VI ComCult 08 e 09/11
VÍNCULOS, REDES E AMBIENTES
VI CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CULTURA

DA ECOLOGIA DA COMUNICAÇÃO AOS PROCESSOS DE CRIAÇÃO: o Castelo Ra-Tim-Bum como base para o desenvolvimento de um jornalismo infantil[1]

FROM ECOLOGY OF COMMUNICATION TO CREATION PROCESSES: Rá-Tim-Bum Castle as a base for the development of a childhood journalism

Heron Ledon Pereira[2] e Lucia Isaltina Clemente Leão[3]

Resumo
Partindo de um estudo do Castelo Rá-Tim-Bum, (TV Cultura, 1994-1997, Brasil), o artigo propõe novas possibilidades para o desenvolvimento do jornalismo infantil. Com a perspectiva cartográfica de Leão, o trabalho apresenta um panorama do jornalismo infantil no Brasil e constata sua escassez. Os estudos da ecologia da comunicação (Romano) e a abordagem dos processos de criação (Leão e Salles) fundamentam a análise de episódios, personagens e características do *Castelo.* Compreendendo a comunicação como criação de vínculos (Baitello Jr.), o artigo propõe a construção de um relacionamento de proximidade entre a criança e a imprensa, pois defendemos que sua participação no processo de produção jornalística é fundamental para o desenvolvimento de obras significativas.
Palavras-chave: Jornalismo infantil. Castelo Rá-Tim-Bum. Criança. Ecologia da comunicação. Processos de criação.

Abstract
Departing from a study of Rá-Tim-Bum Castle, (TV Cultura, 1994-1997, Brazil), the article proposes new possibilities for developing children's journalism. With the cartographic perspective of Leão, the work presents a panorama of the historical and current scenario of child journalism in Brazil and notes its scarcity. The studies of communication ecology (Romano) and the processes of creation approach (Leão and Salles) are the basis of the analysis of episodes, characters and characteristics of the Castle. Understanding communication as the creation of bonds (Baitello Jr.), the article proposes the construction of closer relationship between children and the press, since we defends that their participation in the journalistic production process is fundamental for the development of meaningful works.
Keywords: Children Journalism. Rá-Tim-Bum Castle. Ecology of communication. Creation Processes. Children.

---

[1]Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho 3 – Ecologia comunicativa comunitária, do VI ComCult, Universidade Paulista , Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018.

[2]Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (2018), jornalista, educomunicador e licenciado em Português. E-mail: heronledonpereira@gmail.com.

[3]Pós-Doutora em Artes pela UNICAMP (2003), Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (2001 e 1997). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (COS-PUC-SP). E-mail: lucleao@pucsp.br.

Introdução: o contexto do jornalismo infantil

Em discussões acadêmicas e nos ambientes escolares contata-se pouco conhecimento e gera-se surpresa acerca do jornalismo infantil. Muito adultos, e mesmo crianças e adolescentes, parecem nunca ter visto um veículo do gênero e somente se dão conta de tal existência ao revelar-lhes, por exemplo, a capa da revista *Recreio* ou citar a *Folhinha*, suplemento do jornal *Folha de São Paulo*. E essa pouca percepção não é à toa.

Esta pesquisa comprova a falta de jornalismo infantil no Brasil, frente a uma população de 43 milhões de indivíduos de 0 a 14 anos, segundo o IBGE (2016, p. 37). Todavia, é importante adotar uma perspectiva crítica sobre o tema, indo além da quantificação por si só. A ecologia da comunicação, segundo o comunicólogo espanhol Vicente Romano (2004), pode contribuir para a compreensão desse panorama e novas ideias para o futuro.

O pensador diz que "a ecologia da comunicação estabelece assim uma ponte entre teoria da comunicação e ecologia humana. No fundo se trata de estudar a relação entre o meio humano interno e o meio comunicativo externo" (ROMANO, 2004, p. 12, tradução nossa). Então, é necessário entender previamente o que é comunicação, que, de acordo com o comunicólogo brasileiro Norval Baitello Junior:

> "(...) não mais se pode compreendê-la como simples conexão ou troca de informações, mas necessariamente é preciso ver nela uma atividade vinculadora entre duas instâncias vivas. Não será, portanto, a entidade quantificável chamada 'informação' o parâmetro para considerar as metas de um processo de comunicação. Muito antes e mais abrangentemente, todo processo de comunicação pretende estabelecer e manter vínculos" (BAITELLO JUNIOR, 2008, p. 100).

A partir do olhar da vinculação, os profissionais e pesquisadores de comunicação podem fazer alguns questionamentos básicos que envolvem as relações elementais do ser humano e o atual contexto midiático e tecnológico:

> "1) Como os seres humanos querem se comunicar uns com os outros, que atitude tomar ante o meio interno, social e natural. 2) Que exigências se derivam disso para a organização das condições tecnológicas da comunicação. 3) Até que ponto é factível criar ou conservar relações satisfatórias com o meio interno, social e natural. 4) Quais são as necessidades humanas de informação e comunicação. 5) Como sensibilizar a percepção para as necessidades comunicativas, como orientar a ação comunicativa de modo que não só tenha em conta o aspecto tecnológico, mas também o espiritual, social e ecológico" (ROMANO, 2004, p. 12, tradução nossa).

Mais instigante ainda é colocar essas pontuações em perspectiva com os papéis da imprensa e com o que de fato ela tem oferecido à população. Ou seja, em nosso caso, é imprescindível pensar como os veículos jornalísticos estão se vinculando com as crianças e quais relações são incentivadas na garotada a partir disso.

Fizemos buscas nas listas das empresas associadas à ANER (Associação Nacional de Editores de Revistas) e à ANJ (Associação Nacional de Jornais) e encontramos apenas 12 jornais ou suplementos e duas revistas infantis – sendo três os de maior destaque. A *Folhinha* impressa existiu de 1963 a 2016. Atualmente, sua página online possui poucas postagens sobre a agenda cultural e nada de maior profundidade.

A *Recreio*, como também citamos, recentemente foi comprada da Editora Abril pela Caras, tem circulação semanal e presença no mundo digital. Existiu de 1969 a 1981 e, agora, desde 2000. Outra revista com material interessante é a *Ciência Hoje das Crianças*, que surgiu em 1986 e pertence ao Instituto Ciência Hoje. A exemplo da *Recreio*, oferece conteúdos em diferentes plataformas.

Mais algumas pesquisas revelaram o *Jornal Joca*, da Editora Magia de Ler. Ele surgiu em 2011 e tem grande proposta de servir como instrumento pedagógico em escolas, com sua versão quinzenal. Também é distribuído por assinatura e possui site e contas nas mídias sociais.

Consultamos ainda as grades de programação dos aproximados 250 canais registrados na Agência Nacional do Cinema – Ancine (2017) e os resultados não foram animadores. O único programa de jornalismo infantil é o *Repórter Rá Teen Bum*, da TV Rá Tim Bum!. Ele tem de 11 a 15 minutos de duração e traz reportagens sobre aspectos culturais do Brasil e de outros países onde está presente, como da América Latina, África e Oriente Médio. Isso porque a iniciativa é da ONG holandesa Free Press Unlimited, com o projeto WADADA News for Kids, que justamente luta pela liberdade de imprensa e de informação, como em zonas de guerra.

O programa realmente parece ser o exemplo mais interessante de jornalismo infantil. Crianças e adolescentes são as principais fontes das matérias. Todas as edições brasileiras, desde 2016, estão no YouTube. Presente em mais de 20 países, a franquia possui cerca de 100 milhões de espectadores e é transmitida em 12 línguas diferentes.

No YouTube, o conteúdo jornalístico infantil é restrito, ainda mais se tratando de produções feitas oficialmente pela grande imprensa. As crianças acabam assistindo a vídeos

de youtubers famosos que não produzem estritamente para a faixa etária menor. Não é em vão que tantos canais sobre games online fazem sucesso entre os pequenos, como revela a pesquisa "Geração YouTube", de Luciana Corrêa (2016, p. 30), que identifica 230 canais infantis no YouTube Brasil em 2016, mas sem revelar novos exemplos para nossa busca. Aliás, Corrêa (2016, p. 15 e 30) diz que esses canais tinham naquele ano 211,6 milhões de inscritos e 52,1 bilhões de visualizações.

Até mesmo na academia o jornalismo infantil é pouco tratado. São raros os artigos, teses e dissertações sobre o tema. As pesquisas geralmente abordam a *Recreio*, a *Folhinha*, o *Estadinho* (suplemento de *O Estado de S. Paulo*) e a revista *O Tico-Tico*. Nos cursos de Jornalismo e Comunicação Social – com habilitação em Jornalismo, o cenário é o mesmo.

Acessamos 225 grades curriculares dessas graduações brasileiras, de acordo com a lista do Cadastro e-MEC de Instituições e Cursos de Educação Superior, do Ministério da Educação. Resultado: nenhuma disciplina intitulada "Jornalismo Infantil". Em contrapartida, há centenas de matérias de mais de 30 editorias, como Jornalismo Econômico, Esportivo, Político, Cultural... Ou seja, o problema é estrutural em nossa sociedade.

Mas nem sempre foi assim. Mesmo na TV o Brasil teve alguns exemplos jornalísticos de destaque. O programa *Globinho*, da TV Globo, surgiu em 1972 e ficou no ar até meados dos anos 80. Ele teve diferentes periodicidades, porém sempre levou matérias e informações interessantes a seu público. Já *Revistinha* (1988) e *X-Tudo* (1992) foram duas célebres revistas eletrônicas da TV Cultura, ganhadoras de diversos prêmios.

Também na TV Cultura, *Cartãozinho Verde* (2012 a 2014) tinha quatro repórteres mirins que abordavam o futebol masculino paulista. Por sua vez, *TV Cocoricó* (2012 e 2013) era um programa ao vivo com os personagens do *Cocoricó*, sendo as entrevistas com artistas sua principal marca jornalística. Na TV Rá Tim Bum! – que, assim como a Cultura, pertence à Fundação Padre Anchieta, ligada ao estado de São Paulo – o *Esporte Clube Rá-Tim-Bum* tinha reportagens sobre esportes, entrevistando crianças e adultos.

As entrevistas realmente são ponto importante de outros programas, mesmo que não estritamente jornalísticos – e alguns deles até fantasiosos, com bate-papo entre seres humanos e personagens de desenhos animados. Três deles foram protagonizados pelo apresentador, ator, roteirista e jornalista Marcelo Tas: *Plantão do Tas* (2009) e *Papo Animado com Marcelo Tas* (2014), ambos do canal infantil Cartoon Network. Tas também apresentou *Conversa de Gente Grande*, em 2012, na Band.

Retornando para os jornais, precisamos relembrar o já mencionado *Estadinho* e o *Globinho*, suplemento de *O Globo*. O *Estadinho* circulou de 1987 a 2013, ano da última postagem de seu blog. O *Globinho* teve um fim parecido: existiu em papel de 1983 a 2013, sobrevivendo no ambiente virtual até 2015.

O mais interessante, e triste ao mesmo tempo, é que o maior veículo de jornalismo infantil que o Brasil já teve foi a revista *O Tico-Tico*, fundada em 1905 e com circulação semanal até 1957, continuando por mais 20 anos em edições especiais. Com matérias, curiosidades, jogos e quadrinhos, ganhou tamanho status por críticos e especialistas. No entanto, o que aconteceu para depois de tanto tempo a imprensa brasileira não ter feito mais nada à altura?

Suas aproximadas 2.100 edições – além de almanaques – foram inspiradas em grandes produções europeias. Aliás, Bravo-Villasante (1963, p. 77 apud ARROYO, 2011, p. 180) afirma que a revista infantil inglesa *The Lilliputian Magazine* (1751-1752) foi a primeira do gênero no mundo. Suas três edições trouxeram "lições morais, narrativas curtas, fábulas, danças, canções, hinos, epigramas, brincadeiras e enigmas, todos feitos de uma maneira atraente para crianças, com uma mistura de gravuras e xilogravuras" (BRITISH LIBRARY, 2017, tradução nossa).

No Brasil, o marco inicial do jornalismo infantil foi o jornal baiano *O Adolescente* (1831), segundo o pesquisador Leonardo Arroyo (2011, p. 179 e 180). O curioso é que, segundo o ator, desde então surgiram diversos pequenos diários em todo o país feitos pelas próprias crianças, nas escolas, com jornalistas, professores e escritores. Isso teria formado até mesmo uma imprensa escolar.

Essa cartografia, de acordo com Leão (2011), nos ajuda a compreender boa parte do cenário do jornalismo brasileiro para crianças, no passado e atualmente. E fica edivente a escassez dos dias de hoje frente a cerca de 20% da população. Possivelmente os motivos – ou tentativas de justificativas – para isso acontecer são econômicos e políticos. Todavia, eles não podem embasar a omissão da imprensa brasileira.

Tecnicamente, não há impedimentos de se fazer jornalismo infantil. Inclusive, a pesquisadora Juliana Doretto afirma que "o jornalismo direcionado a crianças também pode falar sobre qualquer assunto, desde que se respeite o estágio de desenvolvimento cognitivo dos leitores" (DORETTO, 2013, p. 14). E não custa lembrar que, para o art. 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente, "considera-se criança, para os efeitos desta lei, a pessoa até doze

anos de idade incompletos, e adolescente, aquela entre doze e dezoito anos de idade" (BRASIL, 2012, p. 11) – sabe-se que aos 18 o indivíduo atinge a maioridade.

A questão é tão profunda que as produções midiáticas são cruciais para a própria noção de infância e formação cidadã há séculos. O historiador francês Philippe Ariès (2011, p. 28), no livro "História social da criança e da família" (1960), diz que a ideia de separação sentimental e social entre criança e adulto surgiu na Europa ocidental sobretudo de 1500 a 1700. Parte disso ele atribui a representações em documentos e obras de arte, além da ida às escolas e novos termos no vocabulário.

O pesquisador estadunidense Neil Postman (1999, p. 32), no livro "O desaparecimento da infância" (1999), também credita esse fenômeno à criação da prensa tipográfica, em cerca de 1450. Assim, a competência de ler era uma espécie de pré-requisito para atingir a idade adulta. Ao mesmo tempo, Postman (1999, p. 94) defende que a infância começou a desaparecer com a criação do rádio e principalmente da televisão, nas primeiras décadas de 1900, pois todo o conteúdo – incluindo do mundo adulto – passou a ser irrestrito para as crianças.

Se por um lado o jornalismo infantil talvez nunca tenha sido tão forte no Brasil, por outro a produção televisiva para crianças sempre foi marcante. Foram dezenas, senão centenas, de desenhos animados que fizeram sucesso, desde 1950, quando a televisão chegou ao país. Os programas de auditório que surgiram nos anos 80 e se estenderam até o século presente também entraram fortemente para a história – mesmo com grandes críticas.

E as séries infantis provavelmente são as protagonistas desse histórico, começando pelo *Sítio do Picapau Amarelo*, nos anos 50. Sabe-se que a TV Cultura foi a campeã nesse quesito, como podemos citar: *Vila Sésamo* (1972, 2007 e 2017), *Bambalalão* (1977), *Curumim* (1981), *Catavento* (1985), *Revistinha* (1988), *Rá-Tim-Bum* (1990), *Mundo da Lua* (1991), *Glub-Glub* (1991 e 2006), *X-Tudo* (1992), *Castelo Rá-Tim-Bum* (1994) e *Cocoricó* (1996). Todos eles foram reconhecidos internacionalmente por sua excelência e contribuição para a formação social de milhões de crianças.

Como a balança parece pesar contra o jornalismo infantil, a ecologia da comunicação mais uma vez nos ajuda e desvendar possíveis caminhos para esse cenário, a partir de três tarefas:

> "1) Desenvolver teses teóricas sólidas que possam servir de princípios reguladores de toda atuação comunicativa, assim como de parâmetro para investigar as formas e sistemas da comunicação humana. 2) Obter conceitos práticos para a comunicação ecológica: como, quando, onde e por que podem ou não podem se utilizar as TIC a curto e a longo prazo para melhorar a qualidade de vida, o bem-estar do ser humano, a riqueza social. 3) Descobrir as contradições dos sistemas atuais de comunicações e apontar vias para superá-las" (ROMANO, 2004, p. 13, tradução nossa).

O *Castelo Rá-Tim-Bum* como proposta para um futuro jornalismo infantil

Nesse contexto, decidimos pensar um futuro jornalismo infantil com base em um programa não jornalístico, o *Castelo Rá-Tim-Bum*, propositadamente. Ele foi uma das melhores atrações do Brasil e do mundo para crianças de acordo com especialistas, vencedor de prêmios internacionais e veiculado em diversos países. Exibido de modo inédito pela TV Cultura de 1994 a 1997, chegou aos 12 pontos de audiência na Grande São Paulo (na época, mais de 400 mil domicílios), algo jamais imaginado e até então alcançado pela emissora.

O programa foi criado por Cao Hamburger e Flavio de Souza e tinha como público crianças da pré-escola até os 10 anos de idade. Teve 90 episódios independentes de aproximadamente 25 minutos e um especial de quase uma hora de duração. Seu tamanho sucesso rendeu mais de 150 produtos licenciados – como filme, VHS, livros, brinquedos – e uma explosão no cenário cultural paulista e brasileiro a partir de 2014, com a comemoração de seus 20 anos. Foram inúmeras matérias e especiais na imprensa, além de peças teatrais e duas exposições com mais de 1 milhão e 200 mil visitantes juntas, no Museu da Imagem e do Som e no Memorial da América Latina, na cidade de São Paulo.

A história se passa no Castelo Rá-Tim-Bum – que fica num grande centro urbano –, habitado por uma família de bruxos, animais falantes e seres fantásticos. Nino é um garoto de 300 anos, aprendiz de feiticeiro e criado por sua tia-avó Morgana (6 mil anos) e seu tio Victor (3 mil anos). Nino tem dificuldades de relacionamento e de aceitar que é um bruxo. Ele convive todos os dias com os amigos Pedro, Biba e Zequinha, que são crianças comuns. Também visitam o local a repórter Penélope, o ET Etevaldo, a folclórica Caipora, o entregador de pizzas Bongô e o especulador imobiliário Dr. Abobrinha, vilão que deseja roubar o Castelo e construir um prédio de 100 andares.

Outro ponto fundamental do programa são os quadros de curta duração que interrompem a narrativa principal, dialogando ou não com ela. Eles trazem charadas, músicas, teatros, histórias e curiosidades sobre diversos assuntos do cotidiano social.

A primeira constatação e ponte com o jornalismo infantil é que em diversos episódios as personagens crianças brincam de fazer cinema, teatro, televisão, rádio, jornal... Isso acontece em pelo menos nove capítulos, que são: 14 – "Luz, câmera, ação!", 17 – "O Rei Abacaxi", 22 – "Ciúmes, eu?", 28 – "Vou aparecer na TV", 50 – "Boatos", 51 – "TV Mania", 72 – "Uma onda no mar", 87 – "Extra, extra!" e no especial "Hora de Dormir".

Em todos eles, ficam evidentes o potencial comunicativo e expressivo da garotada e o prazer por fazer essas brincadeiras. Aliás, nos programas 72 – "Uma onda no mar" e 87 – "Extra, extra!", elas criam uma rádio e um jornal, respectivamente, para resolver alguns problemas de comunicação e relacionamento.

Nessas situações, sempre há a presença de um adulto para mediar e ajudar a meninada. E surge a importante figura de Penélope, a principal repórter da cidade. Fizemos um levantamento e, dos 23 episódios em que a personagem aparece, nove vezes atua, sim, estritamente como jornalista, mas em todos os outros tem como função mediar conflitos, brincar com a turma ou apenas fazer uma visita.

Essa análise prévia já nos permite indicar que o jornalismo infantil não deve ser feito apenas **para** crianças, mas, sim, **com** elas. O Castelo evidencia o prazer da garotada em brincar de produzir e como uma profissional pode ajudá-las. Isso envolve até mesmo o papel do jornalista, indo além de transmitir informação, como também trazendo o público para o processo de produção – no caso, as crianças.

Claro, essa não é uma postura de incentivar o trabalho infantil, que é crime, porém de agir na formação cidadã. E isso poderia acontecer pedagogicamente em escolas, por exemplo. Já existem projetos nesse sentido, no entanto observa-se pouco envolvimento da imprensa oficial, pouca vinculação. Seria uma espécie de retomada à imprensa escolar que emergiu nos anos 1800.

E, então, estamos falando de uma mudança na produção jornalística a partir de um movimento de estreitamento os laços com o universo infantil e da ativa participação das crianças no processo de criação. Assim, o projeto jornalístico deve iniciar a partir da escuta das crianças, uma escuta que de fato propicie espaço para a construção de um entendimento mais amplo de seus desejos, angústias e medos. Em outras palavras: defendemos que através do cultivo das relações com as crianças e do estabelecimento de condições para que de fato ocorram diálogos significativos será possível desenvolver processos de criação em sintonia com o universo simbólico infantil. Afinal, "(...) todo processo de comunicação é também um

processo de criação" (Leão e Salles, 2011). Isso quer dizer aumentar e, em muitos casos, inserir a carga lúdica no discurso do jornalismo, trabalhar com a diversão, com os erros, com o experimentar, em oposição a uma postura burocratizada e baseada em manuais de redação – por sinal já muito questionáveis em tempos de crise da profissão.

O *Castelo* propicia pistas de como isso pode ocorrer. O programa a todo o momento apresenta charadas, adivinhações e trava-línguas, protagonizadas pelos bonecos Mau e Godofredo, que dialogam com o telespectador. Da mesma forma, as fadas Lana e Lara propõem enigmas com desenhos e objetos para resolver conflitos. Por sua vez, o Porteiro só libera a entrada de visitantes se acertarem a senha do dia.

E, se já é difícil encontrar exemplos de jornalismo infantil, quanto mais raro será identificar essa carga lúdica e instigante para seus leitores, espectadores e ouvintes. Os jogos de videogame e computador já não fazem isso com sucesso? Por que o jornalismo ainda não desbravou esse campo para e com as crianças? Sim, há exemplos de *newsgame*, as notícias em formato de jogo, mas e o público infantil?

O programa também confirma que qualquer assunto do mundo pode ser abordado com crianças, respeitando sua integridade. Os próprios temas dos capítulos evidenciam esse ponto e tratam não apenas de saúde, alimentação, animais, ecologia etc., mas de questões mais delicadas e que muitas vezes são tidas como tabu. São elas: morte, gravidez, política, preconceitos e amor. Reforçam esse ponto com diversas histórias e curiosidades contadas por Morgana, pelos cientistas Tíbio e Perônio e pelo garoto virtual Telekid.

Portanto, esses são os caminhos propostos para o jornalismo infantil a partir de uma perspectiva ecológica da comunicação. É pensar que tipos de vínculos a imprensa está criando com a garotada e incentivando nela. Não é possível identificar e compreender esse cenário sem buscar as raízes do passado.

E é justamente nesse exercício que o *Castelo Rá-Tim-Bum* surge como uma possibilidade consistente. O programa, já há mais de 20 anos, provou excelência e deu sua contribuição para seu público, que hoje, adulto, continua com um sentimento de satisfação e até de agradecimento, como vemos em entrevistas. Basta a imprensa pinçar algumas características, como apresentamos, e adaptar à sua realidade.

O que definitivamente não pode mais ser permitido é essa omissão dos veículos de comunicação com as crianças, em seu papel de não só informar, mas ajudar a formar

indivíduos críticos. E o *Castelo* atesta que isso pode e deve ocorrer de uma maneira lúdica, leve, divertida e rica.

Aliás, esse cuidado à garotada, seu acesso a informações e, principalmente, participação social estão previstos em leis e acordos internacionais. Consta no documento "Um mundo para as crianças", das Nações Unidas, de 2002, que a sociedade deve "colocar as crianças em primeiro lugar" e "ouvir as crianças e assegurar sua participação" (NAÇÕES UNIDAS, 2002, p. 13 e 16)."

> "Os meios de comunicação e suas organizações têm um papel essencial a desempenhar na sensibilização a respeito da situação das crianças e dos problemas que elas enfrentam; além disso devem representar um papel mais ativo quanto a informar às crianças, aos pais, às famílias e ao público em geral sobre as iniciativas para proteger e promover os direitos das crianças; devem também contribuir com os programas educativos dirigidos às crianças. A esse respeito, os meios de comunicação devem estar atentos à influência que exercem sobre as crianças" (NAÇÕES UNIDAS, 2002, p. 30).

Considerações finais

Não é difícil constatar que a imprensa não cumpre seus deveres para com o público infantil, e, como demonstramos, a análise quantitativa é uma evidencia desse fato.. As empresas de comunicação não podem mais usar como argumento o cenário econômico ou apontar para as mudanças nas tecnologias comunicacionais. Apesar de interessantes exemplos históricos e atuais, o jornalismo infantil brasileiro é de fato escasso, o que leva crianças a consumir, direta ou indiretamente, conteúdos inadequados destinados a adultos. Essa é uma questão de responsabilidade social da imprensa e de seus profissionais.

Esperamos que nosso artigo, com sua proposta de se pensar processos de criação de projetos de jornalismo infantil que se fundamentem na construção de espaços de diálogo e no estreitamento de laços com a criança, possa contribuir para suprir essa escassez. A ideia de que todo processo de criação ocorre em rede e nas complexas interações entre uma multiplicidade de atores é, acima de tudo, um modo de propor novas possibilidades na comunicação e na cultura. Não há dúvida de que projetos comunicacionais de fato significativos atuam como elementos que agenciam transformações em diversos âmbitos da sociedade e promovem a criação de novos conhecimentos e visões de mundo. O caso específico do programa *Castelo Rá-Tim-Bum* é emblemático. Seus ecos na educação, na cultura, na memória afetiva e no imaginário social são de tal magnitude que sugerem pistas

para muitos outros trabalhos a serem pensados para diversas plataformas. Segundo vimos, com elementos narrativos e uma linguagem inovadora, dialógica e lúdica, o *Castelo* criou laços afetivos, alcançou dimensões transmidiáticas se tornando uma potência agenciadora de produção de conhecimento.

Referências

ANCINE. **Classificação dos canais de programação das programadoras regularmente credenciadas na Ancine**, 2017. Disponível em <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/classificacao-canais-programacao/lista-classificacao-canais-08052017.pdf>. Acessado em 29 de maio de 2017.

ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. Tradução de Dora Flaksman. 2. ed. Rio de Janeiro: Gen/LTC, 2011. p. 28.

ARROYO, Leonardo. **Literatura infantil brasileira**. 3. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2011. p. 179 e 180.

BAITELLO JUNIOR, Norval. **Corpo e imagem: comunicação, ambientes, vínculos**. In: **Os calores e as atividades corporais**. RODRIGUES, Davis (Org.) São Paulo: Summus, 2008. p. 100.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, e legislação correlata. 9. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2012. p. 11. Disponível em <http://www.crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/camara/estatuto_crianca_adolescente_9ed.pdf>. Acessado em 28 de maio de 2017.

BRAVO-VILLASANTE, Carmen. **Historia de la literatura infantil española**, 1963, p. 77. In: ARROYO, Leonardo. **Literatura infantil brasileira**. 3. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2011. p. 180.

BRITISH LIBRARY. **The Lilliputian Magazine**. Disponível em <https://www.bl.uk/collection-items/the-lilliputian-magazine>. Acessado em 06 de julho de 2017.

CORRÊA, Luciana. **Geração YouTube: um mapeamento sobre o consumo e a produção de vídeos por crianças – 0 a 12 anos – Brasil – 2005/2016**, 2016. p, 15 e 30. Disponível em <http://pesquisasmedialab.espm.br/wp-content/uploads/2016/10/Media-Lab_Luciana_Correa_2016.pdf>. Acessado em 01 de junho de 2017.

DORETTO, Juliana. **Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para crianças**. 1. ed. São Paulo: Alameda, 2013. p. 14 e 15.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: síntese de indicadores**. Rio de Janeiro: IBGE, 2016. p. 37. Disponível em <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>. Acessado em 28 de maio de 2017.

LEÃO, Lucia. Paradigmas dos processos de criação em mídias digitais: uma cartografia. **V!RUS Revista do Grupo Nomads**, USP, v. 6, p. 05-27, 2011. Disponível em: <http://www.nomads.usp.br/virus/virus06/?sec=3&item=1&lang=pt>. Acesso em: 02 de Julho de 2018.

LEÃO, Lucia e SALLES, Cecilia A. A pesquisa em processos de criação: três perspectivas. In: **20º Encontro Nacional da Anpap: Subjetividade, utopias e fabulações**, 2011, Rio de Janeiro: ANPAP, 2011. p. 3865-3879.

NAÇÕES UNIDAS. **Um mundo para as crianças**, 2002. p. 13, 16 e 30. Disponível em <https://www.unicef.org/brazil/pt/um_mundo.pdf>. Acessado em 23 de setembro de 2018.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Tradução de Suzana Menescal de Alencar Carvalho e José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro: Graphia, 1999. p. 32 e 94.

ROMANO, Vicente. **Ecología de la comunicación**. Hondarribia: Hiru, 2004. p. 12 e 13.

Sites consultados

ANER – Associação Nacional de Editores de Revistas. Disponível em <http://aner.org.br/associados/>. Acessado em 22 de maio de 2017.

ANJ – Associação Nacional de Jornais. Disponível em <http://www.anj.org.br/associados/>. Acessado em 22 de maio de 2017.

Castelo Rá-Tim-Bum (YouTube). Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCSTzvPF1Fti4v7DBc9WfJGA>.

Catálogo de Teses e Dissertações da Capes. Disponível em <http://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#!/>.

Ministério da Educação. Cadastro e-MEC de Instituições e Cursos de Educação Superior. Disponível em <http://emec.mec.gov.br/>. Acessado em 27 de abril de 2017.

Portal de Periódicos da Capes. Disponível em <http://www.periodicos.capes.gov.br/>.

Portcom. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/>.

SciELO. Disponível em <http://www.scielo.org/php/index.php>.