

Explicar o mundo às crianças: análise de espaços noticiosos dirigidos ao público infantojuvenil

Sara Pereira

Joana Fillol

Patrícia Silveira

Introdução: as crianças e as notícias

O estudo da relação das crianças com as notícias tem captado a atenção de investigadores de diferentes áreas, tendo proliferado nos últimos anos as pesquisas centradas nesta problemática (CARTER et al., 2009; LEMISH; PICK-ALONY, 2013; DELORME, 2013; BRITES, 2013; CONDEZA et al., 2014; ALON-TIROSH; LEMISH, 2014). Destes estudos sobressaem dois ângulos de abordagem principais: (1) a receção das notícias pelas crianças, procurando estudar as suas perceções e representações, as suas reações emocionais e o impacto na socialização política e no envolvimento cívico; (2) a produção e oferta de espaços e de conteúdos noticiosos para o público mais novo. Num outro ângulo de abordagem, podemos ainda registar as pesquisas sobre a representação das crianças e da infância nas notícias, mais especificamente, na imprensa e na televisão (DROTNER, 2013; OLSON; RAMPAUL, 2013; MARÔPO, 2013; RAMOS et al., 2013; PONTE, 2005 e 2009; FEILITZEN, 2002).

Os estudos centrados na receção, ou seja, nas crianças como público, têm mostrado que as notícias fazem parte das suas vidas, assumindo um papel importante no seu processo de socialização e

no modo como conhecem o que se passa no mundo, ainda que muitas vezes não sejam elas diretamente a procurar informação sobre os acontecimentos da atualidade (LEMISH; GÖTZ, 2007). De acordo com alguns autores (CONDEZA et al., 2014; CARTER et al., 2009; HUIJANEN; PIETIKÄINEN, 2004), as crianças seguem as notícias todos ou quase todos os dias, sobretudo a partir da televisão, apresentando-se este como o principal meio de acesso das famílias aos acontecimentos do mundo. Estes estudos revelam também que as crianças compreendem o valor das notícias e demonstram interesse pela informação, embora gostassem que as notícias fossem mais adaptadas aos seus interesses e necessidades (ALON-TIROSH; LEMISH, 2014). Perspetivando as crianças como sujeitos ativos, com capacidade para avaliar e interpretar as mensagens, bem como para expressar a sua opinião sobre as notícias que lhes interessam, as pesquisas mais recentes neste âmbito mostram que o acompanhamento da atualidade melhora o conhecimento de aspetos relevantes da sociedade e do mundo, ao mesmo tempo que permite a formação de opinião sobre o que se passa em seu redor (CARTER et al, 2009).

Estes resultados, provenientes de estudos internacionais, são corroborados por uma pesquisa de doutoramento em curso no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho¹³⁸. As crianças participantes neste estudo português referem que

¹³⁸ Pesquisa conduzida por Patrícia Silveira que tem como objetivo central compreender os significados e as emoções decorrentes da exposição das crianças às notícias, e a implicação desses sentidos para os modos de estar e de olhar o mundo por parte dos mais novos. O estudo tem como universo as crianças a frequentar o 4º ano do 1º Ciclo do Ensino Básico (no ano letivo 2013/2014) das escolas do Concelho de Paredes, situado no norte do país. Combinando métodos quantitativos e qualitativos, numa primeira fase foram administrados inquéritos por questionário a 690 crianças com idades compreendidas entre os 8 e os 12 anos. Numa segunda fase, realizaram-se seis grupos de foco com 42 crianças a frequentar duas turmas integradas em escolas diferentes, selecionadas a partir da amostra do inquérito por questionário.

gostariam de ter acesso a mais notícias relacionadas com assuntos do seu interesse - como sejam, o desporto, a música, os acontecimentos da História (de Portugal e do mundo), o cinema, a educação, os animais, a ciência e o meio ambiente – e identificam os temas relacionados com a política e a economia como os mais desinteressantes, considerando-os enfadonhos e repetitivos, ainda que reconheçam a sua importância para a sociedade. Esta mesma pesquisa mostra que as crianças são públicos assíduos das notícias, acompanhando-as quase todos os dias na companhia dos pais e de outros familiares, em especial durante o tempo dedicado às refeições e através da televisão. Embora as crianças manifestem algum interesse por estar a par dos acontecimentos, admitem que, se puderem escolher, preferem realizar outras atividades, como brincar e praticar desporto, ou ver outro tipo de programas mais do seu agrado, como é o caso de desenhos animados, filmes e telenovelas. A exposição às notícias decorre portanto de um modo intrínseco à vivência das rotinas quotidianas das famílias, faz parte dos seus tempos sociais, não sendo propriamente uma atividade procurada e escolhida pelos mais novos. Apesar disso, reconhecem que as notícias são importantes para acompanhar o que se passa no país e no mundo, podendo ser pró-ativas na procura de informação de assuntos que sejam do seu interesse.

Um dado que advém deste estudo, e que merece especial destaque neste capítulo, diz respeito ao testemunho das crianças quanto à necessidade de terem acesso a notícias que lhes expliquem o mundo de um modo que elas possam compreender, usando uma linguagem mais simples e recorrendo a palavras ou imagens “que não assustem”. Este ‘desejo’ das crianças serve-nos de trampolim para os estudos que se centram no lado das instituições mediáticas e na produção de espaços noticiosos pensados e difundidos especificamente para os mais novos. Carter (2007), numa análise ao *site* inglês de notícias

intitulado *Newsround*, identifica-o como uma das fontes de notícias mais importante para crianças dos 8 aos 12 anos de idade, considerando-o um dos *sites* mais sofisticados e importantes do mundo, que desenvolve conteúdos adequados para este segmento de público e que encoraja a sua participação. A autora observou que as crianças e os jovens que habitualmente comentam as notícias aí disponíveis são conhecedores dos acontecimentos do mundo, demonstrando interesse e vontade em verem os seus pontos de vista, sobre questões políticas e económicas, valorizados pelos adultos. Carter et al. (2009) concluíram que o *Newsround* é uma importante ferramenta para o desenvolvimento da cidadania, priorizando as opiniões e ideias dos mais novos. Na Alemanha, Götz (2007), numa análise que realizou ao programa *Logo*, disponível no canal infantil KIKKA, verificou que o mesmo explica bem as notícias, de forma a não assustar os públicos com determinados acontecimentos, e que aborda abertamente aquilo que se passa no mundo, utilizando uma linguagem adequada às crianças. Por estes motivos, as audiências infantis preferem acompanhar a atualidade através do *Logo*, ligando-se menos às notícias emitidas para as audiências adultas.

Importa sublinhar, ao nível da produção de notícias especificamente para as crianças, as potencialidades que o meio *online* tem proporcionado para a criação de espaços mais interativos, com maior possibilidade de envolver o público jovem e de lhe dar mais oportunidades de participação. Como refere Carter (2013, p. 261), “Formatos emocionantes, inovadores e tendencialmente mais interativos, incluindo os que são produzidos pelas crianças, recorrendo aos novos e velhos media, estão a desafiar as suposições dos adultos acerca da apatia política das crianças e estão a oferecer importantes oportunidades para a emancipação das crianças como cidadãs”.

Os estudos assinalados nesta Introdução chamam a atenção para a importância das notícias no processo de socialização do público jovem, defendendo que as crianças devem ser encorajadas a expressar os seus pontos de vista, de acordo com a sua idade e maturidade cognitiva. Todavia, em contraste com estas perspetivas, há estudos que emergem sobretudo das áreas da psicologia e da medicina (CARTER, 2013) que enfatizam os efeitos negativos da exposição às notícias, colocando a tónica sobretudo nos danos emocionais que podem ocorrer se as crianças forem expostas às notícias dirigidas às audiências adultas, em particular notícias de acontecimentos violentos (van der MOLEN; KONIJN, 2007). Defendem que estas experiências podem ser traumáticas para os mais novos e que há factos e eventos que são inapropriados para determinadas idades. Estes estudos colocam a ênfase na necessidade de proteger as crianças e de as privar de contactar com acontecimentos potencialmente perturbadores.

Embora o presente trabalho se enquadre teoricamente numa perspetiva capacitadora, que defende o desenvolvimento de competências para os mais novos aprenderem a lidar com a exposição a certos acontecimentos e para assumirem uma postura crítica e esclarecida face aos media e às suas representações do mundo, entendemos que será no equilíbrio destas duas posições - capacitadora e protetora - que poderá ser construída uma perspetiva que proteja mas que também prepare; uma perspetiva centrada nas crianças, nos seus interesses e necessidades, que considere os seus pontos de vista e que promova tanto o direito à proteção como o direito à informação.

Tendo por base estes pressupostos, o presente trabalho visa analisar espaços de notícias produzidos especificamente para as crianças, com o objetivo de evidenciar a sua importância para estimular o interesse das crianças pela atualidade e para ajudar a compreender,

de forma significativa para os mais novos, o mundo em que vivem, contribuindo para a sua literacia mediática. No ponto seguinte apresentamos a metodologia seguida para a seleção e análise dos casos em estudo.

Produção noticiosa para as crianças: metodologia da análise de casos

Tendo por base a importância de serem oferecidos espaços e serviços noticiosos especificamente dirigidos às crianças, este trabalho visa fazer o levantamento e análise deste tipo de espaços, a nível nacional e internacional. Este levantamento permitirá ter uma melhor perceção da oferta de serviços de informação destinados às crianças, quem são as entidades que os promovem, que conteúdos são abordados, que formatos são utilizados, que temáticas são privilegiadas e que conceções de criança prevalecem. Permitirá igualmente perceber por que é importante oferecer ‘programas’ sobre a atualidade especificamente dirigidos ao público infantojuvenil.

Para fazer o levantamento da oferta existente foram estabelecidos critérios de pesquisa distintos para o contexto nacional e para o internacional. Para ambos os contextos foram apenas considerados os espaços, meios, produtos ou programas que difundem notícias sobre a atualidade especificamente para as crianças e jovens. Assim, publicações ou programas focados em assuntos, por exemplo, de entretenimento, de celebridades, de passatempos, não foram contemplados para análise.

Para o contexto Português, a pesquisa teve por base o conhecimento profissional e académico das autoras deste trabalho, bem como estudos anteriores de autores portugueses (PONTE, 1998;

PEREIRA, 2007; PEREIRA, et al., 2009), e recaiu sobre os meios impresso, televisivo e *online*. O estudo dos casos nacionais baseia-se numa descrição e caracterização geral dos meios e programas identificados, apontando a empresa produtora, o público-alvo e os conteúdos principais. A opção por uma análise mais geral deveu-se sobretudo ao facto de a maior parte dos meios ou programas identificados não estar já em circulação ou a ser exibida. A exceção é a Revista *Visão Júnior* que, no entanto, não é uma publicação que tenha como enfoque central os assuntos da atualidade.

Relativamente ao contexto internacional, foi realizada uma pesquisa através do Google, utilizando as palavras-chave “crianças” e “notícias” ou “atualidade” em diferentes línguas: português, espanhol, francês, inglês e italiano. Dos resultados obtidos, foram considerados apenas sítios em que é dada atenção a notícias de atualidade. A pesquisa permitiu inventariar uma lista de cerca de 40 *websites* nesta categoria, verificando-se que, em vários casos, o *site* é o complemento de um jornal impresso ou de um programa televisivo para crianças. Os Estados Unidos da América surgem no primeiro lugar da tabela em termos de oferta de projetos deste género, seguidos pela França e pela Inglaterra¹³⁹.

Na impossibilidade de fazer uma análise de todos os *sites* identificados, elegemos um de cada destes três países, optando por portais que tivessem uma atualização frequente, oferecessem notícias de atualidade tratadas jornalisticamente e que não se centrassem apenas numa categoria, mas abordassem vários temas. Assim, a análise recaiu sobre o *News Round* (Inglaterra), sobre o *Dogo News* (Estados

¹³⁹ São exemplos de outros sites nestes países: www.thekidsnews.com, www.new-sela.org, www.studentnewsnet.com (E.U.A), www.jde.fr, www.griffe-info.com, www.monquotidien.fr (França), www.timeforkids.com, www.whatsyournews.com (Inglaterra).

Unidos) e sobre o *1 Jour, 1 Actu* (França). Estes *sites* foram analisados a partir de um conjunto de categorias, a saber:

1. Autoria
2. Destinatários
3. Temas abordados
4. Formato: texto, vídeo, áudio
5. Espaço dedicado à participação do público
6. Caracterização do tipo de participação
7. Relação com o sistema de ensino
8. Número médio de notícias por dia/Frequência de publicação
9. Presença ou ausência de publicidade
10. Preocupação com a Educação para os Media
11. Preocupação com a receção das notícias pelas crianças
12. Possibilidade de registo no *site*
13. Conexão com redes sociais

Para tornar possível uma análise comparativa dos três *sites* estudados, relativamente aos temas tratados e ao número de notícias publicado, analisámo-los diariamente durante uma semana, de 22 a 28 de novembro de 2014. Apesar de cada *site* apresentar um conjunto de editorias, essa divisão revela-se insuficiente para uma abordagem comparativa. No *site Newsround*, por exemplo, não existe uma categoria intitulada ciência, embora haja notícias sobre o tema. Assim, houve necessidade de criar uma grelha de análise de categorias mais detalhada, de modo a poder obter uma noção mais precisa dos temas abordados. Optámos, então, por enquadrar as notícias publicadas em cada um dos sites segundo a seguinte lista de categorias: Am-

biente, Animais, Ciência, Crianças, Cultura, Curiosidades, Desporto, Entretenimento, Espaço, Política (nacional), Política (internacional), Saúde, Sociedade, Música e Tecnologia (expressas nos gráficos 2, 3 e 4 em anexo).

Espaços de informação da atualidade para as crianças: casos nacionais e internacionais

Apresentamos, neste ponto, os casos que foram objeto de análise, em Portugal e internacionalmente, procurando tirar ilações sobre a sua relevância para o público infantojuvenil.

O caso português

Portugal não é um país em que se invista muito em meios, serviços ou programas sobre notícias da atualidade especificamente dirigidos ao público infantojuvenil. Em alguns momentos, a televisão pública (RTP) contemplou na sua grelha de programação um noticiário dedicado aos mais novos, mas este tipo de programa está longe de ser uma aposta da estação pública, apesar do Contrato de Concessão de Serviço Público estipular que deve incluir “espaços regulares de informação, adequadamente contextualizada, dirigidos ao público infanto-juvenil (CONTRATO DE CONCESSÃO DE SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO, 2008, Cláusula 10^a, artigo 11).

Entre 1984 a 1987, a RTP emitiu o *Jornalinho*, um magazine de informação semanal criado pelo jornalista António Santos, dirigido ao público jovem. Notícias, reportagens, entrevistas, sugestões culturais, eram alguns dos ingredientes que compunham este noticiário que procurava informar as crianças sobre o que se passava no país e no mun-

do, através de uma linguagem simples. Os apresentadores do programa eram acompanhados por dois bonecos, o Elias e o Horácio (a quem se juntou mais tarde a Clementina), contando ainda com a colaboração de crianças. Estas enviavam para o programa cartas e desenhos com notícias das terras onde moravam, funcionando como uma espécie de correspondentes do programa. ‘*Jornalinho*, a informação dos mais novos’, era o slogan do programa que contou com 122 exposições.

Três anos após o desaparecimento do *Jornalinho* das grelhas, a RTP regressa (em 1990) com o *Caderno Diário*, um “noticiário pensado e concretizado especificamente para idades entre os 8 e os 14 anos, de modo a que estas crianças também pudessem compreender e estar informadas” (<http://www.rtp.pt/programa/tv/p1117>). Era “preenchido com notícias da actualidade, reportagens feitas nas escolas e eventos para crianças e jovens. A linguagem utilizada era simples e informal, muito próxima da utilizada pelas crianças” (PEREIRA, 2007). Este programa esteve em antena ao longo de mais de uma dúzia de anos, terminando em 2002, aparentemente por falta de jornalistas (PEREIRA, 2007).

Só em 2010 volta à grelha da estação pública um programa deste tipo – o *Diário XS*, caracterizado pela RTP como “um noticiário extra sofisticado que informa os jovens dos 8 aos 12 anos sobre os acontecimentos nacionais e internacionais da política, da ciência, das artes, do desporto, da escola e da meteorologia de uma forma extra simples” (<http://www.rtp.pt/programa/tv/p26161>). Interrompido em 2012, o *Diário XS* volta a ser exibido em 2014 na RTP2, de segunda a sexta-feira, com uma duração de cinco minutos. Não sendo de menosprezar a oferta deste programa, verifica-se no entanto que não há um grande investimento financeiro na sua produção, o que leva a questionar se a sua presença na grelha será apenas para cumprir uma exigência do Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão.

No quadro da estação pública de televisão de Portugal será ainda de registar o lançamento, a 14 de janeiro de 2014, do *Ensina*, um projeto da RTP (<http://ensina.rtp.pt/>) que conta com o apoio do Ministério da Educação e Ciência. Este portal integra vídeos, áudios, infografias e fotografias produzidos nas últimas oito décadas pelos diferentes canais da estação pública de televisão e rádio, com interesse educativo. Atualmente contempla nove áreas principais: artes, cidadania, ciência, conhecer a RTP, educação para os media, filosofia, história, português e RTP nas escolas. Dispõe igualmente de uma área dedicada a ‘Atualidades’ onde são publicados, numa linha cronológica, acontecimentos relevantes da história antiga e recente. Integra também uma área Infantil onde o público pré-escolar pode encontrar vídeos, jogos e música que fazem parte do acervo do espaço infantil Zig Zag, da RTP2.

No que diz respeito à imprensa, dois dos jornais de referência no país - Diário de Notícias e Público - trouxeram para as bancas, no passado, um suplemento e um jornal, respetivamente, dedicados aos mais novos. Em 1983, o Diário de Notícias (Grupo Global Notícias Publicações, SA), por iniciativa do seu então diretor Mário Mesquita, criou um suplemento destinado a captar leitores entre os 18 e 24 anos. O *DN Jovem* foi inspirado num suplemento do Diário de Lisboa, o “Juvenil”, publicado entre 1967 e 1970, com coordenação de Alice Vieira e Mário Castrim. Inicialmente pensado como um espaço privilegiado para o jornalismo de investigação, o *DN Jovem* acabaria por assumir um percurso mais próximo do universo literário e artístico. O seu ADN foi moldado pela participação de jovens colaboradores que encontraram no suplemento (chegou a ser de oito páginas) uma forma de publicar contos, poesia, fotografia, ilustração. Escritores como José Eduardo Agualusa ou José Luís Peixoto, ilustradores como João Fazenda, fotógrafos como Bruno Ras-

ção foram alguns dos nomes que o *DN Jovem* projetou. Em 1996, o suplemento migrou do papel para o suporte digital. Numa altura em que a internet chegava ainda a uma parte diminuta da população, o *DN Jovem* perdeu força e viria a ser extinto em 2007, com 14 anos de existência¹⁴⁰.

Relativamente à Revista *Público Júnior*, do jornal Público (Grupo Sonaecom, SGPS, SA), foi lançada em março de 1991, um ano após o primeiro número do Público ter saído para as bancas. Durante mais de um ano, a revista chegou todos os domingos a casa dos ‘juniores’ portugueses. Entrevistas, Histórias Felizes com Ana Maria Magalhães e Isabel Alçada (duas escritoras portuguesas para a infância), História, Natureza, Filmes e Jogos e Cartas dos Leitores, eram algumas das rubricas do *Júnior*. Ao comemorar o 1º aniversário, a revista passou a promover encontros de leitores (nas instalações do Público em Lisboa) para falar de jornais, e da *Júnior* em particular, e para experimentar escrever para os leitores da revista da semana seguinte. Tratou-se, sem dúvida, de uma iniciativa inovadora e única neste tipo de meio, que abria as portas à participação de crianças e jovens.

Ainda no âmbito do meio impresso, hoje com uma presença também *online*, a *Visão Júnior* (do Grupo Impresa) começou por ter

¹⁴⁰ O *DN Jovem* foi objeto de uma pesquisa de mestrado intitulada “O *DN Jovem* entre o papel e a Net: dinâmicas, implicações e consequências de uma transição temporânea”, da autoria de Helena de Sousa Freitas (ISCTE, 2009). Neste estudo a autora procedeu a uma análise dos conteúdos publicados pelo *DN Jovem* em quatro períodos distintos e realizou entrevistas semiestruturadas a cerca de 20 colaboradores e coordenadores deste suplemento, metodologia que, segundo Helena Freitas, “permitiu ainda perceber a importância do suplemento enquanto veículo artístico, espaço de livre expressão e mostra semanal de criatividade juvenil” (<http://hdl.handle.net/10071/1902>). Este estudo foi publicado em livro em 2011 pela Editora Esfera do Caos com o título “O *DN Jovem* entre o papel e a Net. História e Memórias de uma Transição”.

um formato exclusivamente impresso. Nasceu em agosto de 2004, num projeto inicialmente pensado apenas para esse mês de férias. O sucesso ditou que passasse a ter uma periodicidade mensal, que se mantém até hoje. Trata-se de uma revista de informação dirigida a crianças dos 7 aos 14 anos de idade, que se rege pelos princípios deontológicos e profissionais da «irmã» mais velha, a revista *Visão* e integra o Plano Nacional de Leitura. As notícias de atualidade marcam presença, embora lhes seja dedicado pouco espaço. O conteúdo centra-se em temas como animais, ciência, diferenças culturais, reportagens várias de interesse para os mais novos, divulgação de livros e escritores, curiosidades, entre outros, com um forte convite à participação. O *site* não tem atualização diária e, além de algumas notícias de atualidade, tem passatempos, vídeos de artigos publicados na revista, galerias de fotos e divulgação de alguns eventos culturais.

No meio *online*, são praticamente inexistentes os sítios dedicados à apresentação de notícias sobre a atualidade para as crianças e jovens. É exceção o portal *Sapo Kids*, criado em 2009 pela Sapo (Grupo PT Portugal) e dirigido a crianças dos 3 aos 12 anos com uma tripla vertente: educativa (conteúdos didáticos, vídeos de ciência), entretenimento (jogos, vídeos divertidos, agenda cultural) e informação (notícias musicais, desportivas e outras). Oferecia ainda um serviço de *email* e mensagens instantâneas com controlo parental. Em 2010, o portal deu origem ao *Superstars* (superstars.kids.sapo.pt), que se assume como o primeiro *site* de desporto português para jovens e crianças, embora tenha também curiosidades e notícias sobre celebridades.

No que diz respeito à rádio, verifica-se que as crianças não têm sido um público-alvo das estações radiofónicas nacionais. Em 2009, a principal emissora de rádio pública, a Antena 1, estreou o progra-

ma *Portugal dos Pequeninos*, da autoria da jornalista Sónia Morais Santos, um *vox pop* diário de três minutos que dava a voz a crianças de várias idades sobre temas vários, de atualidade ou não, abrangendo áreas tão diversas como a política, o ambiente, a família, a religião, o amor. Embora o formato deste programa não se baseie na difusão de notícias para crianças, e apesar de não se dirigir a este público, o facto de ter os mais novos como protagonistas, procurando ouvir as suas opiniões sobre diversos assuntos, revela alguma atenção a este público por parte da rádio pública, o que nos levou a incluir a sua referência neste texto. Será, no entanto, de referir que o programa deixou de ser emitido em 2010, não tendo sido substituído por nenhum outro que tenha as crianças como protagonistas ou como público.

Casos internacionais

O panorama internacional é bem diferente daquele que encontramos em Portugal. Com efeito, não existe no país nenhum serviço informativo para crianças do género dos que aqui são analisados, sendo de destacar o facto de um desses serviços ser da responsabilidade da estação pública britânica.

Como referido anteriormente, através dos critérios de pesquisa utilizados foi possível identificar cerca de quatro dezenas de espaços *online* que têm como função explicar o que se passa no mundo às crianças. Deste conjunto, selecionaram-se três para análise, a saber: *Newsround* (Reino Unido), *Dogo News* (EUA) e *1 Jour, 1 Actu* (França). A Tabela 1, em Anexo, ilustra uma análise comparativa tendo por base algumas categorias e o Gráfico 1, também em Anexo, mostra o número de notícias publicadas por cada um dos *sites* numa semana escolhida para a análise.

Transmitido desde 1972, o *Newsround* apresenta-se como um dos primeiros magazines informativos do mundo destinado a crianças. Hoje é emitido no canal da BBC dirigido aos mais novos, o CBBC, e já não, como sucedeu até 2002, na BBC1. Tal como o programa televisivo, com uma duração de dez minutos, o *site* é pensado para uma faixa etária entre os seis e os 12 anos. Em www.bbc.co.uk/newsround, além de ser possível ver diariamente o programa na íntegra (só para internautas no Reino Unido), é dado destaque a quatro categorias mencionadas no *site*: Notícias, Desporto, Entretenimento e Animais que, no entanto, se subdividem em muitas outras (ver Tabela 1 em anexo sobre divisão de temas por categorias e Gráfico 2 para uma divisão por categorias mais detalhada). Cada artigo tem, por norma, entre quatro e seis frases e é acompanhado da peça televisiva ou de um vídeo. No final das notícias, não há espaço disponível para comentários. No entanto, a participação dos leitores é solicitada numa rubrica intitulada «chat», onde pelo menos uma vez por semana é lançada uma questão relacionada com uma notícia ou com um tema respeitante ao universo infantil (como o *bullying*) para que os leitores expressem a sua opinião. Os participantes, a quem não é solicitado qualquer tipo de registo, são identificados apenas pelo nome e cidade de origem. Há, ainda, uma outra parte do *site* que permite fazer ouvir a ‘voz’ do público, o «News and Sport Message Board», apenas acessível a internautas no Reino Unido. O mesmo sucede, precisamente, com outra secção que permite aos visitantes interagir com o *site*, o «Quiz of the Week», onde são convidados a testar os conhecimentos sobre as notícias da semana tratadas pelo *Newsround*.

Este *site* da estação pública de televisão inglesa não apresenta publicidade e também a relação com as redes sociais afigura-se inexistente (a página do *Newsround* no *Facebook* não parece ser oficial).

Embora não de uma forma explícita, transparece uma preocupação com a Educação para os Media. Na secção ‘Frequently Asked Questions’, os internautas têm à disposição uma galeria fotográfica, onde são apresentados os bastidores do programa televisivo e, através de legendas, são explicados os diferentes passos do trabalho jornalístico.

Noutra secção do *site*, onde se reúnem vídeos sobre dossiers especiais, há uma preocupação em ajudar as crianças caso estas se sintam perturbadas por alguma notícia que possam ler/ver. Na rubrica “What to do if the news upsets you”, é explicado às crianças que podem confiar no *Newsround* para lhes contar todos os factos relevantes sobre determinado tema, mas que algumas coisas podem soar assustadoras ou deixá-las preocupadas. Para as tranquilizar, relembram aspetos que remetem para o que é o jornalismo, como por exemplo, “histórias preocupantes são frequentemente notícia por serem raras”, “é altamente improvável que o que estás a ler ou a ver aconteça perto de ti”. Nesta mesma rubrica, dão-se muitos outros conselhos, como o de dialogar com os pais sobre as histórias noticiadas ou equilibrar a leitura de uma notícia triste com uma de teor mais positivo. De registar que o *site* tem uma secção de entretenimento, com jogos (cujo acesso está também vedado a cibernautas fora do Reino Unido).

Os *sites* de notícias para crianças não são apenas uma iniciativa de empresas públicas, como a BBC. Um dos mais visitados sítios deste género nos Estados Unidos, o *Dogonews*, nasceu em 2009, por iniciativa de uma mãe que não encontrava na Internet fontes de informação fidedignas que permitissem aos filhos acompanhar temas da atualidade. O sucesso do *site*, hoje seguido por milhares de crianças e professores em todo o mundo, foi tal que deu origem a uma empresa que alimenta um conjunto de *sites* para crianças ligados entre

si – além do de notícias, existe um dedicado a livros, outro a filmes e outro a *sites* para crianças (em qualquer um dos três, os internautas podem atribuir pontuação ou escrever uma crítica). O *site* oferece, ainda, a possibilidade de ver no mapa a localização da zona onde sucedeu um determinado acontecimento noticiado.

Os utilizadores do *site* têm a possibilidade de dividir as notícias (que são não apenas dos Estados Unidos, mas de todas as partes do mundo) por cinco graus de ensino, nomeadamente, do pré-escolar aos 14 anos. Ao contrário do *Newsround*, o *Dogonews* apresenta uma estrutura que facilmente remete para o universo escolar. Grande parte dos artigos apresenta a definição de vocábulos que possam suscitar dúvidas, um conjunto de questões de compreensão da notícia e uma hiperligação para a localização do local do acontecimento no mapa. Os professores têm um espaço próprio, que lhes permite adaptar os conteúdos às suas necessidades letivas.

Além dos graus de ensino, é possível dividir as notícias pelas seguintes categorias: Ciência, Desporto, Estudos Sociais, Curiosidades (‘Did you know?’), Ambiente, Geral, Entretenimento, Internacional, Surpreendente, Divertido e Vídeo da Semana.

Em cada notícia, o texto (de extensão variável, por norma entre as 700 e as 1200 palavras) é intercalado por fotografias e/ou vídeos. No final, os usuários podem escrever os seus comentários/opiniões sobre o que leram, desde que se tenham registado no *site*, escolhendo um *nickname* e um avatar. Este é um convite bem-sucedido a avaliar pelo número de comentários de cada artigo - na ordem das centenas. Muitos dos comentários resumem-se a poucas palavras, mas, em alguns temas, a caixa de comentários acaba por tornar-se num espaço de diálogo entre os diversos participantes, que expressam acordo ou desacordo com opiniões manifestadas por outros. Durante uma semana de análise das notícias publicadas (de 22 a 28 de novembro

de 2014), constata-se que as notícias sobre curiosidades são as que suscitam um maior número de comentários por parte do público. E, dentro das curiosidades, os artigos sobre animais são os que mais reações provocam. Na semana em análise, a notícia mais comentada (792 opiniões) foi a de um gato de um centro de reabilitação que se julga ser capaz de pressentir a morte de um doente terminal.

No extremo oposto, estão as notícias de política. Os leitores do *site* tendem a comentar menos este tipo de artigo, mesmo quando são as crianças que estão em destaque, como a notícia de uma cimeira que reuniu jovens de vários países do mundo para apontarem soluções para problemas que afetam a humanidade (170 comentários). Por uma questão de reserva da privacidade, a informação sobre os internautas que interagem com o *site* é diminuta, pelo que se torna difícil analisar o perfil destes.

A atualização do *site* é frequente, com uma média de uma a três notícias publicadas quase todos os dias da semana. Para grande parte das notícias, é colocada uma questão para estimular o pensamento crítico nos jovens leitores (por exemplo, no final de uma notícia sobre um programa para combater a obesidade, questiona-se os leitores sobre qual o principal fator que contribui para este problema no país em que vive: dieta, estilo de vida ou educação), além das perguntas de compreensão do artigo.

A publicidade presente no *site* divulga livros e filmes apresentados nos outros *sites* da *Dogo*. A relação com as redes sociais é forte, dando a possibilidade de partilhar os artigos em sete plataformas, como o *Facebook* ou o *Google+*.

Em França, os sítios com notícias de atualidade e informação para crianças são, geralmente, o complemento de edições impressas. É o caso do *Mon Quotidien*, *Le Journal des Enfants* ou *1 Jour 1 Actu*. Este último é produzido por uma editora francesa, a Milan, que edita

livros para crianças e adultos. O *site* é uma das ferramentas que serve para «traduzir e explicar com palavras simples a informação dos adultos» a crianças com idades compreendidas entre os oito e os 12 anos, sem tabus. A prova-lo está a cobertura do atentado ao jornal satírico *Charlie Hebdo*, em Paris, a 7 de janeiro de 2015. O assunto não foi silenciado no *site* do *1 Jour, 1 Actu*, bem pelo contrário. Depois de 7 de janeiro, foram publicadas 23 notícias relacionadas com o sucedido (e 18 sobre outros temas). Os repórteres explicaram o que aconteceu naquele dia e nos seguintes, as razões por detrás do atentado, não ocultando informação e utilizando termos como “fuzilar”. Os factos, eventualmente chocantes, serviram de pretexto para tocar em questões como o que é a liberdade de expressão, a laicidade ou o antissemitismo; entrevistar um especialista em Direitos Humanos e um fotógrafo que captou uma imagem emblemática da grande manifestação contra o terrorismo ocorrida em Paris; ouvir o que tinham a dizer as crianças de uma escola vizinha à redação do *Charlie Hebdo*.

Os atentados justificaram a publicação de um maior número de notícias durante o mês de janeiro do que é usual, mas ilustram o que é a postura do *1 Jour, 1 Actu* durante todo o ano, ao cobrir temas de atualidade, tratados nos jornais para adultos, independentemente do assunto.

Por norma, de segunda a sexta, é publicada uma notícia de uma das seguintes categorias: Mundo, França, Desporto, Ciências, Planeta, Insólito ou Cultura, que contempla sempre um jogo para atestar a compreensão, a explicação do significado de uma palavra - a «palavra do dia» - e a localização geográfica do sítio onde teve lugar a notícia. Diariamente, de segunda a sexta, é também disponibilizado um vídeo de um minuto e meio em que se responde a uma questão colocada por um jovem leitor (por exemplo, o que são os paraísos fiscais) através de desenhos animados, com um tom humorístico.

Os alunos e os professores que assinem a edição impressa do jornal semanal têm possibilidade de aceder a mais conteúdos no *site*, mas, com um simples registo, mesmo os leitores que não sejam assinantes podem aceder, de segunda a domingo, a diversos materiais sobre temas de atualidade. Os professores assinantes do semanário têm acesso a ferramentas pedagógicas que facilitam o trabalho dos artigos publicados na sala de aula.

Os leitores registados no *site* do *1 Jour, 1 Actu* com um *nickname* são convidados a comentar os conteúdos publicados *online*, com a certeza de que as opiniões são sempre moderadas pela redação do jornal. As notícias que estimulam um debate maior entre os leitores dizem respeito a Curiosidades, Animais, Meio-Ambiente e Ciência. Também aqui, como no *Dogonews*, são os temas de política a suscitar um menor número de reações por parte dos leitores (como um artigo em que se explica o significado dos diferentes logótipos dos partidos políticos franceses). Estes podem partilhar os artigos em diferentes redes sociais (*Facebook, Twitter, It!, Google+, Pinterest*). A publicidade diz apenas respeito à assinatura do jornal impresso. A preocupação de Educar para os Media transparece, em particular, numa rubrica intitulada «Foto do dia» (apesar do nome, não tem frequência diária), em que é feita uma análise crítica e detalhada de uma imagem.

De distintos países, promovidos por entidades de natureza diferente e com uma frequência de publicação de notícias e meios humanos visivelmente diversos, os três *sites* analisados coincidem na forma como encaram a criação. Transparece uma visão desta como sujeito capaz de entender tudo o que se passa no mundo que a rodeia, a par de uma preocupação notória em explicar as notícias de forma clara, simples, sem, no entanto, pender para a infantilização. Dir-se-ia, pelo contrário, que todos os sites em questão revelam um esforço para desenvolver o pensamento dos jovens leitores, estimulando o

espírito crítico, elevando a cultura geral, convocando-os para participarem e manifestarem opiniões de diferentes formas. *Newsround*, *Dogonews* e *1 Jour 1 Actu* parecem coincidir, ainda, na forma como equilibram temas que se poderão designar por mais sérios com outros mais ligeiros, a cuja leitura as crianças estão, como referem estudos anteriormente mencionados, mais predispostas, nomeadamente notícias sobre música, celebridades ou desporto.

Proporcionando às crianças um meio adequado para acederem à informação, respondendo à sua curiosidade natural e, simultaneamente, estimulando nelas outros interesses, os três portais cumprem algo de que o jornalismo, mesmo quando exercido em entidades privadas, nunca se deve distanciar: a sua missão de serviço público.

Notas finais: porquê espaços de informação destinados aos públicos infantojuvenis?

A análise levada a cabo neste trabalho mostra que tem havido uma preocupação por parte dos vários tipos de meios – a imprensa, a televisão e a Internet – em produzir informação especificamente dirigida ao público mais jovem. Centrando-nos especificamente no contexto português, verifica-se no entanto que este tipo de oferta está muito dependente da capacidade financeira das empresas mediáticas, parecendo sucumbir em períodos de maior dificuldade e contenção económica. Considerando a realidade internacional, é um facto que em Portugal se tem verificado pouco investimento ao nível do meio *online*, se considerarmos o potencial que a Internet fornece a este nível.

Embora no nosso ponto de vista a criação destes espaços seja da responsabilidade de empresas e associações tanto públicas como

privados, consideramos que os media de serviço público têm aqui um papel acrescido, não apenas para assegurar o cumprimento de eventuais obrigações legais, mas por fazer parte da sua função oferecer conteúdos inovadores e de qualidade, que contribuam para a formação de cidadãos críticos e informados. Numa época caracterizada pela convergência mediática, e procurando tirar proveito das potencialidades oferecidas pelos meios digitais, o serviço público de media, no caso específico de Portugal, a Rádio e Televisão Pública, poderia ter um importante papel na criação de sinergias entre os canais públicos e os espaços que disponibilizam na Internet, promovendo um serviço informativo integrado para o segmento mais jovem.

Na base da defesa de serviços informativos concebidos especialmente para os mais novos estão argumentos de vária ordem, mas todos se centram numa perspetiva de criança como sujeito de direitos e todos são matizados pela ênfase que a Convenção sobre os Direitos da Criança coloca na necessidade de a informação ser “apropriada à idade da criança”, de conduzir “ao seu bem-estar social, espiritual e moral, assim como a sua saúde física e mental” e ainda de “proteger a criança de materiais que sejam prejudiciais para o seu bem-estar”.

Com efeito, um dos primeiros argumentos é enquadrado pelo articulado da Convenção, ao estipular, no artigo 17º, que os Estados Partes devem “encorajar os órgãos de comunicação social a difundir informação e documentos que revistam utilidade social e cultural para a criança”, e ao declarar, no artigo 13º, que “a criança tem direito à liberdade de expressão”. Este direito “compreende 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”.

Outros argumentos são enquadrados pelos resultados de pesquisas nacionais e internacionais que mostram que as crianças têm

noção do valor das notícias para o conhecimento do que se passa no mundo, mas gostariam que as mesmas fossem tratadas de forma mais adequada às suas necessidades e interesses. O público mais novo tende a seguir e a procurar notícias que exploram temas que lhes interessam, podendo este interesse ser alargado a outros assuntos, mesmo aqueles que muitas vezes são denominados do mundo adulto (política e economia, por exemplo), se forem trabalhados através de linguagens que possam captar a atenção dos mais novos e que eles possam compreender.

A análise que realizámos a três *sites* internacionais de notícias para crianças deixa transparecer o importante papel que exercem na mediação do mundo, explicando-lhes, de modo acessível e apropriado às suas idades e níveis de desenvolvimento, assuntos relacionados com a política, a ciência, a economia, o desporto, a cultura e as artes, entre outros. Além do mais, há também uma preocupação forte em relação ao modo como as crianças lidam com determinados acontecimentos, sobretudo aqueles que podem ser perturbadores e traumáticos, como foi o caso da cobertura do *1 Jour 1 Actu* do atentado terrorista ao jornal francês *Charlie Hebdo*, já mencionado anteriormente. O *Newsround* é também um bom exemplo de como conciliar o direito das crianças à informação com o seu direito à proteção. E no que diz respeito ao *Dogonews*, é um bom exemplo de como este tipo de iniciativas podem partir dos próprios cidadãos.

A existência destes espaços noticiosos proporcionam aos mais jovens uma melhor compreensão do mundo em que vivem, podendo estimular (ou aumentar) o seu interesse por estar a par dos assuntos da atualidade. Olhando para as crianças como ‘human beings’ e não como ‘human becomings’ este tipo de espaços mostra que a cidadania não pode ser adiada para a idade adulta (PEREIRA, 2013), que é na infância que se começa a formar cidadãos mais envolvidos do

ponto de vista cívico, cultural e político, motivados para participar no mundo que os rodeia. Será também de referir o importante papel que exercem ao nível do desenvolvimento de competências de literacia mediática, ao proporcionar-lhes oportunidades para analisarem a informação da atualidade, para compreenderem o modo como os media representam a realidade (oferecendo-lhes ângulos de abordagem e de leitura) e para participarem e expressarem os seus pontos de vista.

Neste trabalho, defendemos, à luz da nossa própria análise, mas também de outros estudos, que a existência deste tipo de espaços ajuda a estimular o interesse pela atualidade, a formar uma opinião sobre os assuntos da sociedade e a desenvolver capacidades críticas em relação aos media, podendo contribuir para uma maior intervenção no espaço público. Contudo, temos presente que o interesse das crianças por estas matérias depende de outros fatores, como sejam, o contexto familiar e também o contexto escolar. Com efeito, estes agentes socializadores exercem um importante papel de mediação do mundo e dos próprios media e dos seus conteúdos, podendo nessa função mediadora assumir tanto um papel dialogante com as crianças, estimulando o seu interesse pelas notícias e por acompanhar os acontecimentos do mundo, como um papel protetor, restringindo ou proibindo o acesso a estas matérias, ou ainda um papel negligente, ignorando o impacto que as notícias podem ter nas crianças bem como a importância de conversar sobre estes assuntos.

No que diz respeito ao meio escolar, Jacques Gonnet, fundador do Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information (CLÉMI) nota o papel fulcral que a atualidade deveria desempenhar na escola, ao permitir despertar a consciência dos alunos para o facto de o que aprendem nas aulas ser fonte de construção de sentidos. Considerando as notícias “como uma forma de motivação

insubstituível para valorizar o saber fornecido”, Gonnet vê com preocupação uma escola onde “parece que, cada vez mais, o único sentido reconhecido tem a ver com o sucesso nos exames” (GONNET, 2007, p. 40-41), que se afasta da realidade do mundo, “dos saberes (e dos valores) diretamente ligados à sociedade”.

Sem desconsiderar então o papel específico que a família e a escola, bem como os grupos de pares, desempenham na descoberta e no conhecimento do mundo pelas crianças, e lembrando aliás o diálogo intergeracional que as notícias podem ajudar a promover, destacamos o papel significativo que os media desempenham no processo de socialização dos mais novos, sendo de toda a relevância que lhes ofereça serviços informativos específicos, dos quais a família e a escola possam também tirar partido. Será com certeza num diálogo entre agentes socializadores, em que a criança toma também parte ativa, que poderemos fazer os mais novos sentirem-se cidadãos de pleno direito, com uma voz, o que facilita certamente a valorização de direitos fundamentais como o direito ao voto ou à liberdade de expressão.

Referências Bibliográficas

- ALON-TIROSH, Michal; LEMISH, Dafna. 'If I Was Making the News: What do Children Want From News? **Participations - Journal of Audience & Reception Studies**, v. 11, n. 1, p. 108-128, May 2014.
- BRITES, Maria José. **O Papel das Notícias na Construção da Participação Cívica e Política dos Jovens em Portugal: Estudo de Caso Longitudinal (2010-2011)**. Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, 2013.
- CARTER, Cynthia. Talking about My Generation: A Critical Examination of Children`s BBC Newsround Web Sites Discussions About War, Conflit and Terrorism. In In LEMISH, Dafna; GÖTZ, Maya. **Children and Media in Times of War and Conflict**. USA: Hampton Press, 2007, p. 121-142.
- CARTER, Cynthia; DAVIES, Máire Messenger; ALLAN, Stuart; MENDES, Kaitlynn. **What Do Children Want from BBC? Children`s Content and Participatory Environments in an Age of Citizen Media**. Cardiff: The Cardiff School of Journalism, 2009. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/blogs/legacy/knowledgeexchange/cardifftwo.pdf>>. Acesso em 14 de maio de 2014.
- CONDEZA, Rayén; BACHMANN, Ingrid; MUJICA, Constanza. News Consumption among Chilean Adolescents: Interest, Motivations and Perceptions on the News Agenda. **Comunicar**, v. 22, n.43, p. 55-64, July 2014.
- DELORME, Maria Inês. As Crianças e as Notícias da Televisão. **Educação em Revista**, v. 29, n. 1, p. 205-223, 2013.
- DROTNER, Kristen. The Co-Construction of Media and Childhood. In LEMISH, Dafna. **The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media**. London & New York: Routledge, 2013, cap. 1, p. 15-22.
- ESTADO PORTUGUÊS; RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL, S.A. **Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão**: Celebrado em Lisboa a 25 de março de 2008.

- FEILITZEN, Cecilia von. Children in Asian News. **News From ICCVOS**, v. 6, n. 1, p. 3-4, 2002.
- GONNET, Jacques. **Educação para os Media: As controvérsias Fecundas**. Porto: Porto Editora, 2007. 144 p. ISBN: 978-972-0-45262-7.
- GÖTZ, Maya. 'I Know That It Is Busch`s Fault': How Children in Germany Perceived the War in Iraq. In LEMISH, Dafna; GÖTZ, Maya. **Children and Media in Times of War and Conflict**. USA: Hampton Press, 2007, p. 15-36.
- HUJANEN, JAANA; PIETIKÄINEN, Sari. Interactive Uses of Journalism: Crossing Between Technological Potential and Young People`s News-Using Practices. **New Media and Society**, v.6, n. 3, p. 383-401, 2004.
- LEMISH, Dafna; GÖTZ, Maya. **Children and Media in Times of War and Conflict**. USA: Hampton Press, 2007. 384 p. ISBN: 1-57273-749-2.
- LEMISH, Dafna; PICK-ALONY, ROTEM. Inhabiting Two Worlds: The Role of news in the Lives of Jewish and Arab Children and Youth in Israel. **International Communication Gazette**, v. 76, n. 2, p. 128-151, 2013.
- MARÔPO, Lúcia. **Jornalismo e Direitos da Criança: Conflitos e Oportunidades em Portugal e no Brasil**. Coimbra: MinervaCoimbra, 2013. 155 p. ISBN: 9789727983353.
- OLSON, Debbie; RAMPAUL, Giselle. Representations of Childhood in the Media. In In LEMISH, Dafna. **The Routledge International Handbook of Children, Adolescents and Media**. London & New York: Routledge, 2013, cap. 2, p. 23-30.
- PEREIRA, Sara. More Technology, Better Childhoods? The case of the Portuguese 'One Laptop per Child' programme. **Communication Management Quarterly**, n. 29, p. 171-198, 2013.
- PEREIRA, Sara. **Por Detrás do Ecrã: Televisão para Crianças em Portugal**. Porto: Porto Editora, 2007. 224 p. ISBN: 978-972-0-45266-5.
- PEREIRA, Sara; PINTO, Manuel; PEREIRA, Eulália. **A Televisão e as Crianças. Um ano de programação na RTP 1, RTP2, SIC e TVI**. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2009. 264 p.

- PONTE, Cristina. (org.). **Crianças e Jovens em Notícia**. Lisboa: Livros Horizonte, 2009.
- PONTE, Cristina. **Crianças em Notícia: A Construção da Infância pelo Discurso Jornalístico 1970-2000**. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2005.
- PONTE, Cristina. **Televisão para Crianças: o Direito à Diferença**. Lisboa: Escola Superior de Educação João de Deus, 1998.
- RAMOS, Rui; MARTINS, Paula Cristina; Pereira, Sara; OLIVEIRA, Madalena. Les enfants en danger dans la presse: la construction discursive de l'enfant agresseur et de l'enfant victime dans des narrations médiatiques. **Langage & Société**, n. 146. p. 91-113, 2013.
- VAN DER MOLEN, Juliette; KONIJN, Elly. Dutch Children's Emotional Reactions to News About the War in Iraq: Influence of Media Exposure, Identification, and Empathy. In LEMISH, Dafna; GÖTZ, Maya. **Children and Media in Times of War and Conflict**. USA: Hampton Press, 2007, p. 75-98.

Tabela 1 – Análise comparativa, por categorias, dos três sites analisados.

	NEWSROUND	DOGO NEWS	1 Jour 1 Actu
Autoria	Children´s BBC	Fundado por uma mãe, deu origem a uma empresa, a Dogo Media	Editora Milan
Destinatários	Crianças dos 6 aos 12 anos	Alunos de diferentes graus de ensino: do pré-escolar aos 14 anos	Crianças dos 8 aos 12 anos
Temas	Notícias, desporto, entretenimento e animais	Ciência, desporto, estudos sociais, sabias que?, ambiente, entretenimento, internacional, surpreendente, divertido, vídeo da semana	Mundo, França, desporto, ciências, planeta, insólito e cultura
Formato	Texto, vídeo e peças televisivas	Texto, fotografia e vídeo	Texto, fotografia e animação
Participação do público	Pergunta semanal endereçada ao público; Sport and Message Board	Comentar notícias; fazer crítica ou atribuir pontos a livros, filmes e sites infantis	Comentar notícias
Componente pedagógica	Teste de conhecimentos semanal, “Quiz of the week”	Questões de compreensão dos artigos; localização geográfica dos acontecimentos; significados	Quiz de compreensão da notícia, localização geográfica dos acontecimentos; significados

Frequência de publicação	Entre 5 a 18 notícias por dia	Entre 1 a 3 notícias por dia	Uma notícia e um vídeo de animação novos de segunda a sexta
Publicidade	Não	A filmes e livros infantojuvenis	
Componente EPM	Fotografias legendadas sobre a produção do magazine televisivo diário homónimo	“Critical thinking challenge”	Análise crítica e detalhada de uma imagem na rubrica “imagem do dia”
Conselhos para lidar com notícias potencialmente perturbadoras	Guia “What to do if the news upset you”	Não	Não
Registo no sítio	Não	Escolha de avatar e nickname	Escolha de avatar e nickname
Conexão com redes sociais	Não	FB, Google+, Tumblr, Stumble Upon, Pinterest, Reddit, Edmodo	FB, twitter, it!, Google+, Pinterest