinham recebido *online*. Contudo, a editora lembrou que nem todos os consultores são assinantes, mas que iria revelar o resultado. Posto isto, compartilhou a tela do computador, onde se avistou o programa de paginação, com a capa e as páginas da edição de julho, indicando que idealmente seria mostrar na redação, mas cada consultor vivia em um local diferente. Explicou que cada quadrado era uma página e à pergunta da consultora “Porque tem umas cruzes nas páginas?”, também esclareceu que é um sinal de paginação para indicar que as páginas ainda não estão terminadas. Outros consultores leram em voz alta os nomes das secções enquanto se exibia a edição da revista. A editora perguntou se “conhecem o menino que está na capa?”, somente uma consultora o reconheceu. Tratava-se do Dinis, o minibiólogo. Um outro comentou sobre a capa parecer estar com má resolução, e a editora explicou que não estava desfocada. Interessou-lhe saber se os consultores gostavam da capa e a maioria respondeu afirmativamente. Demonstrando conhecer os interesses de alguns elementos do grupo, a editora indicou especificamente uma consultora que não gostava muito de animais e o nome de um outro que, pelo contrário, gostava muito. De seguida, a responsável pela edição pediu desculpas pela falta de reuniões e pelo não envio de todas as capas nos últimos meses, explicando que a equipa é pequena e trabalha em várias revistas simultaneamente. Alguns consultores demonstraram surpresa ao saber que os mesmos jornalistas da *Visão Júnior* trabalham em diferentes revistas do grupo. “Pensei que fossem equipas diferentes a fazer as revistas”, desabafou uma criança.

Os consultores foram incentivados a compartilhar as suas opiniões sobre os temas das edições anteriores. Foram mencionados interesses diversos, desde a secção “Factos Loucos” até entrevistas e artigos sobre história, animais esquisitos, música e voluntariado. Foi notado que alguns consultores não gostavam de desafios matemáticos ou de leitura de notícias, enquanto outros gostavam de rubricas como “Miúdos a Votos” e reportagens

especiais. “Eu vou logo para os enviados especiais”, “Gostei da entrevista a Alice Vieira e da revista dos Jogos Olímpicos” (da edição de junho consultada *online*) e “Eu gostei do artigo *Ao ritmo do jazz*” (edição de Maio consultada em papel) foram alguns dos comentários. A edição de abril, com o título “A escola no tempo dos teus avós”, foi muito elogiada e inclusive uma consultora, a frequentar o terceiro ano de escolaridade, informou que veio a servir, em sala de aula, para a elaboração de um trabalho sobre essa data comemorativa. A equipa da *Visão Júnior* demonstrou contentamento por esta iniciativa. “Eu queria dizer que gosto da nova parte sobre a cidade das pessoas”, reconheceu a consultora responsável pela secção “A minha Cidade” da edição de maio de 2024, a qual foi dedicada a Aveiro. Após esta referência, a editora lembrou que os interessados, podem escrever sobre as suas terras e enviar por *email*.

“Gostavam que tivessem mais notícias na revista? Ponham dedo no ar”, perguntou a editora. Todos colocaram o dedo no ar, menos duas crianças. Mediante esta resposta, a diretora-executiva explicou que as notícias tratam de assuntos diversificados e quis saber “Se não lêis notícias, o que lêis na revista?”. A consultora respondeu “Factos Loucos e Curiosidades”. “E os restantes consultores, costumam ler as notícias?”, continuou a questionar. “Sim”, ouviu-se.

O tema que dominou os minutos seguintes da reunião foi o “Miúdos a Votos”. Algumas crianças partilharam as suas experiências nas escolas enquanto participantes desta iniciativa.

Durante a sessão, foi ainda discutido o interesse por temas futuros e sugestões de melhorias. A editora encorajou os consultores a enviarem ideias por *email*, que tendo sido algumas adiantadas no momento: entrevistas a jogadores de futebol, sugestões de filmes, reportagens sobre as profissões e diferentes culturas e costumes, viagens os consultores e mais repórteres juniores. Houve a preocupação em explicar que nem sempre é fácil dar seguimento a algumas sugestões, como, por exemplo, aceder aos jogadores de futebol das equipas principais, nem tratar de filmes dos Óscares se não são recomendados para a idade dos leitores da revista, bem como há assuntos que são mais indicados para o *website* do que para a versão em papel, como as viagens realizadas pelos consultores.

Ao longo da reunião, percebeu-se que os consultores conseguiam diferenciar os géneros jornalísticos. Em uma das sugestões, denotou-se apenas uma confusão quando um consultor pediu para realizar uma entrevista para a secção “Repórter Júnior”. A diretora-executiva perguntou quem seria a figura entrevistada e a criança respondeu: “Fiz um *workshop* no Teatro do Barreiro e quero fazer entrevista desse sítio”. “Então não é entrevista, mas sim uma reportagem sobre o sítio, as pessoas, o que fazem...é isso?”, esclareceu a editora. O consultor concordou.

A editora lembrou-se que ainda não tinha parabenizado o vencedor do passatempo da Nintendo Switch OLED, presente na reunião, elogiando o seu excelente trabalho.

Para finalizar a reunião, a editora solicitou sugestões de temas relacionados ao regresso às aulas, como a integração numa nova escola, as amizades ou os testes, e informou que a próxima reunião seria em setembro. Também avisou que “a partir de outubro deixam de ser consultores, mas podem candidatar novamente”. Agradeceu a participação de todos e desejou boas férias. A diretora-executiva reforçou os votos de boas férias, e os consultores despediram-se em grupo. Passavam 22 minutos das 19h quando se encerrou a reunião. Ao longo deste tempo, a editora, a quem coube a moderação da reunião, demonstrou gratidão após cada intervenção dos consultores, valorizando as suas contribuições e denotava-se o seu cuidado em dar a palavra a diferentes consultores, incentivando especialmente os menos participativos. Neste momento de observação, a investigadora também assumiu o papel de observadora no processo de participação da filha, enquanto consultora e repórter júnior da revista

Diário de observação. 26 de julho de 2024. Edição, paginação, fecho da capa e páginas interiores

Esta observação não estava previamente planeada. Desde maio, as edições da *Visão Júnior* têm sido concluídas e distribuídas com um mês de atraso, o que impossibilitou a programação de compromissos para acompanhar a edição e o fecho da revista. Além disso, a equipa tem adotado o regime de teletrabalho. Contudo, devido ao contacto mantido com a editora, esta reconheceu a relevância destes momentos para o estudo de doutoramento e, sabendo que o período estabelecido para esta etapa findava no final do corrente mês, telefonou à investigadora no dia anterior. Explicou que tanto ela quanto a editora gráfica estariam em teletrabalho, e que, embora não fossem as condições ideais, poderia organizar-se por videochamada para observar ao fecho de algumas páginas. Mais este momento de observação não foi desperdiçado e, no dia seguinte, às 16h, reuniu-se via Zoom com os dois membros da equipa, cada uma em sua residência. Tratava-se de finalizar a edição de julho, que deveria ter sido enviada para a gráfica na última semana do mês anterior. Estava-se a trabalhar contra o tempo, e a editora gráfica informou que já havia adiantado a paginação de várias páginas desde a manhã.

Notou-se um trabalho muito individualizado na edição à distância, facilitado pelo programa Studio, compartilhado entre a equipa. Cada uma desenvolve a sua tarefa, reunindo-se *online* apenas para resolver questões complexas ou de detalhe e para finalizar páginas.

A editora informou a pesquisadora que se iria finalizar a capa, mas que esta não seria enviada para a gráfica, pois necessitava ainda da aprovação final da editora-executiva, que só retornaria de férias na segunda-feira. A editora gráfica partilhou o ecrã, explicando que iria trabalhar em dois monitores alternadamente, utilizando o Adobe e o Studio.

A capa destacava o Dinis, o minibiólogo, que a investigadora teve a oportunidade de observar em reportagem em Vila Nova de Gaia. A editora gráfica explicou que a imagem de capa era uma montagem de duas fotografias, uma vez que, numa, o rosto estava desfocado e, em outra, a distorção estava na rã que segurava. “Pedi ao departamento de imagem que juntasse as duas no Photoshop” (para edição de fotos), esclareceu. A editora elogiou a ideia de ter acrescentado o som da rã em balão.

Ao passar para as chamadas de capa abaixo da foto de Diogo, a editora questionou se seria possível substituir a fotografia de Ana Mark no canto inferior esquerdo por uma outra com a repórter júnior, para dar visibilidade à criança. A editora gráfica compreendeu o pedido, mas manifestou dificuldade em encontrar espaço para a imagem e o título, que ocupariam três linhas. No entanto, após procurar outras fotografias, encontrou uma e começou a recortá-la. Isto obrigou a reorganizar o espaço destinado a este tema, bem como o espaço adjacente sobre um jovem jogador de futebol espanhol. Foram necessárias várias tentativas para encontrar um título adequado ao espaço reduzido, mas após aproximadamente cinco minutos chegou-se à solução final. A capa estava pronta para aprovação.

Passou-se à secção “Ideias” com o artigo intitulado “Arte na Natureza”. As páginas já continham o conteúdo, mas de forma desorganizada, o que levou a editora gráfica a alinhar os quadrados do passo a passo da atividade. Mais uma vez, houve falta de espaço. Para animar a página, colocou-se uma caixa de texto com fundo azul, mas a editora alertou que essa cor já estava presente na revista, devido ao artigo da UNICEF. Optou-se então pelo verde. As legendas das imagens foram escritas posteriormente, ditadas pela editora à colega. Mais uma dupla de páginas finalizada. A página seguinte era a continuação da mesma secção. A editora também considerou a disposição estranha e pediu para alterar a

posição das imagens e para ‘limpar’ um detalhe da fotografia superior. Era uma página mais complexa, pois continha uma imagem de destaque na horizontal e três verticais acompanhando a coluna de texto. Isto levou a ajustamentos na mancha da página. A editora perguntou se seria preferível colocar três legendas ou apenas uma. Ficou satisfeita ao saber que bastava uma, o que lhe era mais conveniente. Faltava apenas inserir um elemento gráfico no “Para veres outros trabalhos”, que acompanhava a página do Instagram da protagonista do artigo. Também não foi fácil encaixar isto no espaço limitado pelas colunas das legendas. Antes de fechar as páginas, confirmou-se se as fotografias estavam creditadas.

Após isso, a editora informou que só faltava fazer o sumário, mas, para sua surpresa, a colega respondeu que já o tinha feito e mostrou a página correspondente. Não só havia colocado o texto, mas também preenchido a página com elementos gráficos, que foram muito elogiados. Passaram para a ficha técnica, que também já estava atualizada. Nesta edição, só foi necessário retirar o nome do ilustrador, pois foi a editora gráfica quem criou os elementos gráficos para as páginas necessárias.

Depois de atualizar o ficheiro no programa, não havia mais nada a fazer nesse dia. Faltavam conteúdos, mas só estariam disponíveis na segunda-feira. Assim sendo, decidiram mostrar à investigadora a revista, o que já tinha sido feito e o que ainda faltava. Dedicou-se mais tempo às “Notícias”, pois uma fotografia chamou a atenção da editora. “Temos um senhor idoso numa revista para crianças? Não se arranja uma fotografia com o Rubik, mas com crianças a brincar com os cubos?”, questionou. “Eu já sabia que me ias dizer isso, mas coloquei de propósito. Temos de dar espaço aos seniores nesta revista, nunca aparecem”. Foram passando as páginas das secções, e em algumas despertaram comentários: no “Intruso”, que tinha sido criado pela editora gráfica; na reportagem sobre o Brickopolis, devido à paginação rica em cor, e no “Factos Loucos”, uma das secções mais apreciadas pelas crianças. “Até podíamos fazer só uma revista com factos loucos”, esclareceu a editora. Visualizaram-se outras páginas até chegar à secção “Curiosidades”, a qual teria de ser substituída por publicidade. A editora informou que as secções “Vamos rir” e “Jogos”, as quais tinham sido feitas pela editora gráfica e pelo conselheiro editorial, passariam a ocupar duas páginas, pois as histórias do Cabo Lince deixariam de ser publicadas, a pedido do autor. Posto isto, não havia mais nada a fechar durante esta semana. A reunião demorou uma hora.

Embora as condições não fossem as ideais para uma observação numa redação, foi igualmente importante para registar o processo de paginação e edição nestas condições atípicas, compreendendo como a equipa se adapta a estas circunstâncias laborais. E, mesmo com a distância, foi notória a colaboração entre as duas colegas.

Apêndice F: Documento da Comissão de Ética



Universidade Fernando Pessoa

*Do conhecimento à alma e
origem(a).*

Exmo. Senhor
Prof. Doutor Pedro Reis
Diretor da FCHS

21.07.2022

Nº	Data
FCHS/JEM – 315/22	19 de Julho de 2022

Exmo. Senhor Professor Doutor,

A Comissão de Ética apreciou o projeto de 3.º ciclo de estudos em Ciências da Informação - Especialidade de Jornalismo e Estudos Mediáticos, apresentado por Ana Cátia de Sousa Ferreira, intitulado "Jornalismo Infantojuvenil: construção especializada e segmentada para crianças contemporâneas – rotinas produtivas da *Visão Júnior* e *Radar XS*".

Os objetivos do estudo são: identificar o jornalismo infantojuvenil enquanto prática jornalística, através do conhecimento e da compreensão do modo como é produzido este elemento promotor da construção social da infância contemporânea, e as dificuldades observadas nesses processos.

A partir deste objetivo principal foram estabelecidos quatro objetivos específicos:

1. estabelecer um conceito operativo do jornalismo infantojuvenil;
2. inventariar e caracterizar os dois produtos nacionais de jornalismo infantojuvenil em estudo quanto aos temas, linguagens e processos produtivos;
3. identificar e problematizar a representação de infância contemporânea que emerge desse jornalismo;
4. observar as relações de complementaridade entre os produtos jornalísticos analógicos e os digitais para crianças.

O estudo é pertinente. Visando identificar o jornalismo infantojuvenil enquanto prática jornalística, através do conhecimento e da compreensão do modo como é produzido este elemento promotor da construção social da infância contemporânea, e as dificuldades observadas nesses processos. O projeto está estruturado de uma forma que respeita os princípios éticos na investigação, nomeadamente, a participação livre e esclarecida, explicitada no formulário de consentimento informado e na forma de os participantes acederem ao mesmo. Os guiões de entrevista são pertinentes para o tema e adequados aos potenciais participantes.

Deste modo, a Comissão de Ética considera nada haver a opor quanto à realização deste estudo.

Com os melhores cumprimentos,

A Presidente da
Comissão de Ética da UFP

Inês Lopes Cardoso
Inês Lopes Cardoso



Fundação Ensino e Cultura "Fernando Pessoa"

NºPC: 512 057 852 - Reg. Comercial nº 28 Conservatória do Registo Comercial de Porto

UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA (HISTÓRIA) (FACULDADE DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA) (FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS)
Praça 3 de Abril, 340 - 4200-004 Porto - Portugal - T. +351 22 567 1516 - www.ufp.pt - geral@universidadefernandopessoa.pt

(FACULDADE DE CIÊNCIAS DA SAÚDE) Rua Carlos da Maia, 236 - 4200-150 Porto - Portugal - T. +351 22 567 4636

ESCOLA SUPERIOR DE SAÚDE FERNANDO PESSOA

Rua Delfino Maia, 234 - 4200-259 Porto - Portugal

T. +351 22 569 6371 - geral@ess.fernandopessoa.pt

Apêndice G: Transcrição das entrevistas com as direções e coordenações do *Radar XS* e da *Visão Júnior*

ENTREVISTA ANDREA BASÍLIO, EX-COORDENADORA DO *RADAR XS*. DATA: 26 DE ABRIL DE 2023.

Qual é o lugar do *Radar XS* no jornalismo para crianças?

Andrea Basílio - Sabemos do problema de visibilidade do programa com o próprio Zig Zag. É visível, mas depois as crianças acham que o Zig Zag é apenas para o pré-escolar. Temos várias vulnerabilidades e fragilidades. Inevitavelmente pelo fato de estarmos em apenas um canal, sermos um *slot* dentro da RTP2, a qual tem a maior parte dos programas dedicados aos adultos. As crianças indo lá e não estando a dar conteúdos para elas rapidamente nos abandonam. Mas valorizam quando se cruzam com os nossos conteúdos, mas o próprio *slot* ter de abranger crianças com faixas etárias entre os 3,4 anos até aos 12 é por si só bastante difícil. O nosso projeto está numa terra complicada. Antes o *Caderno Diário* e outros casos faziam parte da direção da informação, mas este programa já não, porque não é uma prioridade nesta fase ter um programa com estas características e eu, como responsável pelos programas infantojuvenis, acho que é determinante ter um programa de notícias para crianças. Por isso, este programa nasceu da direção de programas. O *Caderno Diário* tinha emissão na RTP1. Este sempre foi na RTP2, porque é na 2 que está o *slot* dedicado às crianças. A 2 é sempre percebida como um canal aborrecido.

Está relacionado com o slogan “culto e adulta”?

AB- O culto e adulto pode ser divertido ou pode ser interessante. Nós é que damos essa conotação, mas tentamos contrariar, mas percebo as dificuldades. É exatamente na RTP2 que há a marca Zig Zag, embora a marca RTP seja transversal e a própria RTP1 tem também, aos fins de semana, entre 7h30-8h, um *slot* para as crianças, mas que é o prolongamento do que existe na RTP2.

Qual é a história do programa?

AB- Já é uma larga tradição da RTP, começando pelo *Caderno Diário*. Eu entrei na RTP em 2010 e por essa altura é criado o *Diário XS*. Foi continuando, até ter havido uma interrupção de cerca de algum par de anos e depois criamos o *Radar XS* em 2019. Na altura, tomei a decisão do programa ser só locução, mas era maçador. Praticamente aproveitávamos a agenda da notícia para os adultos, usando as mesmas imagens e colocando uma outra locução e com o *Radar XS* foi feito um casting para termos um pivô-jornalista. Estávamos com excesso de figuras masculinas em antena, por isso queríamos dar um empoderamento feminino. Embora, se houvesse alguém masculino também seria considerado. Os objetivos seria ter uma jovem jornalista que fosse fazer reportagens para crianças e com crianças. Tinha de haver o equilíbrio numa agenda noticiosa que marcasse a semana ou o dia, descomplicar notícias que eram para adultos e ter notícias que eram mais próximas das crianças, em ambientes escolares e outras realidades importantes e interessantes.

Em relação à exibição e ao horário, mantiveram-se sempre os mesmos?

AB-O horário flutua. Surgiu com a missão de ser uma vez por semana, às sextas-feiras, com 15 minutos. Era um apanhado da semana. Com a pandemia foi feito um esforço para se estar mais presente em antena para se dar mais informação às crianças e de alguma maneira as tranquilizar, dando informação adequada sobre o que estava a

passar à sua volta. Foi feito o esforço de ter mais dois, às segundas e quartas-feiras, e esses mais reduzidos. Como queremos tanto manter as três vezes por semana, esse esforço mantém-se até à data de hoje. Dá às 8h30 e repete às 19h. Às 8h30, porque a maior parte das crianças sai um pouco depois dessa hora para ir para a escola. É difícil conciliar todos os horários. O *Radar XS* está pensado para as crianças do primeiro ciclo e segundo ciclo. Na RTP2 começamos com um programa para o pré-escolar e vai-se crescendo até ao *Radar XS*.

Quantos são na equipa?

AB- Temos três pessoas que são o núcleo duro. Depois temos uma equipa que é o produtor, realizador, operadores de câmara, editores, mas são pessoas que trabalham connosco, mas também em outros programas.

A jornalista-pivô teve formação em jornalismo infantil?

AB – Não há formação. Há uma lacuna em Portugal, que é como é que escrevemos para crianças. Quem consegue fazer bom jornalismo para crianças, consegue fazer para todos. A grande dificuldade é recrutar bons profissionais que valorizem e não considerem menor o jornalismo para crianças. Não dá mérito. Há preconceito em relação ao jornalismo para crianças. Há jornalistas que acham que trabalhar neste tipo de projetos é algo que não lhes traria grande reputação, bem como se não deveria aflorar determinados temas. Os próprios jornalistas perguntam: “Vamos falar mesmo da guerra?” Sim, vamos falar, porque as crianças já estão expostas às notícias. Não vamos almofadar a realidade nem a tornar mais colorida, também não queremos causar ansiedade. Mas vamos dar uma maneira de lhes explicar.

Qual é a maior preocupação na agenda?

AB - Estamos a tentar sistematizar, dentro dessa periodicidade, conteúdos relativamente diferentes. À segunda-feira respondemos ou explicamos um tema, por exemplo, o que é inflação? O que é que é esta coisa da habitação?; às quartas fazemos uma reportagem com crianças e à sexta-feira temos a atualidade, as *hard news*. Esse é o objetivo, mas somos flexíveis devido às datas. Por exemplo, na próxima semana é Dia do Trabalhador na segunda-feira.

Quais são os temas que acham que mais interessa à criança contemporânea?

AB- Muda muito conforme a agenda-notícia. Por exemplo, a guerra na Ucrânia, na altura.

Qual é a maior preocupação na produção como produto jornalístico? Contextualizar, explicar de uma forma muito simples, ouvir as crianças?

AB- Temos de preparar-nos para dar uma resposta ou os dois lados. Se queremos dar resposta a criança, não as vamos ouvir, porque nós é que temos de dar essas respostas. O que é que achas da guerra do Ucrânia? Determinamos que somos nós enquanto adultos que temos de explicar algum conceito a uma criança. Só fazemos perguntas às crianças, quando achamos que estão aptas a responder e refletir sobre a pergunta que está a ser feita. Isto não invalida, por exemplo, de ouvirmos crianças ucranianas. Não vamos a uma criança perguntar o que é a inflação. Não estamos à espera de que nos diga. Mas sempre que estamos com elas, aproveitamos para perceber se estamos a abordar aquela temática de maneira adequada. Mas nem sempre há tempo para isso. É muito diferente fazer um conteúdo, neste caso de notícias para crianças e com crianças. Se a notícia versa o “mundo dos adultos”, podemos ouvir a criança se justificar, mas rapidamente as observações das crianças são utilizadas para entretenimentos dos

adultos, porque acham graça eles não saberem aquele tema. Isso não se insere dentro do programa de notícias nem em um programa para crianças, que quer dignificar, valorizar e dar a voz às crianças sobre temas com as quais elas estão familiarizadas ou estão aptas a falar. O *Radar XS* também tem a preocupação jornalística de utilizar fontes especializadas, para a criança perceber que a informação que se passa é sempre balizada por quem sabe. Isso é um pilar do jornalismo e por acréscimo é para criança. Não é pelo facto de estarmos a fazer jornalismo para crianças, que não vamos tentar ter os melhores profissionais de determinadas áreas. Muitas vezes, até fazemos *a priori* um trabalho com eles para os sensibilizar para a questão da linguagem a utilizar.

Informá-las e ouvi-las, portanto?

AB- As crianças têm o dever de ser informadas, mas com informação que seja adequada às idades e sem causar possíveis traumas nem angústias desmensuradas. Gostaríamos de fazer uma peça com criança com cancro, até para lhes dar voz. Queremos valorizá-las, mas não as queremos expor. Como fazemos isso? Isso tem de ser trabalho com pinças. Não há propriamente normas, mas um critério, que tem de fazer parte dos requisitos para ser um jornalista, ser extremamente cuidadoso e sensível e perceber quando se está a valorizar ou apenas a servir o *voyeurismo*. Queremos que as crianças se sintam empoderadas, consideradas, estando de acordo com os quatro pilares que temos no Zig Zag: informar, entreter, educar e inspirar. O *Radar XS* nasce de poder ser consumido sem mediação. Queremos que as populações mais vulneráveis e as que não têm a possibilidade de ter pais com uma literacia tão vasta, que sejam capazes de perceber o programa na sua íntegra. É preciso um jornalismo que permita perceber aquilo que está a ser tratado.

Qual é a preocupação que têm do uso da imagem das crianças, na identificação? (Em termos de consentimento dos pais nas escolas) Qual é o vosso trabalho prévio antes de ir para uma escola?

AB- Temos de ter o consentimento escrito dos encarregados de educação, além da autorização dos professores. Mas mesmo assim, avaliamos quando estamos a fazer a peça para perceber se está a ser usada para valorizar a criança, para abordar algo que possa inspirar outras crianças ou não está a fazer isso.

O que fazem com os contactos/sugestões/propostas do público?

AB- Através do programa convidamos os espetadores a enviar sugestões. Temos o *email* (mais obsoleto) e o WhatsApp. A taxa de participação não é maciça e maior parte é de professores que trabalham os conteúdos com crianças. Através do WhatsApp também são poucas. Têm peso na agenda. As crianças enviam as questões, mas esgotam-se depressa e repetem-se. Aí, enviamos um link do tema que já foi trabalhado. Por exemplo, recebemos muito sobre a pandemia e a questão da inflação. Depois há outras perguntas, que até surgiram em “Línguas de Perguntador”, que são temáticas difíceis aflorar, que não são para o *Radar XS*. Por exemplo, Deus existe? Isto não é um tema a ser de repente aflorado num programa com estas características, até porque pode ter várias leituras.

Como é a vossa relação parceira com as escolas?

AB - Estamos muito perto do contato com as escolas, de várias maneiras: quando recebemos um projeto escolar, o contacto de alguma criança ou fazemos nós a aproximação, quando precisamos de ouvir crianças ou obter informações. Também temos boas relações com a Direção-Geral da Educação e Rede de Biblioteca Escolares.

Queríamos ter mais tempo para escutar as crianças sobre os nossos conteúdos e sobre as questões que as mais inquietam e gostariam de saber. Isso é feito um pouco quando vamos fazer reportagens às escolas.

E fazer o “Repórter XS”, uma rubrica de participação infantil de curto período...

AB - Foi um passatempo lançado com a Rede de Bibliotecas Escolares. Queremos lançá-lo novamente, mas modificar os critérios, porque a realização das reportagens era feita pelas crianças com a ajuda dos professores, o que implica não só escrita, mas também captação de imagem e gravação de áudio. De alguma maneira, gostaríamos de fornecer quer o *know-how* do jornalista quer os meios técnicos.

Qual é a grande dificuldade do *Radar XS*?

AB- Gostava que esta equipa fosse mais autónoma. Ter um produtor de câmara, um profissional das redes sociais, um realizador, que só trabalhassem para esta área.

Qual é a importância das redes sociais?

AB- As nossas redes sociais estão morfas. Basicamente tiramos excertos do *Radar XS* para o Instagram. A RTP enquanto serviço público também deve estar nessas redes sociais, nem que seja para dar conteúdo com mais substância para as crianças que lá estão. Supostamente as crianças nem podem lá estar, por isso se elas estão lá, nós não fazemos mal em dar conteúdos que achamos que são mais interessantes, com mais substrato. Adoraria ter conteúdos próprios ou que não fossem apenas excertos, mas não temos equipa para “alimentar” essas redes. Isto é uma linguagem completamente diferente e é difícil as jornalistas terem disponibilidade durante a semana de trabalho. Estamos presos à multimédia da RTP, que é transversal a toda a empresa, por isso como deve calcular, embora sejamos todos muito queridos, toda a gente adora o infantil, mas nunca somos a prioridade. Sei que as nossas redes sociais estão longe da realidade das crianças. Podíamos aproveitá-las, principalmente o TikTok, para estabelecer uma relação mais próxima com as crianças e isso é um canal aberto. Sem isso tudo não consigo fazê-lo.

Quais são as perspetivas futuras para o programa? Se lhe dessem todas as condições, até onde levaria o *Radar XS*?

AB- Faria um programa diário e ter um especial no fim de semana, mas mantinha na RTP2. Achar que as coisas de conteúdo boas têm todas de transitar para RTP1, é quase desprestigiante para RTP2. Temos um problema de visibilidade, por isso gostaria de ter uma campanha de comunicação que promovesse o *Radar XS*. Gostaria de ter um especial de semana em que o painel fossem as crianças, ouvi-las em temas que lhes são próximos, da comunidade ou da escola, de maneira a “alimentar” a questão da cidadania e de empoderá-las nesse sentido. Também ter uma equipa de reportagem que pudesse ir facilmente a todos os locais do país, pois o que envolve deslocções é sempre mais complicado. Queria também uma pequena redação só dedicada ao *Radar XS*.

Como poderá ser produzida a informação para crianças no futuro?

AB- Gostaria que o jornalismo para crianças estivesse mais consolidado, mas tal como o jornalismo para adultos, tem de ser rentável, principalmente para empresas privadas, que estão dependentes da cota da publicidade. Se o jornalismo para adultos está em crise, o jornalismo para os mais novos está em crise. É preciso jornalismo para termos uma sociedade que funciona bem, mas para este ser saudável, temos de estar dispostos a pagar pelo bom jornalismo. Pelos dados que tenho, as pessoas não estão assim tão

disponíveis para pagar. O *Radar XS* tem boa audiência, mas não é tão atraente como um filme de comédia para crianças. É às 19h, porque é quando temos o nosso pico da audiência, mas se houvesse ali um programa de aventura, de uma série cómica, corria bem melhor. Se os adultos preferem ver programas como *reality show* em vez de grandes investigações ou lerem notícias fidedignas. Não me surpreende que isso também não seja passado para as crianças. O jornalismo tem de quebrar um pouco do seu dogma. Temos de aproveitar onde estão as crianças e utilizar as suas redes sociais, como o YouTube para dar notícias, mas não tem de ser de uma maneira tão rígida e tão formal. Acho que é isso que nos vai permitir estar mais próximos da realidade das crianças. Vejo lá fora casos, até da BBC, da ZDF, em que os próprios pivôs já brincam e fazem Tik Toks com grafismo giro. É aproveitar o tipo de linguagem que é mais atraente para as crianças para lhes dar notícias. O futuro passa pela inteligência artificial. Gosto sempre de abraçar a tecnologia, porque traz enormes desafios.

Mas com isso pode vir um manancial de *fake news*. Como trabalhamos isso?

AB: O Chat GPT pode ser um facilitador, mas acho que tem de haver sempre alguém a trabalhar os conteúdos em cima daquilo que é dado pelo chat GPT. É bom para fazer uma pesquisa. Mas, como se trabalha a literacia para que as crianças saibam que aquilo é fidedigno? Esse é realmente o grande desafio.

No futuro, como se poderia criar um bom produto jornalístico que aliasse a tecnologia (como assistente da redação)?

AB- Somos jornalismo televisivo e muito daquilo que pretendemos veicular, tem de ser acompanhado por uma imagem. E se conseguisse fabricar imediatamente através da IA essa imagem, de uma maneira muito mais interessante do que aquela que estou a veicular agora? Estamos presos ainda ao analógico e com a câmara temos a necessidade de dar conceitos mais abstratos e metáforas visuais. Por exemplo, na guerra do Ucrânia, podia pedir à inteligência artificial para colocar uma batalha de xadrez, com os russos de um lado e os ucranianos do outro e ainda a comunidade internacional. É de aproveitar o potencial dessas ferramentas para ajudar o nosso trabalho e termos mais tempo para aquilo que é importante, que é construir um bom texto com boa informação.

O jornalismo infantojuvenil pode ser uma boa ferramenta para a literacia?

AB- Sim, claro. Mas parece que estamos sempre a querer que as escolas tenham obrigação de fazer mais... estamos a exigir muito aos professores. Literacia mediática, são os professores. Literacia financeira, são os professores. Cidadania, são os professores.

Como é a base de sustentabilidade? Como encara o peso de ter de conquistar audiências em simultâneo com o dever de prestar um serviço público?

AB-É difícil a viabilidade económica para o jornalismo infantojuvenil. São um milhão e 300 mil crianças, com faixas etárias entre os 0-14 anos só em Portugal. Para os privados não é economicamente viável. O orçamento dedicado à cultura é 1% do orçamento de Estado. Porque já nem está dentro do orçamento do Estado, porque a RTP ainda é financiada quer pela publicidade quer pela taxa do audiovisual. Taxa essa que é baixíssima em Portugal, uma das mais baixas da Europa. Mas também percebo que as pessoas não estão dispostas a pagar mais pelo serviço.

Muito obrigada pelo seu tempo.

ENTREVISTA JOÃO BARREIROS, ATUAL COORDENADOR-GERAL DO *RADAR XS*. DATA: 2 DE JULHO DE 2024

Quais são as perspectivas futuras para a revista com a sua entrada?

João Barreiros- A RTP fez há sete meses uma mudança substancial que é uma mudança organizativa, que tem em linha aquilo que está a acontecer no resto dos nossos parceiros europeus. É manter as áreas verticais e responsabilidades dos canais, mas paralelamente tem um eixo que atravessa os diferentes canais. Ou seja, agora há o responsável pela ficção na RTP (não sou eu), há um responsável pelo desporto e há um responsável pela atualidade jovem. Estaremos nos canais, onde fizer sentido, que pode ser na RTP2 ou RTP1. Pode ser em vários sítios. O *Radar XS* já existia e estamos a tomar conta disso. Mas o *Radar XS* é só uma das peças. Portanto, temos de ver onde é que os miúdos destas idades estão, do que é que necessitam e tentar colmatar alguma necessidade que exista aí.

O João antes de assumir esta esta função, estava na RTP Ensina. É um longo percurso à volta do infantojuvenil.

JB- Sou o responsável da área da atualidade jovem que inclui toda a atualidade dos 8 aos 24. A faixa etária do *Radar XS* é 8 aos 12. Tenho mais coisas. Sou diretor da RDP Internacional na rádio e sou responsável também de toda a área de educação.

Há, quanto tempo?

JB-Lançamos o Ensina há 10 anos.

Com todas estas alterações e tratando-se de um programa informativo, não fazia mais sentido, até porque trata-se de uma estação pública, o *Radar XS* estar ligada à direção de informação?

JB-Não tenho resposta para isso. Ou melhor, tenho resposta, na Europa, há sítios onde isso não acontece e há sítios onde acontece. Naturalmente, enquanto jornalista, acho que fazia todo sentido, mas é só uma percepção, como as direções de informação olham para estes públicos.

Quer mudar a identidade do *Radar XS* com novas áreas de intervenção?

JB-Sinceramente, daquilo que queremos fazer não está nada feito, por razões que tem a ver com o funcionamento do próprio programa. Não faz nenhum sentido, gravarmos à quinta para passarmos depois na semana seguinte. Este método de produção tem de ser completamente alterado e isso demora mais tempo e estamos a tentar fazer uma transformação na forma de produção do programa. Temos o maior estúdio da Europa, em termos de jornalismo infantil, e temos a menor maleabilidade da Europa. Portanto, este é um problema absolutamente crítico e enquanto não estiver resolvido, não se consegue fazer a mudança. Andamos à procura de uma lógica editorial para noticiar os resultados em França e estamos aqui a contornar, digamos assim, uma debilidade que é logística. Portanto, tenho de ter um estúdio mais pequeno. Não me importo de não ter aqui as crianças em estúdio. Agora tenho de o ter disponível todos os dias e tenho de ter uma equipa que não faça isto nos intervalos da programação adulta, porque é isso que está a acontecer neste momento aqui.

A equipa é pequena?

JB- Não, a equipa do *Radar XS* para gravar devem ser umas 20 pessoas, não é uma equipa pequena. Isto faz-se com quatro ou cinco. A RTP quer fazer com um iluminador, três

câmaras, uma régie com uma anotadora, que serve para programas mais complexos. Para programas como o *Radar XS* não é necessário, em princípio, uma anotadora. Portanto, fazemos da forma tradicional da RTP. Temos de encontrar formas mais ágeis para fazer.

Mas mantendo o núcleo duro das três meninas?

JB- Há ainda uma coordenadora-operacional. Somos os dois coordenadores da atualidade de jovem. Ela está mais em cima do dia-a-dia. Em relação às três pessoas da equipa, leva-nos aqui um problema que tem a ver com esta questão da especialização do jornalismo infantojuvenil. Não posso ter a apresentadora com 45 anos. Portanto esta é uma questão de ver as pessoas que vão ficar na atualidade jovem a médio prazo, porque a sua voz amadurece, porque a sua imagem amadurece. Portanto, o normal é treiná-las para depois fazerem funções mais adultas. Acho que isto é transitório. Para já não vamos mudar a equipa para o ano. Mas não sei, daqui a dois ou três anos já temos de mudar, até porque a própria apresentadora nessa altura já não se vai reconhecer nesta figura que está a desempenhar e com ambição de fazer coisas diferentes. Na altura, está ali com um penteado de adolescente quando já tem 28 anos.

Quanto à formação da equipa?

JB- A formação da minha equipa é contínua. Temos dado em apresentação, em redes sociais e agora vou começar a fazer técnica de escrita, porque acho que há coisas de escritas jornalística que elas necessitam. Formação sobre o ângulo da notícia. A apresentadora e a jornalista fazem aquilo tudo muito direitinho, mas fazem *by the book*. Quer dizer: hoje, as eleições de França, desse fim de semana, deram estes resultados ou os resultados do Parlamento Europeu. E aquilo que estou a dizer é não tem de ser assim, sobretudo quando estamos a noticiar seis dias depois. Porque é que não dizemos assim: o número de deputados portugueses abaixo de 30 anos é só três, vamos conhecê-los e, depois, no final dizer os resultados. Voltando à questão das mudanças: há uma estrutural na forma de produção. Precisamos de encontrar aqui um espaço para gravarmos todos os dias, portanto a ambição aqui é passamos para uma emissão de TV diária, mas, sobretudo, a ambição é que seja multiplataforma. Isto é, que estejamos nos vários sítios onde sentimos que o público está. Essa multiplataforma hoje será televisão, RTP Play, redes sociais, talvez rádio, vamos ver se temos maneira de lá chegar. Não sei se a maior parte dos nossos miúdos vão ver na TV linear. Há um público que é para manter, não vamos prescindir do linear. A audiência é o acumular de tudo, dos pontos de contacto. O que é importante é: ser multiplataforma, ser um contacto permanente com os miúdos e haver uma abordagem diferente no conteúdo, com mais ritmo, peças mais curtas, porque a edição demora muito tempo. Ou seja, o que acontece é estamos quase meio-dia para fazer edição de uma peça, quando preferia que houvesse mais assuntos mais curtos e presença nas escolas. Há mais mudanças para fazer.

Encontra dificuldades na produção do programa por estar na RTP2? (o conteúdo é maioritariamente para adultos ou encontram um programa infantil do Zig Zag?)

JB- O meu ponto é que o *Radar XS* não é um programa de televisão. A mudança vai ser que não é um problema de televisão e até admito perfeitamente que, dentro de algum tempo, não seja mesmo de televisão. O *Radar XS* é um ponto de encontro com este público, que por acaso também está na televisão. Portanto, sendo uma questão, não é crítica para nós, temos de resolver onde é que o público está, mas tradicionalmente a RTP2 é a televisão das crianças no universo RTP. Temos muito que mudar sim.

Estamos a tentar encontrar um novo espaço cá dentro e equipas que fiquem em permanência connosco. O mais importante neste momento é reformular o programa e que seja diário. Não podemos estar dependentes e reféns de uma estrutura de produção que está completamente ultrapassada, portanto temos de mudar a estrutura. O programa vai de férias, mas vamos manter ligação através das redes sociais aos miúdos.

As mudanças contemplam a participação das crianças no programa?

JB- Gostava de construir uma espécie de conselho consultivo desta área, mas com adultos, com crianças não sei, tenho de ver como é que isso se pode fazer. Até porque, tenho a responsabilidade, além do 8-12, estou a construir produtos para as gerações a seguir. O mandato é fazer coisas dos 8 aos 24. Como é que entregamos conteúdo informativo dos 8 aos 24? São públicos completamente diferentes.

Mas esse público, já não gosta de ver jornalismo para adultos?

JB-Não. Não digo que não haja um grupo de público que veem. O telejornal das 8 caiu muito em termos de consumo nestes últimos anos, mesmo para os adultos. Já não são a “missa” de alguns anos. As pessoas chegam às 8h da noite e sabem quase tudo. Este público informa-se noutros sítios.

Retomando os outros programas...

JB- O 13-17 ainda não se construiu nada, mas há de ser uma coisa nas redes sociais. O 18-24, temos aqui um projeto que está a rolar, que também é um projeto europeu, mas que era outra tese doutoramento.

Vamos voltar aqui à questão da envolvimento das crianças...

JB- Linguagem e público, queria fazer um conselho consultivo que nos indicasse por onde. Em alguns casos, não concordo muito com a abordagem. É muito: então telemóveis nos pátios? E vamos sempre buscar um psicólogo. Há uma certa visão, às vezes um bocadinho paternalista, digamos assim, de alguns assuntos. Acho que isto é uma questão que tem de ser discutida dentro da equipa. Acho que temos de empoderar as crianças, não podemos dar a opinião das crianças e a seguir vem o adulto e dizer: ah, pois vocês estão a pensar tudo mal. Isto suscita muita discussão. Não é uma coisa fechada. Acho que vamos ver menos adultos no futuro e mais crianças. Estamos muito ligados ao projeto belga *Les Niouzz*. Eles têm três pivôs, e isso permite-lhes uma maleabilidade maior. Estamos nessas escolas, mas o repórter nunca aparece e queria mudar isso. Quero que o repórter apareça. Mas temos limitações de equipa. Estamos muito em Lisboa e detesto isso.

Qual é o lugar do *Radar XS* na confluência entre o jornalismo e a formação das crianças?

JB-É vantajoso eu também estar na educação, temos muitos acessos às peças do *Radar XS* através do Ensina. Neste momento, o Ensina está a fazer um milhão de artigos vistos por mês. O primeiro ciclo geralmente alimenta-se do *Radar XS*, fazendo essa conexão *Radar-Ensina*. Há coisas que as pessoas estão de facto a dar, sem ter consciência que são do *Radar XS*, porque acham que são do Ensina. Há outro lado, se calhar as pessoas podem chegar de manhã e passar o *Radar XS*, como: tomem lá as notícias do dia. Temos aqui muitas tarefas para fazer. Essa é uma hipótese que a gente tem de ver, porque pelo Ensina temos uma boa ligação com o Ministério e podemos fazer perfeitamente este caminho.

Mas volto ao início: tenho de fazer esta mudança estrutural no programa, para que depois possa ser promovido. Há dois anos que o *Radar XS* não publicava no YouTube. Estamos a colocar metadata no RTP Play, que não existia, portanto quando a pessoa chegava lá, não tinha a metadata dos episódios. Agora, já está o resumo e quando se for ao Google e pesquisar Dia da Criança tem de lá ir bater.

Qual é a maior preocupação na agenda?

JB-Essa é uma discussão semanal. Há uma componente que é explicar as notícias dos mais velhos, que não podem ser todas, mas provavelmente explicar de uma maneira menos adulta.

Quanto aos conteúdos para as crianças?

JB-Isto não é um programa de televisão e, portanto, estamos sempre a pensar na estrutura do problema de televisão. Quando aqui o problema vai ser: como é que encontramos vários caminhos para chegar a estas crianças? Mas falando do programa de televisão, que é só parte, diria que temos de ter uma parte que explique aquilo que está nos noticiários dos crescidos e depois podemos ter uma parte, mais dirigido aos próprios interesses deste público. Sobre o que é de mais interesse para eles, não acho nada, estamos a recolher estudos sobre isto e é importante termos os contactos directos com as escolas, com as crianças e os professores. Daí a importância do conselho de consultivo. Ainda temos de encontrar um mecanismo. Estamos a estudar duas soluções: uma é fazemos um *tour* sistemático pelas escolas, por exemplo, uma semana por mês e percorrer quatro ou cinco escolas e recolher a informação e feedback; outra é aproveitar as inúmeras visitas de crianças temos aqui na RTP e encontrarmos um espaço de comunicação com estas crianças e professores. Talvez as duas não estejam incompatíveis. Gostava de mostrar as iniciativas das escolas, aquilo que que as próprias estão a fazer.

E na produção como produto jornalístico?

JB- Na reunião que fizemos com os outros parceiros, sobretudo no centro do norte da Europa, falou-se muito de questões de igualdade género, em haver uma certa paridade na presença de antena de homens e mulheres, de rapazes e raparigas. Achei isso interessante. Eles levam aquilo ao limite. Por exemplo, hoje é preciso falar sobre ortopedia, hoje é um homem e amanhã será uma mulher. Eu que fiz apresentação de noticiários durante anos, nunca pensei nas coisas assim. Nunca pensei em convidar um convidado porque é homem ou mulher. Pensei sempre: qual é a pessoa mais adequada? Esta medição já falei à equipa. Gostava que o *Radar XS* fosse o modelo e que fosse analisado sob esse plano. Também tivéssemos esse cuidado de ver quantos meninos entram, quantas meninas, sem ter uma preocupação obsessiva. Mas queria um programa modelo dentro da RTP nesse plano. Por outro lado, acho que também é discriminatório estarmos sempre a falar daqui de Lisboa. A discriminação não é só de género. Queria mudar isso radicalmente.

A participação das crianças passa por levar menos crianças ao estúdio?

JB- O estúdio do *Les Niouzz* é um bom exemplo. É uma sala mais pequena, que se calhar não precisa de ter seis miúdos ao mesmo tempo, pode ter dois de cada vez. A presença deles é importante, mas também podemos estar na rua, na escola. Por exemplo, o *Les Niouzz* está na escola com eles.

Mas aí não há a dificuldade da equipa ser pequena?

JB- Podemos encontrar repórteres nas escolas. Uma coisa que não prescindo: temos de dar o país.

Pode passar por fazer formação nas vossas delegações da RTP e terem um repórter adulto a colaborar?

JB-Não vejo que tenha meios para isso, até porque não pertencemos à direção de informação. Estamos a falar de uma mudança mesmo muito grande e é curioso que, provavelmente se conseguirmos (isto pode correr mal), vamos mudar coisas dos mais pequenos que vão ter impacto nos maiores, nomeadamente na forma de produzir, na linguagem que é uma coisa que tem de mudar, a linguagem visual. Preciso de uma equipa mais próxima das redes sociais, dos planos que estão utilizados. Tudo isso não tem de ser o plano convencional. É outra coisa, tem de ser uma coisa com mais ritmo, tem de ser uma montagem diferente.

Já fizeram um estudo do perfil do vosso público?

JB-Temos alguns números, mas poucos. Na parte *online* sabemos onde as pessoas estão, mas se estão a ver com adultos ou sozinhos, isso já não sabemos. Há muito para fazer e precisamos de dados. Até porque os grupos são muito heterogêneos. Há verdades que são claras, uma delas é que eles são todos aspiracionais. Mostrar-lhes modelos é bom, gente mais velha do que mais nova, isto é, entre um apresentador de 8 ou um de 12, eu vou por um de 12. Aquilo que sinto na análise do programa, é que há muito adulto a falar e os miúdos que falam, fazem-no por graça. Mas isto não é geral.

Muito obrigada pelo seu tempo.

ENTREVISTA JORNALISTA-COORDENADORA, *RADAR XS*. DATA: 29 DE JULHO DE 2024

Qual é a missão do jornalismo infantojuvenil? Deve ser encarado como um jornalismo de serviço público ou ter a visão de apenas informar?

Jornalista-coordenadora- Acho que o jornalismo infantojuvenil tem de se cruzar com a missão de serviço público. Sem dúvida, que tem de passar por estar próximo do público através deste órgão maior. Mas, obviamente que através de serviço público também acarreta essa missão de formar. Isto não é uma opinião consensual de todo, nem entre nós. Ainda na última reunião estivemos a discutir isso. É uma das coisas que queremos discutir também em setembro, porque há quem diga que devemos dar a notícia e ponto. Eu insisto na ideia de que continuamos a morar na RTP2, continuamos a morar no Zig Zag. Acho que isso implica, além da casa-mãe, a RTP de serviço público. Isso implica algum contexto, lá está o formar os miúdos, e não apenas dar notícia por dar ou aligeirar ou repensar a forma como se faz serviço público para estas idades.

Achas que o jornalismo tradicional terá espaço para falar com crianças no futuro?

JC-Quero acreditar que sim, não sei em que meio principal. Ou seja, acho que se calhar, mesmo em papel. Acredito que seja a internet a convergir para os outros meios e não como atualmente, que não são os outros meios a convergir para a internet. Mas temos de olhar a nossa realidade. Vivemos em Portugal e aqui há realidades de crianças muito diferentes, por exemplo, o miúdo do interior. Ele pode consumir a internet, pode consumir TikTok e Instagram, mas com certeza que não será da mesma forma

de consumo como no meio de Lisboa e, portanto, aí continua a entrar a televisão. Por isso, digo que pode existir na internet e convergir para a televisão.

Como poderá ser produzida a informação no futuro para crianças?

JC- Acho que é mais importante eles terem contexto e informação independentemente. Não tenho esse pudor de ver jornalismo feito no TikTok. Acho mais importante que eles realmente consumam informação fidedigna do que não consumirem nenhum tipo de informação ou consumir informação completamente falsa.

O jornalismo infantojuvenil já é escasso: como avalias a existência destes projetos em Portugal?

JC-Como é que vejo esta continuação? Um grande desafio, claro. Por isso, acredito que a única forma é envolver diretamente o público-alvo, fazendo disto uma similaridade com as AEC's. Acho que é importante que as pessoas que estão a dar esta literacia financeira não sejam um professor sem literacia. A RTP tem uma história com jornais infantis e todos a dada altura da sua vida acabam. Sei que todos tinham uma grande diferença em relação ao *Radar XS*, que é que não tinham uma pivô. Não tinham um rosto e era tudo feito com as notícias da casa, alguém escrevia e depois alguém lhes dava uma conotação jornalística. Garantidamente que essa pessoa não tinha formação específica. Não há formação específica, não há muito interesse nesta área. Somos o último interesse de uma empresa que também tem interesses naturais em dinheiro e tem um orçamento para gerir. Estamos no fundo da cadeia das prioridades e, portanto, é um jornalismo que é feito com paixão e muito necessário. A mim particularmente surpreende-me que não haja investimento ou uma estratégia pensada há mais tempo. Pode não ser a linha principal da estratégia da empresa, em termos de orçamento, mas tem de ser uma linha principal do serviço público que tem de encontrar um caminho. O *Radar XS* tem prestígio porque é bem feito, mas não tem a importância, não é um *prime time*, não é um RTP1 e dá um trabalho descomunal. O *Radar XS* trabalha para um nicho. O Ministério da Educação tem interesse no nosso trabalho e quer trabalhar connosco. Isso é muito gratificante. No outro dia, fui fazer uma reportagem estavam pessoas no Ministério da Educação a assistir e foram as duas pessoas do ministério que vieram ter comigo no final (não as conhecia), a dizer que conheciam o projeto, que tinham muito interesse e que queriam mesmo muito trabalhar connosco. É giro e fofinho, mas não por dar bagagens e ferramentas a pessoas que a seguir são cidadãos ativos.

Qual é o teu maior desafio?

JC-A questão da autorização das fotografias às crianças não é um problema. Em termos de produção, a primeira dificuldade é termos uma equipa reduzida, somos poucas, fazemos muito, quase tudo. Se não fizermos, o programa não existe. Para mim isso é que é realmente a máquina, a força da produção. Há outro problema que é não termos uma equipa dedicada, sobretudo um editor e um cameraman exclusivo ao nosso programa, porque se tivéssemos alguém com esta dupla função, poderíamos repensar o telejornal de outra forma. Essa pessoa trabalharia diretamente connosco e estava disponível para gravar nos momentos que necessitamos, e não estarmos condicionados só a gravar à terça-feira.

Como é feita a seleção das notícias, a apuração e as fontes?

JC-Há um dia mais dedicado às *hard news*. A sexta-feira continua a ser o nosso dia de atualidade máxima, porque gravamos o programa à quinta-feira e, portanto, conseguimos que de um dia para o outro a notícia seja atual, fresca. Segunda-feira e quarta-feira são uma atualidade mais intemporal, como nós lhe chamamos. É uma atualidade que é feita da quinta dessa semana para a segunda ou terça da outra a seguir. Há aqui uma baliza de tempo que não consegues colmatar de maneira nenhuma. O programa é gravado à quinta-feira e já não há mais nada que possas fazer. Há as grandes efemérides e reportagens em escolas. Há conteúdos que são usados de forma reciclada, mas com tendência para o inferior. Maioritariamente trabalhamos com conteúdos originais. Mas tentamos que os conteúdos reciclados façam parte da atualidade da RTP, ou seja, são peças emitidas nas notícias dos adultos naquela semana. É um recurso, não é a força-mãe, que são os originais. Mas esses trazem-nos problemas em linha direta, porque se quero ter uma reportagem fresca e atual, a seguir tenho de o editar e só tenho dois dias de edição por semana. A atualidade já fica reduzida a um dia. Tudo é uma gestão complicada. Uma reportagem exige uma deslocação e acabamos por fazer sempre na mesma zona. Queremos mudar para setembro. Há abertura por parte do orçamento. O que está a acontecer menos é por sermos uma equipa pequena, e se uma de nós falha, temos de nos reorganizar de uma forma totalmente distinta. Posso ir ao Porto, mas isso implica uma deslocação de dois dias. Mas não vou ao Porto só para fazer uma escola. Faço uma escola e mais qualquer coisa. É também uma questão de gestão interna da RTP.

Como é que chegam às escolas?

JC-Temos uma professora responsável de biblioteca que nos envia *emails* com as atividades que vão realizar-se nas bibliotecas das escolas na Grande Lisboa. É uma das formas de chegar a esse contacto, mas maioritariamente somos nós que entramos em contacto com as escolas. As escolas que já conhecem o *Radar XS*, às vezes, contactam-nos por *email* ou diretamente para alguma de nós as três.

E a receção de notícias por parte das crianças?

JC-Pelo WhatsApp não nos enviam com tanta regularidade, como acharíamos que isso fosse acontecer, mas no Instagram sim.

E quem são estas crianças?

JC- Não temos base de dados nem perfil dos repórteres XS, até para sabermos e não repetimos. Também para perfilarmos o tipo de pessoas que queremos e que não queremos, mas isso é feito por cada uma de nós. O número tem crescido no Instagram. Respondemos sempre e fazemos sempre esses temas, desde que alinhados com a nossa agenda editorial.

Como é a participação das crianças no programa?

JC-É preciso ter tempo para preparar as crianças para a participação em termos produtivos e, por vezes, não se dá a devida importância nem se tem noção. No caso da tua filha foi uma coisa rápida, porque era uma VT, uma reportagem que ela me ia enviar. Ainda assim implicou uma preparação grande, passar-lhe a noção, ainda que muito breve, o que é que é uma estrutura de guião: tens de ter uma entrada, meio e fecho, não podes esquecer nunca de gravar tudo aquilo que tu falares... É óbvio que uma criança não tem esta ideia, porque não sabe como se faz televisão, nem como se grava uma reportagem e isto dá trabalho. Se for um programa como o especial do Dia da Criança, dá muitíssimo mais trabalho. Nesse programa, tinha duas crianças a fazer

uma participação ativa em reportagem, ou seja, foram duas famílias envolvidas semanas antes. “O que é que eles gostavam de enviar”? Foi a primeira pergunta para cada uma delas. O Dinis adorava artesanato e queria mesmo falar sobre artesanato, mas está em Barcelos. Comecei a fazer reuniões, eu, ele e o pai, para saber como se pode falar do artesanato de Barcelos. De repente, erámos uma mini-equipa. O mesmo com a família da Mercês, que estava em Tavira, que só à terceira reunião chegamos à conclusão do que iríamos focar. Não é só dizer que se gosta disto ou se quer falar sobre aquilo. É tudo uma dança, que demora imenso tempo, paciência e perfil para o fazer. Tem de se saber perfilhar a criança certa para fazer o programa do 25 de abril, o Dia da Criança ou numa escola, por exemplo. Fizemos um programa numa escola, tive de fazer o desenho do guião, falar com os professores, que me diziam: “temos aqui na escola uma horta, fazemos compostagem, temos uma ciclovia” e depois fui progressivamente fazendo o meu trabalho. Acho que há pouca noção do quão trabalho isso dá, mas, ao mesmo tempo, como isso é interessante. Adoro, amo de paixão trabalhar estes nichos. Por isso é que acho importante as AECs, trabalhar com turmas e ajudá-las a perceber a importância do jornalismo e de fazê-lo com aquilo que eles gostam, como o TikTok. Podemos fazer dancinhas e a passar informação. É preciso é ser criativo.

Mas depois as crianças não têm acesso ao acompanhamento das peças?

JC-A crianças não têm mais acompanhamento das peças. Em regra geral, a participação da criança acaba quando envia o material, mas há exceções. Por exemplo, no programa no programa do Dia Mundial da Música, pedi a uma criança que escrevesse uma música especial para fazer o fecho do programa. À outra miúda, que era vietnamita, pedi que ensinasse palavras às crianças. O que aconteceu é que o processo de construção da canção e a forma como foi apresentada no programa, foi toda discutida até ao fim, inclusivamente *in loco* no estúdio de RTP. Ou seja, quando há um artista, quando há uma arte, digamos assim, vamos a par e passo. Quando é uma participação de dar o seu testemunho na primeira pessoa, não vou perguntar àquela criança como é que ela quer que se edite, porque muitas vezes nem sequer tem noção de edição. Isso tem de ser previamente pensado para estar alinhado numa estrutura-mãe e isso implica formação nas escolas para que sejam eles, automaticamente e criativamente, a dar o material.

E quanto às fontes especializadas?

JC- O ir buscar adultos especializados como fontes não é consensual, com tom pedagógico, com tom de finalizar. Os miúdos dizem: “eu acho isto... é muito interessante ter telemóveis” e depois vem uma especialista e uma psicóloga dizer: mas tu não podes usar telemóveis nas escolas. Isto é a voz adulta da consciência, que não é consensual. É discutível... Percebo que as vozes adultas têm de ser e devem ser as mais próximas deles. Mas depois lidamos com o outro lado, que é uma pessoa de 30 anos ou uma pessoa até 30 anos, que pode não ter a experiência profissional para acarretar a responsabilidade de ir à televisão autointitular-se como especialista em determinada área. Acho importante esta voz, porque não sinto nem nunca senti, ao longo do percurso do *Radar XS*, que o tenhamos feito de uma forma pedagógica do género: tu achas que não que deves usar telemóveis, mas eu sou adulta crescida e especialista e acho que tu não deves. E, portanto, a minha voz é que prevalece. Nós nunca fizemos isso no *Radar XS*. Damos o contexto e o outro lado da moeda. É importante validar determinado tipo de assunto com um adulto, ainda que seja novo, é especialista naquilo. Tenho conhecimento para falar sobre a sexologia, menstruação

com crianças, mas sou jornalista, não sou uma psicóloga. A idade conta para a escolha das fontes. Não escolhemos seniores. Temos de estar próximos do público-alvo.

Os critérios dos assuntos do *Radar XS* escolhidos são definidos pelos temas, proximidade local (perto para longe), protagonistas...

JC- Este público está a mudar de gostos e opiniões a cada segundo. Segundo, acho que eles não gostam de caixinhas, mas de coisas mais abrangentes. Diria que se houvesse dois grandes chapéus: temas e protagonistas, sem dúvida. Mais do que o local. O primeiro por informação, educação, contexto e a segunda por identificação. Sempre que temos uma história de repórter XS, de um miúdo que faz isto ou aquilo, é sempre um programa de sucesso. Se for uma celebridade já é “q.b.”, também já tivemos essa discussão na última reunião. Depende das celebridades. Temos essa dificuldade. Gostaria de saber quem é que são as celebridades. Podes ter uma ideia, mas é a tua. Alguém vai perguntar se ele gosta muito do Carlão ou és tu que achas? Não consigo trazer músicos portugueses a estúdio, porque há uma representação mínima de interesse e são sempre os mesmos. É um tema difícil, porque está sempre em mudança.

Voltando à proximidade das notícias...

JC- Há notícias que damos, mas sabemos que os miúdos não vão ligar muito, como as eleições francesas, porque é uma realidade muito distante de Portugal. Eles não estão nem aí e mesmo com os imigrantes. A não ser que vás diretamente ao coração, como: olha que este presidente que foi eleito decidiu que, de repente, vai ser obrigatório nas escolas isto ou vai ser possível fazer aquilo. Aí sim, tens a comunidade contigo. Agora se disseses meramente, este presidente foi eleito ou está a haver eleições, não estão interessados. A guerra é diferente.

Quais são os melhores conteúdos/temas para as crianças atuais?

JC- Damos o que achamos ser do interesse e relacionamos o assunto com o público-alvo, se não ele não fica para ver. Não sabemos de fontes nem de estudos, mas sim da nossa experiência.

Como é a feita a escolha da notícia de abertura?

JC- Abrimos o programa com o tema mais atual, mas, por exemplo, não vou abrir um programa de Dia da Criança com uma *hard news*. Antes da reestruturação era eu a fazer a escolha, agora é a editora.

Como se escreve um texto jornalístico para crianças?

JC- No jornalismo infantojuvenil não pode ser tão à regra. Temos a noção, temos as coisas balizadas. Pretendemos fazer num futuro breve uma espécie de guia de estilo. Temos os conhecimentos e as bases todas do jornalismo puro e duro, como a pirâmide invertida e outras, mas adequamos obviamente às crianças. Se não o fizermos nenhum miúdo vai ver o *Radar XS*. Depois, uma escrita de televisão: frases curtas, como se estivéssemos a falar. Assuntos que tenham a ver com guerras e políticos são escritos pela jornalista-pivô. É uma coisa que gosta particularmente. Eu assumo o papel de avaliadora ao lê-los: que leituras têm, uma ou duas? *Hard news* pura passa pelo João na versão final. Passar a guerra é inquestionável. Fazemos sempre um contexto histórico do assunto, não pode ser só dar a notícia. Tens de explicar de onde é que aquilo vem, tens de contar a história, tens de assumir que aquela criança não sabe nada sobre aquele assunto.

Muito obrigada pelo seu tempo.

ENTREVISTA CLÁUDIA LOBO, EX-DIRETORA DA *Visão Júnior*. DATA: 7 DE JUNHO DE 2023

Qual é a história da *Visão Júnior*?

Claúdia Lobo- O projeto nasceu há quase 20 anos, a partir de várias questões que foram colocadas na redação: as crianças não leem, será verdade? E porquê? O que está a acontecer? Percebemos que na área que trabalhávamos não havia, na altura, nenhuma publicação para crianças. Não se podia dizer que as crianças não leem, se não há oferta para elas. A revista começou por sair como um suplemento de verão da *Visão*, que é necessário para aumentar as vendas. O sucesso foi tão grande, que a própria administração pediu-nos para continuar a revista. Percebemos que havia um público e um espaço. Temos também um site. Desde o início queríamos organizar coisas com as escolas. Todos os anos tem havido projetos diferentes. Nos últimos sete anos temos os “Miúdos a Votos”. O projeto teve uma dimensão tão grande, tal como aconteceu com o início da revista, que pediram-nos para não acabar com essa iniciativa.

Quantos são na equipa?

CL- Nós somos duas. A tempo inteiro está a editora da revista. Não estou a tempo inteiro, porque tenho a revista *Visão História*. O resto dividimos com os meios da *Visão*: a paginação, a fotografia e os próprios jornalistas. Qual é a nossa vantagem aqui? Se é preciso escrever uma notícia sobre a guerra do Ucrânia, que é algo complicado, posso pedir ao editor do internacional para a ler e ver se ao simplificar não estou a desvirtuar o assunto. Recorremos a essas pessoas para nos ajudarem a fazer a revista. Às vezes há debates internos da equipa que fazem a revista com outros colegas da redação sobre temas. Achas que é possível explicar isto? Achas que o teu filho gostaria de ler isto? Trocamos muitas impressões com o resto da equipa. Há um núcleo central, que inclui uma pessoa importante. É professor primário, fez uma pós-graduação em Jornalismo e foi nosso estagiário. É ele que escreve sobre os livros para revista, mas ultrapassa em muito isso. Há outra pessoa, que antes escrevia sobre história na *Visão Júnior*. É jornalista formado em História e que fez muitas coisas para o público infantil.

Qual é a participação das crianças na edição/programa?

CL-A participação das crianças é uma estratégia. Temos no nosso estatuto editorial, que pretendemos promover a criação de uma nova geração de leitores de jornais. Os jornais sempre investiram na criação de novos públicos, desde o princípio do século, nos jornais mais populares, regionais e nacionais, como *O Jornal de Notícias*, *O Primeiro de Janeiro* e *O Diário de Notícias*. De repente, desapareceu completamente do próprio jornalismo. No meu entendimento está relacionado com as mudanças no modelo de negócio dos jornais. Depois vieram os gurus dizer que o futuro era a questão das telecomunicações e aqui entrou a internet. Aí o desinvestimento foi total. Na *Visão Júnior* vamos buscar essa antiga tradição, que não era só da imprensa portuguesa, mas também lá de fora, para, através de secções, fazer o caminho de formar leitores. Antigamente até era visto do âmbito comercial. Era o jornal para ler toda a família. Tinha as notícias, receitas de cozinha, palavras cruzadas e um cantinho para as crianças. A verdade, é que isso aproximava os miúdos dos jornais, mas há uns anos para cá eles borrifaram-se para isso. Portanto, nós próprios jornalistas e nós enquanto a área de negócio, deixámos de apostar na criação de novos leitores e isso foi um erro crasso. Escrevi há pouco tempo um livrinho sobre o *Diário de Lisboa*.

Tinha um suplemento que começou por ser para crianças e depois se tornou numa referência, onde toda a geração que hoje tem 70 anos começou a escrever. Desde o Eduardo Prado Coelho, a Diana Andringa, e outros escreveram naquele suplemento do *Diário de Lisboa*. Estava a ver aquilo e tive o “baque”: em 1960 estavam a fazer a mesma coisa que estamos a fazer agora. O *Diário de Lisboa Juvenil* foi criado 1957. Tinham também um grupo de consultores, faziam visitas à redação e tinham conversas entre os leitores.

Há mais alguma forma dos jornalistas se ligarem ao público?

CL-Há ainda os consultores. Isso é outra vertente da revista, que está presente desde o início da revista: a participação dos miúdos. Uma revista não deve ser só feita para crianças, mas também ser feita pelas próprias crianças. Há cerca de 12 anos fizemos um número inteiro da revista só com textos dos leitores, editados por nós, como é óbvio, e xecados em termos da informação. Um artigo sobre corpo humano, um sobre ciência, um sobre o ambiente. “O que é que tu gostavas de escrever?” e as escolas proponham-se a trabalhar, por exemplo, sobre o corpo humano. Mandavam as ideias e escolhíamos. Infelizmente não foi possível fazer mais este projeto, porque é uma soma de recursos humanos e financeiros.

Qual é a maior dificuldade da revista?

CL-Há redução da tiragem, tal como nos jornais. Acompanhamos a queda da imprensa, que é bastante significativa. Os jornais não recuperaram no pós-Covid. Além dessa dificuldade, o maior desafio é termos meios limitativos. Por exemplo, apareceram aquelas crianças da Colômbia. Aquilo seria tema do site da *Visão Júnior* para fazer em cima do acontecimento. Não tivemos meios e fizemos na revista. O site não reflete a nossa linha editorial. Além dessa dificuldade de meios que é bastante acentuada, o maior desafio é saber o que pode interessar aos miúdos. Daí, a colaboração dos consultores, que gostaríamos que fosse mais participada, mas também não temos meios para isso. Também a escolha dos temas. Temos grandes debates internos sobre se um tema deve ou não estar na revista.

Qual é a maior preocupação na produção da revista?

CL-Nem eu nem a editora temos formação nessa área e com pena. Temos é algumas regras que tentamos seguir, as mais genéricas do jornalismo e depois outras mais específicas, como escrever frases curtas, períodos não muito compridos, não usar palavras pequeno, pequenotes, diminutivos. Usar a terminologia dos jornalistas, como menores, é estereotipada. A Lídia Mâropo trata dessas questões e de outras, como a ética. A certa altura, foi uma ajuda muito boa para nós. Ela mudou a nossa perspetiva sobre algumas coisas. O que tentamos fazer é olhar para o mundo como se fôssemos uma criança, ou seja, e não o olhar estigmatizado do adulto neste tipo de coisas, sobretudo na linguagem. Mas temos colegas da *Visão* a escrever para a *Visão Júnior* que não pensam nisso. Muitas vezes consultados especialistas. Por exemplo, o assédio sexual na igreja. Tivemos na dúvida e acabamos por não fazer nada. Mas como é que fazemos isto? E o que é que se faz? Temos de ouvir várias pessoas. A questão sexual é difícil. Há uns anos fizemos um artigo sobre a Joana que foi morta pela mãe. Recebemos a carta de uma avó a dizer que ia deixar de assinar a *Visão Júnior*, porque fizeram esta notícia e não deveriam. Há assuntos que temos de debater algumas vezes. Neste momento são as questões sobre o ambiente. Acho que nós não damos conta da quantidade de informação negativa que estamos sistematicamente a dar, o que provoca um certo stress das crianças sobre esta questão. Por isso, agora

temos cuidado com as notícias que fazemos sobre isto. Isto obriga alguma reflexão interna. Portanto, esse é o desafio que temos para lá dos meios e do número de páginas, que desde o Covid está mais pequeno. Há ainda a questão da representatividade das crianças no jornalismo. Não tem só a ver com jornalismo das crianças, mas com o jornalismo no seu todo.

Quais são os melhores conteúdos/temas para as crianças atuais?

CL- Um outro grande desafio é ouvir os miúdos, saber o que é que os preocupa e depois que temas abordar e de que forma. Não queremos colocar nada para debaixo do tapete, mas também não podemos correr o risco de, em vez de dar respostas, levantar ainda mais questões. E aí é diferente escrever para um adulto, para o qual podemos estar a levantar questões e a pessoa ficar a pensar naquilo. Para uma criança, temos de pensar se as questões que estamos a levantar causam mais inquietação, mais perguntas.

Qual a relação que existe entre este jornalismo e o seu público?

CL- O nosso foco é o direito das crianças estarem informadas. Há uma obrigação nossa enquanto sociedade de trabalharmos para isso. Mas quem é que em Portugal está a trabalhar para isso?

Qual o lugar da *Visão Júnior* na confluência entre o jornalismo e a formação das crianças?

CL-A minha experiência diz-me que é um desafio escrever para crianças e acontece isso na redação, porque, muitas vezes, nós jornalistas temos muitos vícios, então quanto mais especializada é a área mais isso acontece, muitas vezes sem dar conta. Quando se está a fazer esse exercício de escrever para uma criança, tem de se explicar tudo. Portanto, o que que nos tem acontecido é que os pais comentam que, finalmente, perceberam como funciona a Comissão Europeia ou outros temas. Isto porque se explica passo a passo, quer seja para uma criança ou para um adulto. Sou muito crítica em relação a muitas coisas que se fazem na área da literacia, nomeadamente nas *fake news* e o dinheiro que se está a gastar, as *calls*, os fundos europeus, quando a primeira coisa deveria ser a informação e não a desinformação. A primeira coisa que temos de explicar é o que nós fazemos nessa área com os miúdos e explicar: Porque é importante estar informado? O que é que aconteceu? O que acontece se eu não souber de uma notícia? E se eu não souber o que passa no mundo? Por exemplo, a informação é importante quando um miúdo quer comprar um telemóvel novo, para saber se há greve dos autocarros e não pode ir para a escola de autocarro. Temos de passar a ideia que é com a informação, que tomamos as decisões. E se estivermos bem informados, tomamos melhores decisões, para nós e para o mundo à nossa volta. Esta questão: Porque é que as notícias são importantes para mim? deveria ser o foco da literacia para crianças. A primeira coisa é pôr as crianças a lerem notícias, depois saber se o que estão a ler é o verdadeiro e terem um sentido crítico. O nosso projeto tem a ver com isso: escrever para crianças. Em primeiro lugar, na minha opinião, os professores deveriam ser formados, para a importância da informação. Porque não interessa saber como se faz uma reportagem, se os professores não leem reportagens. O foco deveria ser se o próprio professor consome notícias. Idealmente deveria haver uma ligação da *Visão Júnior* com uma parte do site só para os pais e os professores. Por exemplo, a guerra da Ucrânia tinha uma notícia mais simples, mas ainda um texto sobre a NATO ou energia nuclear, se quiserem falar nesse assunto. Contudo, a informação não está organizada nesse sentido, porque não temos capacidade.

Qual é a importância das redes sociais?

CL- As redes sociais são sorvedoras de tempo e de meios e nestes projetos pequenos, realmente é impossível ter dinheiro para este tipo de coisas.

Muito obrigada pelo seu tempo.

ENTREVISTA SARA BELO LUÍS, ATUAL DIRETORA-EXECUTIVA DA *VISÃO JÚNIOR*. DATA: 1 DE JULHO DE 2024

Tendo em conta as notícias mais recentes sobre a situação financeira da *Visão Júnior*, colocam-se algumas interrogações para o seu futuro...

SBL- Sim, o jornalismo está em crise. Os produtos infantojuvenis são, por vezes, efêmeros. A *Visão Júnior* está acoplada a uma marca maior e, apesar de tudo, é exemplo de longevidade. Apesar da situação financeira, a *Visão Júnior* continua a ser um caso de sucesso a nível editorial. A viabilidade financeira das empresas de comunicação social em Portugal e do mundo inteiro já é outra conversa mais vasta.

Quais são as perspetivas futuras para a revista com a sua entrada? Dar continuidade a um projeto de 20 anos ou dar uma nova visão à revista?

SBL- A resposta é fácil. Estas duas coisas são compatíveis. Dar continuidade, totalmente, aos princípios e valores, aos objetivos estruturais e introduzir também alguma inovação, tendo em conta as dificuldades económicas das empresas de comunicação social em Portugal. Vou-lhe dizer uma coisa que acho engraçado. Sou nova na *Visão Júnior*, mas sou mais do que velha na *Visão*. Acho que a grande âncora da *Visão Júnior* são as escolas e esse ciclo escolar precisa de uma revista mensal em papel. Isto não quer dizer que se transforme a *Visão Júnior* num manual de escolar. É nas escolas que a maior parte dos leitores tem acesso à *Visão Júnior* e, portanto, isso não pode estar totalmente ausente desta reformulação.

Qual pode ser a base de sustentabilidade?

SBL- O futuro da *Visão Júnior* e a sua viabilidade financeira está em trabalhar essa rede com as escolas e ter aí uma âncora que, de alguma maneira, nos proteja das flutuações de mercado, vamos chamar-lhe assim. A ideia é chegar ao maior número de escolas do país, mesmo que não seja em versão em papel, que seja com a versão *online*, que é mais fácil. E trabalhar sobretudo com os professores bibliotecários no sentido de desenvolver uma relação entre os alunos e a revista.

É através das escolas, que os jornalistas da revista se ligam mais ao público?

SBL- Nós temos um grande projeto chamado “Miúdos a Votos”, que tem como objetivo a literacia e a cidadania. Estamos a repensá-lo e a nossa relação com a rede biblioteca escolares, de maneira a ancorar a *Visão Júnior*, não digo de uma forma exclusiva, porque felizmente leitores que compram a revista na banca.

Qual é a maior preocupação na pauta?

SBL- Em termos editoriais, para já, vamos seguir o que se tem feito. A *Júnior* tem conteúdos mais jornalísticos e tem conteúdos mais de lazer, tal como os jornais “de adultos”. Há uma preocupação em que a *Visão Júnior* seja associada não só à escola, mas também uma forma divertida digamos de ler e de passar o tempo, digamos assim.

Isso na edição em papel é feito de forma criteriosa, ou seja, tem espaços e extensão próprios. As coisas quando são postas na capa são hierarquizadas, são tratadas consoante a sua importância e, portanto, o que é mais jornalístico é tratado dessa forma e o que é mais de lazer é tratado dessa forma. Nesta amálgama em que nós vivemos, como turbilhão de informação, esta hierarquia desaparece completamente. A ideia de hierarquia perdeu-se e saber interpretar uma hierarquia é saber ler. Um dos grandes desafios que encontro na *Visão Júnior* é a comunicação, em simultâneo, com várias faixas etárias e como é que isto se articula, como é que isto se resolve depois em cada um dos casos. Há pais e avós que decidem pelas crianças para a comprar e isso também é importante quando tomamos decisões editoriais.

Como poderá ser produzida a informação no futuro para crianças?

SBL- Para o futuro, a nossa ideia é justamente aprofundar em papel a relação que temos com a rede bibliotecas escolares, que chega todas as escolas de todo o território de Portugal, como não chega por exemplo uma banca de jornais e nós sabemos o quão desigual é o nosso território. São milhares de escolas espalhadas por todo os países e nós temos consciência de orçamento que seria necessário para fazer chegar a *Visão Júnior* em papel a todas as escolas. O que eu acho é que podemos chegar à rede de bibliotecas escolares inteira, aos sítios onde não conseguimos cobrir com papel pelo digital. Outra questão que estamos a alterar é a digital. As redes sociais tendem a acabar, por isso não parece que valha a pena fazer aí grande investimento. A tendência mundial em termos de contacto com os leitores é através de canais do WhatsApp e, portanto, se se conseguirmos ultrapassar esta fase de tempestade, diria que que temos de investir nisso mais do que propriamente as redes sociais. Há o TikTok que é muito específica das crianças. Há outra grande tendência mundial, e que isso já estamos a fazer, que é o contacto com o leitor privilegiado através de newsletters. Isso reformulamos completamente. Neste momento, estamos a fazer, de forma regular três newsletters: uma mensal, à imagem da antevisão da *Visão* de adultos, ou seja, colada à edição em papel. Tem como objetivo servir de mostra à edição em papel, sai com a edição em papel para as bancas e apresenta aos leitores, que são a maior parte das vezes o comprador, o adulto que compra. Criamos outra newsletter mensal feita pelo conselheiro com sugestões de leitura para os três ciclos associadas ao ciclo escolar. São seis sugestões para o primeiro ciclo, para o segundo ciclo e para o terceiro ciclo, com temas genéricos. Não têm de ser novidades editoriais. Depois temos newsletters especiais, como fizemos recentemente a pensar nas férias e nos tempos livres. Diria que os leitores primordiais destas newsletters são os adultos.

E qual é a importância das redes sociais?

SBL- Nas redes sociais e na internet tudo isto se dilui, tudo isto se mistura, com os riscos que isso tem. Há geração que ainda não tem cultura de ir a um site. Vêm coisa sobretudo através de links, WhatsApp ou redes sociais. A tendência é cada vez mais o WhatsApp e cada vez menos até a redes sociais. No caso TikTok para já não está previsto, porque não temos condições para isso. Era uma coisa que gostaria de fazer, mas para já não. Antes já se tinha isso como objetivo, mas não se conseguiu concretizar por falta de recursos. São precisas competências próprias e não temos uma pessoa.

Qual é a maior dificuldade na produção da revista/programa?

SBL- Temos sempre muitas ideias, mas depois barramos com a realidade e não conseguimos executar. Temos a editora, o designer gráfico, o consultor colaborador, mas só a editora está adjudicada a 100%. A revista não é isolada sem mais nada à volta, está integrada na família da *Visão*, na redação e na sua massa crítica. Portanto, quando se olha para a equipa tem de se olhar para isso também. Não sou a diretora, mas sim a diretora-executiva. O diretor da *Visão* é o diretor da *Visão Júnior* e as coisas agora estão construídas dessa maneira e, portanto, há um único diretor para todas as revistas da família *Visão*. Faço questão que ele veja sempre o tema de capa e que tenha uma opinião sobre ele. Quando se olha para a equipa tem de olhar para esta forma abrangente. Faz todo o sentido que se vá buscar colaborações em alguns temas, sobretudo quando existem jornalistas mais especializados em determinados temas que a *Visão Júnior* também trata, é o caso do desporto. Já tem colaborado alguns jornalistas da *Visão* mãe na *Visão Júnior*, como os casos da ciência, da cultura. Até a própria editora não está a 100%, escreve também para a *Visão*. Acho que isso também faz parte do sucesso da *Visão Júnior*. É ser integrada numa marca maior.

Esta experiência do jornalista especialista em desporto, do jornalismo destinado aos adultos, escrever para crianças é um dos desafios da produção?

SBL- É uma experiência muito engraçada. Os textos são sempre editados pela editora. Mas há a dificuldade de e é muito interessante ver isso, e os jornalistas encaram isso como um desafio estimulante e ao mesmo tempo com receio. Tem uma linguagem própria, difícil ao contrário daquilo que se possa pensar. Tem de haver equilíbrio, entre não tomar as crianças como sendo ignorantes, mas também ter atenção que têm uma linguagem mais reduzida em comparação a um adulto, em princípio, digamos assim, sem ser infantilizada. Todo esse equilíbrio é muito difícil de ser feito.

Já fizeram algum estudo para saber o perfil dos vossos leitores?

SBL- Que tenha conhecimento, não.

Na sua opinião, as dificuldades da *Visão Júnior* são comuns ao panorama geral do jornalismo infantojuvenil?

SBL- Acho que é generalizado do jornalismo. A equipa pequena, o investimento. Mesmo a questão, por exemplo, da digitalização e da leitura coloca-se, igualmente, para os adultos. Esta ideia de que as crianças e os jovens não leem em papel e querem tudo digitado, também se coloca para os adultos. Acreditamos que temos leitores que querem ler notícias. As crianças têm as mesmas necessidades dos adultos: saber ler o mundo à sua volta, o país e o mundo. Não acho que se possa fornecer o mesmo tipo de conteúdos a uns e outros de forma indiscriminada, mas acho que há muitos mais cruzamentos do que aqueles que à partida poderemos pensar. Equilíbrio de temas hierarquizados e depois páginas divertidas e de lazer.

Qual é a participação das crianças na edição/programa?

SBL- Queremos aprofundar todas as relações com os leitores e ter contacto permanente com os consultores. A semana passada, por exemplo, perguntamos a opinião sobre as capas da *Visão Júnior*, fazendo-os participarem no processo da decisão da edição, aproximando-os disso. Temos espaços no papel e no site abertos a textos que eles poderão escrever, por exemplo, sobre a sua cidade. Há *feedback* por parte dos leitores, aos quais tentamos responder sempre. Fazemos reuniões com os consultores. Fiz duas e é uma aprendizagem. É muito bom ouvi-los falar sobre a revista.

Qual é o lugar da *Visão Júnior* na confluência entre o jornalismo e a formação das crianças?

SBL- Eu vejo o jornalismo assim: um ato pedagógico, de serviço público. Não tenho dúvidas quanto a isso e cada vez mais, sobretudo, numa altura em que as circunstâncias são tão diferentes. Acho que é um ato resistência democrático. São tempos muito complicados. Há 30 ou 40 anos, em qualquer casa portuguesa, classe média às 8h00 da noite, o telejornal estava ligado. Havia, pelo menos, esse contacto com as notícias, ou uma síntese dos principais assuntos do país e do mundo. Hoje em dia, já nem essa rotina existe. E nem estou a falar dos jornais. Só estou a falar de uma caixinha que chega à casa das pessoas sem um ato de compra. Na altura do Covid e quando há um acontecimento continua a ser um meio primordial, como, por exemplo, agora durante o Campeonato Europeu. Mas o que eu estou a dizer, é que já nem há essa rotina. Portanto, já temos, pelo menos, duas gerações que nem a rotina do noticiário da noite têm em casa. Portanto, estamos num mundo onde existe muito a informação, aparentemente, mas onde ela está completamente dispersa e isso leva à questão das *fake news*. Só uns privilegiados têm ferramentas para conseguir organizar esse caos informativo em que as pessoas vivem e isto, na minha opinião, não corresponde necessariamente a melhor informação. Um outro grande desafio da *Júnior* está relacionado com o nosso leitor. É a criança, mas pelo meio temos adultos e esses adultos são leitores, os avós, os pais, professores são leitores? Como é que fazemos uma criança leitor, se o professor não é, o pai ou avó? Já temos aí um obstáculo.

Muito obrigada pelo seu tempo.

ENTREVISTA EDITORA, *VISÃO JÚNIOR*. DATA: 25 DE JULHO DE 2024

Qual é a missão do jornalismo infantojuvenil? Deve ser encarado como um jornalismo de serviço público ou ter a visão de apenas informar?

Editora- Desde que faço a *Visão Júnior* há seis anos, não penso na revista com uma função ou com uma missão formativa. A ideia não é formar jovens em crianças, é mesmo informá-los. Porque o formar jovens implica outras coisas que não são atributos do jornalismo. Na minha opinião, não é formar jovens é informar e foi pensada como uma revista de informação geral para crianças e jovens. Há artigos e rubricas mais viradas para o entretenimento, jogos, anedotas e tudo mais esse universo de diversão, e o restante da revista é a informação geral sobre temas da atualidade, política...

Como avalia a existência de projetos de jornalismo infantojuvenil em Portugal?

E- Não existe formação nas universidades, nem sequer há sensibilização por quem ensina jornalismo, não é falado, não é pensado, não é discutido no jornalismo na informação como um bem. Tem de ser passado às crianças que são cidadãos de plenos. É quase impossível uma criança ou um jovem ler um jornal, uma revista ou até ver os noticiários televisivos e compreender o que é que se passa a sua volta. Mas parece que ninguém, nem no jornalismo nem fora dele, acha que este é um assunto importante, que informar os mais novos é importante. Em Portugal há poucos casos. Há o *Público*, que tem feito um bom trabalho com o Público nas Escolas e outras iniciativas, sendo

um jornal diário chega a mais público do que nós e também tem uma equipa diferente, com certeza. Há o *Radar XS* e *Expressinho*, um encartado com mais entretenimento. Dentro das redações, penso que também não há uma valorização do jornalismo feito para crianças. Acho que não é muito levado a sério, mas, depois, quando são os meus colegas da *Visão* a escrever é um bocadinho complicado, ficam à toa, porque é difícil explicar. Não sabem escolher as palavras. Como é que se explica uma coisa que para nós, adultos, que já é completamente absorvida e entendida? Depois vai-se a ver e se lermos os textos que eles escrevem para a *Visão Júnior* e se lermos com os olhos de uma criança, vemos que está com buracos que têm de ser explicados. Concluem que, afinal, não é assim tão fácil. Depois de editar os textos dos meus colegas, peço para eles lerem, explico-lhes que houve bastantes alterações e peço-lhes que compreendam.

Como poderá ser produzida a informação no futuro para crianças?

E- Essa pergunta coloca-se também para o jornalismo tradicional. No momento em que ninguém vende, ninguém compra e, portanto, o jornalismo tal e qual como o conhecemos está a ser posto completamente em causa. Acho que será mais fácil se houver um envolvimento e uma vontade de levar o jornalismo às crianças, mais do que os adultos neste momento. O meio privilegiado é a escola. Esta é a porta de entrada para a informação, para o jornalismo nas crianças, que deve ser explorada. A televisão é mais difícil, com as redes sociais toda a gente sabe o que se está a passar. Os miúdos não veem televisão, usam-na para ir buscar determinado produto e é para ver os episódios da série que gostam. A televisão como nós a víamos anterior, já não existe desde que há o *streaming*.

A participação infantil na imprensa é mais fácil do que na televisão?

E- Sim, claro. Até pelos meios.

Como é feita a seleção das notícias, a apuração e as fontes?

E-Numa publicação mensal, a atualidade está desatualizada. Antes de planear a revista, debatemo-nos com um problema desde a pandemia. Desde, então, a revista ficou com menos um caderno de 16 páginas. Temos muito menos páginas, ou seja, menos possibilidades de ter temas diferentes. Quando tínhamos mais páginas, podíamos todos os meses ter um artigo sobre um país do mundo, que eles gostam muito, por exemplo. Uma vez que nunca conseguimos estar muito atualizados, por sermos mensais, tentamos ter uma secção de seis notícias, sete, depende das páginas, de várias áreas, como ciência, ambiente, política ou um prémio, por exemplo, de uma atleta mais jovem. Tentamos é que haja uma notícia de cada área. Por exemplo. Este mês temos uma notícia sobre o mais pequeno drone solar, outra sobre umas alunas do secundário que ganharam um prémio, porque inventaram uma espoja capaz de informar a mulher que está a lavar o corpo se a sua mama tem alguma alteração. Essas notícias vou buscar a outros títulos do grupo. A notícia do satélite à *Exame Informática*. Vou pesquisar o que eles têm de mais atual, que possa interessar e escrevo sobre aquilo. Isto das miúdas fui buscar a outro dos órgãos de comunicação. Vou anotando ao longo do mês notícias que considero importantes. Para a rubrica Notícias, que são breves, a preocupação é que sejam minimamente atuais e que abarque várias áreas: ciência, política, saúde, prémios, desporto, arqueologia.

E as sugestões das crianças?

E-Para as notícias não, mas para as outras secções. Os restantes temas das rubricas, os nossos leitores e consultores dão-nos sugestões, nas reuniões, nos *emails* que nos vão

enviando, com sugestões de temas e depois os outros são escolhidos por nós. Também alguns dos temas são escolhidos em função da agenda, por exemplo, agora em novembro vai haver as eleições nos Estados Unidos.

Qual é o peso das sugestões deles para a revista?

E- Temos de ter uma coisa em conta: eles fazem as sugestões, mas não fazem ideia do que um artigo pode implicar em termos de produção, o que é factível e não. Tínhamos um consultor que mandou vários *emails* porque queria fazer uma entrevista com a Taylor Swift. Ou com o Cristiano Ronaldo. Há outras sugestões que fazemos, os artigos dos países temos feito.

Qual é número de consultores?

E-Acho que temos 42 este ano. São demasiados. Há um americano que veio viver para Portugal. Nem todos são ativos. Somos poucos na equipa e há pouco tempo para eles. As reuniões deveriam ser mais regulares, com mais interação, devíamos lançar desafios.

Como é a participação das crianças no programa?

E- Há o Repórter Júnior. As crianças são preparadas antes das entrevistas. Faço sempre, para além da troca de *emails*, uma conversa por telefone. Explico como é que vai acontecer, quem é que lá vai estar e como é que fazemos as perguntas. Até mesmo antes de eles fazerem as perguntas, dou-lhes algumas dicas. Quando lá estamos, tento não intervir. Mas, por exemplo, se vejo que alguns levam poucas perguntas e se são perguntas quase de resposta fechada, ou sim ou não, então aí vou perguntando para a entrevista ficar mais rica. Isto é uma aprendizagem para eles, vêm qual é a dinâmica. Mas, antes disso, preparo-os. Há duas coisas que lhes digo sempre: não tenham medo daquelas perguntas que vocês acham que os pais dizem que são parvas e não se preocupem só em fazer as perguntas que levam no papel, porque no rabinho de uma resposta pode vir outra pergunta. Explico-lhes que isto quer dizer que uma boa entrevista também tem a ver com a escuta ativa, para ouvirem o que o entrevistado está a dizer e não estar preocupado em passar logo para a próxima pergunta.

Quando saís em reportagem, como seleccionas as crianças?

E- As únicas situações em que fomos às escolas para reportagem foi no âmbito dos Miúdos a Votos.

E quanto às fontes especializadas?

E- Nos temas muitos específicos, peço a colegas que trabalham esses temas, que escrevam, como sobre o ambiente, ou para lerem por cima. Quando é saúde, falo com médicos, comportamentos falo com psicólogos. São especialistas de quem tenho os contactos ou da carteira de contactos dos meus colegas.

Essa é uma das vantagens de estar inserida no grupo?

E-Sim, é. Os meus textos podem ser revistos pelos meus colegas especializados.

Como tratam as guerras e outros assuntos mais sensíveis?

E- Damos a notícia, mesmo no site. Lembro-me que quando começou a guerra na Ucrânia e depois quando começou a esta situação em Gaza. Escolhi fotos com crianças, porque elas estão dentro do conflito. As crianças naquela fotografia não estão feridas, não

estão a chorar, não estão em desespero. Estão presentes, porque fazem parte daquela realidade, mas não está numa situação que causa ansiedade ao leitor.

Como se escreve um texto jornalístico para crianças?

E-Acho que acaba por alterar um bocado a técnica. Se escrevesse alguns textos que escrevo para a *Visão Júnior* para adultos, não os começava da mesma maneira. Tento logo agarrar, por exemplo, com uma comparação, com uma frase engraçada. As respostas às perguntas da técnica da pirâmide estão, mas sem uma estrutura tão rígida. Não sou tão rígida, mas isso depende de quem escreve, do estilo de quem a escreve, mais coloquial. Há parágrafos curtos, títulos para agarrar, usamos parênteses, usamos piada, interjeições, o que normalmente não se usa para os adultos. A estrutura é também alterada, até porque, às vezes, para explicar uma coisa ou até mesmo uma palavra, tens de escrever outra coisa, conceitos dentro de conceitos. Por exemplo, não posso escrever “as expressões idiomáticas são muito engraçadas”, vou ter que fazer aqui um parêntese e explicar o que é uma expressão idiomática. Portanto, há aqui um trabalho dentro do texto, que é o que faço depois com os textos dos meus colegas da *Visão*. A preocupação é colocarmo-nos no lugar do leitor.

Os critérios dos assuntos da *Visão Júnior* escolhidos são definidos pelos temas, proximidade local (perto para longe), protagonistas...

E- Essa pergunta não é muito fácil, porque não tenho assim tantos dados para te responder. Eles gostam muito de ler entrevistas, outros gostam de ler notícias. Os mais velhos gostam de temas longos. No planeamento da revista, tento ter texto corrido, em que eles têm de passar de uma página para a outra e, se calhar até, de uma dupla para outra, para continuar o texto, e outros artigos mais pequenos, com caixinhas, com balõesinhos para os mais novos que gostam mais de ler coisas mais pequenas. Tenho esse cuidado. Acho que quando são temas mais difíceis, convém que não tenha muito texto corrido. Tem de estar mais estruturado, com caixas do texto, com explicações adicionais, legendas maiores para as fotografias e ilustração, se for possível. É muito importante a apresentação do texto. A ilustração e a infografia são fundamentais, mas infelizmente só temos uma pessoa a fazer infografia e é para a *Visão*. Se pudesse tinha mais infografias e quadros na revista. É também uma linguagem familiar, porque aprendem também na escola a ler quadros. Se tens numa matéria, caixas, legendas, destaques, ilustração, infografia, é muito mais apelativo e torna a leitura muito mais agradável e leve, mesmo que o tema seja mais difícil. O género depende da idade. Os mais novos gostam de ler textos com caixinhas e mais curtos. Essa é a nossa ideia e, por isso, é que fazemos assim e os mais velhos já estão mais à vontade para ler um texto corrido e mais longo. Tento que haja artigos com essas duas formas.

Muito obrigada pelo seu tempo.