

Faculdade Canção Nova

Juliandra Maria Ribeiro Vicente

**Jornalismo imersivo e a *longform*
como ferramentas para trabalhar a cognição:**
Uma grande reportagem multimídia sobre a Geração Alfa

**Cachoeira Paulista
2021**

Faculdade Canção Nova

Juliandra Maria Ribeiro Vicente

Jornalismo imersivo e a *longform* como ferramentas para trabalhar a cognição: Uma grande reportagem multimídia sobre a Geração Alfa

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção de grau do curso de Bacharel em Jornalismo na Faculdade Canção Nova, sob a orientação da Prof.^a Me. Ioná Marina Moreira Piva Rangel.

**Cachoeira Paulista
2021**

JULIANDRA MARIA RIBEIRO VICENTE

JORNALISMO IMERSIVO E A *LONGFORM*
COMO FERRAMENTAS PARA TRABALHAR A COGNIÇÃO:
Uma grande reportagem multimídia sobre a Geração Alfa

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção de grau do curso de Bacharel em Jornalismo na Faculdade Canção Nova, sob a orientação da Prof.^a Me. Ioná Marina Moreira Piva Rangel.

_____ em: 07 de dezembro de 2021

Grau: _____

Banca Examinadora:

Prof.^a Me. Ioná Marina Moreira Piva Rangel - orientadora
Faculdade Canção Nova

Prof.^a Dra. Vaniele Barreiros da Silva
Faculdade Canção Nova

Prof.^a Dra. Alciane Nolibos Baccin
Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA)

Cachoeira Paulista
2021

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, o qual desde o primeiro dia de faculdade esteve comigo, me auxiliando, dando discernimento e força para superar os problemas e desafios. Sem Ele eu nada seria, e nem ao menos teria conseguido chegar até o fim.

Agradeço também aos meus pais, que me apoiaram de todas as formas para que eu não desistisse dos meus sonhos. Pela minha mãe que orou por mim e pelo meu pai que confiou na minha capacidade.

Sou grata também aos meus colegas de classe por todos os momentos que compartilhamos, sejam eles de alegria, angústia e esperança. Quero que saibam que guardarei em minhas lembranças um pouquinho de cada um, as características, os sonhos e a gentileza que demonstraram comigo.

Sou grata também a todos os professores que passaram por minha vida durante o curso, contribuindo cada um à sua maneira para que eu pudesse adquirir conhecimentos que antes eram desconhecidos, me instigando a querer cada vez mais adentrar no universo do jornalismo e evoluir minha sensibilidade para enxergar o mundo e as pessoas que nele habitam.

Agradeço também a todos aqueles que contribuíram de alguma forma para que essa pesquisa se concretizasse, aos entrevistados da minha grande reportagem, a minha orientadora Ioná Piva Rangel, a professora Patrícia Januária que se dispôs a realizar a correção gramatical deste trabalho e a banca examinadora que aceitou participar da apresentação do meu TCC.

Por fim, agradeço a mim mesma por não ter desistido. Estresse, angústias e medos foram empecilhos que surgiram pelo caminho, mas permaneci firme no objetivo de conquistar o meu diploma. Isso porque eu sou jornalista, e o jornalista é aquele que persiste mesmo diante das dificuldades e luta todos os dias para realizar aquilo que nasceu para fazer: comunicar.

O jornalismo, independente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos - leitores, telespectadores ou ouvintes.

Clóvis Rossi

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo a produção de uma grande reportagem original, com o tema 'Geração Alfa', tendo como intuito basear-se nos conceitos do jornalismo imersivo e a *longform*, para assim, trazer reflexões e contribuir para as narrativas jornalísticas contemporâneas dentro do ambiente digital. A metodologia empregada foi a descritiva e qualitativa, no qual foi possível compreender a realidade que Geração Alfa está inserida e também entender sobre as particularidades que envolvem o jornalismo imersivo e a *longform*. Por meio disso, essa pesquisa se ateve a mostrar a importância desses dois elementos para o processo de cognição. Desse modo, foi possível perceber as contribuições do jornalismo imersivo e a *longform* enquanto ferramentas jornalísticas para trabalhar o senso de pertencimento público dentro da sociedade e a interatividade do leitor.

Palavras-chave: Geração Alfa. Jornalismo imersivo. *Longform*. Ferramentas. Senso de pertencimento.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	07
1 OBJETIVOS	10
1.1 Objetivo geral	10
1.2 Objetivo específicos	10
2 JUSTIFICATIVA	11
3 REFERENCIAL TEÓRICO	12
3.1 Jornalismo imersivo como forma de trabalhar a imaginação	12
3.2 Perfil do leitor imersivo	14
3.3 Digital e o virtual	18
3.4 A narrativa longform	19
3.5 A construção do saber no ambiente virtual	22
3.6 Jornalismo online na era digital	24
3.7 Geração alfa e as crianças digitais	25
3.8 Análise de reportagens em formato longo	27
4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO	30
5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO DE CRIAÇÃO	31
6 SINOPSE	33
7 PÚBLICO ALVO	34
8 VIABILIDADE DE PUBLICAÇÃO OU EXIBIÇÃO	35
CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS	38
ANEXO - AUTORIZAÇÃO DE USO DE VOZ E IMAGEM	42
APÊNDICE - BONECO E PAUTAS	52

INTRODUÇÃO

As revoluções tecnológicas trouxeram consigo a forte presença do ambiente digital, e é no ciberespaço que as crianças estão aprendendo desde cedo a imergir e interagir em telas. Pensando nisso, surge a dúvida se a sociedade está preparada para dar suporte a essas crianças, tanto no uso consciente quanto ao oferecer os recursos necessários para a interatividade. Desse modo, ao analisar os pertencentes do grupo ‘Geração Alfa’ (termo criado pelo pesquisador americano Mark McCrindle para se referir às crianças consideradas nativas digitais), é possível perceber as dificuldades e desafios que enfrentam em uma sociedade que ainda não pode ser considerada totalmente digital, isso porque fatores como economia, cultura, tecnologia e educação interferem no desenvolvimento delas dentro da sociedade.

Assim, o principal objetivo desta pesquisa foi produzir uma grande reportagem multimídia em formato *longform* sobre a Geração Alfa. No que diz respeito ao gênero textual empregado, a grande reportagem procura mesclar o interpretativo com elementos literários, pois o primeiro traz as diferentes visões de um mesmo fato de forma detalhada, enquanto o segundo, por meio de uma linguagem subjetiva, proporciona a aproximação entre leitor e a escrita. Além disso, foi necessário o uso de ferramentas audiovisuais para explorar a interação do leitor por meio da *longform*.

Ao abordar o tema através de uma perspectiva jornalística, é importante destacar a relevância do jornalismo contemporâneo em não somente noticiar, mas promover conhecimentos que façam o público imergir em diferentes temáticas. Dessa maneira, surge a dúvida: o jornalismo imersivo e o formato *longform* podem contribuir e proporcionar ‘*novos horizontes*’ para a construção de novos saberes? Essa questão traz consigo a ideia de correlacionar de que modo o jornalismo se atém aos processos cognitivos, que é informar, ampliar os saberes, trazer reflexões e percepções para o leitor.

O jornalismo imersivo ganha destaque na atualidade por ser uma maneira de trabalhar as diferentes narrativas dentro do ambiente digital/virtual, e tem como intenção fazer com que o público se sinta parte do que está sendo mostrado. Já a *longform*, reportagem em formato longo, é compreendida como parte dessas novas narrativas que surgem com a intenção de imergir dentro de diferentes temáticas. Assim, a hipótese é que o jornalismo imersivo e a *longform* podem proporcionar novas

perspectivas para a construção de novos saberes, isso porque ao encorajar a exploração em um ambiente digital/virtual faz com que o leitor se aproprie de novas experiências e trabalhe a cognição.

Ao promover estudos e pesquisas em relação às novas formas de consumo de grandes reportagens e tendências, faz com que o jornalismo colabore para o aprimoramento das narrativas já existentes e contribua para o surgimento de novas. A intenção é que, ao associar o jornalismo imersivo e a *longform*, mostre que esses dois elementos favorecem a formação e a construção de processos que envolvam o aprendizado. O tema 'Geração Alfa' é um campo de interesse do graduando, ao perceber que as crianças fornecem pesquisas que permitem a produção de conteúdo jornalístico aprofundado. Assim, é importante promover estudos sobre o comportamento dos grupos geracionais para compreender de que forma o ser humano transforma a sociedade em que vive.

Desse modo, a pesquisa se apresenta em caráter descritivo e tem como intuito descrever a realidade que a Geração Alfa está inserida, trazendo inquietações sobre o tema e ressaltando as características que determinam esse grupo. Além disso, essa pesquisa é de cunho qualitativo e tem como foco compreender o comportamento, quer seja opiniões, pontos de vista e impressões dos envolvidos ao tema; e foi desenvolvida a partir de duas etapas. No primeiro momento, através da coleta de dados bibliográficos, assim, procurando conhecer os conceitos que envolvem o jornalismo imersivo e a *longform*.

Através dos dados bibliográficos buscou-se compreender a narrativa do jornalismo imersivo e os elementos que o cercam por meio de pesquisadores na área, como Santaella (2004, 2010, 2019), Cordeiro e Costa (2016), Hidalgo e Barrero (2016) e Costa (2017). Já para entender a *longform* e seus conceitos, foram utilizados pesquisadores como Longhi e Winkes (2015), Baccin (2017) e Campos (2019), que se empenharam em investigar as características que envolvem esse formato. E para conceituar o tema da construção de saberes, foram consultados pesquisadores como Tarouco, Silva e Herpich (2020) e Silva (2005).

O segundo momento teve como foco a produção de uma grande reportagem interpretativa sobre a Geração Alfa, apresentando os elementos que caracterizam esse grupo. Em relação às pautas, foram produzidas pensando nos envolvidos ao tema, como: profissionais da área da sociologia, educação, psicólogos, pediatria, pais

e pesquisadores. O formato da entrevista aconteceu de forma remota, levando em consideração a distância e o isolamento social decorrente da pandemia da Covid-19. Já a plataforma escolhida como repositório da grande reportagem, essa se deu através da *Wix.com*, por ser gratuita e dispor de recursos gráficos interessantes para o design e interatividade dentro do texto.

Por fim, essa pesquisa teve como proposta didática a construção de um produto em ambiente virtual que trouxesse reflexões e contribuísse para as narrativas jornalísticas dentro da internet. Desse modo, o referencial teórico contextualiza de que maneira o jornalismo imersivo explora a imaginação do leitor através do ambiente virtual/digital, além de como a *longform* influencia dentro do jornalismo de imersão por meio de suas narrativas. Ao analisar de que maneira o jornalismo imersivo e a *longform* colaboram para a construção do saber, percebe-se a contribuição desses elementos enquanto ferramenta jornalística para trabalhar o senso de pertencimento leitor/público dentro da sociedade.

1 OBJETIVOS

1.1 Objetivo geral

Produzir uma grande reportagem em formato *longform* sobre os desafios da Geração Alfa dentro de uma sociedade que ainda não pode ser considerada totalmente digital e ressaltar as características desse grupo.

1.2 Objetivo específicos

- Produzir uma grande reportagem interpretativa que mescle com elementos literários;
- Utilizar de ferramentas audiovisuais para explorar a interação e a cognição do leitor;
- Abordar o tema a partir de uma visão sociológica;
- Desenvolver a grande reportagem em 4 capítulos.

2 JUSTIFICATIVA

Os jornais impressos estão cada vez mais migrando para as mídias digitais como uma forma de alcançar mais pessoas. No entanto, para atrair a atenção do leitor, exigem que o jornalismo esteja sempre amparado pelo conceito de inovação. E, ao se voltar para as tendências de inovação dentro do jornalismo, um novo modelo vem sendo utilizado como uma forma imersiva para conteúdos mais longos: a *longform*.

Ao promover estudos em relação às novas formas de consumo de grandes reportagens e tendências, faz com que o jornalismo contribua para o aprimoramento das narrativas já existentes. Além disso, o papel do jornalista não é somente noticiar, mas levantar questões para que as pessoas aprendam sobre novos assuntos. A imersão em uma reportagem faz com que o leitor interaja, contribuindo assim para maiores experiências, desenvolvendo capacidades intelectuais e emocionais, de linguagem, pensamento, compreensão e percepção.

Ao associar jornalismo imersivo e a *longform*, se percebe a contribuição desses dois elementos para a formação e construção de processos que envolvam o aprendizado. Por isso, a produção de uma reportagem de caráter interpretativo com o tema 'Geração Alfa' foi escolhida por se tratar de uma área de interesse do pesquisador, tendo em vista os relatos que ouviu de sua mãe, que é professora na área da educação infantil. Além de que, as crianças são fonte de estudo para pesquisas relacionadas à tecnologia, o que permite a produção de conteúdo jornalístico aprofundado.

A Geração Alfa faz parte de um grupo demográfico de crianças consideradas 100% digitais. E ao pensar em uma abordagem que eleva a importância de não apenas interligações sociológicas e tecnológicas, se percebe a oportunidade de ampliar os conhecimentos, aplicar técnicas e nutrir a perspectiva de informar profundamente como o jornalismo permite.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Jornalismo imersivo como forma de trabalhar a imaginação

O jornalismo imersivo está ligado aos formatos narrativos que tornam o público parte da informação e não somente espectador, sendo um recurso que pode ser empregado dentro dos meios de comunicação. Imergir é mais do que se aprofundar, a palavra significa mergulhar, continuar ou permanecer imerso, e até mesmo tornar-se completamente absorvido por algo (IMERGIR, 2021). Assim, imergir pode ser considerado como experimentar as vivências que estão ao redor, seja por meio de uma situação temporal ou em algum campo da sociedade.

Para pensar em imersão, pode se usar como exemplo quando alguém lê um livro ou assiste a um filme, essa pessoa imerge em um mundo que não faz parte da realidade, mas atrai a atenção. Do mesmo modo, os levantamentos acerca do jornalismo imersivo buscam explicar de que maneira os novos formatos jornalísticos contribuem para maiores experiências e sensações (CORDEIRO; COSTA, 2016). É isso o que explica Cordeiro e Costa (2016, p. 100), que afirmam: “É no contexto hipermidiático que nos colocamos a fazer uma relação de imersão com as novas formas de linguagens jornalísticas”.

Os autores elucidam que o jornalismo imersivo pode ser compreendido de duas formas: produtivo e técnico. Na concepção produtiva, o jornalista traz o fato através de uma forma imersiva, ou seja, em um nível aprofundado de investigação, o que produz reflexão sobre os objetos que cercam o mundo. Já do ponto de vista técnico, Cordeiro e Costa (2016) definem que o produto (a reportagem) se materializa em formatos imersivos, pois, dessa forma, o público pode imergir na obra e experimentar sensações. Assim, os autores correlacionam a técnica através da tecnologia, como: infográficos, produções em realidade virtual, fotos e vídeos em 360°, entre outros.

Pensando nisso, o jornalista que consegue imergir em um tema deve se ater de que forma vai compartilhar o assunto com o leitor. A compreensão de que o jornalismo imersivo trabalha com o elemento narrativo torna-se desse modo mais claro à medida que o jornalista é aquele que escolhe a abordagem acerca do tema que pretende trabalhar. Fazer o público se sentir parte do tema apresentado, nem que seja

apenas por um momento, gera sensações e trabalha com a imaginação, conectando-o com algo novo.

Ou seja, a lógica da imersão ambienta o espectador neste mergulho em outras realidades tais quais as experiências estéticas e de linguagem. Ambas são capazes de oferecer sensações que não aquelas pertencentes ao cotidiano e, ao criar novos cenários e novos relatos, estabelecem uma significação que leva os indivíduos a “viajarem” a outros mundos. (CORDEIRO; COSTA, 2016, p. 101)

A imersão não é um tema atual, mas ganhou destaque com o advento da cibercultura¹, isso porque está ligada às experiências dos usuários nas mídias digitais (COSTA, 2017). Jornalista e pesquisador na área do jornalismo imersivo, Costa (2017) cita teóricos como Arlindo Machado, Janet Murray, Lúcia Santaella, e muitos outros, para explicar o conceito que envolve o processo de imersão. Costa (2017) defende a ideia de que o jornalismo imersivo ganha destaque dentro da realidade virtual, embora explique que o ato de imergir pode ser analisado sob diferentes perspectivas, como a escrita, artes visuais, psicologia, entre outros. É nesse contexto que surge o questionamento sobre quais instrumentos o jornalismo imersivo se atém para coexistir dentro do ambiente digital.

No jornalismo de imersão, o profissional adentra um ambiente, comunidade ou situação, durante um tempo determinado para experimentar em sua própria pele as vivências que um dia contará, interagir com os habitantes desse microespaço e depois narrar de uma perspectiva pessoal e empática aqueles recortes de vida. (HIDALGO; BARRERO, 2016, p.104)

Hidalgo e Barrero (2016) trazem a ideia de que é dentro do jornalismo imersivo que o jornalista ganha o caráter investigativo, contando o fato em primeira pessoa como se fosse uma testemunha. Os autores até mesmo trazem vários exemplos do que pode ser considerado jornalismo de imersão, como a reportagem escrita pelo jornalista Jack London, que se vestiu de mendigo para passar despercebido em Londres, em um dos bairros mais pobres, e contou sua experiência em *The People of the Abyss*, no ano de 1903.

¹ A cibercultura pode ser definida como a forma que cada indivíduo usa a internet para interagir no ambiente virtual. Pesquisadores como Pierre Lévy, por exemplo, estudam de que forma a internet produz novos hábitos.

Além disso, Hidalgo e Barrero (2016) fazem referência sobre a utilização das tecnologias dentro do jornalismo imersivo na era atual, explicando que o uso desses instrumentos ao serem aplicados, procuram trazer ao leitor a sensação de ser o jornalista. Desse modo, percebe-se que o jornalismo, ao buscar por novas narrativas para atrair o leitor, se amarra a novas ideias, como o uso de vídeos em 360 graus e imagens panorâmicas, para que aquele que assiste tenha a sensação de estar dentro da reportagem.

Reportagens desse gênero são utilizadas por grandes empresas jornalísticas, como El País (Fukushima)², New York Times (*The Daily 360*)³ e Globo (Fant 360)⁴. E o resultado dessas reportagens é trazer a informação de forma mais verídica e fiel possível. É nesse sentido de fidelidade, que o jornalismo imersivo explora a imaginação, usando da criatividade para contar histórias, independentemente da tecnologia empregada. E para entender o conceito que envolve o jornalismo de imersão, também se faz necessário compreender o perfil do leitor imersivo, que é caracterizado por uma forte presença no ambiente digital. Para isso, são analisadas as ideias de Santaella sobre esse tipo de leitor, que ao adentrar no ciberespaço, se depara com um vasto campo de signos que são caracterizados pelos símbolos de significação.⁵

3.2 Perfil do leitor imersivo

A imersão do leitor, quer seja em um texto online ou em papel, não é apenas uma questão cultural, mas científica. O hábito da leitura está integrado ao processo da cognição humana e isso dentro do ambiente virtual é amplificado. Segundo Idoeta (2019), em uma reportagem para a BBC News Brasil, mostra que hábitos digitais enfraquecem a aptidão das pessoas para ler. O texto intitulado “Hábitos digitais estão 'atrofiando' nossa habilidade de leitura e compreensão”, traz a entrevista com a neurocientista e pesquisadora americana Maryanne Wolf.

Na época da reportagem, Wolf estava prestes a lançar no Brasil o livro “Cérebro no Mundo Digital - Os desafios da leitura na nossa era”. Durante a entrevista, a

² https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/30/eps/1462052785_347240.html

³ <https://www.nytimes.com/video/the-daily-360>

⁴ <https://g1.globo.com/fantastico/quadros/fant-360/>

⁵ Aquilo que dá sentido a algo.

pesquisadora, que também é professora na Universidade da Califórnia em Los Angeles (UCLA), revela que as pessoas se queixam a ela de que não conseguem mais se concentrar em textos longos ou ‘mergulhar’ na leitura tão profundamente quanto antes. Em suma, a reportagem traz a ideia de que os hábitos digitais favorecem uma leitura pouco aprofundada, o que faz com que a habilidade de entender argumentos complexos possa ser ‘atrofiada’ caso não sejam exercitados. Segundo a neurocientista, o perigo é que ao apenas passar os olhos em um texto a pessoa deixa a argumentação de lado e recebe menos da substância de pensamento, elemento importante para a análise crítica (IDOETA, 2019).

A internet é um meio de se obter informações de forma rápida, tornando um desafio prender a atenção do leitor em textos mais longos e aprofundados. De acordo com uma pesquisa realizada pela organização Luminate (2020), aproximadamente 92% da população no Brasil lê notícias em mídias digitais ao menos duas vezes por semana. O estudo foi realizado durante a pandemia de Covid-19 (junho a julho), e contou com 2.075 entrevistados, sendo homens e mulheres entre 18 a 65 anos. O público de maior índice foi aquele de 18 a 29 anos (95%), sendo que a pesquisa apontou que as mídias mais usadas foram G1, UOL e R7. Além disso, o estudo apontou que durante a pandemia as pessoas liam notícias de todos os temas.

Partindo desse pressuposto, dentre os gêneros jornalísticos o que se destaca é a notícia. Jorge (2008, p. 22) descreve: “Os conceitos de notícia encontrados nos livros tratam-na como mera transcrição de um fato ocorrido, manifestação da inteligência humana, simples forma de representação da realidade”. A notícia é o texto que tem como intuito informar sobre um determinado acontecimento, fazendo o resumo com as principais informações, e por esse motivo, traz o conceito de objetividade e precisão. E para suprir a demanda da busca por notícias dentro do ambiente virtual, o jornalista precisa estar atento a tudo aquilo que o cerca.

Do mesmo modo, é necessário também conhecer os novos formatos e tendências de se fazer jornalismo, pois o ato de imergir não é somente ler, mas também escrever, já que o jornalista é aquele que vivencia e exprime em palavras o que experimentou, despertando sensações e reflexões em seu texto. O papel do jornalista na era digital está intimamente ligado à sua sensibilidade ao ambiente e aos avanços tecnológicos, sendo que este é o profissional conectado aos meios de comunicação.

[...] os meios de comunicação, desde o aparelho fonador até as redes digitais atuais, embora, efetivamente não passem de meros canais para a transmissão de informação, os tipos de signos que por eles circulam, os tipos de mensagens que engendram e os tipos de comunicação que possibilitam são capazes não só de moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos, mas também de propiciar o surgimento de novos ambientes socioculturais. (SANTAELLA, 2010, p. 13)

Ao se ater à comunicação, se percebe a grande importância do profissional comunicador em promover mensagens que transmitam informações e significados, estes que são capazes de moldar uma sociedade. Para isso, Santaella (2004) tratou de estudar como se dá o relacionamento entre comunicação e indivíduo, que é o leitor que surge mediante a cultura hipermediática das redes. Santaella (2004, p. 19) faz a dissociação entre três tipos de leitor: o leitor contemplativo, meditativo; o leitor do mundo em movimento e o leitor imersivo.

A pesquisadora explica que o primeiro se refere ao leitor do livro impresso, da imagem fixa; que nasce durante o período Renascentista. Enquanto o segundo é o leitor da imagem em movimento, dinâmica que nasce junto com a explosão do jornal e o advento da fotografia e cinema. Já o leitor imersivo é o que nasce na era da informação e a exploração do computador, desenvolvendo características diferentes dos leitores que tinham contato com o impresso.

O perfil do leitor imersivo está relacionado à prontidão de ter as informações apenas a um clique do mouse; também está relacionado a não linearidade, ou seja, não se atém à paginação e não segue a leitura de forma sequencial em um texto; é interativo, reunindo fotos, áudio, texto e vídeo, para a formação de uma mensagem a qual ele participa (SANTAELLA, 2004). No entanto, Santaella (2019) alerta para um novo tipo de leitor que surge em meio às transformações digitais: o leitor ubíquo. Esse tipo de leitor, segundo a pesquisadora, nasce entre o cruzamento de características do leitor movente e imersivo. Assim, o leitor ubíquo é aquele que consegue trafegar entre os dois mundos, o físico e o digital.

Ao mesmo tempo que está corporalmente presente, perambulando pelos ambientes físicos – casa, trabalho, ruas, parques, avenidas, estradas – lendo os sinais e signos que esses ambientes emitem sem interrupção, o leitor movente, sem necessidade de mudar de marcha ou de lugar, é também imersivo. Ao leve toque do seu dedo no celular, em quaisquer circunstâncias, ele pode penetrar no ciberespaço informacional, assim como conversar silenciosamente com alguém ou com um grupo de pessoas a vinte centímetros ou a continentes de distância. (SANTAELLA, 2019, p. 25)

A tecnologia não foi capaz de romper a necessidade do homem pela interatividade com o objeto, que no passado era caracterizado pelo leitor que manuseava livros e jornais por meio do contato físico; hoje isso ocorre pelas telas *touch screen*, seja em celulares, *tablets* ou computadores. A diferença é que as redes integram uma vasta gama de vídeos e imagens, marcando a forte presença do hipertexto e hiperímia. É dentro do conceito de hipertexto que o leitor tem a liberdade de navegar pela internet, sendo este uma forma não-linear de leitura e dando acesso a referências específicas. Um exemplo disso é que quando alguém lê um livro ficcional, é preciso fazer a leitura completa para entender o contexto da história. Já ao navegar por um blog ou site de notícias, o leitor tem a liberdade para examinar o bloco de texto que lhe convém, sem precisar saber o começo ou fim.

Leão (2005, p. 27) conceitua o termo: “O hipertexto, em geral, é composto por blocos de informações e por vínculos eletrônicos (links) que ligam esses elementos”. A autora explica que esses blocos são chamados de *Lexias*⁶ e carregam significados que contém referências cruzadas, ou seja, se conectam de forma não-linear. Do mesmo modo, Leão (2005) alerta para a sensação de vazio ao extrapolar o uso de links que levam a outros links, estes que são usados como hiperlinks. Isso porque o leitor, ao navegar pelo ambiente virtual, sempre vai ser levado para outras páginas, o que pode acabar produzindo um movimento infinito. Assim, é preciso se ater e usar tal ferramenta com inteligência.

Além disso, o hipertexto é considerado um tipo de hiperímia. Bairon (2017) aborda os princípios que envolvem a hiperímia ao afirmar que em nível técnico, a atuação multimidiática no mesmo ambiente apresenta imagens (fixas ou em movimento), textos e sons que sustentam o conteúdo exposto. Desse modo, a hiperímia pode ser compreendida como a fusão dos vários elementos que compõem a leitura, quer seja texto, imagem, som etc. Por fim, ao fazer uma breve análise sobre o perfil do leitor imersivo, além dos elementos presentes no ambiente em que ele se insere, se percebe que o surgimento do leitor ubíquo veio para reforçar a ideia de que a imersão dentro do mundo virtual produz hábitos digitais. Dessa forma, se faz necessário compreender a distinção entre o digital e virtual, tendo em vista que os dois termos são diferentes, porém, estão interligados.

⁶ Leão (2005) diz que o termo foi empregado por Barthes para designar blocos significativos.

3.3 Digital e o virtual

O significado da palavra 'digital', está relacionada 'a sistemas, dispositivos ou processos que empregam tal modo de representação discreta', e até mesmo representação de informações ou de grandezas físicas por meio de caracteres ou números (DIGITAL, 2021). Desse modo, seu significado de forma concreta e técnica, está voltado para o desempenho de sistemas computacionais, ou seja, a informática.

Segundo Lévy (2010), a informática possui as técnicas que permitem digitalizar a informação, armazenar e transportar. O autor explica que a informação digital é armazenada em chip, fitas magnéticas e até mesmo em discos óticos. Logo em seguida, sua transmissão de maneira direta ocorre por meio de um modem, que permite a comunicação digital entre computadores.

Pensando nisto, ao se ater a história da humanidade, que é repleta de reviravoltas, se percebe as inúmeras revoluções pelas quais o homem já passou, desde as representações rupestres nas cavernas até fala e escrita, e até mesmo os aperfeiçoamentos na maneira de viver com o surgimento das inúmeras tecnologias da informação. Assim, é através das revoluções que acontecem as mudanças e são essas mudanças que alteram o modo de vida, e dentre elas está o digital.

Conforme Giacinti (2016), as tecnologias digitais expandiram o elemento comunicativo, sendo considerada uma revolução. Tal ideia está associada aos saberes técnicos e ao ser humano, o que pode ser notado através do relacionamento entre máquina e homem.

[...] vamos alcançar um público ilimitado, uma transmissão de dados e quantidade de mensagem praticamente infinita e, além disso, vai ser afetado um processo de significado da comunicação que transforma realmente e ontologicamente o sentido do significado de comunicação. (GIACINTI, 2016, p. 22)

Partindo desse pressuposto, é dentro do ambiente digital que estão inseridos um conjunto de elementos visuais e de linguagem que podem ser acessados por qualquer dispositivo eletrônico. Lévy (2010) explica que as tecnologias digitais, como a infraestrutura do ciberespaço, proporcionaram um lugar de socialização, organização, além de um novo mercado de informação e conhecimento. É dentro desse espaço digital que o virtual se converge, em um contexto que promove interação do que é e, ao mesmo tempo, não é real.

Sobre o sentido da palavra ‘virtual’, está relacionado a algo não real e simulado eletronicamente (VIRTUAL, 2021). Ao pensar a respeito da virtualidade, com a pandemia da Covid-19 que começou em 2020, muitas pessoas fizeram vídeos-chamadas, estudaram por meio de plataformas e até mesmo compraram por meio de lojas em sites ou páginas no facebook e instagram. Esses exemplos mostram claramente o que rodeia o conceito de virtualidade, que é a interação real através de algo que não é real.

Lévy (2010) faz o uso da palavra ‘interfaces’ para definir todos os materiais que permitem a interação da informação digital e o mundo ordinário. Esses aparatos (materiais) a que ele se refere são as ações humanas capturadas através de um toque no mouse com os dedos, o digitar em um teclado, a tela do celular sensível ao toque, sensores de movimento de corpo, entre outros que digitalizam a informação e projetam em telas, estas que são as interfaces.

Em termos de interfaces, há duas linhas paralelas de pesquisa de desenvolvimento em andamento. Uma delas visa a imersão através dos cinco sentidos em mundos virtuais cada vez mais realistas. A “realidade virtual” é usada, em particular, nos domínios militar, industrial, médico e urbanístico. Nesta abordagem de interfaces, o humano é convidado a passar para o outro lado da tela e interagir de forma sensório-motora com modelos digitais. [...] A diversificação e a simplificação das interfaces, combinadas com os progressos da digitalização, convergem para uma extensão e uma multiplicação dos pontos de entrada no ciberespaço. (LÉVY, 2010, p.38)

Dessa maneira, ao discorrer sobre os elementos que conceituam as tecnologias digitais, se compreende que o jornalismo imersivo está presente no ambiente digital e utiliza de elementos virtuais dentro do ciberespaço para suas narrativas. É nesse contexto que surge a *longform* como uma narrativa de imersão, assunto que será tratado no próximo tópico.

3.4 A narrativa *longform*

Narrar é o ato de contar acontecimentos ou uma sequência de atos que se presenciou. O ser humano pode ser considerado um verdadeiro narrador, pois relata sua história através de livros, pinturas e da fala para as gerações posteriores. De acordo com Baccin (2017, p. 90), narrar é: “uma atividade que faz parte do cotidiano

de todos nós, do cinema, das artes, da medicina, da política, assim como do jornalismo”.

Pensando nisto, a *longform* ou, em tradução livre, ‘formato longo’, é uma narrativa dentro do jornalismo que vem sendo aprimorada e tem como característica principal o conteúdo extenso e aprofundado, e que por vezes pode ser dividido em capítulos. É também considerado um formato visualmente criativo, já que tende a atrair o leitor para a imersão em reportagens que exigem um pouco mais de atenção e esforço para a leitura. Contrário aos portais de notícias que possuem conteúdos imediatistas e características visuais arraigadas em algo mais funcional do que artístico, a *longform* faz o uso de elementos pouco usuais e que trabalham com a imaginação, esses que serão abordados ao longo deste texto.

Longhi e Winques (2015) e Baccin (2017) fazem uma análise da publicação “*Snow Fall-The Avalanche at Tunnel Creek*”, do jornal *The New York Times*, para conceituar o marco do estilo *longform*, sendo que essa reportagem foi lançada em 2012. ‘*Snow Fall*’ é considerada por ambas as autoras como uma grande reportagem multimídia. De acordo com a revista estadunidense *The Atlantic* (2012), a editora executiva do *The New York Times*, Jill Abramson, comemorou na época ao anunciar que o design sofisticado e a narrativa da reportagem ‘*Snow Fall*’ acumularam 3,5 milhões de visualizações da página em apenas uma semana, o que foi considerado um marco para o jornal. Segundo Longhi e Winques (2015) tal fato é justificado por alguns autores pela disseminação dos dispositivos móveis.

Já conforme Campos (2019, p. 158), “a novidade do *longform* é trazer esse nível de profundidade para o ambiente digital, marcado por textos curtos e fragmentados”. A autora também associa o surgimento da *longform* à disseminação de dispositivos móveis, que de acordo com ela, foi impulsionado pelos *smartphones* e *tablets* para criar um viés de consumo mais demorado a partir da portabilidade e facilidade de leitura. Em relação à proporção de caracteres da *longform*, Longhi e Winques (2015) citam como exemplo *The long strange trip of Dock Ellis*, da ESPN, com 10 mil; e *NSA Files Decoded*, do *The Guardian*, com aproximadamente 6 mil. Enquanto para sites especializados em bancos de *longform*, o site *Longform.org* considera que conteúdos com mais duas mil palavras possam ter esse formato.

Ao voltar-se para a reportagem dentro da *longform* e seu gênero, autores relacionam ao literário. Esse é o caso de Fidelis (2018), que ao analisar a narrativa de

uma reportagem da BBC Brasil sobre a BRICS (referência ao grupo político-econômico Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), tenta encontrar fundamentos do jornalismo literário dentro do conteúdo, isso porque segundo a autora, o *new journalism*⁷ carrega características que preservam a qualidade do texto.

A interação entre autor e leitor é essencial no Jornalismo Literário, já que ao tecer o texto narrado neste gênero jornalístico, o jornalista detalha os fatos, não só em palavras concretas como também simbólicas, que levará o leitor à reflexão e compreensão do fato relatado. (FIDELIS, 2018, p.12)

De fato, o jornalismo literário é aquele cujo o narrador exprime sensações, pensamentos e reflexões sobre o ambiente, personagens e histórias que viu e ouviu, tentando se aproximar ao máximo do leitor. Longhi e Winques (2015) também afirmam que ao se tratar de *longform*, nas discussões sobre o termo, a referência ao *new journalism* e ao jornalismo de revista são inevitáveis, já que por sua vez possuem conteúdos carregados de características autorais e textos mais aprofundados. No entanto, para Fischer (2013), conforme citado por Longhi e Winques (2015, p. 113), explica que o *new journalism* carrega um contexto cultural, social e de época que invalida sua utilização enquanto sinônimo de *longform*, ou seja, o jornalismo literário é um gênero independente do formato longo.

Partindo desse pressuposto, a linguagem dentro da *longform* se trata de uma narrativa que conecta narrador e leitor em propósitos que envolvam interação e entendimento. Embora a narrativa seja o fundamento de um texto, os processos de produção de uma *longform* possuem singularidades. Baccin (2017), ao analisar três reportagens em formato longo (*Snow Fall – The Avalanche at Tunnel Creek*, ‘Portugueses nos Campos de Concentração’ e ‘O Contrabando no Brasil – Crime sem Castigo’), encontrou similaridades que envolviam dimensão, recursos técnicos e elementos de qualidade. A autora descreveu que em relação à dimensão a narrativa era longa, seu período de produção estendido e exigia longo tempo de leitura.

Já em relação aos recursos técnicos, as características envolviam *design* responsivo (o tamanho da tela se adequar da melhor forma de acordo com o objeto usado), predominância da verticalização e uso do efeito cortina (texto ou imagem que esmaece). E por último, os elementos de qualidade diziam respeito ao aprofundamento do tema, contextualização/memória, imersão, uso de base de dados,

⁷ *Novo jornalismo* em português, faz referências às técnicas literárias empregadas no jornalismo.

humanização da narrativa, hipertextualidade, multimídia e interatividade. Ao compreender os conceitos que traz Baccin (2017), se percebe que em um ambiente digital os produtores de conteúdo precisam estar atentos às técnicas empregadas em cada formato de se fazer jornalismo, para que o processo de narração seja fluido e dinâmico. O caráter da hipermídia da *longform* é sustentado pela base de dados, hipertextualidade, multimídia e a interatividade (BACCIN, 2017).

Reportagens em formato longo, como a premiada *As quatro estações de Iracema e Dirceu*⁸, *Uma carta à Vick*⁹, e muitas outras, se destacam pelo layout criativo, que com seus elementos trazem significação para a narrativa que se apoia ao design. Azevedo (2017) explica que assim como as transformações do mundo trazem novos significados, o mesmo acontece com a palavra *design*. Desse modo, um projeto gráfico diz muito a respeito do conteúdo dentro da *longform*, que precisa andar de mãos dadas com o tema para se aproximar do leitor. Assim, é no contexto de grande reportagem e *webjornalismo*, que o texto *longform* encontra um terreno fértil para consolidar suas características (LONGHI; WINQUES, 2015).

Proporcionar um ambiente acolhedor para o leitor, agradável aos olhos, com linguagem que produza uma leitura envolvente com conteúdo que traga significação, é um dos papéis do jornalista contemporâneo. Do mesmo modo, o jornalismo imersivo e a *longform* podem encontrar um meio de expandir suas narrativas através de um processo imaginativo que promova novos saberes.

3.5 A construção do saber no ambiente virtual

O processo cognitivo acontece através do ato de adquirir conhecimento. A compreensão do que se passa ao redor pode acontecer de forma individual ou coletiva, sendo o primeiro caracterizado pelas vivências individuais e o segundo pelas experiências compartilhadas por um todo através da coletividade. A palavra 'cognição' é definida como a capacidade de discernir, conseguir conhecimento, percepção e até mesmo agrupamento de processos mentais a partir dos quais é possível perceber, pautando-se nos sentidos, pensamentos e memórias (COGNIÇÃO, 2021).

⁸ https://www.clicrbs.com.br/sites/swf/DC_quatro_estacoes_iracema_dirceu/menu.html

⁹ <https://yasmintaveira.wixsite.com/umacartaavick>

Desse modo, ao voltar-se para o ambiente virtual, debates sobre aprender nesse espaço ainda permanecem dissonantes: por um lado estão aqueles que acreditam apenas no ensino presencial e no outro, que tal coisa possa ser realizada à distância. Um exemplo disso, é que com a pandemia da Covid-19 muitos educadores tiveram de se remodelar para as aulas remotas, aderindo recursos de vídeo chamadas e fazendo o uso de ferramentas como celular, computador e câmeras. Ao procurar pela internet, existe uma gama de cursos online, faculdades à distância, exercícios sobre temas variados, e muitos outros relacionados à educação. Pensando nisso, surge a pergunta: é possível construir o saber através do ambiente virtual?

Tarouco, Silva e Herpich (2020), ao basear-se na teoria de desenvolvimento cognitivo elaborada por Piaget (1976), explicam que a todo momento o indivíduo interage com o objeto (de conhecimento) através do qual ocorrem desequilíbrios, assimilações, acomodações e equilíbrios. Segundo os autores, são esses estágios que, ao provocar inquietudes no sujeito (pessoa) constroem o conhecimento dentro do sistema cognitivo. Desse modo, é no ambiente virtual que se tem acesso a uma gama de informações pelas quais sem o processo de cognição de nada valem. É preciso assimilar o conhecimento e através de sistemas de pensamento encontrar o equilíbrio e desequilíbrio para que o saber se manifeste.

Tarouco, Silva e Herpich (2020, p. 323) ao analisar os 'Mundos Virtuais' através da perspectiva educacional, afirmam que "Mundos virtuais tornam-se ambientes muito propícios para o desenvolvimento de situações de ensino e aprendizagem calcadas na contextualização do conhecimento e na realização de tarefas autênticas". Se os mundos virtuais se caracterizam por um ambiente imersivo que promove a interação entre seus usuários, *podéria o jornalismo imersivo aliado ao formato longform proporcionar horizontes para os novos saberes?*

Silva (2005) ao correlacionar o jornalismo e a construção do sentido, analisa através da perspectiva de diferentes autores a dimensão social do jornalismo, que ao transportar experiências e vivências ao público, compartilha conhecimentos sociais e saberes que produzem significação de senso comum. A autora ainda afirma que o jornalismo é um exercício de entendimento de mundo e explica: "Mais do que meio de comunicação, o jornalismo passa a ser considerado um meio de conhecimento; uma importante e diferente via de acesso à realidade" (SILVA, 2005, p. 102).

Dessa maneira, o jornalismo por si só fornece conhecimento de realidade e ao se aliar aos processos cognitivos, novas narrativas e mídia, ele acaba por amplificar o seu espaço de pertencimento que é o senso comum. Assim, a construção do saber dentro do ambiente virtual é possível à medida que esteja voltada para a criação de um espaço que promova observação e interação, além de reflexões sobre o meio em que se vive.

3.6 Jornalismo online na era digital

O jornalismo enfrenta na atualidade as mudanças e evoluções trazidas pelas novas tecnologias e, sem dúvida, a maior delas é o acesso cada vez mais 'universal' das pessoas à internet. De acordo com uma pesquisa divulgada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil(2020)¹⁰, a estimativa é que entre 2019 e 2020 aproximadamente 134 milhões de pessoas eram usuários de internet no Brasil. Enquanto a população conectada constituía 74%, os *não usuários* representavam 26% (47 milhões de pessoas). E mesmo com a discrepância entre os usuários e não usuários, os brasileiros conectados eram a maioria no país; o que mostra o quão dependente as pessoas estão ficando da internet.

Compras, chamadas de voz e vídeo, diversão e trabalho, são apenas algumas das atividades que os usuários costumam realizar pela internet. Além disso, a facilidade de busca por informações afeta o consumo de notícias, fazendo com que o jornalismo online se remodele e adote novas medidas que capturem a atenção dos leitores digitais. Ferrari (2019) destaca que as redes sociais mudaram o comportamento dos usuários, o que vai ao encontro com a questão da cibercultura, que é a internet e novas tecnologias produzindo novos hábitos em seus usuários.

A autora também explica que as pessoas encontram as notícias clicando no link do Google e não se importando de qual portal é, o que faz com que a fidelidade do provedor de acesso seja coisa do passado. Assim, Ferrari (2019) afirma que os usuários da web cobram cada vez mais por uma informação de qualidade, longe dos mesmos modelos informativos e descritivos, ressaltando a importância do jornalismo em aprender sobre os modelos narrativos hipermidiáticos e escrita criativa.

¹⁰ https://www.cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf

Do mesmo modo, Baccin e Canavilhas (2015), ao se voltarem para a crescente demanda do jornalismo dentro dos dispositivos móveis, perceberam as novas possibilidades de narrativas impulsionadas pela mobilidade. Os autores explicam que a web abriu espaço para que a reportagem ganhasse destaque, fazendo com que o webjornalismo nos dispositivos móveis oferecesse aos leitores informações bem elaboradas, diferentes das do jornalismo habitual (BACCIN; CANAVILHAS, 2015).

Na reportagem hipermídia, a integração das modalidades comunicativas e dos recursos hipertextuais e imersivos na narração das histórias podem ampliar as possibilidades de compreensão e interpretação dos fatos sendo, por isso, o gênero adequado para o desenvolvimento dos recursos expressivos que cada meio oferece. (BACCIN; CANAVILHAS, 2015, p. 23)

Assim, se percebe que a reportagem no jornalismo online se destaca por permitir que uma série de recursos hipermidiáticos tragam significação e imersão em conteúdos longos e elaborados. No entanto, isso nem sempre acontece, porque existem conteúdos do meio impresso que são publicados na íntegra na internet. Com reportagens e notícias de rádio, televisão, jornal impresso e de web, é responsabilidade do jornalista elaborar conteúdos personalizados para cada um desses meios. Por exemplo, (re)transmitir um mesmo texto do jornal impresso para o digital é ignorar as particularidades que regem a web, por isso a importância em focar no conteúdo e no local em que ele vai ser propagado.

Por fim, ao definir o que é jornalismo e leitor imersivo, elementos do ambiente digital, *longform*, construção do saber e jornalismo online, faz-se necessário se voltar para o desenvolvimento do conteúdo jornalístico, que aqui é a produção da grande reportagem sobre a Geração Alfa.

3.7 Geração alfa e as crianças digitais

Ao procurar pela internet sobre o tema Geração Alfa é possível encontrar sites (Veja, G1, BBC News etc) se referindo a esse grupo como crianças consideradas 100% digitais, isso porque nasceram em uma época de revoluções tecnológicas. De acordo com Figueiredo (2021), o termo *Geração Alfa* foi criado pelo pesquisador australiano Mark McCrindle, para definir a primeira geração de pessoas nascidas no século XXI. Dessa maneira, esse grupo demográfico que abrange crianças que

nasceram entre 2010 a 2025, traz consigo a forte presença da interatividade por meio de telas, pelas quais percebem e conhecem o mundo.

No entanto, em uma sociedade que ainda não pode ser considerada totalmente digital, fica a dúvida se as gerações antecessoras possuem as ferramentas para dar suporte a essas crianças, tanto no oferecimento de recursos tecnológicos quanto no uso consciente das telas. Um exemplo disso, é que um relatório publicado pela Unicef (2020)¹¹ revela que dois terços das crianças e adolescentes do mundo (entre 3 e 17 anos) não têm conexão à internet em suas casas, mostrando, assim, que as desigualdades econômicas são um agente influenciador para o uso da internet.

Em um mundo cada vez mais dominado pela revolução tecnológica, a produção da *longform* sobre a Geração Alfa tem como proposta, através de uma visão sociológica, analisar esse grupo de crianças, o ambiente em que vivem e o seu relacionamento com aqueles ao seu redor. Bauman (2004) criou o termo '*Amor Líquido*' para se referir a fragilidade dos laços humanos em uma sociedade moderna, ou seja, a dificuldade de se manter relacionamentos de longa duração. Essa superficialidade levanta ideias sobre a instabilidade de indivíduos mediante ao contato humano e o apego crescente ao ambiente virtual.

Pensando nisso, as crianças são 'moldadas' pelo que é apresentado no tempo presente; quanto ao futuro, esse ainda está sendo construído. Promover temas como esse é importante à medida que estimula estudos e pesquisas sobre grupos demográficos e como eles interferem no funcionamento dentro da sociedade. A Geração Alfa é a última geração dentro dos grupos geracionais (Baby Boomers, X, Y e Z), e seus comportamentos e gostos ainda estão sendo moldados, por isso, entender de que maneira isso ocorre é importante à medida que vai influenciar no futuro e também na próxima geração que surgirá.

Para essa grande reportagem, foi escolhido o gênero textual interpretativo, que segundo Felix (2018), são textos mais aprofundados, com detalhes e dados. Assim, trazer diferentes visões sobre a Geração Alfa através dos entrevistados, os elementos que cercam esse grupo, o ambiente em que vivem e de que maneira se comportam, é relevante à medida que o jornalismo permite ao jornalista ter a sensibilidade para expressar suas observações sobre um fato e interpretá-lo para o público. Já em

¹¹ <https://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/dois-tercos-das-criancas-em-idade-escolar-no-mundo-nao-tem-acesso-a-internet>

relação ao processo de diagramação, no próximo tópico serão analisadas três reportagens de formato longo sem qualquer conexão com o tema Geração Alfa, para compreender e entender o design, recursos e possíveis tendências voltadas para a *longform*.

3.8 Análise de reportagens em formato longo

Para construir um novo produto é importante realizar uma análise e investigação sobre o que já existe a respeito, ou seja, conteúdos produzidos por outros e usar como referência para a construção de um novo. Partindo desse pressuposto, o intuito aqui é fazer algumas observações sobre a estética, cores, interatividade, figuras, vídeos e áudios presentes nas seguintes reportagens de formato longo: *The Girl in the Picture*¹², *Sozinhas*¹³ e *A necessidade faz o empreendedor: o comércio em condomínios salvou famílias na pandemia*¹⁴. Vale ressaltar que as considerações a respeito dessas grandes reportagens partem das observações feitas pelo pesquisador deste trabalho, baseando-se nas características já citadas anteriormente a respeito do jornalismo imersivo e a *longform*.

The Girl in the Picture é uma grande reportagem publicada em 2021, pela *The Atavist Magazine*, site especializado em narrativas longas e foi escrita pela jornalista Nile Cappello. Embora o texto não seja o foco nesta análise, é importante ressaltar que essa *longform* retrata a história de Aundria Bowman, que desapareceu com 14 anos na década de 90, em Michigan, Estados Unidos. Assim, a reportagem faz uma contextualização do processo investigativo para encontrá-la, já que descobriram sua ossada 30 anos depois do início do caso. Desse modo, a linguagem utilizada no texto mescla elementos literários ao gênero investigativo.

A construção da leitura dentro dessa *longform* é feita de forma linear¹⁵ e é dividida em três capítulos e por ser uma reportagem em formato longo, torna o texto cansativo de ser lido. Além disso, a letra capitular é uma das características principais

¹² <https://magazine.atavist.com/the-girl-in-the-picture-aundria-bowman-dennis-murder-michigan-cold-case/>

¹³ https://www.clicrbs.com.br/sites/swf/violencia_contra_mulheres_do_campo/sozinhas.html

¹⁴ <https://www.metropoles.com/materias-especiais/a-necessidade-faz-o-empreendedor-o-comercio-em-condominios-salvou-familias-na-pandemia>

¹⁵ Leitura feita de forma continuada e seguida.

dessa grande reportagem, juntamente com as frases em destaque. Já a *longform* não apresenta vídeos de apoio à narrativa e nem imagens, o que é compensado pelas ilustrações que tendem a trazer a sensação do leitor estar dentro de um livro. Quanto às cores predominantes são azul, branco e bege claro e é importante ressaltar que existe o efeito gradiente entre a transição delas, o que torna esteticamente atrativo e suscita a sensação de mistério/suspense ao ler o texto.

Já a *longform* 'Sozinhas', publicada em junho de 2017 pelo Diário Catarinense, traz a grande reportagem em formato de relatos, histórias verídicas contadas por mulheres que sofreram violência de seus maridos. A narrativa da *longform* é focada no abuso sofrido por essas mulheres que vivem nos campos catarinenses e para trazer mais humanização ao texto é notável que a repórter Ângela Bastos (responsável pela escrita) empregou o gênero literário. A leitura da reportagem ocorre em partes e sem qualquer ligação entre elas (por se tratar de relatos), dando a liberdade ao leitor para escolher o que quer ler primeiro. Enquanto o destaque, esse vai para a direção fotográfica, que ao capturar as personagens faz com que o leitor reflita sobre o que está sendo lido.

Do mesmo modo, o design desta *longform* carrega significados que vão desde a escolha de cores (cinza em predominância para conduzir o leitor a sensação de vazio, monotonia e tristeza, além da temperatura fria no campo), letra capitular (que dá destaque ao início do texto) até a transição de cor laranja e preto/branco ao passar o mouse sobre uma das imagens (dando ênfase sobre a fotografia e trazendo a questão da interatividade). 'Sozinhas' não faz uso de vídeos, mas emprega áudios que dão suporte à narrativa. Um logotipo foi produzido especialmente para essa reportagem (escrita 'Sozinhas') e está presente no topo de todas as páginas pertencentes a *longform* (o que trabalha com a questão de personalização e dá ênfase ao nome que carrega).

As duas primeiras *longforms* se diferem da terceira produzida pelo portal da Metrôpoles. Publicada em agosto de 2021, 'A necessidade faz o empreendedor: o comércio em condomínios salvou famílias na pandemia' trata de uma grande reportagem de gênero interpretativo, e conta com a presença de gráficos, vídeo, infográfico e gifs (ilustração animada). A leitura é feita de forma linear, mas ao contrário de *Girl in the Picture*, não é cansativo de ler por causa da narrativa com

menor quantidade de texto (que é bem distribuído ao mesclar imagens, ilustrações e gráficos).

A cor predominante é lilás e o destaque vai para as imagens bem trabalhadas e de qualidade, e os títulos que ganham evidência através de letras garrafais em cor branca que lembram a neon. É importante ressaltar que o jornal Metrópolis apresenta uma gama de reportagens dos mais diversos assuntos, e que possuem design criativo e diferenciado; como: *De Dilma a Temer a Bolsonaro* (narrativa de caráter humorístico é apresentada em formato de mangá), *Meninos Soldados* (onde existe uma dinâmica de imagens preto e branco e traços em neon verde, que se movimentam com o decorrer do texto), e muitos outros.

Por fim, todas as três grandes reportagens apresentam o design responsivo descrito por Baccin (2017). Nesse design o tamanho da tela se adapta da melhor forma de acordo com o objeto usado, ou seja, computador, *tablet*, *smartphone* e etc. Ao analisar as três reportagens se percebe a importância de procurar saber equilibrar texto, imagem, vídeos e ilustrações ao construir uma *longform*. Regis, Timponi e Maia (2012) explicam que o excesso de estímulos e multitarefas exigidos pela cibercultura interferem no processo de atenção de cada indivíduo.

Pensando nisso, a internet é um ambiente que promove uma série de estímulos em seus usuários, interligando a percepção visual aos processos de pensamentos. Ao unir equilíbrio e criatividade na construção do design de uma *longform*, torna-se importante à medida que os elementos que a compõem ganhem significação e promovam a partilha de conhecimento, para que assim, o leitor consiga imergir no tema proposto.

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O produto¹⁶ faz parte das mídias emergentes, de publicação online por meio da plataforma *Wix.com*, sendo um conteúdo original (por se tratar de uma *longform* sobre a Geração Alfa). Foram entrevistadas 17 pessoas para a grande reportagem, dentre elas: três psicólogas, uma pediatra, duas psicopedagogas, uma mãe (personagem), um sociólogo, uma especialista em Tecnologia da Informação, uma especialista em Metodologias Ativas, uma diretora de Faculdade, uma Doutora em Informática da Educação (que também é pesquisadora na área de ferramentas tecnológicas para o aprendizado) e cinco crianças.

Elementos ilustrativos e audiovisuais, imagens panorâmicas, quiz, vídeo e entre outros, compõem o projeto. Além disso, a narrativa *longform* é dividida em quatro capítulos, apresentando cerca de 46 mil caracteres. O produto utiliza de conceitos trabalhados dentro do jornalismo imersivo e *longform* como ferramentas para trabalhar a cognição do leitor, ou seja, a interatividade dentro do ambiente digital/virtual e narrativas imersivas.

¹⁶ <https://geracaoalfa2021.wixsite.com/longform>

5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO DE CRIAÇÃO

Ao pensar na palavra *Alfa*, o seu uso pode ser remetido a muitas vertentes, como: a letra A do alfabeto grego, ao princípio de algo (o que é utilizado dentro do contexto religioso) e até mesmo aos lobos alfa. E foi pensando na questão da palavra remeter aos lobos que se deu a elaboração deste produto, elemento ilustrativo que contribuiu para a parte gráfica do projeto e também textual. A partir dessa ideia, as pautas procuraram por meio do gancho¹⁷ traçar características semelhantes entre a Geração Alfa e os Lobos Alfa, permitindo também trazer o elemento literário tanto para as narrativas quanto para as ilustrações.

Durante as orientações, foi definido entre aluno e orientador que a *longform* se dividiria em quatro capítulos, desse modo, foram produzidas quatro pautas (as quais estão no apêndice deste relatório). Além disso, as entrevistas aconteceram de maneira remota, através da plataforma Zoom, entre os meses de setembro a novembro. O primeiro capítulo denominado 'Adaptação ao meio' é uma apresentação do tema, abordando a habilidade das crianças digitais com as novas tecnologias que surgem dentro da sociedade. Já o segundo capítulo, 'Líderes do seu tempo', traz a questão da Geração Alfa interagir cada vez mais por meio da internet. Além disso, esse capítulo também retratou a importância de compreender o que esse grupo gosta de fazer. Assim, ao procurar entender esses elementos, é possível vislumbrar como se dará a construção de identidade e personalidade das crianças digitais.

Já enquanto o terceiro capítulo, denominado 'Fluentes Digitais', aborda as vantagens e desvantagens do uso da internet pelas crianças, e procura investigar os desafios das crianças digitais em uma sociedade que enfrenta desigualdades econômicas, os perigos do mundo imersivo e o conhecimento que pode ser adquirido através da interatividade. Por último, o quarto capítulo, 'Análise da Educação na era digital', traz conceitos que são discutidos na atualidade no que diz respeito ao processo de aprendizado. A educação é uma área que faz parte do universo das crianças e por esse motivo é importante compreender de que forma as novas tecnologias modificam a maneira de aprender.

Em relação ao *design* da plataforma, no qual a grande reportagem foi publicada, as cores predominantes são amarelo e roxo. Isso porque a primeira procura

¹⁷ Conceito trabalhado dentro do jornalismo que se refere a importância do critério de noticiabilidade.

trabalhar sensações como alegria e descontração, enquanto a segunda, mistério e instinto. Os elementos dentro do design brincam ao comparar a Geração Alfa aos *Lobos Alfa*, trazendo originalidade à construção visual do produto e significação no que se refere à parte literária da *longform*. Foram empregadas as tipografias: *Amatic SC* e *Trend* (títulos e subtítulos), *Próxima Nova* (parágrafos e legendas de fotos), *Courier New* (caixa informativa) e *Cookie* (letra capitular).

Além disso, foram utilizadas como ferramentas de edição de imagem, slides interativos e ilustrações, a plataforma Canva e o software Adobe Photoshop; já para a edição de vídeo e áudio, o software Sony Vegas. No que diz respeito à fotografia, algumas das imagens pertencem ao graduando ou foram cedidas pelos entrevistados, e além disso, outras até mesmo baixadas através do banco gratuito de fotos da plataforma Canva, Pexels e Wix.com. No entanto, é importante ressaltar que todas as imagens foram devidamente creditadas.

6 SINOPSE

Com um toque na tela do celular podemos vislumbrar as pirâmides do Egito e até mesmo visitar o museu do Louvre na França, e o melhor de tudo, por meio da internet! É dentro desse conceito de conhecer o mundo com praticidade e obter qualquer informação de forma rápida, que as crianças da Geração Alfa estão inseridas. Esse grupo é considerado totalmente digital, diferente das gerações antecessoras, como Baby Boomers, Geração X, Y e Z.

Embora a Geração Alfa viva em uma sociedade que ainda está dando seus primeiros passos rumo ao que é digital, esse grupo de crianças encontra desafios para se desenvolver, como: saber lidar com as telas e ter os recursos necessários para interagir por meio delas. Foi pensando nisso, que essa grande reportagem multimídia foi produzida, trazendo uma visão reflexiva sobre a influência desse grupo dentro da sociedade. Afinal, assim como os Lobos Alfa lideram, a Geração Alfa nasceu para encaminhar as futuras gerações a um mundo cada vez mais digital e imediatista.

7 PÚBLICO ALVO

Na internet existe uma gama de conteúdos sobre os mais diversos assuntos e temas, por isso, para atender a um público específico é preciso foco e discernimento do ponto de vista jornalístico. Assim, a grande reportagem sobre a Geração Alfa foi criada para atender as pessoas que têm contato frequente com crianças, como educadores, pais, responsáveis, avós e pesquisadores relacionados ao universo infantil e grupos geracionais.

8 VIABILIDADE DE PUBLICAÇÃO OU EXIBIÇÃO

A partir do público-alvo, a viabilidade de publicação deste produto poderia acontecer por meio dos sites 'Nova Escola' e 'Revista Crescer', por exemplo, já que essas marcas possuem o público alvo similar ao da grande reportagem aqui produzida. Além disso, a *longform* sobre a Geração Alfa também se encaixaria em sites especializados nas áreas de sociologia (por ser um campo que estuda as relações humanas), psicologia (comportamento) e tecnologia (por trabalhar conceitos relacionados à educação na era digital).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao produzir uma grande reportagem multimídia sobre a Geração Alfa, baseando-se em conceitos do jornalismo imersivo e *longform*, essa pesquisa buscou compreender de que maneira a cognição é trabalhada dentro do ambiente digital/virtual. A hipótese partiu do seguinte pressuposto: o jornalismo imersivo e o formato *longform* podem contribuir e proporcionar ‘*novos horizontes*’ para a construção de novos saberes? O jornalismo online ao se apoiar nas inovações tecnológicas tende a ampliar horizontes para novas possibilidades, o que inclui o jornalismo imersivo e a *longform*.

No desenvolvimento da pesquisa bibliográfica foi possível compreender que tanto o jornalismo imersivo, quanto a *longform*, são objetos de estudo na atualidade. Isso acontece porque os pesquisadores ao se ater aos avanços tecnológicos, procuram investigar e entender de que forma os novos formatos narrativos podem fazer com que o público se sinta cada vez mais próximo do tema abordado. Esse fato traz consigo uma importante reflexão: o público cada vez mais sensível à questão de pertencimento, ou seja, se sentir na pele do jornalista e aprender sobre algo novo. É a partir dessa ideia que acontece o processo de cognição.

Já ao se voltar para a produção da grande reportagem, essa permitiu ao pesquisador conhecer, aprofundar e imergir no tema abordado, para que pudesse compreender as particularidades da Geração Alfa, e por meio das entrevistas, interligar todas informações coletadas. Além disso, foi possível entender que a Geração Alfa é um grupo mais conectado que as gerações antecessoras, pois teve contato com as telas mais cedo do que os demais grupos. No entanto, as crianças dessa geração não recebem o suporte e nem instruções necessárias para o uso consciente das tecnologias.

Para o pesquisador foi importante aprender mais sobre as ferramentas de edição, elemento tão importante dentro do jornalismo na era digital. Ademais, um dos pontos relevantes a ser tratado a respeito do desenvolvimento da parte textual, é que as entrevistas aconteceram de maneira remota, o que facilitou o contato com as fontes (parte mora fora do Estado de São Paulo). Por outro lado, talvez realizar as entrevistas presencialmente pudesse gerar uma melhor interação entre fonte e jornalista.

Em relação aos objetivos, todos foram trabalhados de maneira a trazer reflexões e contribuir para as narrativas jornalísticas dentro do ambiente digital. Com isso, foi possível produzir uma grande reportagem interpretativa que se mesclasse com elementos literários, fizesse uso de ferramentas audiovisuais interativas e fosse desenvolvida em 4 capítulos. Pensando nisso, os objetivos mostraram que o jornalismo imersivo e a *longform* permitem ao jornalista utilizar da criatividade para produzir conteúdos que trabalhem com a imaginação do público.

O jornalismo imersivo é aquele que possibilita ao jornalista adentrar em um determinado assunto e mergulhar, para então transpor ao público sobre o que está sendo abordado, e na atualidade, esse modelo trabalha com as ferramentas tecnológicas para que isso aconteça de maneira mais efetiva. Já a *longform*, é uma reportagem em formato longo que requer profunda apuração e também a inserção de elementos multimídia, ou seja, é um conteúdo mais elaborado, e sua produção leva mais tempo que as reportagens rotineiras das redações, sendo necessário o envolvimento do jornalista, fotógrafo, diagramador e editor de imagem/vídeo. Diante desse fato, ao produzir a grande reportagem, o pesquisador acumulou essas funções.

Por fim, por meio dessa pesquisa foi possível compreender que o jornalismo imersivo e a *longform* podem ser utilizados como ferramentas para trabalhar a cognição, isso porque utilizam da internet para ampliar o senso de pertencimento das pessoas, sendo um local que promove conhecimento de mundo e permite que cada indivíduo tenha voz ativa.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, Wilton. **O que é design**. 1.ed. São Paulo: Brasiliense, 2017. Disponível em: <https://www.google.com.br/books/edition/O_que_%C3%A9_design/wQtDDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1>. Acesso em: 20 agos. 2021.
- BACCIN, Alciane. A narrativa *longform* em reportagens hipermídia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v.14, n. 1, p. 89-101, jan./jun. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p89>>. Acesso em: 16 agos. 2021.
- BACCIN, Alciane; CANAVILHAS, João. Contextualização de reportagens hipermídia: narrativa e imersão. **Brazilian Journalism Research**, v.1, n. 1, p. 10-27, jun. 2015. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/716>> Acesso em: 18 set. 2021.
- BAIRON, Sérgio. **O que é hipermídia**. São Paulo: Brasiliense, 2017. Disponível em: <https://www.google.com.br/books/edition/O_que_%C3%A9_hiperm%C3%ADdia/8GgvDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&dq=O+que+%C3%A9+hiperm%C3%ADdia+bairon&printsec=frontcover>. Acesso em: 3 agos. 2021.
- BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido** - sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- CAMPOS, Tamara de Souza. Pensando o *longform* à luz das sete características do webjornalismo: um estudo de caso de uma série de O Globo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v.16, n.2, jun./dez.2019. Disponível: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p157>>. Acesso em 27 set. 2021.
- CETIC.BR. **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros**: TIC Domicílios 2019. Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf> Acesso em: 17 agos. 2021.
- COGNIÇÃO. In: **DICIO, Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2021. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/cognicao/>>. Acesso em: 20 out. 2021.
- CORDEIRO, William; COSTA, Luciano. Jornalismo Imersivo: perspectivas para os novos formatos. **Revista Leituras do Jornalismo**, São Paulo, v.2, n.6, p.99-116, jul./dez. 2016. Disponível:<<https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/114/0>>. Acesso em: 10 agos. 2021.
- COSTA, Luciano. **Jornalismo Imersivo de Realidade Virtual**: aspectos teóricos e técnicos para um modelo narrativo. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Faculdade de Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2017. cap.1. Disponível em: <

<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/183624>>. Acesso em: 15 agos. 2021.

DIGITAL. In: **DICIO, Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2021. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/digital/>>. Acesso em: 17 maio 2021.

FELIX, Fernanda. Gênero Jornalístico Informativo, Opinativo e Interpretativo. **Academia do Jornalista**, 2018. Disponível em: <<https://academiadojornalista.com.br/producao-de-texto-jornalistico/genero-jornalistico-informativo-opinativo-e-interpretativo/>>. Acesso em: 20 nov. 2021.

FERRARI, Pollyana. **A força da mídia social: Interface e linguagem jornalística no ambiente digital**. 2. ed. São Paulo: Estação das Cores e Letras, 2019. *E-book*.

FIDELIS, Kelly Decanini. **Jornalismo longform: uma análise das narrativas do site BBC Brasil sobre o BRICS**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura), Universidade de Sorocaba. Sorocaba, 2018. Disponível em: <<http://comunicacaoecultura.uniso.br/producao-discente/2018/pdf/kelly-fidelis.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2021.

GIACINTI, Cinzia. **Comunicação e Ambiente Digital: um estudo etnográfico junto aos nativos digitais (livro eletrônico)**. São Paulo: Paulus, 2016. cap.1 (Coleção E. books FAPCOM). Disponível em: <https://www.fapcom.edu.br/wp-content/uploads/2016/06/Ebook_Comunicac%CC%A7a%CC%83o_e_ambiente_digital_Cinzia.pdf>. Acesso em: 25 set. 2021.

GREENFIELD, Rebecca. **So What if Tons of People Read That 'Snow Fall' Story on the Times Website?**. The Atlantic, 2012. Disponível em: <<https://www.theatlantic.com/business/archive/2012/12/new-york-times-snow-fall-traffic/320094/>>. Acesso em: 10 out. 2021.

HIDALGO, Antonio López; BARRERO, Maria Ángeles Fernández. Os Caminhos da Imersão na Era do Jornalismo Transmidiático: do papel à realidade virtual. **Revista Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM**, v.4, n.2, p.103-111, jul./dez. 2016. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/484>>. Acesso em: 20 out. 2021.

IDOETA, Paula. Hábitos digitais estão 'atrofiando' nossa habilidade de leitura e compreensão? **BBC NEWS Brasil**, 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-47981858>>. Acesso em: 5 agos. 2021.

FIGUEIREDO, Sergio. Crianças “grudadas nas telas” podem ter seu desenvolvimento atrasado. **Veja**, 2021. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/tecnologia/criancas-grudadas-nas-telas-podem-ter-seu-desenvolvimento-atrasado/>>. Acesso em: 20 out. 2021.

IMERGIR. In: **DICIO, Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2021. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/imergir/>>. Acesso em: 5 set. 2021.

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. 2.ed. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

LEÃO, Lucia. **O labirinto da hipermídia: Arquitetura e navegação no ciberespaço**. 3.ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. 3.ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

LONGHI, Raquel; WINQUES, Kérley. O lugar do longform no jornalismo online: Qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 1, p.110-127, 2015. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/693/0>>. Acesso em: 5 set. 2021.

LUMINATE. **Consumo e pagamento por notícias digitais: oportunidades e desafios do modelo de assinaturas na américa latina. Brasil, 2020**. Disponível em: <<https://luminategroup.com/storage/981/Reporte-Consumo-e-Pago-de-Noti%CC%81cias-Digitais-Brasil-%28PT%29---Luminate-2020.pdf>>. Acesso em: 6 de jul. 2021.

REGIS, Fátima; TIMPONI, Raquel; MAIA, Alessandra. Cognição integrada, encadeada e distribuída: breve discussão dos modelos cognitivos na cibercultura. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v.9, nº 26, p. 115-134, nov. 2012. Disponível em:<<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/346>>. Acesso em: 6 set. 2021.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: das culturas das mídias à cibercultura**. 4.ed. Paulus: São Paulo, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. O livro como prótese reflexiva. **Revista Matrizes**, v. 13, n. 3, p.21-35, set./dez. 2019. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/159527>>. Acesso em: 18 agos. 2021.

SILVA, Gislene. Jornalismo e construção de sentido: pequeno inventário. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v.2, n.2, jan.2005. Disponível em:<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2145> > Acesso em: 18 set. 2021.

TAROUCO, Liane; SILVA, Patrícia; HERPICH, Fabrício (org). **Cognição e aprendizagem em mundo virtual imersivo**. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/210290/001115215.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 8 out. 2021.

UNICEF. Dois terços das crianças em idade escolar no mundo não têm acesso à internet em casa. **Unicef, 2020**. Disponível em: <

<https://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/dois-tercos-das-criancas-em-idade-escolar-no-mundo-nao-tem-acesso-a-internet>>. Acesso em: 13 de agos. 2021.

VIRTUAL. In: **DICIO, Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2021. Disponível em: < <https://www.dicio.com.br/virtual/> > Acesso em: 18 de set. 2021.

ANEXO A



Faculdade de Comunicação e Artes - Universidade Federal de São Carlos

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ E TERMO DE RESPONSABILIDADE

A presente autorização de uso de imagem e voz e termo de responsabilidade, faz parte do depoimento pessoal concedido para compor a grande reportagem com o tema **Geração Alfa**, elaborado em caráter acadêmico pela aluna Juliandra Maria Ribeiro Vicente, do curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova, RA 20187597.

Nome: Tom Henrique da Fonseca
 Data de Nascimento: 04/04/12 Nacionalidade: Brasileira
 RG nº: _____
 Residente: Virgínia Beresa Perida, 204 Bairro: Alto da Bela Vista
 Cidade: Campina Estado: SP CEP: 12711621

Responsável Legal:

Nome: Caroline Gonçalves Ribeiro da Fonseca
 Data de Nascimento: 05/04/93 Nacionalidade: Brasileira
 RG nº: 488622700 Parentesco: Mãe

AUTORIZA A UTILIZAÇÃO DA SUA IMAGEM E VOZ À FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 50.016.039/0001-75, com sede à Rua João Paulo II, s/n.º, Alto da Bela Vista, Cachoeira Paulista/SP. O presente instrumento particular de autorização é celebrado a título gratuito, podendo todo material decorrente da participação acima citada, tais como gravações e fotografias serem publicadas e transmitidas pelo Sistema Canção Nova de Comunicação (Rádio, TV, Internet, IPTV, e WEBTV) e nas mídias sociais utilizadas pela Fundação João Paulo II, tais como Youtube, Facebook, Instagram, dentre outras, por todo território nacional e internacional, no todo ou em parte, de forma "ao vivo" ou gravada, podendo ser reexibido a qualquer tempo conforme interesse da Fundação João Paulo II ou de suas emissoras afiliadas ou coligadas. A FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II está autorizada, gratuita, a fixar todo ou parte, do conteúdo de sua participação, acima mencionada, em CDs, DVDs, CDs-ROM, Mds, Ringtones, Mobile, SMS, livros, revistas, jornais, materiais impressos e digitais e quaisquer outras modalidades de utilização, existente ou que venham a ser inventada, podendo a autorizada divulgar e distribuir tais fixações, sem que qualquer retribuição pecuniária seja devida ao Autorizante. Poderá ainda a Fundação João Paulo II utilizar a imagem e voz, neste instrumento autorizadas, para o fim de publicidade e divulgação. O Autorizante toma ciência neste ato que a sua participação no Sistema Canção Nova de Comunicação mantido pela FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II deve ser pautada pela: a) Promoção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, religião, classe, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação; b) Ausência de propaganda ou alusão a produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente; c) Preferência às finalidades educativas, artísticas,

culturais e informativas; d) Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família; e) Impossibilidade legal e ética de realização de propaganda política ou de difusão de opiniões favoráveis ou contrárias a qualquer partido político, seus órgãos, representantes ou candidatos, ressalvado o disposto na legislação eleitoral. f) Vedação de qualquer ofensa a moral familiar pública, ou aos bons costumes; e g) Vedação de atitudes ou palavras com fins, diretos ou indiretos, de caluniar, injuriar ou difamar os Poderes Legislativos, Executivo ou Judiciário ou seus respectivos membros; O Autorizante declara, para todos os devidos fins, que leu o presente documento, que compreendeu todas as orientações sobreditas e que com elas concordou na sua integralidade, responsabilizando-se, única e exclusivamente, por seus atos e palavras. Eventual ato do Autorizante em desalinho com os preceitos acima indicados será passível de todos os mecanismos de edição e controle de corte editorial, não extinguindo, contudo, a possibilidade da Instituição mantenedora do Sistema Canção Nova de pleitear, extrajudicial ou judicialmente, o respectivo direito de indenização nos casos em que sejam consubstanciados prejuízos legais, morais ou éticos ao Sistema de Comunicação, ao seu público ou à terceiro interessado. Por fim, na hipótese da Fundação João Paulo II ser demanda judicial ou extrajudicialmente por conta dos atos e palavras do Autorizante manifestadas em seu Sistema de Comunicação, concorda o mesmo em assumir, integralmente, todos os custos necessários à ampla defesa da Instituição Fundacional, compreendendo, mas não se limitando, a: custas processuais, honorários advocatícios e despesas com deslocamentos. O presente instrumento particular é celebrado em caráter definitivo, irretroatável e irrevogável, obrigando as partes por si e por seus sucessores a qualquer título, a respeitarem integralmente os termos e condições estipuladas no presente instrumento.

Guaxizinho, 24 de Novembro de 2021.

Caroline de Almeida

AUTORIZANTE
Responsável Legal

ANEXO B



Formando Jovens Novos para o Mundo Novo

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ E TERMO DE RESPONSABILIDADE

A presente autorização de uso de imagem e voz e termo de responsabilidade, faz parte do depoimento pessoal concedido para compor a grande reportagem com o tema **Geração Alfa**, elaborado em caráter acadêmico pela aluna Juliandra Maria Ribeiro Vicente, do curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova, RA 20187597.

Nome: Marina Victória de Andrade Colosimo

Data de Nascimento: 14/11/16 Nacionalidade: Brasileira

RG nº: _____

Residente Rua Antônio de Luca Bairro: Vila Paulistana

Cidade: Brasília Estado: SP CEP: 12712-070

Responsável Legal:

Nome: Isabela de A. e Silva Colosimo

Data de Nascimento: 31/05/85 Nacionalidade: Brasileira

RG nº: 43.148.927-0 Parentesco: mãe

AUTORIZA A UTILIZAÇÃO DA SUA IMAGEM E VOZ À FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 50.016.039/0001-75, com sede à Rua João Paulo II, s/n.º, Alto da Bela Vista, Cachoeira Paulista/SP. O presente instrumento particular de autorização é celebrado a título gratuito, podendo todo material decorrente da participação acima citada, tais como gravações e fotografias serem publicadas e transmitidas pelo Sistema Canção Nova de Comunicação (Rádio, TV, Internet, IPTV, e WEBTV) e nas mídias sociais utilizadas pela Fundação João Paulo II, tais como Youtube, Facebook, Instagram, dentre outras, por todo território nacional e internacional, no todo ou em parte, de forma "ao vivo" ou gravada, podendo ser reexibido a qualquer tempo conforme interesse da Fundação João Paulo II ou de suas emissoras afiliadas ou coligadas. A FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II está autorizada, gratuita, a fixar todo ou parte, do conteúdo de sua participação, acima mencionada, em CDs, DVDs, CDs-ROM, Mds, Ringtones, Mobile, SMS, livros, revistas, jornais, materiais impressos e digitais e quaisquer outras modalidades de utilização, existente ou que venham a ser inventada, podendo a autorizada divulgar e distribuir tais fixações, sem que qualquer retribuição pecuniária seja devida ao Autorizante. Poderá ainda a Fundação João Paulo II utilizar a imagem e voz, neste instrumento autorizadas, para o fim de publicidade e divulgação. O Autorizante toma ciência neste ato que a sua participação no Sistema Canção Nova de Comunicação mantido pela FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II deve ser pautada pela: a) Promoção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, religião, classe, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação; b) Ausência de propaganda ou alusão a produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente; c) Preferência às finalidades educativas, artísticas,

culturais e informativas; d) Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família; e) Impossibilidade legal e ética de realização de propaganda política ou de difusão de opiniões favoráveis ou contrárias a qualquer partido político, seus órgãos, representantes ou candidatos, ressalvado o disposto na legislação eleitoral. f) Vedação de qualquer ofensa a moral familiar pública, ou aos bons costumes; e g) Vedação de atitudes ou palavras com fins, diretos ou indiretos, de caluniar, injuriar ou difamar os Poderes Legislativos, Executivo ou Judiciário ou seus respectivos membros; O Autorizante declara, para todos os devidos fins, que leu o presente documento, que compreendeu todas as orientações sobreditas e que com elas concordou na sua integralidade, responsabilizando-se, única e exclusivamente, por seus atos e palavras. Eventual ato do Autorizante em desalinho com os preceitos acima indicados será passível de todos os mecanismos de edição e controle de corte editorial, não extinguindo, contudo, a possibilidade da Instituição mantenedora do Sistema Canção Nova de pleitear, extrajudicial ou judicialmente, o respectivo direito de indenização nos casos em que sejam consubstanciados prejuízos legais, morais ou éticos ao Sistema de Comunicação, ao seu público ou à terceiro interessado. Por fim, na hipótese da Fundação João Paulo II ser demanda judicial ou extrajudicialmente por conta dos atos e palavras do Autorizante manifestadas em seu Sistema de Comunicação, concorda o mesmo em assumir, integralmente, todos os custos necessários à ampla defesa da Instituição Fundacional, compreendendo, mas não se limitando, a: custas processuais, honorários advocatícios e despesas com deslocamentos. O presente instrumento particular é celebrado em caráter definitivo, irretroatável e irrevogável, obrigando as partes por si e por seus sucessores a qualquer título, a respeitarem integralmente os termos e condições estipuladas no presente instrumento.

Brasília, 10 de novembro de 2021.



AUTORIZANTE
Responsável Legal

ANEXO C



Formando Homens Novos para o Mundo Novo

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ E TERMO DE RESPONSABILIDADE

A presente autorização de uso de imagem e voz e termo de responsabilidade, faz parte do depoimento pessoal concedido para compor a grande reportagem com o tema **Geração Alfa**, elaborado em caráter acadêmico pela aluna Juliandra Maria Ribeiro Vicente, do curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova, RA 20187597.

Nome: Davi Valença Nascimento da Cunha
 Data de Nascimento: 06/10/2012 Nacionalidade: brasileiro
 RG nº: _____
 Residente: R. Maxiana R. Costa Bairro: Jardim Imperial
 Cidade: Ribeiro Estado: SP CEP: 12903400

Responsável Legal:

Nome: Flávia Valença Nascimento da Cunha
 Data de Nascimento: 08/04/1983 Nacionalidade: brasileira
 RG nº: 34949318-2 Parentesco: Mãe

AUTORIZA A UTILIZAÇÃO DA SUA IMAGEM E VOZ à FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 50.016.039/0001-75, com sede à Rua João Paulo II, s/n.º, Alto da Bela Vista, Cachoeira Paulista/SP. O presente instrumento particular de autorização é celebrado a título gratuito, podendo todo material decorrente da participação acima citada, tais como gravações e fotografias serem publicadas e transmitidas pelo Sistema Canção Nova de Comunicação (Rádio, TV, Internet, IPTV, e WEBTV) e nas mídias sociais utilizadas pela Fundação João Paulo II, tais como Youtube, Facebook, Instagram, dentre outras, por todo território nacional e internacional, no todo ou em parte, de forma "ao vivo" ou gravada, podendo ser reexibido a qualquer tempo conforme interesse da Fundação João Paulo II ou de suas emissoras afiliadas ou coligadas. A FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II está autorizada, gratuita, a fixar todo ou parte, do conteúdo de sua participação, acima mencionada, em CDs, DVDs, CDs-ROM, Mds, Ringtones, Mobile, SMS, livros, revistas, jornais, materiais impressos e digitais e quaisquer outras modalidades de utilização, existente ou que venham a ser inventada, podendo a autorizada divulgar e distribuir tais fixações, sem que qualquer retribuição pecuniária seja devida ao Autorizante. Poderá ainda a Fundação João Paulo II utilizar a imagem e voz, neste instrumento autorizadas, para o fim de publicidade e divulgação. O Autorizante toma ciência neste ato que a sua participação no Sistema Canção Nova de Comunicação mantido pela FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II deve ser pautada pela: a) Promoção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, religião, classe, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação; b) Ausência de propaganda ou alusão a produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente; c) Preferência às finalidades educativas, artísticas,

culturais e informativas; d) Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família; e) Impossibilidade legal e ética de realização de propaganda política ou de difusão de opiniões favoráveis ou contrárias a qualquer partido político, seus órgãos, representantes ou candidatos, ressalvado o disposto na legislação eleitoral. f) Vedação de qualquer ofensa a moral familiar pública, ou aos bons costumes; e g) Vedação de atitudes ou palavras com fins, diretos ou indiretos, de caluniar, injuriar ou difamar os Poderes Legislativos, Executivo ou Judiciário ou seus respectivos membros; O Autorizante declara, para todos os devidos fins, que leu o presente documento, que compreendeu todas as orientações sobreditas e que com elas concordou na sua integralidade, responsabilizando-se, única e exclusivamente, por seus atos e palavras. Eventual ato do Autorizante em desalinho com os preceitos acima indicados será passível de todos os mecanismos de edição e controle de corte editorial, não extinguindo, contudo, a possibilidade da Instituição mantenedora do Sistema Canção Nova de pleitear, extrajudicial ou judicialmente, o respectivo direito de indenização nos casos em que sejam consubstanciados prejuízos legais, morais ou éticos ao Sistema de Comunicação, ao seu público ou à terceiro interessado. Por fim, na hipótese da Fundação João Paulo II ser demanda judicial ou extrajudicialmente por conta dos atos e palavras do Autorizante manifestadas em seu Sistema de Comunicação, concorda o mesmo em assumir, integralmente, todos os custos necessários à ampla defesa da Instituição Fundacional, compreendendo, mas não se limitando, a: custas processuais, honorários advocatícios e despesas com deslocamentos. O presente instrumento particular é celebrado em caráter definitivo, irrevogável e irretratável, obrigando as partes por si e por seus sucessores a qualquer título, a respeitarem integralmente os termos e condições estipuladas no presente instrumento.

Burleixo, 10 de Novembro de 2021.



AUTORIZANTE
Responsável Legal

ANEXO D



Formando Homens Novos para o Mundo Novo

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ E TERMO DE RESPONSABILIDADE

A presente autorização de uso de imagem e voz e termo de responsabilidade, faz parte do depoimento pessoal concedido para compor a grande reportagem com o tema **Geração Alfa**, elaborado em caráter acadêmico pela aluna Juliandra Maria Ribeiro Vicente, do curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova, RA 20187597.

Nome: Barbara Joaquim Luiz A. S. Diniz
 Data de Nascimento: 25/02/19 Nacionalidade: Brasileira
 RG nº: _____
 Residente Coronel José de Castro 551 Bairro: Centro
 Cidade: Curitiba Estado: SP CEP: 12701-450

Responsável Legal:

Nome: Sainara Machado de Anila
 Data de Nascimento: 14/12/96 Nacionalidade: Brasileira
 RG nº: 49.478.603-6 Parentesco: mãe

AUTORIZA A UTILIZAÇÃO DA SUA IMAGEM E VOZ à FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 50.016.039/0001-75, com sede à Rua João Paulo II, s/n.º, Alto da Bela Vista, Cachoeira Paulista/SP. O presente instrumento particular de autorização é celebrado a título gratuito, podendo todo material decorrente da participação acima citada, tais como gravações e fotografias serem publicadas e transmitidas pelo Sistema Canção Nova de Comunicação (Rádio, TV, Internet, IPTV, e WEBTV) e nas mídias sociais utilizadas pela Fundação João Paulo II, tais como Youtube, Facebook, Instagram, dentre outras, por todo território nacional e internacional, no todo ou em parte, de forma "ao vivo" ou gravada, podendo ser reexibido a qualquer tempo conforme interesse da Fundação João Paulo II ou de suas emissoras afiliadas ou coligadas. A FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II está autorizada, gratuita, a fixar todo ou parte, do conteúdo de sua participação, acima mencionada, em CDs, DVDs, CDs-ROM, Mds, Ringtones, Mobile, SMS, livros, revistas, jornais, materiais impressos e digitais e quaisquer outras modalidades de utilização, existente ou que venham a ser inventada, podendo a autorizada divulgar e distribuir tais fixações, sem que qualquer retribuição pecuniária seja devida ao Autorizante. Poderá ainda a Fundação João Paulo II utilizar a imagem e voz, neste instrumento autorizadas, para o fim de publicidade e divulgação. O Autorizante toma ciência neste ato que a sua participação no Sistema Canção Nova de Comunicação mantido pela FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II deve ser pautada pela: a) Promoção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, religião, classe, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação; b) Ausência de propaganda ou alusão a produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente; c) Preferência às finalidades educativas, artísticas,

culturais e informativas; d) Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família; e) Impossibilidade legal e ética de realização de propaganda política ou de difusão de opiniões favoráveis ou contrárias a qualquer partido político, seus órgãos, representantes ou candidatos, ressalvado o disposto na legislação eleitoral; f) Vedação de qualquer ofensa a moral familiar pública, ou aos bons costumes; e g) Vedação de atitudes ou palavras com fins, diretos ou indiretos, de caluniar, injuriar ou difamar os Poderes Legislativos, Executivo ou Judiciário ou seus respectivos membros; O Autorizante declara, para todos os devidos fins, que leu o presente documento, que compreendeu todas as orientações sobreditas e que com elas concordou na sua integralidade, responsabilizando-se, única e exclusivamente, por seus atos e palavras. Eventual ato do Autorizante em desalinho com os preceitos acima indicados será passível de todos os mecanismos de edição e controle de corte editorial, não extinguindo, contudo, a possibilidade da Instituição mantenedora do Sistema Canção Nova de pleitear, extrajudicial ou judicialmente, o respectivo direito de indenização nos casos em que sejam consubstanciados prejuízos legais, morais ou éticos ao Sistema de Comunicação, ao seu público ou à terceiro interessado. Por fim, na hipótese da Fundação João Paulo II ser demanda judicial ou extrajudicialmente por conta dos atos e palavras do Autorizante manifestadas em seu Sistema de Comunicação, concorda o mesmo em assumir, integralmente, todos os custos necessários à ampla defesa da Instituição Fundacional, compreendendo, mas não se limitando, a: custas processuais, honorários advocatícios e despesas com deslocamentos. O presente instrumento particular é celebrado em caráter definitivo, irrevogável e irretratável, obrigando as partes por si e por seus sucessores a qualquer título, a respeitarem integralmente os termos e condições estipuladas no presente instrumento.

Cruzino, 16 de novembro de 20 21.

Sainara M. de Anila
AUTORIZANTE
Responsável Legal

ANEXO E



Formando Homens Novos para o Mundo Novo

AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ E TERMO DE RESPONSABILIDADE

A presente autorização de uso de imagem e voz e termo de responsabilidade, faz parte do depoimento pessoal concedido para compor a grande reportagem com o tema **Geração Alfa**, elaborado em caráter acadêmico pela aluna Juliandra Maria Ribeiro Vicente, do curso de Jornalismo da Faculdade Canção Nova, RA 20187597.

Nome: ANDREA CRISTINA BASTOS THOME DE SOUZA CARDOSO, nascida em 21/02/85, brasileira, casada, pedagoga RG nº: 42.126.795-1 CPF nº: 329302018-60 Residente á rua Hepacaré, 277, apto 03, centro, Lorena, Estado de São Paulo, CEP: 12600-340

AUTORIZA A UTILIZAÇÃO DA SUA IMAGEM E VOZ à FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o n.º 50.016.039/0001-75, com sede à Rua João Paulo II, s/n. º, Alto da Bela Vista, Cachoeira Paulista/SP. O presente instrumento particular de autorização é celebrado a título gratuito, podendo todo material decorrente da participação acima citada, tais como gravações e fotografias serem publicadas e transmitidas pelo Sistema Canção Nova de Comunicação (Rádio, TV, Internet, IPTV, e WEBTV) e nas mídias sociais utilizadas pela Fundação João Paulo II, tais como Youtube, Facebook, Instagram, dentre outras, por todo território nacional e internacional, no todo ou em parte, de forma “ao vivo” ou gravada, podendo ser reexibido a qualquer tempo conforme interesse da Fundação João Paulo II ou de suas emissoras afiliadas ou coligadas. A FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II está autorizada, gratuita, a fixar todo ou parte, do conteúdo de sua participação, acima mencionada, em CDs, DVDs, CDs-ROM, Mds, Ringtones, Mobile, SMS, livros, revistas, jornais, materiais impressos e digitais e quaisquer outras modalidades de utilização, existente ou que venham a ser inventada, podendo a autorizada divulgar e distribuir tais fixações, sem que qualquer retribuição pecuniária seja devida ao Autorizante. Poderá ainda a Fundação João Paulo II utilizar a imagem e voz, neste instrumento autorizadas, para o fim de publicidade e divulgação. O Autorizante toma ciência neste ato que a sua participação no Sistema Canção Nova de Comunicação mantido pela FUNDAÇÃO JOÃO PAULO II deve ser pautada pela: a) Promoção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, religião, classe, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação; b) Ausência de propaganda ou alusão a produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente; c) Preferência às finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; d) Respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família; e) Impossibilidade legal e ética de realização de propaganda política ou de difusão de opiniões favoráveis ou contrárias a qualquer partido político, seus órgãos, representantes ou candidatos,

ATASC

ressalvado o disposto na legislação eleitoral. f) Vedação de qualquer ofensa a moral familiar pública, ou aos bons costumes; e g) Vedação de atitudes ou palavras com fins, diretos ou indiretos, de caluniar, injuriar ou difamar os Poderes Legislativos, Executivo ou Judiciário ou seus respectivos membros; O Autorizante declara, para todos os devidos fins, que leu o presente documento, que compreendeu todas as orientações sobreditas e que com elas concordou na sua integralidade, responsabilizando-se, única e exclusivamente, por seus atos e palavras. Eventual ato do Autorizante em desalinho com os preceitos acima indicados será passível de todos os mecanismos de edição e controle de corte editorial, não extinguindo, contudo, a possibilidade da Instituição mantenedora do Sistema Canção Nova de pleitear, extrajudicial ou judicialmente, o respectivo direito de indenização nos casos em que sejam consubstanciados prejuízos legais, morais ou éticos ao Sistema de Comunicação, ao seu público ou à terceiro interessado. Por fim, na hipótese da Fundação João Paulo II ser demanda judicial ou extrajudicialmente por conta dos atos e palavras do Autorizante manifestadas em seu Sistema de Comunicação, concorda o mesmo em assumir, integralmente, todos os custos necessários à ampla defesa da Instituição Fundacional, compreendendo, mas não se limitando, a: custas processuais, honorários advocatícios e despesas com deslocamentos. O presente instrumento particular é celebrado em caráter definitivo, irretratável e irrevogável, obrigando as partes por si e por seus sucessores a qualquer título, a respeitarem integralmente os termos e condições estipuladas no presente instrumento.

28/10/2021

Lorena, 28 de outubro de 2021

Andrea Thome de Souza Cardoso

ANDREA CRISTINA BASTOS THOME DE SOUZA CARDOSO

AUTORIZANTE

Participante

APÊNDICE A - Boneco que inspirou a diagramação



CAPÍTULO UM | CAPÍTULO DOIS | CAPÍTULO TRÊS | CAPÍTULO QUATRO | EXPEDIENTE



**VÍDEO
INTRODUTÓRIO
(página inicial)**

TÍTULO

TEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEX-
TO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO
TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEX-
TO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO
TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEX-
TO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO
TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEX-
TO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEX-
TO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO
TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEX-
TO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO
TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEX-

Background Amarelo(fundo), com ilustrações que mesclam telas e brinquedos.

BOTÃO → Botão interativo que vá para a próxima página.

Ícones das redes sociais

Texto sobre ser uma reportagem longform



Ilustração gradiente puxando o gancho da reportagem que se refere aos lobos

TÍTULO

TEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO
TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTO-

Box informativo

TEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO
TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTO-

Imagem 360

TEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO
TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTOTEXTO TEXTO TEXTO TEXTO-

Intercalar ilustração, imagem e texto

Um vídeo ou um áudio por capítulo

**Inserir a história de uma criança no box.
Um relato diferente em cada capítulo.**

Background Amarelo (fundo), com ilustrações que mesclm telas e brinquedos.



Botão interativo que vá para a próxima página.

Ícones das redes sociais

Texto sobre ser uma reportagem longform



Background Amarelo(fundo), com ilustrações que mesclam telas e brinquedos.

Ilustração que lembre uma tela
(tablet por exemplo)

Ícones das redes sociais

Texto sobre ser uma reportagem
longform

APÊNDICE B - Pauta capítulo um: Adaptação ao meio

REPÓRTER: Juliandra Ribeiro	DATA:	HORÁRIO:
PRODUÇÃO: Juliandra Ribeiro	ADAPTAÇÃO AO MEIO	
DADOS DE REFERENCIAIS		
Nome dos entrevistados	<p>Genori Oliveira (psicóloga) - Rio Grande do Sul Formada em psicologia pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, "<i>Geração Alpha entre a realidade e o virtual: sujeitos digitais</i>" é uma monografia desenvolvida por Genori para a conclusão de seu curso de psicologia, em 2019. Contato: @psicologagenorioliverira psicologaclinicagenori@gmail.com whatsapp Links a respeito do entrevistado: https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/handle/123456789/5811</p> <p>Thatiane da Rosa Lopes Reis (psicóloga infantil)- Pindamonhangaba Formada pela Unisal, em Lorena, atende crianças de 3 a 12 anos. Sendo que atende as crianças há 14 anos, e tem formação em arteterapia. Contato: por whatsapp @psicologa.infantil_thatirosa links a respeito do entrevistado: https://www.escavador.com/sobre/715380611/thatiane-da-rosa-lopes-reis</p> <p>Andrea Thome (professora e psicopedagoga)- Lorena Psicopedagoga, professora, educadora emocional e contadora de histórias. Andréa compartilha suas contações de histórias através de um canal no youtube. Contato: por whatsapp</p> <p>Simone Novaes(professora e psicopedagoga) - Belo Horizonte Graduada em Letras, com especializações em Psicopedagogia e Coordenação Pedagógica. Mestre em Administração e Supervisora Pedagógica (Fundamental II e Ensino Médio) no Colégio Sistema Piaget de Ensino e Professora de Práticas Pedagógicas em cursos de Pedagogia, Simone publicou em 2018 um artigo sobre o perfil dos grupos geracionais durante o Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade. Contato:sisinovaes@uol.com.br links a respeito do entrevistado: https://singep.org.br/7singep/resultado/428.pdf</p> <p>Joaquim, 4 anos (personagem)</p>	
GANCHO		
Assim como os lobos, que conseguem se adaptar às mais altas e baixas temperaturas, as crianças da Geração Alfa possuem uma enorme habilidade de adaptação, já que elas têm maior abertura para o que é novo, ou seja, as tecnologias que surgem o tempo todo em nossa sociedade.		
Fonte de apoio: https://www.biologianet.com/biodiversidade/lobo.htm		
RESUMO		
Lobos costumam a aparecer em contos como <i>Chapeuzinho Vermelha</i> e <i>Os três porquinhos</i> , como sendo personagens maus, mas na verdade eles não são como as fábulas costumam dizer. Existem diferentes espécies de lobos na natureza		

e todos fazem parte da família dos cães e raposas. São animais que por vezes podem parecer selvagens, isso porque são instintivos; do mesmo modo as crianças são assim, espontâneas e curiosas.

Criar e educar uma criança não é fácil, exige paciência, carinho e autocontrole. Além disso, é preciso compreender o lugar em que elas estão inseridas e como isso as afeta; por isso, é dentro do cenário de uma sociedade que começa a dar os primeiros passos rumo ao que é digital que se encontra a Geração Alfa. Esse grupo demográfico de crianças que começaram a nascer a partir de 2010, são consideradas 100% nativas digitais. De acordo com o pesquisador e escritor do livro *Generation Alpha*, Mark McCrindle, essa geração vai perdurar até meados de 2025, para que assim surja outro grupo. Pensando nisso, as características e personalidade dessas crianças ainda estão sendo moldadas.

Ao se procurar na internet pode se encontrar outras variantes de nomes como *Geração Alpha e Glass*, e todas estão associadas e fazem referência ao mesmo grupo: crianças consideradas nativas digitais. Já ao procurar o sentido da palavra Alfa no [Dicionário Online de Português](#) é possível encontrar sentidos que correlacionam ao figurado, a física, química, astronomia, religião e até mesmo expressões que usamos em nosso cotidiano. No entanto, a principal diferença é que Alpha é a primeira letra do alfabeto grego (Α), e Alfa é a forma em português que escrevemos a palavra, por isso as duas maneiras de escrita estão corretas. Assim, *Alpha* tem correlação com a letra A, ou seja, essas crianças estão no início do alfabeto, pois todas nasceram nos anos dois mil, totalmente diferente das gerações antecessoras (Baby Boomers, X, Y e Z). É importante ressaltar que cada uma dessas gerações possui suas próprias características, por isso segue abaixo um resumo sobre cada uma delas ([resumo baseado em artigos ou reportagens](#)):

Baby Boomers (1946-1964)

Utilizando a teoria de Robbins (citado por Malafaia, 2011), explicam que “Baby Boom”, em inglês, significa explosão de bebês e que se refere aos filhos da segunda guerra mundial, já que logo após a guerra houve uma explosão populacional. Os autores mencionam como características marcantes dessa geração a capacidade de trabalhar em equipe e a crença no poder da hierarquia. Jacques et.al (2015) ratificam essa caracterização, também mencionando outros autores, que essas pessoas possuem um perfil mais ponderado, que são obedientes e que, pelo fato de terem nascido no pós-guerra, tomam para si a responsabilidade de reconstrução. Assim, os Baby Boomers buscam pela realização pessoal; tem foco intenso no trabalho em busca de prosperidade; valorizam a família e a estabilidade financeira e possuem aversão a grandes mudanças.

GERAÇÃO X (1965-1978)

Os membros dessa geração são os nascidos entre 1965 e 1978 e que seus indivíduos sentem-se confortáveis com as mudanças, além de se adaptarem facilmente a diversas funções e trabalharem bem tanto em grupo como individualmente. A formação desse grupo foi muito influenciada pela programação da televisão. São conhecidos por serem auto suficientes, por priorizar trabalhar com flexibilidade e criatividade, do que somente por dinheiro ou status, e buscam através do trabalho a realização dos desejos materiais e pessoais.

GERAÇÃO Y OU MILLENNIALS (1980- até meados do final dos anos 90)

Essas pessoas desse grupo cresceram em contato com as tecnologias de informação e são mais individualistas. Defendem suas opiniões e priorizam o lado pessoal em relação às questões profissionais. Jordão (2016), entretanto, menciona que essa geração também é conhecida como geração do milênio ou geração da internet. Para Comazzetto et.al (2016) essas pessoas nasceram na mesma época do início das evoluções tecnológicas e, por consequência, da globalização. Explicam também que essas pessoas, quando nasceram, encontraram o Brasil passando por grande instabilidade econômica e, pouco depois, reinstalando a democracia.

GERAÇÃO Z (final dos anos 90 até início de 2010)

Autores como Toledo, Albuquerque e Magalhães (2012), afirmam que o “Z” vem de zapear, ou seja, trocar os canais da TV de maneira rápida e constante com um controle remoto. Zap, do inglês, significa “fazer algo muito rapidamente”. Andrade et.al (2012), entretanto, declaram que os membros dessa geração são os nascidos a partir dos anos 1990 e seu mundo sempre esteve conectado à internet, por meio de e-mail, celulares e de todas as novas mídias que surgem decorrentes da era da informação. Jordão (2016) confirma que são indivíduos nascidos a partir de 1995 e comenta

que aprendem muito rápido, porém têm dificuldade de concentração. Explica também que são críticos, dinâmicos, exigentes, sabem o que querem, autodidatas, não gostam de hierarquias, nem de horários poucos flexíveis.

GERAÇÃO ALFA OU ALPHA (meados dos anos 2010 até meados de 2025)

O conceito da geração alfa pouco aparece nas pesquisas sobre “gerações”. Entretanto, Toledo, Albuquerque e Magalhães (2012) ressaltam que são os nascidos a partir de 2010 e que poderão ser filhos tanto da geração Y, como da geração Z. Em sua pesquisa, repassam a informação de Marc Prensky (2001), especialista em tecnologia e educação, de que as crianças de hoje nascem em um mundo caracterizado pelas tecnologias e mídias digitais e teriam, portanto, seu perfil cognitivo (de aprendizado) alterado. Essas novas crianças teriam estruturas cerebrais diferentes e seriam mais rápidas, capazes de realizar muitas tarefas ao mesmo tempo, diferentemente das gerações anteriores. São chamados também de *Glass* (vidro, em português), pois vivem grudados nas telas quando estão em casa e levam consigo seus tablets e smartphones quando saem à rua — os pais usam o YouTube e os aplicativos como babás.

SOBRE O AMBIENTE EM QUE VIVEM

Analisar cada uma das gerações antecessoras em relação a Alfa, é importante à medida que se percebe que todos esses grupos possuem características marcantes e distintas, e que mudam com a evolução das tecnologias, o que nos faz voltar para o processo de adaptação. Adaptar-se a algo novo pode ser difícil, mas para as crianças da geração alfa as mudanças são vistas como uma oportunidade de conhecer o mundo.

Um estudo publicado em 2020, realizado pela [Kaspersky e consultoria CORPA](#), apontou que 70% das crianças ganham seu primeiro smartphone ou tablet antes de completar 10 anos. Estes são alguns dos resultados revelados pelo estudo *Crianças Digitais*, realizado com pais e mães, das classes A, B e C, com filhos de até 18 anos em seis países da América Latina (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru). Ainda de acordo com a pesquisa, metade dos pais afirma que os filhos possuem ao menos um perfil em mídias sociais; ao mesmo tempo, 15% deles admite ignorar completamente as informações que as crianças compartilham online. O Brasil lidera este quesito, com 56% das crianças tendo alguma conta em redes como WhatsApp, Instagram, YouTube e Facebook.

A pesquisa revela também que 49% das crianças brasileiras usam um dispositivo inteligente pela primeira vez antes dos 6 anos de idade e, ainda, que 73% ganham seu primeiro smartphone ou tablet antes de completar 10 anos. Segundo os pais participantes, seus filhos usam os dispositivos principalmente para se divertir (69% – maior índice na América Latina). Em seguida, estão a educação (33%) e se comunicar com outras pessoas (9%). Como a pesquisa mostra, as crianças estão cada vez mais conectadas, e é por isso que são consideradas digitais. Elas consomem um grande número de informações (vídeos, imagens, jogos etc) e grande parte desse ambiente virtual é quem molda quem elas realmente são.

Em 2021, o membro mais velho da Geração Alfa vai ser uma criança entre 10 a 11 anos. Além disso, por serem nativos digitais têm mais facilidade com as novas tecnologias, recebem mais estímulos, são observadores e gostam de interagir. A Geração Alfa está presente nas escolas, nos parques, em casa de pais e parentes, e principalmente imersos em telas por onde aprendem e conhecem o mundo ao seu redor. É importante procurar conhecer os gostos dessas crianças, para que assim possam interagir com elas e ajudar a construir a identidade enquanto indivíduo único e singular. E embora desejem ser líderes, com personalidade observadora e criativos, estão em pleno desenvolvimento, seja cognitivo, emocional ou físico e por isso merecem atenção e instrução daqueles que estão ao seu redor, eles precisam de suporte de seus pais, avós e professores.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

PSICÓLOGA:

1. O que define uma criança, ou seja, ser uma criança?
2. Durante seus anos de trabalho dentro da área infantil, qual a diferença das crianças do passado para as de agora?
3. Qual a personalidade das crianças que você faz consulta?

4. Acredita que as crianças dessa geração vivem em um tempo diferente de seus pais? Digo, em relação ao imediatismo.
5. Podemos comparar as crianças dessa geração como lobos alfa, ou seja, elas nascem querendo liderar e se destacar dentro da sociedade?

PESQUISADOR SOBRE O GRUPO GERAÇÃO ALFA:

1. Quais comportamentos moldam a Geração Alfa?
2. Acredita que as crianças dessa geração vivem em um tempo diferente de seus pais? Digo, em relação ao imediatismo.
3. Como elas irão influenciar no futuro?
4. Podemos comparar as crianças dessa geração como lobos alfa? Ou seja, elas gostam de liderar e nasceram para isso?
5. Quais descobertas fez a respeito desse grupo durante sua pesquisa?
6. O que te motivou trabalhar com esse tema?

PROFESSORA E PSICOPEDAGOGA:

1. Há quanto tempo trabalha como professora e psicopedagoga?
2. Quando surgiu a ideia de se especializar na área de contadora de histórias e educação emocional?
3. De que forma as narrativas contribuem para o desenvolvimento infantil?
4. As crianças, por estarem em sua idade mais tenra, tendem a trabalhar com a imaginação. Acredita que as tecnologias podem atrapalhar o processo de leitura?
5. Qual o significado da palavra “criança” para você? O que faz a criança ser quem é e desenvolver sua identidade enquanto indivíduo?
6. Qual os desafios de dar aulas para crianças da geração alfa?
7. Como se reinventou durante o período de isolamento?

PESQUISADOR GRUPOS GERACIONAIS:

1. De acordo com sua pesquisa, quando começou a divisão dos grupos geracionais?
2. O conceito das gerações surgiu a partir de qual necessidade? (de mercado, por exemplo)
3. O que te motivou a estudar o tema?
4. Dentro do seu artigo, você diz que o Brasil apresenta carência em relação aos grupos geracionais. A partir de qual ponto você chegou a essa ideia?
5. Quais as características que são definidas em todos os grupos? (por exemplo valores, crenças, personalidade, história).

ROTEIRO PARA A EDIÇÃO

- Colocar um quiz (enquete para trabalhar a cognição). “Qual geração você é?”;
- Slide dinâmico;
- Contar a história de uma criança dentro de um box (puxando o gancho sobre “Adaptação ao meio”), respondendo as perguntas:
 1. O que mais gosta de fazer?
 2. O que quer ser quando crescer?
 3. O que faz dentro da internet?
 4. O que gosta de brincar?
 (Aqui deve ser usado a imagem da criança, desenho que ela fez ou até mesmo algum gesto relacionando a área de interesse).
- Trazer imagem panorâmica de uma floresta (lobos)
- Letra Capítular (característica literária);
- Este capítulo deve se iniciar com arte gradiente que tenha relação com o gancho (ex: webtoon. Isso traz aproximação ao que é literário. O literário trabalha com a imaginação e aproximação entre leitor e escritor).

APÊNDICE C - Pauta capítulo dois: Líderes do seu tempo

REPÓRTER: Juliandra Ribeiro		DATA:	HORÁRIO:
PRODUÇÃO: Juliandra Ribeiro		LÍDERES DO SEU TEMPO/ GOSTOS DA GERAÇÃO ALFA	
DADOS DE REFERENCIAIS			
Nome completo dos entrevistados	<p><u>Thatiane da Rosa Lopes Reis (psicóloga infantil)- Pindamonhangaba</u> Formada pela Unisal, em Lorena, atende crianças de 3 a 12 anos. Sendo que atende as crianças há 14 anos, e tem formação em arteterapia. Contato: whatsapp @psicologa.infantil_thatirosa</p> <p>links a respeito do entrevistado: https://www.escavador.com/sobre/715380611/thatiane-da-rosa-lopes-reis</p> <p><u>Adriana Padro Lombardi (pediatra)- Cachoeira Paulista</u> Contato: Whatsapp @adrianapradolombardi</p> <p>links a respeito do entrevistado: https://www.facebook.com/Espa%C3%A7o-Crescer-474902989704369/about/</p> <p><u>Isabela Colosimo (mãe e professora) - Cruzeiro</u> Desenvolveu atividades com a filha durante o período pandêmico. Contato: Whatsapp</p> <p><u>Mariana, 4 anos (personagem)</u></p>		
GANCHO			
<p>Visão noturna, faro aguçado e territorialistas; assim são os lobos alfa e os lobos em geral. Para o lobo alfa liderar não é apenas estar no topo da hierarquia, mas exige estratégia para cuidar dos que estão à sua volta, já que para ser líder precisa ter responsabilidade. Do mesmo modo a Geração Alfa, onde as crianças convivem umas com as outras (em sua maioria nas escolas, como se fossem uma alcateia); elas são independentes e curiosas, e gostam de procurar soluções para desafios.</p> <p>Fonte de apoio: https://catracalivre.com.br/educacao/conheca-as-principais-caracteristicas-da-geracao-alpha/</p>			
RESUMO			
<p>Ser autoritário é diferente de ser um líder. Um <u>líder</u> não busca apenas comandar, mas guiar, procurar entender o que o rodeia, influenciar, inspirar e por fim, agir. A Geração Alfa por ter informações com mais facilidade do que as gerações antecessoras, são cada vez mais questionadores, ou seja, curiosos.</p> <p>Embora gostem de interagir com as telas, é importante que saibam brincar como as crianças que são, já que é através da brincadeiras que interagem umas com as outras e usam da imaginação para expandir e trabalhar o processo de aprendizado e criatividade. Para isso, é importante compreender os interesses que regem essa geração.</p> <p>Com a pandemia, as crianças estavam o tempo todo em casa e isso foi importante para compreender como a Geração Alfa vive. A marca Gente, grupo pertencente à Globo, publicou em fevereiro de 2021 uma pesquisa sobre essa geração</p>			

durante o período pandêmico, o que permitiu que os pais analisassem o comportamento dos filhos. Foram entrevistados mais de duas mil pessoas (entre pais e crianças), e os alfa foram dividido em três grupos:

3 - 5 anos	6 - 8 anos	9 - 10 anos
CRIANSCENTE	EMERGENTE	BALANÇA
:: Centrado na transição	:: Autonomia	:: Desejo de pertencimento
:: Personagens exercem forte influência no foco de interesse	:: A opinião do grupo e dos meios sociais passa a ter maior importância naquilo que é do interesse da criança	:: Formação dos grupos, valorização da sua opinião
:: Os pais num papel divulgador das conquistas dos filhos	:: Crianças empoderadas nas suas áreas de interesse	:: A brincadeira se manifesta através do desafio
:: BUSCAM CONHECER COM AUTONOMIA	:: BUSCAM DESAFIOS	:: EXPERIÊNCIA E O DESAFIAR-SE GARANTEM O PERTENCIMENTO

Além disso, a pesquisa mostrou algumas das atividades que as crianças realizaram durante o isolamento social para se divertir, como Brinquedos, desenhos, filmes, séries, brincadeiras e videogame.

Ação e movimento

O importante da pesquisa realizada pela Globo, é que apontou que os pais estavam cada vez mais empáticos com as necessidades dos filhos. Dessa maneira, mostrou que os pais trabalharam durante a pandemia na busca por alternativas que ocupassem essas crianças, mostrando que elas não se contentam com qualquer coisa, mas em atividades que instiguem a imaginação. Tudo isso influencia no futuro de cada uma dessas crianças, seja comportamento, personalidade ou estilo de vida. Ser ativo é essencial para eles! Assim, ao entender a personalidade que ainda está sendo moldada e os interesses desse grupo, podemos compreender como se aproximar deles.

De acordo com o pesquisador americano e escritor do livro *Generation Alpha*, Mark McCrindle, a geração alfa permanecerá na escola por mais tempo e ficará em casa com seus pais até mais tarde do que seus antecessores. Do mesmo modo, a Geração Alfa por ter mais acesso às informações, serão cada vez mais confrontadas com a importância da sustentabilidade, mais do que qualquer geração antes deles, ainda mais do que a Geração Z. Uma pesquisa realizada pela *McCrindle Research* apontou que as crianças dessa geração influenciam os pais nas ações ou decisões de consumo, tornando-os mais conscientes do ponto de vista ambiental. Assim, isso mostra que eles são um grupo mais consciente do que seus antecessores.

Por fim, durante a infância dessas crianças, torna-se importante fazer com que trabalhem o foco e socialização em atividades em que possam 'colocar a mão na massa', para exercer a função enquanto participante ativo na tomada de decisões dentro da sociedade. Isso porque ao serem considerados uma geração digital e com maior acesso a informação, eles vão ter o censo de ação mais ativo. Por isso, o próximo capítulo vai tratar sobre a *Fluentes digitais: as vantagens e desvantagens do ambiente virtual*.

Links de apoio:

Crianças líderes digitais:

<https://mccrindle.com.au/insights/blog/gen-alpha-defined/>

<https://mccrindle.com.au/insights/blog/the-future-of-sustainability-for-gen-alpha/>

<https://mccrindle.com.au/tag/generation-alpha/>

<https://mccrindle.com.au/insights/blog/generation-alpha-and-environmental-consciousness/>

A importância de brincar (artigo):

<https://pediatrics.aappublications.org/content/142/3/e20182058>

Jogos:

<https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2021/02/19/o-videogame-nao-e-um-vilao-como-dizem-por-ai-o-problema-e-o-excesso.htm>

https://www.kaspersky.com.br/about/press-releases/2020_vicio-em-jogos-online-e-sedentarismo-s-o-as-maiores-pre-ocupa-es-dos-pais-na-am-rica-latina

<https://www.oficinadanet.com.br/games/28356-10-beneficios-dos-videogames-para-as-criancas>

SUGESTÕES DE PERGUNTAS**Pediatra:**

1. Qual a importância do *brincar* para o corpo durante o desenvolvimento na fase da infância?
2. Brincar sozinho ou com outra pessoa, qual é o mais recomendável?
3. Jogar pelo celular ou video games também se fazem necessários para as crianças da atualidade?
4. Como os pais devem estar atentos para que isso não vire um vício?
5. Quais doenças uma criança pode vir a desenvolver pelo uso excessivo das telas? Ou seja, os Quais os efeitos no corpo, além da ansiedade por exemplo.
6. A tecnologia pode influenciar no desenvolvimento cognitivo?
7. Qual a recomendação de tempo para o uso de telas?

Pai ou mãe para retratar atividades que realizou com o filho durante a pandemia:

1. O que descobriu a respeito do seu filho/filha durante o isolamento?
2. Acredita que os laços entre você e o seu filho/filha ficaram mais firmes ou não?
3. O que seu filho fez para se entreter durante o isolamento?(jogos, atividades, assistir desenhos...)
4. Ele/ela ficou grande parte do tempo no celular?
5. Brincou com amigos ou familiares?
6. Sua filha apoia alguma causa?(por exemplo, ela gosta da natureza, dos bichinhos, ajudar as pessoas, gosta de comer saudável...)

Psicóloga:

1. Qual a importância das crianças estarem entretidas em atividades?
2. O isolamento pode causar a elas a sensação de 'vazio'? (depressão)
3. Realizar atividades durante o isolamento social foi importante para afastar as crianças da depressão?
4. Percebeu um aumento de crianças ao longo dos anos consultando psicólogos?
5. Quais atividades recomenda para a socialização dessas crianças?

ROTEIRO PARA A EDIÇÃO

•Contar a história de uma criança dentro de um box (puxando o gancho sobre "Líderes"), respondendo as perguntas:

1. O que mais gosta de fazer?
2. Você gosta de convencer as pessoas sobre suas ideias?
3. O que quer ser quando crescer?
4. O que faz dentro da internet?
5. Fez alguma atividade divertida com seus pais durante a pandemia?

(Aqui deve ser usado a imagem da criança, o desenho que ela fez e até mesmo algum gesto relacionando a área de interesse).

•Trazer uma imagem panorâmica a televisão ligada, jogos, celular e brinquedos;

•Este capítulo deve se iniciar com arte gradiente que tenha relação com o gancho (ex: webtoon. Isso traz aproximação ao que é literário);

APÊNDICE D - Pauta capítulo três: Fluentes digitais

REPÓRTER: Juliandra Ribeiro	DATA:	HORÁRIO:
PRODUÇÃO: Juliandra Ribeiro	FLUENTES DIGITAIS	
DADOS DE REFERENCIAIS		
Nome completo dos entrevistados	<p>Leonardo Fernandez Nascimento(sociólogo) - Bahia Formado em Química pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia – IFBA (1997), graduado em psicologia pela Universidade Federal da Bahia – UFBA (2002), mestre em sociologia pela Universidade de São Paulo – USP (2007) e doutor em sociologia pelo Instituto de Estudos Sociais e Políticos – IESP/UERJ (2013). Pesquisador na área da sociologia digital. Email: leofn@ufba.br por whatsapp Links a respeito do entrevistado: https://leofn.com/#contact http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do http://www.ufba.edu.br/node/5803 https://scholar.google.com/citations?hl=pt-BR&authuser=1&user=essj6yQAAAAJ</p> <p>Ruama Lorena Ferraz Ramos(especialista em tecnologia da informação)- Lorena Possui graduação em Pedagogia pela Faculdade de Ciências Humanas de Cruzeiro (2017), graduação em Licenciatura em Informática pela Faculdade de Tecnologia de Guaratinguetá Prof. João Mod (2011), graduação em Ciência da Computação pelo Centro Universitário Salesiano São Paulo (2009), graduação em Administração pela Escola Superior Aberta do Brasil (2020) e mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional pela Universidade de Taubaté (2017). Tem Especialização em MBA Gestão e Tecnologia da Informação e Comunicação pelo Centro Universitário Salesiano São Paulo. contato: whatsapp links a respeito do entrevistado: http://lattes.cnpq.br/9325951840323233 https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/3602/679</p> <p>Amanda Pereira (psicóloga)- Cachoeira Paulista É graduada em Psicologia, Pedagogia, com pós-graduação em Psicopedagogia e Educação Inclusiva. Atualmente exerce a função de Psicóloga Escolar no Instituto Canção Nova. contato: whatsapp link a respeito do entrevistado: https://instituto.cancaonova.com/author/amandab/</p> <p>Davi, 9 anos (personagem)</p>	
GANCHO		
<p>A principal forma de comunicação entre os lobos é por meio de uivos. Seja para avisar outra matilha que o território já está ocupado ou para informar seus companheiros que é hora de caçar, o uivado é a principal forma de linguagem dos lobos. Além disso, lobos são capazes de identificar diferentes uivos, o que facilita diversas tarefas. Por isso é mais comum uivarem quando há lua cheia, e portanto mais luz, já que as condições são mais propícias para localizar as presas. Assim como a lua tem efeito sobre os lobos, da mesma forma são as crianças da Geração Alfa que interagem e emergem através das telas, e é essa facilidade na imersão que as torna Fluentes Digitais.</p> <p>Links de apoio: https://educacao.uol.com.br/disciplinas/biologia/lobos-lobos-alfa-e-beta-linguagem-corporal-dos-lobos-e-sua-aliment https://super.abril.com.br/ciencia/uivo-do-lobo-indica-que-e-hora-de-cacar/</p>		

RESUMO

Muitas pessoas são fluentes em um ou mais idiomas. Já a Geração Alfa nasce fluente em tecnologia digital e usa dela para manifestar suas ideias. No entanto, um dos principais desafios que essas crianças enfrentam dentro da sociedade para desenvolver essa fluência é a economia. A [Cisco](#) realizou uma pesquisa chamada *Digital Readiness Index 2019*, que mede a prontidão digital de 141 países. Com base em sete componentes, como necessidades básicas, capital humano e infraestrutura tecnológica, a pesquisa ajuda a obter informações fundamentais e compreender o que significa um país estar digitalmente preparado, bem como o impacto positivo que a economia digital pode lhe oferecer e as possíveis oportunidades para aumentar a prontidão. Dentro os países pesquisados, o Brasil ocupou a 67ª posição global, considerada intermediária. A pontuação média do Brasil foi de 12,31, o que representa uma melhora em relação à pesquisa anterior, quando atingiu a marca de 11,78.

Embora o Brasil caminhe rumo a uma sociedade digital, ainda falta muito para ser considerado um país totalmente digital, tendo grande impacto na Geração Alfa, que é considerada nativa digital. De acordo com uma pesquisa realizada pela [Cetic.br \(TIC Kids Brasil Online 2019\)](#), que entrevistou a população de 9 a 17 anos no Brasil entre outubro de 2019 e março de 2020, apontou que 24 milhões de crianças e adolescentes são usuários de Internet. No entanto, 4,8 milhões viviam em domicílios sem acesso à Internet. Além disso, os usuários em sua maioria fazem o uso exclusivo de telefone celular.

Outro ponto a ser levado em consideração é que o preço dos eletrônicos vive as instabilidades devido a alta e queda do dólar, o que interfere no poder de compra de produtos como celulares, notebook, laptops etc. O valor é definido de acordo com a marca do produto, sua funcionalidade e apetrechos. Um exemplo disso é que quando se procura um notebook na internet, o seu valor mínimo fica entre mil e quatrocentos, e o máximo pode chegar a cinco ou seis mil (ou até mais). Assim, é possível compreender que mesmo as tecnologias da informação sendo importantes, elas não conseguiram quebrar as barreiras da desigualdade entre as classes sociais. Pensando nisso, se torna importante listar as vantagens e desvantagens do uso das tecnologias da informação:

VANTAGENS:

A internet é um conjunto de redes que interliga as pessoas ao mundo, podendo compartilhar experiências, ideias e conhecimentos, além de poder ser utilizada para o entretenimento e socialização através das mídias digitais e jogos. Por isso, segue abaixo alguns pontos [vantajosos](#) quando se usa a internet para crianças:

1. Educação

A internet traz novas formas de estudar além daquelas do ensino tradicional, que se dá por meio do papel, lápis e livros. Através da internet se têm acesso a uma gama de informações que promovem interação entre crianças e telas, o que permite que o aluno possa interagir com o conhecimento na prática. Vídeos educativos, figuras animadas, jogos e histórias são apenas algumas das ferramentas que podem ser utilizadas para esse propósito. Um exemplo disso, é o portal [Só Matemática, que apresenta](#) material de apoio para o ensino fundamental, médio e superior. O site voltado somente para matemática, conta com uma gama de jogos, exercícios, curiosidades, biografias de matemáticos e muitos outros. Enquanto isso, o portal [Ludo Educativo](#), apresenta uma gama de jogos que conta com o aprendizado de língua portuguesa, artes, história, biologia, ciências, geografia e muitos outros. Os jogos e atividades propostas são voltadas desde o 1º ano ao 9º ano.

2. Preparação para o mercado de trabalho

As novas tecnologias da informação estão cada vez mais se tornando importantes para o funcionamento da sociedade, por isso, saber como utilizá-las é primordial. Pensando nisso, é durante a infância que as crianças ao aprender usar essas ferramentas tecnológicas, vão estar se preparando para o futuro. Já que com o advento dos dispositivos provenientes da “Internet das Coisas”, a tecnologia estará cada vez mais presente no cotidiano das pessoas, modificando e impondo comportamentos, gostos etc. O [The Wall Street Journal](#), em 2020, fez a seguinte pergunta: o que esperar da tecnologia em 2030? Para isso, o jornal conversou com especialistas e fez 10 possíveis previsões

levando em consideração os [avanços tecnológicos](#). Se a previsão estiver certa, é importante as crianças serem ensinadas desde pequenas.

3. Estimula o Raciocínio Lógico

O [raciocínio lógico](#) (dedução, indução e abdução) através de uma estruturação, permite que todo e qualquer indivíduo, chegue a uma solução para resolver um determinado problema. Com as cores na tela e a rapidez do toque, faz com que as crianças se concentrem e também procurem pensar com agilidade, além de trabalhar com a [memória](#).

4. Desperta o interesse para conhecer novos assuntos

A internet permite que a criança conheça sobre qualquer assunto. Consumir algum tipo de conteúdo pode ser um estímulo para despertar a curiosidade das crianças para aprender coisas novas. No entanto, para isso é importante o acompanhamento dos pais.

5. Brasil dentro da Cibersegurança

O Brasil subiu 53 posições e passou do 71º para o [18º lugar no Índice Global de Segurança Cibernética 2020](#), divulgado em julho pela União Internacional de Telecomunicações (UIT) – agência especializada em tecnologias de informação e comunicação da Organização das Nações Unidas (ONU). Entre os países da América, o Brasil está na 3ª colocação, atrás somente dos Estados Unidos e do Canadá. Na quarta edição do levantamento, 193 países foram pesquisados ao todo. Isso mostra que o país está trabalhando em proteger os usuários de possíveis roubos ou danos ao hardware, software ou dados eletrônicos.

DESVANTAGENS:

O uso exacerbado da internet e das telas sem a supervisão de um adulto pode gerar problemas para as crianças.

1. Ansiedade

Crianças de apenas dois anos que passam muito tempo em frente a smartphones, tablets e computadores já correm maior risco de problemas de [saúde mental, como ansiedade e depressão](#). É isso o que mostra um estudo publicado em 2018 pelo periódico científico [Preventive Medicine Reports](#), que analisou dados de 40.000 crianças americanas com idade entre 2 e 17 anos. Elas participaram de uma pesquisa nacional de saúde realizada em 2016 que continha informações sobre dados médicos, questões emocionais, de desenvolvimento, comportamento e hábitos, como o uso diário das mídias digitais. Além disso, os resultados mostraram que os adolescentes que passam mais de sete horas por dia em frente às telas eram duas vezes mais propensos a serem diagnosticados com ansiedade ou depressão do que aqueles que passavam uma hora por dia.

2. Miopia

Sete em cada dez médicos entrevistados em um levantamento do [CBO \(Conselho Brasileiro de Oftalmologia\)](#) identificaram progressão de miopia em crianças durante a pandemia. Outros três em cada dez não constataram esse problema entre pacientes. A pesquisa entrevistou 295 médicos oftalmologistas com diversas subespecialidades, como pediatria, córnea, catarata, glaucoma e retina. O estudo foi realizado entre abril e junho deste ano. [Miopia](#) é o nome dado a um erro de refração, quando a imagem se forma antes da retina. Ela causa uma visão embaçada, prejudicando a visualização de objetos e imagens que estão mais longe do indivíduo. Esse aumento mostra o impacto que as horas de uso das telas provocam no corpo, por isso, é interessante conversar com um pediatra ou oftalmologista para saber o número de horas recomendadas e quais outros problemas isso pode acarretar nas crianças.

3. Capacidade motora

Uma [pesquisa](#) realizada pelo Departamento de Psiquiatria da Escola Paulista de Medicina (EPM/Unifesp), sobre a exposição excessiva às telas de computador, televisão, celular tablet ou videogame mostrou que mais de 55% das crianças avaliadas faziam as refeições assistindo televisão, e 28% passavam longos períodos utilizando mídias de tela. Além disso, o uso excessivo de mídia de tela aumentou o risco de as crianças apresentarem habilidades motoras pobres, acentuou a inatividade física e diminuiu as horas de sono. O estudo abrangeu 900 crianças em idade

pré-escolar, de 4 a 6 anos. Esse levantamento foi publicado ano passado. Pensando nisso, as longas horas frente às telas refletem de forma significativa no corpo.

4. Ambientes tóxicos

As crianças estão cada vez mais presentes nas mídias sociais. [Facebook](#), [Instagram](#), [Tik Tok](#) e [Youtube](#) são redes sociais que possuem restrições e permitem a criação de uma conta somente para pessoas acima de 13 anos. No entanto, as crianças têm acesso a essas mídias antes mesmo de completar essa idade, seja utilizando a conta dos pais ou colocando uma idade diferente nas configurações. Embora essas mídias sociais apresentem restrições, nem todos os conteúdos servem para as crianças, o que pode tornar o ambiente tóxico, ou seja, nocivo para elas. Como por exemplo, ficar exposto a estranhos (como pedófilos), assistir vídeos agressivos ou com palavrões, ter de lidar com comentários maldosos, e muitos outros.

5. Aulas remotas

Embora as aulas remotas tenham sido uma alternativa durante o isolamento, esse tipo de abordagem carrega muitos desafios. Desde a instabilidade na internet, a falta de equipamentos, até a perda de foco das crianças, que ficaram horas em frente às telas. Um estudo realizado pela [Universidade de Stanford \(EUA\)](#) e publicado em 2021, apontou que as videoconferências (videochamadas) criaram a “fadiga do Zoom”. A pesquisa utilizou o Zoom como fonte de estudo, mas vale também para outros tipos de plataformas, já que seu objeto de análise é a vídeo chamada. Os 4 pontos que o estudo revelou são: Quantidades excessivas de contato visual de perto são altamente intensas, ver a si mesmo durante chats de vídeo constantemente em tempo real é cansativo, os chats de vídeo reduzem drasticamente nossa mobilidade usual e a carga cognitiva é muito maior em chats de vídeo.

Conclusão

A internet e as telas estão em todo lugar e tem como objetivo facilitar a vida das pessoas. Já no que se refere ao uso delas por crianças, o acompanhamento dos pais no uso consciente é importante à medida que as desvantagens não superem as vantagens. Isso porque as crianças sendo fluentes digitais, têm maior facilidade com as novas tecnologias, no entanto, não possuem controle sobre as mesmas. Do mesmo modo, ao se voltar para o processo de aprendizado, percebe-se que a educação tem um grande papel ao desenvolver as habilidades da Geração Alfa dentro de uma sociedade que caminha rumo ao digital.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

Especialista:

1. Vivemos em uma sociedade totalmente digital? E em relação ao nosso país.
2. Se não, quais os desafios para as pessoas se tornarem ‘digitais’?
3. Os recursos que envolvem a tecnologia da informação são caros?
4. Como você enxerga o Brasil dentro da cibersegurança? Acredita que o país está fazendo grandes avanços?
5. Quais dificuldades de adaptação que as pessoas enfrentam com as novas tecnologias?
6. Quais os desafios que enfrentamos para que a sociedade venha a ter cidades inteligentes?

Sociólogo:

1. Vivemos dentro de uma ciberdemocracia?
2. Um dia poderemos alcançar a igualdade de classes no que se refere a uma sociedade digital?
3. As crianças podem influenciar nesse caminho de mudanças?
4. Como a sociologia encara a evolução humana dentro de uma sociedade cada vez mais digital?
5. Acredita que as crianças estão se adaptando cada vez mais rápido às novas tecnologias em relação às gerações anteriores?
6. Qual o elemento fundamental para o desenvolvimento de uma criança dentro de uma sociedade que caminha rumo ao que é digital?
7. Vivemos em uma sociedade totalmente digital?
8. A tecnologia pode vir a esfriar as relações das crianças com os demais a sua volta?

Psicóloga:

1. Qual a idade ideal para a criança começar a mexer no celular?
2. Quantas horas por dia é recomendado o uso de telas?
3. Na sua opinião enquanto especialista, as crianças estão ficando mais fracas emocionalmente?
4. A tecnologia quando não bem usada pode causar instabilidade nos relacionamentos afetivos das crianças com os demais?
5. A internet pode apresentar ambientes tóxicos para as crianças?(por exemplo, redes sociais)
6. Se sim, isso pode afetar o comportamento delas?

ROTEIRO PARA A EDIÇÃO

•Contar a história de uma criança dentro de um box (puxando o gancho sobre "Líderes"), respondendo as perguntas:

1. O que mais gosta de fazer?
2. O que quer ser quando crescer?
3. O que faz dentro da internet?
4. Gosta de brincar do que?
5. Quanto tempo passa frente a internet?
6. Sente dor de cabeça, nas costas ou olhos?

(Aqui deve ser usado a imagem da criança, desenho que ela fez e até mesmo algum gesto relacionando a área de interesse).

- Trazer imagem panorâmica.
- Letra Capitular (característica literária);
- Este capítulo deve se iniciar com arte gradiente que tenha relação com o gancho (ex: webtoon. Isso traz aproximação ao que é literário);
- Trazer uma arte no final, com o resumo das vantagens e desvantagens.

APÊNDICE E - Pauta capítulo quatro: Análise da educação na era digital

REPÓRTER: Juliandra Ribeiro	DATA:	HORÁRIO:
PRODUÇÃO: Juliandra Ribeiro	Análise da educação na era digital	
DADOS DE REFERENCIAIS		
Nome completo dos entrevistados	<p>Marcilene Bueno(especialista em Metodologias Ativas)- Lorena Doutoranda em “Innovation in Engineering Education”, na UNESP de Guaratinguetá-SP, mestre em Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1996). Professora do Centro Universitário Salesiano de São Paulo, graduação e pós-graduação. É pesquisadora, desde 2013, do Laboratório de Metodologias Inovadoras, no UNISAL, campus Lorena, atuando também na formação de professores e realizando experiências práticas na área de metodologias ativas, especialmente, “peer instruction”, “team-based learning” e “writing across the curriculum”.</p> <p>Links a respeito do entrevistado: https://unisal.br/blog/blog/r7-noticias-metodologia-ativa-wac-profa-marcilene-bueno/</p> <p>Contato: marcilex@gmail.com @marcilex1</p> <p>Patrícia Fernanda da Silva (Doutora em Informática da Educação)- Rio Grande do Sul Possui graduação em Ciências Exatas com habilitação integrada em Matemática, Física e Química pelo Centro Universitário Univates (2010); Mestre em Ensino de Ciências Exatas (2013); Doutora em Informática na Educação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2017) e Pós-Doutoranda pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2017). Atualmente desenvolve atividades de pós-doutorado no Projeto AVATAR (Ambiente Virtual de Aprendizagem e Trabalho Acadêmico Remoto) e também no Projeto AVAECIM (Ambiente Virtual de Aprendizagem Experimental em Ciências e Matemática) onde pesquisa sobre a eficácia do uso de ambientes virtuais, laboratórios reais e virtuais por adolescentes nas disciplinas de Ciências e Matemática. Atua como professora colaboradora junto ao Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação (PPGIE) no Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação (CINTED).</p> <p>Links a respeito do entrevistado: http://lattes.cnpq.br/9261035835015495 file:///C:/Users/JCESAR/Downloads/96588-395291-4-PB.pdf</p> <p>Contato: patriciasilvaufrgs@gmail.com</p> <p>Benedita Hirene de França Heringer (Doutora em Administração e diretora da Fatec de Cruzeiro) Doutora em Administração pelo PMDA-Programa de Mestrado e Doutorado da UNINOVE (Universidade Nove de Julho); Mestre em Gestão e Desenvolvimento Regional pela UNITAU (Universidade de Taubaté); Bacharel em Administração de Empresas e Graduada em Secretário Executivo. Atualmente é Diretora da Faculdade de Tecnologia de Cruzeiro - Prof. Waldomiro May e Membro do Comitê de Diretores das Faculdades de Tecnologia do Centro Paula Souza, representando a Regional - Vale do Paraíba e Litoral Norte. Professora de graduação e pós-graduação na área de Gestão de Pessoas, Organização de Empresas, Gestão por Processos, Gestão Integrada e Estratégia. Além de ser pesquisadora na área de Estratégia e Inovação.</p> <p>Links a respeito do entrevistado: http://lattes.cnpq.br/9241020231628376 https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/15676/12890</p>	

	<p>Giovana Rangel Vieira (estudante, 12 anos, personagem)</p> <p>Ian(9 anos)</p>
GANCHO	
<p>Todo território desconhecido é um lugar a ser explorado. Os lobos alfa ao saírem com o grupo para caçar em um lugar desconhecido, checam através da audição, do cheiro e da visão, tudo o que acontece ao redor. Ao adquirir informações a respeito do território, eles devem aplicar esses conhecimentos para que o grupo se estabeleça no ambiente. Do mesmo modo, as crianças da Geração Alfa, que ao aprenderem a lidar com a tecnologia, devem entender como aplicar esses avanços dentro da sociedade em que vivem.</p> <p>Link de apoio: https://www.hipercultura.com/lobos-caracteristicas-comportamento-e-especies/</p>	
RESUMO	
<p>A evolução das tecnologias dentro da sociedade fez e ainda faz com que a educação se remodele para que o processo de aprendizado ocorra de forma efetiva para os alunos, ainda mais aqueles que estão ligados ao mundo digital. Sendo assim, a educação acompanha as Revoluções Industriais, a internet e os desenvolvimentos das novas tecnologias da informação e comunicação dentro da sociedade. Assim, como tudo na vida é um processo de revolucionar e evoluir, e o mesmo acontece com a educação, que está em constante mudanças para se adaptar ao meio. Desse modo, surgiram as denominações Educação 1.0, 2.0, 3.0 e 4.0.</p> <p>No livro Gestão 4.0 em tempos de disrupção, capítulo 4, é descrito o resumo das principais características desses processos evolutivos. Como se percebe, na Educação 4.0 o aluno é o protagonista dentro do processo de aprendizado, no qual através de experimentação e vivência, propõe soluções para resolver desafios. Assim, a 4.0 tem como proposta incorporar a tecnologia como recurso pedagógico para aproximar as atividades realizadas em sala de aula à realidade dos alunos, dando a eles autonomia através de conceitos como learning by doing e cultura maker. No entanto, a educação na atualidade, vive a evolução para a Educação 5.0.</p>	
EDUCAÇÃO 5.0 E SUAS CARACTERÍSTICAS	
<p>Na Educação 5.0, os elementos da 4.0 permanecem, no entanto adquirem uma nova característica: as competências socioemocionais. Assim, o ensino colaborativo ganha ainda mais força, entendendo que além do trabalho em equipe também existe a necessidade de promover o aprendizado com foco na colaboração com toda a sociedade.</p> <p>Desse modo, a proposta educacional é unir e não somente aplicar as tecnologias na sala de aula como preparação para o mercado de trabalho, mas também valorizar o bem-estar do aluno, ressaltando suas habilidades cognitivas e contribuindo para sua consciência socioambiental.</p> <p>É preciso entender que as habilidades socioemocionais já estão contempladas em todas as competências da Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Por isso, podemos ressaltar alguns pontos dentro da BNCC:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaboração, • Criatividade • Empatia • Comunicação • Adaptação • Gerenciamento de conflitos <p>Além disso, a Educação 5.0 é baseada em soft skills, ou seja, conjunto de habilidades e competências relacionadas ao comportamento humano, assim essa nova educação deve capacitar o indivíduo para utilizar a tecnologia de forma saudável e produtiva. Dessa maneira, a educação 5.0 propõe a autonomia dos alunos dentro e fora da sala na realização de projetos que envolvem estratégia, integração, elaboração e competências socioemocionais, indo além</p>	

do conhecimento teórico. Tais metodologias vão de encontro com a Geração Alfa, pois se constituem em métodos personalizados nos quais as crianças devem empenhar-se para resolver desafios e então aprender. Ou seja, devem colocar a “mão na massa”.

METODOLOGIAS ATIVAS

Segundo um trecho do livro Metodologias Ativas para uma Educação Inovadora:

“Metodologias ativas para uma educação inovadora aponta a possibilidade de transformar aulas em experiências de aprendizagens mais vivas e significativas para os estudantes da cultura digital, cujas expectativas em relação ao ensino, à aprendizagem e ao próprio desenvolvimento e formação são diferentes do que expressavam as gerações anteriores. Os estudantes que estão, hoje, inseridos nos sistemas de educação formal requerem de seus professores habilidades, competências didáticas e metodológicas para as quais eles não foram e não estão sendo preparados”.

Sendo assim, é através do método de ensino, que o aluno é incentivado a ter um papel mais ativo no próprio processo de aprendizado, realizando tarefas que estimulem a pensar, debater e ter iniciativa. O objetivo desse modelo é incentivar que a comunidade acadêmica desenvolva a capacidade de absorção de conteúdos de maneira autônoma e participativa.

A internet traz uma gama de informações, das quais os alunos têm acesso. E essas informações dizem respeito a vários assuntos, sobre seus mais amplos aspectos, por isso, torna-se interessante que o professor seja aquele quem vai explicar e fazer com que os alunos coloquem em prática. No entanto, não é o recurso que faz a aula, mas a dinâmica que ocorre dentro dela. Precisa saber manusear e saber lidar com os equipamentos tecnológicos.

Dentro das [metodologias ativas](#) as práticas mais comuns são: Ensino híbrido, Cultura maker, Realização de projetos e Gamificação. [Para incluir as metodologias ativas nas escolas](#), não basta apenas investir em recursos e materiais, mas capacitar o profissional na área da educação, incluir a família no processo e cultivar o relacionamento aluno-professor.

GERAÇÃO ALFA E A EDUCAÇÃO NA ERA DIGITAL

A educação na era digital é marcada pela interatividade, colaboração e metodologias cada vez mais inovadoras. Assim, a educação 5.0 e as metodologias ativas são apenas a ponta do iceberg no processo de aprendizado, e trabalham com um propósito em comum: fazer com que o aluno aprenda com autonomia. Dessa maneira, essa ideia se encaixa com a cultura e comportamento vividos pela Geração Alfa, que é o processo de colocar a “mão na massa”. *Pensando nisso, surge uma questão: como serão as crianças da Geração Alfa no futuro?*

Links de apoio:

Educação 5.0:

<https://www.plannetaeducacao.com.br/portal/a/394/educacao-50-o-que-e-e-como-preparar-a-sua-escola>

<https://jornadaedu.com.br/tendencias-em-educacao/educacao-5-0/#experimente-novas-metodologias>

<https://iscoolapp.blog/2020/11/25/guia-da-educacao-5-0/>

Metodologias ativas:

<https://blog.lyceum.com.br/metodologias-ativas-de-aprendizagem/>

<https://sae.digital/educacao-4-0/>

<http://seer.upf.br/index.php/rep/article/view/8161>

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

Especialista em Metodologias Ativas:

1. Quando surgiu o conceito das metodologias ativas?
2. Qual a diferença entre a metodologia tradicional e a ativa?
3. Acredita que o professor está sendo preparado para lidar com as novas metodologias ativas?

4. A metodologia ativa funciona tanto para o ensino infantil quanto para o fundamental?
5. O que é preciso para incluir as metodologias ativas nas escolas?
6. Quais características os alunos desenvolvem com esses métodos?
7. As metodologias ativas estão voltadas para todas as áreas? (Português, História, Artes, robótica...)

Doutor na área da Educação:

1. Como enxerga a educação na era digital?
2. As escolas estão preparando os alunos para o mercado de trabalho?
3. Podemos considerar as crianças fluentes digitais?
4. Quais os maiores desafios dos gestores e professores frente a Educação 5.0 e as metodologias ativas?
5. Nota alguma dificuldade na implementação das metodologias ativas nas escolas? Ou elas já aderem a alguns métodos?
6. Esses tipos de métodos valem tanto para a educação infantil quanto para o fundamental?
7. Uma educação personalizada tem mais efeito que a tradicional?
8. Como as escolas devem se preparar para receber os alunos que estão cada vez mais imersos nas telas?
9. Nota alguma relutância dos professores quanto a tecnologia?
10. Acredita que falta investimento na especialização dos professores voltado para essas áreas?
11. Qual a importância de trabalhar as competências socioemocionais, descritas na Educação 5.0?

Especialista na área de mercado ou pesquisador

1. Você que se especializou em diversas áreas como Psicologia Organizacional, Ciências Sociais, Tecnologia Inteligência e entre outros; quais as principais características que o mercado de trabalho no futuro vai requerer das pessoas?
2. Acredita que o mercado de trabalho atual ainda utiliza o modelo fordista ou é algo mais personalizado?
3. Em relação às características, acredita que o mercado vai exigir cada vez mais dos trabalhadores aperfeiçoamento ou estudo?
4. Acredita que essas características vão se adequar às crianças da Geração Alfa?
5. Os mais jovens estão liderando os mais velhos dentro do mercado de trabalho?
6. Qual o perfil que as empresas pedem?

ROTEIRO PARA A EDIÇÃO

- Criar arte sobre os 4 pilares da Educação 4.0;
- Inserir linha do tempo interativa sobre a evolução da educação (1.0, 2.0, 3.0 e 4.0);
- Contar a história de uma criança dentro de um box (puxando o gancho sobre "Líderes"), respondendo as perguntas:
 1. O que mais gosta de fazer?
 2. O que quer ser quando crescer?
 3. O que gostaria que tivesse na sua escola?
 4. O que gostaria de aprender na escola?
 5. O que faz dentro da internet?
 6. O que pensa do futuro em relação quando for adulto?
 (Aqui deve ser usado a imagem da criança, desenho que ela fez e até mesmo algum gesto relacionando a área de interesse).
- Letra Capitular (característica literária);
- Este capítulo deve se iniciar com arte gradiente que tenha relação com o gancho (ex: webtoon. Isso traz aproximação ao que é literário).

