

Revista Amarelinha: Jornalismo segmentado para crianças de 9 a 12 anos¹

Marcela Lorenzoni²

Camila Costa Toppel³

Camila Petry Feiler⁴

Francielle Ferrari⁵

Cícero Lira⁶

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), Curitiba, PR

RESUMO

O projeto da revista infantil Amarelinha tem como objetivo produzir um material de leitura inédito para o consumo de crianças e pré-adolescentes, contendo assuntos da atualidade, originalmente destinados a adultos, traduzidos para uma linguagem infanto-juvenil. Foram alvo de estudo a forma como a criança se apropria do texto, o que ela procura e o que lhe prende a atenção. A pesquisa foi realizada através tanto de uma análise de mercado e concorrência como por meio de referências bibliográficas.

Ao final da pesquisa, foi produzida uma revista no formato gibi, contendo 40 páginas.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; segmentado; infantil; amarelinha; revista.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista Impressa.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: mar_lorenzoni@hotmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: camilatoppel@gmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: milafeiler@hotmail.com

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: francielle.fferrari@hotmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: cicerolira@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

A informação dirigida ao público infantil brasileiro é raramente pensada sem mediadores, sejam eles pais ou professores. No entanto, a demanda por veículos e linguagem própria existe e torna-se cada vez mais significativa, à medida que as crianças ganham espaço no ambiente familiar e no mercado consumidor. Com a falta destes meios de comunicação específicos, conseqüentemente, indivíduos ainda em fase de formação se voltam para mídias inapropriadas para sua faixa etária, tanto pelo seu teor quanto pelo formato inacessível.

A revista Amarelinha foi desenvolvida com enfoque particular em crianças de 9 a 12 anos, desenvolvendo uma abordagem própria para este público. Para tornar acessível o conteúdo por vezes complexo do mundo adulto, utilizaram-se recursos gráficos (ilustrações, fotos, blocos de texto) e uma linguagem leve, simplificada e interpretativa.

Para atingir os leitores de forma correta, estudou-se, através de pesquisa bibliográfica, a criança no papel de receptor, seu espaço no jornalismo e a função educacional da comunicação. Como embasamento na criação do projeto gráfico da revista, utilizou-se, também, uma análise de concorrência do mercado editorial infantil brasileiro de jornalismo.

2 JUSTIFICATIVA

Não existe, no mercado brasileiro, uma revista de notícias e reportagens voltada especificamente para o público infantil. Dentre as publicações existentes, se destacam quadrinhos e passatempos, materiais, portanto, com pouco conteúdo informativo. Do outro lado, encontram-se as revistas destinadas a pais e professores, que funcionam como intermediários na entrega da informação.

Ao mesmo tempo, uma pesquisa feita pelo Ibope Mídia para a Revista Istoé em novembro de 1998 mostrou que as dez atrações mais vistas por crianças

e adolescentes brasileiros entre dois e 14 anos (cerca de 11,08 milhões) são destinadas aos adultos.

Como as identidades são construções históricas, os significados de ser mulher, homem, jovem, criança, negro, homossexual, mulher de terceira idade, homossexual negro etc. se transformam constantemente. Mais precisamente, essa diferenciação em massa é produzida pela modernidade, ao desestruturar os modos de vida tradicionais – particularmente, no caso, os papéis familiares – e colocar tudo sob o signo da mudança. (MIRA, 2001, p.216)

Porém, a informação disponível nesses veículos nem sempre é adequada para a faixa etária, já que é comum a violência exposta e a linguagem pouco acessível às crianças menores. Ou seja, está comprovado o interesse do público pelos temas em questão, mas ainda não há material disponibilizado a ele.

Foi possível notar [...] que seu grande interesse está direcionado a temas que consideramos do “mundo adulto”. Elas sabem e declaram, inclusive, que esses assuntos não se encontram, necessariamente, nos impressos voltados para o público infantil. Desta forma, consomem tudo aquilo que se destina a um público de faixa etária mais elevada que a sua, não apresentando dificuldades de compreensão em relação aos textos, quando se trata de mídia impressa. (FISCHBERG, 2007, p.137)

A ideia, portanto, de criar uma revista especializada para este público, está firmemente embasada pela necessidade de tal publicação e do espaço disponível no mercado. A escolha pelo formato de revista também é confirmada pelo seu maior atrativo a esse público, se comparada ao jornal, e ao caráter de entretenimento, além de simplesmente conteúdo, ligado à imagem da revista.

Estudando a história das revistas, o que se nota em primeiro lugar não é a vocação noticiosa do meio, mas sim a afirmação de dois caminhos bem evidentes: o da educação e o do entretenimento. (SCALZO, 2004, p.13).

3 OBJETIVO

3.1 Objetivo geral

Perceber como a notícia factual e assuntos de cunho jornalístico podem ser apreendidos de forma prazerosa pelo público infantil.

3.2 Objetivos específicos

- Compreender a forma como crianças e adolescentes absorvem a informação a qual são expostos;
- Identificar as preferências deste público no que diz respeito a temas, assuntos, formatos e apelos visuais;
- Adaptar a linguagem técnica dos jornais e revistas de notícias para uma outra, de fácil aproximação e entendimento;
- Utilizar elementos gráficos de forma a facilitar a compreensão do texto e despertar o interesse do público;
- Criar um material único, que atinja este grupo e suas necessidades.

4 MÉTODOS UTILIZADOS

O projeto foi desenvolvido a partir de dois procedimentos de pesquisa:

1. Análise de Mercado e Concorrência

a) Revista Recreio

Publicada desde 1969 pela Editora Abril, fundada por Victor Civita, a revista Recreio tem edições semanais. Seu público alvo é formado por crianças e pré-adolescentes, e a circulação se aproxima do 510.000 exemplares. Seu objetivo é de educar e divertir através de quadrinhos, testes e piadas.

A revista *Recreio* é dividida nas seguintes editorias: Curiosidades, Cinema, Túnel do Tempo, Aventura, Mistério, Cultura, Esporte, Bichos, Na TV, Passatempos, Fique Ligado, Correio e Tirinhas. Além disso, traz histórias em quadrinhos, publicadas em capítulos a cada semana.

Apesar do material didático, pouco do conteúdo da *Recreio* é ligado a acontecimentos da atualidade. As seções *Curiosidades* e *Cultura*, que seriam as mais informativas, trazem perguntas sobre temas aleatórios (ex.: “qual a tartaruga mais velha do mundo?” e “por que roemos as unhas?”) e foco em pessoas famosas e celebridades do momento, respectivamente. Há bastante espaço destinado a programas de TV por assinatura e filmes de grandes produções, como *Piratas do Caribe* e *Homem Aranha*.

A diagramação leve, as páginas coloridas, e os personagens marcantes da revista são seu ponto forte, por facilitarem a leitura e também por proporcionarem o sentimento de identificação. O layout único diferencia a marca *Recreio*. Outra tradição da revista é a da distribuição de um brinde no momento de compra: as crianças ganham, junto com a publicação, um brinquedo ou jogo.

b) Revista *Ciência Hoje das Crianças*

Criada em 1986, ela é publicada pelo Instituto *Ciência Hoje*. É a primeira revista no Brasil a tratar de ciências especialmente para o público infantil, sendo distribuída para mais de 60 mil escolas públicas no Brasil.

A revista foca em temas sérios, como animais ameaçados, astronomia, doenças, etc. Também utiliza o recurso visual (ilustrações, personagens da marca) para facilitar a leitura. Não trata, porém, de assuntos atuais e não investe em reportagens mais longas, seguindo principalmente o modelo de pergunta-e-resposta.

c) *Jornal O Brasileirinho* (www.obrasileirinho.com.br/)

Publicado mensalmente no interior da Bahia desde 2011, o jornal *O Brasileirinho* é o único jornal do Brasil a tratar de notícias para crianças – e é escrito

também por elas, com a mínima interferência de adultos. Ele trata de assuntos atuais, porém com pouca profundidade e precisão.

Sua distribuição é gratuita para crianças de classes sociais menos favorecidas e também nas escolas. Ainda assim, tem pouca repercussão, especialmente se analisado em âmbito nacional.

d) O Globinho

O suplemento “Globinho”, anexo às edições de sábado do jornal carioca O Globo, surgiu em 1938 e tem como público alvo crianças dos 8 aos 12 anos de idade. Neste caderno, são publicados quadrinhos, reportagens, passatempos e desenhos e cartas dos leitores. A inovação está por conta do site, que permite que as crianças votem na matéria que preferem ver como capa na próxima edição.

O Globinho aborda filmes e peças de teatro infantis, atividades culturais e datas importantes, além de introduzir alguns assuntos atuais em reportagens de páginas coloridas. O formato de jornal, no entanto, é pouco apelativo com o público em questão.

Ao analisar os desenhos e o discurso das crianças da escola particular, as críticas ao formato físico do jornal impresso merecem destaque. Grande parte dos desenhos mostra que, se pudessem mudar algo no jornal que conhecem hoje, as crianças adicionariam espirais, capa de livro, folhas de revista e outros detalhes que, segundo elas, tornariam a leitura do impresso mais fácil. Um dos meninos, de 11 anos, sugere que o jornal seja “montável” e que possa adquirir formato de cubo, ao colar suas folhas, porque “seria mais divertido na hora de ler”, de acordo com ele. Muitos dizem que gostariam que o jornal “fosse que nem revista”, “não fosse tão preto e branco” e “não deixasse a mão imunda. (FISCHBERG, 2007, p. 58).

2. Pesquisa bibliográfica

A pesquisa através de material bibliográfico levou em conta títulos desde a produção de revistas, até jornalismo segmentado, jornalismo e educação, e informação para crianças e adolescentes.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO – A REVISTA AMARELINHA

Para tornar o produto algo desejável não só pelos pais e professores, mas pelos próprios leitores, na concepção da revista foram abarcados tanto assuntos sérios, das áreas de política e economia, por exemplo, como também temas leves e divertidos, procurados pelas crianças.

As matérias são leves, interpretativas, relacionando notícias importantes com o dia-a-dia das crianças, trazendo as consequências e razões dos acontecimentos. Como artifício para tornar o material mais interessante, é bem explorado o uso de ilustrações, quadrinhos, infográficos e cores na diagramação da revista.

Diferente do leitor de jornal, o de revistas espera, além de receber a informação, recebê-la de forma prazerosa. Ele quer a informação correta, simples e clara – seja o exercício para o abdômen, a receita de bolo, a nota política, o roteiro de viagem -, mas quer também um texto que não seja seco, como um mero aperto de mão. Resumindo: costume dizer que, em revista, bom texto é o que deixa o leitor feliz, além de suprir suas necessidades de informação, cultura e entretenimento. (SCALZO, 2004, p. 53)

A seguir encontra-se a disposição de editorias e os principais assuntos nelas contidas na primeira edição da revista Amarelinha:

- Pág. 3 – Sumário
- Pág. 4 – Editorial (feito em forma de balões, como “falas” das personagens)

- Pág. 5 – ABC (a cada edição, será escolhida uma palavra – seguindo a ordem alfabética – cujo significado será explicado. Podem ser palavras curiosas, nomes, expressões ou ditados populares, qualquer coisa que tenha um significado interessante).
- Pág.6-8 – Do Lado de Fora (além de expor os problemas da situação atual, a seção, que falará do meio-ambiente, também mostra as conseqüências, possibilidades e modos de ajudar em casa).
- Pág. 9-10 – Anúncio publicitário.
- Pág. 11-13 – Em Movimento (abrange esportes, dança, teatro e brincadeiras).
- Pág. 14-17 – Coisa de Gente Grande (assuntos de âmbito mundial, como política, economia e acontecimentos marcantes do mês, contados de forma simples, com ajuda ilustrações, quadrinhos, narrativas, etc.).
- Pág. 18-21 – Na Escola (a cada edição, um assunto escolar – destaque para história, geografia e ciências – será explicado com o uso de infográficos, em uma linguagem fácil e acessível).
- Pág. 22-23 – Anúncio publicitário.
- Pág. 24-25 – Na Estante (sobre livros, novos autores, críticas, indicações para cada idade).
- Pág. 26-27 – Na Tela (com indicações, críticas e comentários bem humorados sobre programas de TV, cinema, músicas e clipes. O objetivo é trazer produções diferentes além das que são constantemente divulgadas – curtas, programas educativos, festivais de cinema, novas bandas e todo tipo de atração de possa interessar a esse público, mas acaba não recebendo destaque).
- Pág. 28-29 – Não Entendi (espaço que responde a dúvidas enviadas pelos leitores sobre qualquer assunto, de forma leve e divertida).

- Pág. 30-33 – Era Uma Vez (traz a história de um personagem importante da atualidade, como um perfil. Faz uso de narrativa e ilustrações, e, ocasionalmente, uma breve entrevista).
- Pág. 34-37 – No Globo (matérias, com foco turístico e cultural, sobre um local que as crianças poderiam visitar, com ideias de programação para pais e filhos e peculiaridades do local, como o modo de vida, os costumes, comidas diferentes, etc.).
- Pág. 38-39 – Anúncio Publicitário.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As possibilidades do jornalismo infantil são, como apresentadas ao longo deste projeto, pouco aproveitadas em relação ao seu potencial. O material produzido mostrou-se apelativo e útil ao público em questão, trazendo assuntos atuais e, inclusive, polêmicos, de forma leve, explicativa, e, ainda assim, interessante para crianças. Deve-se observar a importância da diagramação neste processo, como ponte entre o leitor e o veículo, convencendo-o a iniciar a leitura.

Comprovou-se, além disso, a rasa oferta de mercado neste nicho, sendo, portanto, viável a publicação da revista devido à demanda existente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CAVALCANTE, Joana. O Jornal como Proposta Pedagógica. São Paulo: Ed. Paulus, 1999
- FISCHBERG, Josy. Criança e Jornalismo: Um estudo sobre as relações entre crianças e mídia impressa especializada. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2007
- MIRA, M. C. O leitor e a banca de revistas: A segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Editora Olho d'Água, 2001.
- NASCIMENTO, P. C. Jornalismo em Revistas no Brasil – Um estudo das construções. São Paulo: Ed. Contexto, 2003
- SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista. São Paulo: Editora Contexto, 2004.