



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS DE IMPERATRIZ
COORDENAÇÃO DO CURSO DE JORNALISMO**

**RELATÓRIO TÉCNICO DA REVISTA CIENTÍFICA
INFANTIL “TURMA DA LUPINHA”**

KELIANE COSTA DA CONCEIÇÃO

IMPERATRIZ – MA

2025

KELIANE COSTA DA CONCEIÇÃO

**RELATÓRIO TÉCNICO DA REVISTA CIENTÍFICA
INFANTIL: TURMA DA LUPINHA**

Relatório técnico apresentado ao curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, em cumprimento à exigência parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Camilla Quesada Tavares

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Camilla Quesada Tavares (Orientadora)
Universidade Federal do Maranhão

Profa. Dra. Marta Thais Alencar Cosme
Universidade Federal do Maranhão

Profa. Dra. Elaine Javorski Souza
Universidade Federal do Maranhão

IMPERATRIZ – MA

2025

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Costa da Conceição, Keliane.

RELATÓRIO TÉCNICO DA REVISTA CIENTÍFICA INFANTIL
TURMA

DA LUPINHA / Keliane Costa da Conceição. - 2025.

39 f.

Orientador(a): Camilla Quesada Tavares.

Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Universidade Federal do
Maranhão, Imperatriz-ma, 2025.

1. Letramento Midiático. 2. Revista Infantil. 3.
Desinformação. I. Quesada Tavares, Camilla. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Chegar até aqui foi uma jornada desafiadora, mas também de muito aprendizado. Durante esse percurso, vivi momentos de dedicação intensa, superação e crescimento. A construção deste trabalho não se fez apenas com pesquisa e noites mal dormidas, mas com o apoio, o incentivo e a presença de pessoas que, de diferentes formas, contribuíram para que eu conseguisse chegar até esse momento. Cada palavra de encorajamento, cada gesto de apoio e cada ensinamento que recebi foram fundamentais para que este projeto se tornasse realidade. É com gratidão que registro aqui meu reconhecimento a todos que fizeram parte direta e indiretamente desse lindo projeto.

Agradeço, primeiramente, a Deus, que foi minha fortaleza nos momentos mais difíceis. A revista exigiu muito de mim, física e emocionalmente, e houve dias em que os sentimentos ruins, o cansaço e a insegurança me roubaram os sentidos, mas foi na fé que encontrei suporte para prosseguir na produção. Sem Ele, nada disso teria sido possível.

À minha família, e em especial à minha mãe, Alzenira, carinhosamente chamada de Dona Meire (*in memorian*). Minha mãe sempre foi minha maior incentivadora, a mulher maravilhosa que, com amor e dedicação, me formou para ser a pessoa que sou hoje. Cresci ouvindo suas palavras sábias: "*Minha filha, tudo que eu posso deixar para vocês é o estudo, é a educação*", e essa lição se tornou a base da minha caminhada. Hoje, ao concluir essa etapa tão importante para mim, levo comigo sua força, sua coragem e seu exemplo como minha maior inspiração. Esse sonho também é seu, mãe! Não poderia deixar de agradecer os meus irmãos Keversom Costa pelo incentivo e carinho, e ao Luiz Fernando Costa, a "criancinha do mundo", que ilumina a minha vida. Aos meus primos amados, Denilson Costa e Raiany Costa, que são um suporte carinhoso para mim.

Aos amigos da Universidade que compartilharam essa jornada comigo, em especial as minhas parceiras da UFMA, Elda, Vanderlene, Rayssa e Hellyh. Pelas palavras de apoio que ajudaram a manter a energia e pelas conversas que trouxeram leveza aos dias mais cansativos, agradeço profundamente aos queridos: Luciana Silva, Suzane Evely, Valéria Costa, Larissa Yohana e Gustavo Costa. Agradeço também aos amigos do trabalho que torcem tanto por esse projeto e pelo meu sucesso, Aline Chaves e Alessandro Brito.

Deixo meus agradecimentos especiais à minha orientadora Camilla Tavares, por ter acreditado em mim como pesquisadora e me proporcionado minha primeira experiência com pesquisa científica lá em 2020. Ter sido orientada por uma profissional tão brilhante e generosa é uma honra que levarei comigo para sempre. Sua orientação e apoio foram

fundamentais para a realização deste sonho, sempre me incentivando, mesmo nos momentos em que pensei em desistir. Sinto-me honrada por ter tido a oportunidade de aprender com uma professora tão inspiradora ao longo do curso de jornalismo. Recentemente, ao ser aprovada no concurso na cidade dela — um reconhecimento mais que merecido —, pude contar, antes de sua partida, com sua valiosa contribuição para este projeto. Sua presença e confiança permanecerão como um marco na minha trajetória acadêmica e profissional.

Aos professores que fizeram parte da minha trajetória acadêmica, deixo minha mais sincera gratidão. Carrego um enorme carinho por todos os docentes que, com dedicação e paixão pelo ensino, tornaram essa caminhada tão enriquecedora. Em especial, agradeço à professora Luciana Souza, a quem tenho a honra de considerar uma grande amiga. Sua inteligência, generosidade e comprometimento sempre foram uma grande inspiração para mim. Outros professores que me marcaram muito foram o professor Lucas Reino, Michely Carvalho e Alexandre Marciel, cada ensinamento, cada troca de experiência e cada incentivo contribuíram para a minha formação, não apenas como profissional, mas também como pessoa.

À equipe da Imprensatriz - Empresa Júnior do curso de Jornalismo, minha eterna gratidão. Dentro da UFMA, a Imprensatriz foi quase a minha segunda casa, um espaço onde cresci tanto profissional quanto pessoalmente. Tive a honra de percorrer uma trajetória transformadora, desde trainee até a presidência, conquistando minha primeira experiência profissional e desenvolvendo habilidades que levarei para toda a vida. Mais do que um ambiente de aprendizado, a Imprensatriz me proporcionou memórias inesquecíveis, desafios superados e amizades valiosas. Meus amigos Rubem Júnior, Marcelo Nunes e Carla Guerrero, nossa pequena salinha sempre será um lugar especial para mim, assim como o carinho que tenho pelo Movimento Júnior. Obrigada a todos que fizeram parte dessa jornada ao meu lado.

Expresso minha profunda gratidão à Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA) pelo apoio essencial durante os dois anos em que fui bolsista de iniciação científica. O incentivo à educação e à pesquisa científica tem o poder de transformar vidas e continua promovendo mudanças significativas todos os dias. Graças a esse suporte, foi possível aprofundar estudos sobre desinformação e educação midiática, resultando na criação da revista Turma da Lupinha, bem como, o apoio à produção do produto.

À dona Meire, que me ensinou que a educação é o maior presente que se pode receber. Obrigada, mãe.

RESUMO

Este relatório descreve as discussões conceituais e técnicas que fundamentaram a criação da revista científica infantil “Turma da Lupinha”, cujo principal objetivo é ensinar crianças de 10 a 13 anos a consumir informação de maneira crítica e consciente. Disponível em formato impresso e online, a revista adota um viés lúdico e se posiciona como uma ferramenta essencial no combate às *fake news*, proporcionando aos pequenos leitores conhecimentos e estratégias para identificar conteúdos duvidosos e agir como defensores da informação responsável. A revista é estruturada em cinco editorias temáticas, cada uma representada por um personagem da turma da Lupinha, o que torna o conteúdo mais dinâmico e acessível ao público infantil. As editorias abordam áreas frequentemente impactadas por *fake news*: Informação (com a personagem Tia Ju), Ciência (Luiz), Educação (Maria), Política (Beto) e Comunicação (Glória). Com 36 páginas, a revista foi projetada para o formato de um periódico impresso, com dimensões de 21 cm de largura por 29,7 cm de altura, e foi diagramada utilizando os softwares gráficos vetoriais Adobe Illustrator e InDesign. A metodologia de produção adotada foi qualitativa, estruturada em dois eixos principais: exploratório e prático. Durante o desenvolvimento do projeto, observou-se a escassez de materiais específicos sobre o tema, o que reforça a relevância da “Turma da Lupinha” como uma iniciativa pioneira no curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão.

Palavras-chave: Letramento Midiático; Revista Infantil; Desinformação.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. OBJETIVOS.....	14
3. METODOLOGIA.....	15
4. REFERENCIAL TEÓRICO.....	20
4.1 Divulgação científica.....	21
4.2 Educomunicação.....	21
4.3 Jornalismo segmentado para o público infantil.....	22
5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....	24
5.1. Estrutura.....	24
5.1.1 Nome da revista.....	25
5.1.2 Formato.....	25
5.1.3 Público alvo.....	25
5.2. Editorias e personagens.....	26
5.3. Projeto Gráfico.....	30
5.3.1 Logotipo.....	30
5.3.2 Paleta de cores.....	30
5.3.3 Diagramação.....	31
5.4. Quadro de colaboradores.....	31
5.5. Gastos e viabilidade.....	32
5.6. Prospecção comercial.....	32
6. CONCLUSÃO.....	33
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Inspirações para a revista Turma da Lupinha	16
Figura 2 - Inspirações para os personagens da Turma da Lupinha.....	16
Figura 3 - Primeiro esboço da Turma da Lupinha.....	17
Figura 4 - Referências do conteúdo.....	18
Figura 5 - Ilustração da Tia Ju.....	26
Figura 6 - Ilustração do Luiz.....	27
Figura 7 - Ilustração da Maria.....	27
Figura 8 - Ilustração do Beto.....	28
Figura 9 - Ilustração da Glória.....	29
Figura 10 - Ilustração da Turma da Lupinha.....	29
Figura 11 - Logomarca da Turma da Lupinha.....	30
Figura 12 - Paleta de cores.....	31

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Atividades de interação com o público-alvo	25
Quadro 2 - Expediente da revista	32
Quadro 3 - Programas de incentivo que a revista se encaixa	32

1. INTRODUÇÃO

Este relatório tem como objetivo apresentar as discussões conceituais e técnicas que embasaram a concretização do produto “Turma da Lupinha”, uma revista científica infantil que tem como principal propósito ensinar crianças, com idades entre 10 e 13 anos, a consumir informação de forma crítica e consciente. Disponibilizada na modalidade online e impressa, a revista tem viés lúdico e se configura como uma ferramenta importante no combate às notícias falsas, proporcionando às crianças conhecimentos e estratégias para identificar conteúdos duvidosos e atuar como porta-vozes da informação responsável.

A concepção da revista Turma da Lupinha é fruto de um processo de pesquisas científicas que se iniciaram em dois anos de atividades como bolsista PIBIC/FAPEMA no Grupo de Pesquisa Comunicação e Política (COPS). Inicialmente, foi realizada uma investigação sobre o consumo de informação durante a pandemia da Covid-19 com foco específico na cidade de Imperatriz-MA. A pesquisa tinha por finalidade analisar o cenário de desinformação e descrédito na ciência por meio de grupos focais, com 8 participantes, de diferentes gêneros, faixas etárias e níveis de escolaridade. A preocupação principal era entender as motivações para desacreditarem no conhecimento científico e se interessarem por outros tipos de conteúdos, além de buscar compreender por quais meios/ferramentas esse público se informa e em quais mais confiam, e o porquê.

Os resultados dessa pesquisa serviram como base para a criação da primeira versão do que viria pautar o presente produto, a cartilha científica “O que eu preciso fazer para não cair em fake news?”. Em suas páginas continham informações de como analisar títulos de matérias, *quiz*, dicas de como observar os meios de comunicação e as fontes citadas, brincadeiras interativas, opções de sites de checagem de informações, *checklist* para não cair em fake news, e por fim, um convite para que os leitores compartilhem com outras pessoas o conhecimento adquirido, levando a mensagem dela à frente. Essa experiência foi essencial para a evolução do projeto, culminando na criação da revista científica infantil “Turma da Lupinha” como um material online e impresso, ainda mais estruturado e voltado para a educação midiática de crianças.

As pesquisas desenvolvidas ao longo do projeto foram apresentadas em importantes congressos e simpósios da área da comunicação, promovendo debates sobre consumo de informação e letramento midiático. A primeira pesquisa, que investigou os

hábitos de consumo de informação durante a pandemia da Covid-19, foi exposta no Simpósio de Comunicação da Região Tocantina (SIMCOM) em 2022, trazendo reflexões sobre a disseminação de *fake news* e os desafios da verificação de informações. Já a cartilha teve sua primeira apresentação na versão regional do Intercom, congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, em 2023. Posteriormente, também foi apresentada no SIMCOM, na mostra científica, onde recebeu reconhecimento acadêmico e conquistou o 2º lugar na modalidade revista na mostra de produtos. Essas participações reforçaram a relevância do projeto e possibilitaram trocas enriquecedoras para o aprimoramento da revista Turma da Lupinha.

Este produto surge como uma ferramenta para ensinar crianças a combater a desinformação desde cedo, promovendo de forma lúdica (Modesto, 2014) o pensamento crítico e o consumo responsável de informações. Com uma abordagem lúdica e acessível, a revista busca tornar temas complexos mais compreensíveis para o público infantil, contribuindo para a formação de cidadãos mais conscientes e engajados. A proposta é que a revista tenha continuidade, abordando em suas edições futuras temas de relevância social e nacional, sempre adaptados à linguagem e ao universo das crianças. A narrativa é conduzida por personagens ilustrados, representando crianças de 10 anos: Luiz, Maria, Glória e Beto, que, ao lado da personagem principal, Tia Ju — uma jornalista experiente —, exploram diferentes questões e orientam os leitores na busca por informações confiáveis.

Nesta primeira edição, o enredo central gira em torno do combate à desinformação e às *fake news*, estruturando-se em cinco editoriais, cada uma representada por um personagem: Tia Ju lidera a editoria 'Informação', Beto é responsável por 'Ciência', Maria conduz 'Educação', Luiz aborda 'Política' e Glória representa a editoria de 'Comunicação'. Dessa forma, a revista se estabelece como um material didático e interativo, incentivando as crianças a refletirem sobre o impacto das notícias e a se tornarem agentes multiplicadores da informação responsável.

Na produção do presente produto, adotou-se uma metodologia qualitativa estruturada em dois eixos principais. O primeiro, de caráter exploratório, envolveu pesquisas que possibilitaram uma compreensão aprofundada do tema, bem como a observação de práticas e padrões de consumo de informação, fornecendo subsídios para a definição da proposta estética e editorial da revista. O segundo eixo, de natureza prática, concentrou-se na construção efetiva do material, abrangendo desde a

organização do conteúdo até o desenvolvimento do design e da estrutura final do projeto. Essa abordagem permitiu que a cartilha fosse planejada de forma estratégica, garantindo que o material fosse acessível, educativo e visualmente atrativo para o público infantil.

O fenômeno da desinformação é multifacetado, envolvendo diversos fatores, como a velocidade com que as informações se espalham nas redes sociais, a tendência das pessoas em aceitar dados que reforçam suas crenças pré-existentes, e a carência de uma educação midiática eficaz que permite distinguir informações falsas das verdadeiras (Pinheiro, Brito, 2014). Esse cenário cria um ambiente propício para a propagação de conteúdos imprecisos, dificultando o julgamento crítico e a capacidade de filtrar informações confiáveis.

A análise do meio em que as notícias falsas se iniciam é fundamental para entender sua propagação e impacto na sociedade. Com o surgimento das redes sociais criou-se um novo ambiente comunicativo (Castells, 2000), que se caracteriza de forma latente como um ambiente em que a verdade e mentira se aproximam e se modificam a todo momento. Por isso, é preciso criar estratégias para o combate à desinformação.

Muitos são os tópicos e argumentos noticiosos na formulação de uma informação enganosa. A utilização de temas voltados à bandeira da opinião pública é uma estratégia para propagar notícias falsas, aplicando noções de generalização popular para o convencimento de uma desinformação (BRISOLA, BEZERRA, 2018). Os autores ainda completam que as notícias veiculadas possuem vieses de atração dos leitores:

A informação que circula hoje nos meios de comunicação tradicionais e nas redes digitais parece não ser mais o produto a ser comprado, e sim um meio de atração de leitores. A competitividade entre os veículos de mídia e a concentração adequada de informação aos leitores ou usuários tendem a ser mais influentes na forma de divulgação das informações do que o compromisso com a verdade dos fatos e as múltiplas versões e olhares que se aproximam da verdade (BRISOLA, BEZERRA, 2018, p. 3320).

Atualmente, existem poucas revistas científicas voltadas para a comunicação infantil, especialmente no que se refere ao letramento midiático. No Brasil, algumas publicações desempenham um papel importante na divulgação científica para crianças, como a *Ciência Hoje das Crianças*¹, que apresenta conteúdos sobre ciência e tecnologia de forma acessível e educativa. A *Revista Crianças*², por sua vez, tem um enfoque voltado para o desenvolvimento infantil e a psicologia, trazendo reflexões sobre a

¹ <https://chc.org.br/>. Acesso em 14 fev. 2025.

² <https://revistacrianças.com.br/>. Acesso em 14 fev. 2025.

aprendizagem. Já a Revista Recreio³ é uma publicação de entretenimento educativo, abordando temas diversos, incluindo ciência, mas sem um compromisso explícito com a alfabetização midiática. Embora essas revistas contribuam para a formação do pensamento crítico infantil, nenhuma delas tem como objetivo principal ensinar crianças a interpretar, analisar e questionar as informações que consomem, evidenciando a necessidade de iniciativas voltadas especificamente para a educação midiática.

Deste modo, a proposição de uma revista científica voltada à educação midiática para crianças se justifica pelo seu caráter inovador, sendo a primeira publicação do tipo no curso de Jornalismo em 17 anos. Além disso, a relevância do tema reforça a necessidade dessa iniciativa, uma vez que, apesar da existência de revistas científicas infantis no Brasil, como as citadas anteriormente, nenhuma delas tem como foco principal o letramento midiático. A nível regional e nacional, a representação desse tema ainda é escassa, tornando a Turma da Lupinha uma ferramenta em potencial para ensinar crianças a interpretar criticamente as informações que consomem, fortalecendo sua autonomia diante da desinformação. Dessa forma, a revista se apresenta como um projeto pioneiro e necessário para contribuir com a formação de leitores mais críticos e conscientes desde a infância.

³ <https://recreio.com.br/>. Acesso em 14 fev. 2025.

2. OBJETIVOS

Sistematicamente o projeto tem por objetivos:

2.1 Objetivo Geral

- Criar uma revista científica infantil voltada à educação midiática.

2.2 Objetivos Específicos

- Buscar referências visuais para o design da revista e seus personagens;
- Sintetizar as informações sobre *fake news* e adaptar para o público infantil;
- Evidenciar linguagem simples e científica para o tema.

3. METODOLOGIA

Na produção da revista, adotou-se uma metodologia qualitativa baseada em dois eixos principais. O primeiro, de caráter exploratório, envolveu pesquisas aprofundadas para compreender o tema, analisar práticas de consumo de informação e identificar padrões que orientassem a construção estética e editorial da revista. O segundo eixo, de natureza prática, consistiu na elaboração efetiva do material, abrangendo a organização do conteúdo, o desenvolvimento do design e a estruturação final do projeto. Essa abordagem permitiu alinhar a revista às necessidades do público infantil, tornando-a acessível, educativa e visualmente atrativa, ao mesmo tempo em que reforça seu papel no letramento midiático das crianças.

Na etapa exploratória, este projeto seguiu três levantamentos:

A. Visual: levantamento preliminar, sem caráter de pesquisa, de materiais editoriais, incluindo revistas e folhetins, com o objetivo de buscar referências e inspirações para a estrutura, design e o conteúdo da publicação. Embora esse levantamento não tenha tido caráter formal de pesquisa, ele permitiu identificar abordagens, formatos e estratégias visuais que poderiam ser adaptadas ao público infantil.

B. Conteúdo: Para embasar o conteúdo da presente revista, foi realizado um levantamento de produções científicas sobre letramento midiático, e depois com um refinamento direcionado a materiais voltados especificamente para crianças e adolescentes. Nesse processo, utilizou-se como referência a cartilha "O que eu preciso saber para não cair em *fake news*?", desenvolvida previamente pela autora em uma pesquisa anterior, que já abordava estratégias acessíveis para ensinar o público jovem a identificar desinformação. Além disso, foi consultada a produção regional "Arriégua! Ói as Fake News: Manual de Checagem Nordestina⁴", que traz uma abordagem contextualizada sobre checagem de informações. Essas fontes serviram como base para estruturar a revista, garantindo que seu conteúdo fosse fundamentado cientificamente e adaptado à linguagem e às necessidades do público infantil.

3.1. Conteúdo

⁴ <https://coarnoticias.com.br/manuais-regionais/>

O primeiro passo na criação da revista Turma da Lupinha foi a pesquisa de referências visuais em revistas infantis, design gráfico e identidades visuais, com o objetivo de estabelecer uma base sólida para o desenvolvimento do projeto. Serviram de referência visual produções como a revista Ciência Hoje das Crianças, a Revista Qualé e a revista Recreio.

Figura 1 - Inspirações para a revista Turma da Lupinha



Fonte: Reprodução (2022, 2025 e 2023)

A Turma da Lupinha é composta por personagens que tornam o aprendizado sobre educação midiática mais acessível e envolvente para crianças. Tia Ju, uma jornalista experiente, orienta as investigações e representa a editoria "Informação". Luiz, curioso e atento, lidera a editoria "Ciência". Glória, comunicativa e observadora, representa "Comunicação". Beto, analítico e questionador, está à frente da editoria "Política", enquanto Maria, dedicada e estudiosa, representa "Educação". O design gráfico dos personagens teve como referência a estética visual da HQ Turminha da Graça, garantindo uma identidade lúdica e atrativa.

Figura 2 - Inspirações para os personagens da Turma da Lupinha



Fonte: Site Graça Kids (2024)

As cores dos personagens da Turma da Lupinha foram cuidadosamente escolhidas com base na psicologia das cores (VIEIRA, 2022), cada uma refletindo as características e funções de cada personagem. Tia Ju, com tons de lilás, transmite calma, equilíbrio e confiança, alinhados ao seu papel de guia. Beto, com azul, simboliza responsabilidade e seriedade, características associadas à política. Maria, em amarelo, evoca energia e otimismo, associada à educação. Luiz, com verde, reflete conhecimento e curiosidade, representando a ciência, enquanto Glória, em rosa, representa criatividade e empatia, adequadas à comunicação.

Figura 3 - Primeiro esboço dos personagens da Turma da Lupinha



Fonte: Autora, com colaboração de Barros (2025)

3.2 Conteúdo

O presente produto possui uma abordagem lúdica (MODESTO, 2014) e acessível. A narrativa é conduzida por ilustrações, representando o público-alvo, crianças de 10 anos, com os personagens: Luiz, Maria, Glória e Beto, que, ao lado da personagem principal, a jornalista Tia Ju, exploram diferentes questões e orientam os leitores na busca por informações confiáveis.

A escolha das editorias Informação, Ciências, Educação, Política e Comunicação na revista Turma da Lupinha se deve à relevância desses temas na formação crítica das crianças. Ao abordar esses temas, a revista ajuda a desenvolver leitores mais conscientes e preparados para lidar com o fluxo de informações no dia a dia. Segundo Zattar (2017, p. 288) “ter acesso às fontes de informações é uma tarefa diária e essencial na atualidade”

O conteúdo da revista vai além de ensinar sobre desinformação, também desperta o interesse das crianças pela leitura, o que é de suma importância uma vez que é “a porta para os demais conhecimentos na vida” (SANTOS, SANTOS, 2023, p.15). Com textos envolventes, personagens cativantes e uma abordagem interativa, a revista transforma o aprendizado em uma experiência leve e divertida. Ao explorar temas do cotidiano de forma acessível, estimula a curiosidade e incentiva o pensamento crítico. Dessa forma, contribui para a formação de leitores ativos, ampliando o vocabulário e fortalecendo a compreensão textual, elementos essenciais para o desenvolvimento educacional e social das crianças.

No processo de criação da revista foram usadas duas produções de referência:

Figura 4 - Referências de conteúdo



Fonte: Autora (2023)/Coar Notícias (2024)

A revista foi produzida nos seguintes softwares de gráficos vetoriais da Adobe: Illustrator e InDesign. Ao decorrer dela apresentamos a capa, o editorial, expediente, a apresentação dos personagens que compõem a turma, índice e as páginas: 4 e 5 - explicação simplificada com associações e exemplos sobre que é notícia; 6 e 7 - páginas destinadas a explicar o que é informação; 8 e 9 - contextualização sobre o conceitos de *fake news*; 10 e 11 - início da editoria de ciência; 12 e 13 - ensinamentos sobre os princípios da ciência e um box de informação fazendo referência a cientistas; 14 e 15 - páginas com opinião de crianças; 16 e 17 - início da editoria de educação e um passo-a-passo para desvendar a verdade; 18 e 19 - glossário com palavras relacionadas a linguagem digital e fake news; 20 e 21 - guia para fazer uma checagem de notícias; 22 e 23 - fake news na política e os seus impactos; 24 e 25 - parecer de uma pesquisa sobre fake news; 26 a 29 - quadrinho com uma situação de letramento midiático; 30 e 31 - início da editoria de comunicação; 32 e 33 - ensinamentos sobre o papel do jornalismo no combate as fakes news; 34 e 35 - locais de checagem de notícias e um caça-palavras; e a capa final.

Algumas páginas da revista se destacam pelo desenvolvimento cuidadoso do conteúdo, como a página do quadrinho. Para construir o roteiro dessa seção, a autora entrevistou a professora Marta Thaís Alencar Cosme, mestre pela Universidade Federal do Piauí e doutoranda em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Durante a conversa, Marta orientou sobre o passo a passo da checagem de notícias, explicando os caminhos essenciais para verificar informações. Algumas falas da personagem Tia Ju foram inspiradas diretamente na entrevista, como a afirmação: "A

checagem está alinhada à educação".

Outra página de grande destaque na revista é a página 14, que traz ilustrações e pequenos textos escritos por crianças que participaram ativamente do projeto. Essa seção valoriza a expressão criativa dos leitores, permitindo que compartilhem suas percepções e aprendizados sobre a temática da revista. Além de estimular a participação infantil, essa página reforça a importância do protagonismo das crianças no processo de letramento midiático, tornando o conteúdo mais próximo e acessível ao público-alvo.

A proposta é que a revista tenha continuidade, abordando em suas edições futuras temas de relevância social e nacional, como: Inteligência Artificial e Algoritmos; Cyberbullying e Segurança Digital; O Poder da Publicidade e do Consumo Consciente, entre outros. Sempre voltados para divulgação científica, adaptando para a linguagem e ao universo das crianças.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

O termo *fake news* é datado nos anos de 1890 e 1891, pela Merriam Webster Dictionary (2018), a mais antiga editora de dicionários dos Estados Unidos. Entretanto, em uma pesquisa sobre categorização e história das *fake news*, Kalsnes (2018) evidencia uma pesquisa do historiador Jacob Soll (2016) que tem a origem do termo em 1439, na invenção da imprensa por Johannes. Na pesquisa de Soll (2016) é explicado que da mesma forma que os meios de impressão evoluíam, as formas de fazer fake news também cresciam. Era comum as “histórias espetaculares de monstros marinhos e bruxas ou alegações de que pecadores eram responsáveis por desastres naturais” (Soll, 2016, s/p apud Kalsnes, 2018, s/p.).

As *fake news*, na contemporaneidade, representam um dos maiores desafios da comunicação atual a nível global. Com o uso de estratégias persuasivas, essas notícias enganosas imitam a linguagem e os formatos jornalísticos, distorcendo fatos ou criando inverdades que confundem o público e comprometem a compreensão da realidade (CUNHA, CHANG, 2021), o que muitas das vezes fica difícil distinguir o que é verdadeiro ou falso, necessitando de uma pesquisa maior acerca do fato.

Em sua pesquisa sobre a psicologia por trás das *fake news*, Pennycook e Rand (2021) analisam os fatores que levam as pessoas a acreditarem em informações falsas. Um dos aspectos centrais é o "discernimento da verdade", que sugere que a credibilidade de uma notícia pode ser influenciada pelos interesses e crenças prévias do leitor. Outro ponto destacado é a "extensão em que as notícias são acreditadas", indicando que, independentemente da veracidade dos fatos, quanto maior o alcance da informação, maior a probabilidade de que ela seja considerada verdadeira. No viés político, os autores ainda destacam motivação maior para acreditar em “(des)informação”, no trecho:

As pessoas são consumidoras motivadas de (des)informação [16] – que se envolvem em 'cognição protetora de identidade' quando confrontadas com conteúdo politicamente valenciado, e isso as leva a acreditar excessivamente em conteúdo que é consistente com sua identidade partidária e excessivamente céticas em relação a conteúdo que é inconsistente com sua identidade partidária [17]. Uma teoria relacionada argumenta que as pessoas colocam a lealdade às suas identidades políticas acima da verdade – e, portanto, falham em discernir a verdade da falsidade em favor de simplesmente acreditar em informações ideologicamente concordantes [18]. Esses relatos afirmam que uma forte influência causal da motivação política na crença é, portanto, o fator dominante que explica por que as pessoas acreditam em notícias falsas (PENNYCOOK, RAND, 2021, s/p).

Em nosso cotidiano, tal problemática é multifacetada. Segundo Meneses (2018, p. 8), as *fakes news* ganham novos formatos todos dias, por meio de ferramentas simultâneas como: texto, foto, vídeo, documentos. Esses artifícios podem ser “deliberadamente falso (parcial ou totalmente), publicado online e espalhado pelas redes sociais, com o objetivo claro de manipular os consumidores”(p.08)

4.1 Divulgação Científica

Uma das estratégias para combater as *fakes news* é a divulgação acadêmica para a sociedade, visto que tem como intuito aproximar a população dos pesquisadores científicos. Segundo Martins e Venturi (2022), a divulgação acadêmica é uma forma de levar informações acessíveis para a comunidade.

Quando falamos em divulgação científica, precisamos compreendê-la como uma forma de reduzir as distâncias entre a população leiga e os pesquisadores/produtores de conhecimento científico, proporcionando acesso e aproximações que resultem em impactos e resultados benéficos à sociedade. Trata-se do que a área de Ensino de Ciências chama de popularização da ciência, a divulgação científica relacionada ao diálogo entre ciência e população, ao diálogo entre diferentes, em uma ação cultural, mediada pela reflexividade e criticidade que permita a tomada de decisões, respeitando a vida em coletividade (MARTINS, VENTURI, 2022, p. 2.).

O jornalismo deveria ser um desses agentes que contribuem para a divulgação científica e de informações verdadeiras e merecedoras de interesse social, já que esse é um de seus pilares. O problema reside no fato de que até as organizações midiáticas, embora ainda detenham grande parte da confiança pública, enfrentam também uma crise de credibilidade (NIELSEN et al., 2020).

Por outro lado, a imprensa, de modo geral, não é o único canal existente para se fazer a divulgação científica. Bueno (2010) defende que esse tipo de comunicação pode ser feito pelas próprias instituições, mas deve contemplar formatos diversos, tais como livros didáticos, palestras abertas ao público leigo, uso de histórias em quadrinho ou folhetins, campanhas publicitárias ou de educação, peças de teatro com a temática de ciência e tecnologia, e até mesmo outros tipos de manifestações artísticas, como a literatura de cordel.

4.2 Educomunicação

O combate às fake news exige estratégias que desenvolvam a capacidade crítica

dos indivíduos. Nesse contexto, a educomunicação e a educação midiática são fundamentais. A educomunicação, ao integrar Comunicação e Educação, propõe a criação de ecossistemas comunicativos que tornam o ensino mais significativo, permitindo que as mídias sejam usadas de forma pedagógica para ampliar a participação, a expressão e o pensamento crítico (SOARES, 2012). Soares (2012, p. xx) discorre que a educomunicação trata-se de um “campo teórico-prático cujo objetivo é a criação de ecossistemas comunicativos para a construção do ensino significativo”.

No campo educacional, a educomunicação é um meio de facilitar o acesso à informação, unindo educação e comunicação. Para Soares (2002, p. 24), a educomunicação atua como um “conjunto inerente ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais”, ou seja, a educomunicação trabalha com gestão comunicativa, planejamento comunicação, como: mídia, tecnologia e expressão criativa, com o intuito de facilitar o processo educacional e promover a participação ativa dos alunos. Para além disso a educomunicação “se preocupa com o processo produtivo e a recepção das mensagens, voltando-se fundamentalmente para a formação de receptores críticos frente aos produtos e processos midiáticos” (SARTORI, 2010, p. 46).

4.3 Jornalismo segmentado para o público infantil

No viés da credibilidade, o jornalismo se fundamenta em princípios éticos e procedimentos rigorosos que garantem a qualidade, a precisão e a responsabilidade na produção e divulgação da informação (JACOBUS, 2018). Jacobus (2018) defende que o jornalismo desenha um papel muito maior na construção do conhecimento:

Nessa ótica, o jornalismo não é perito apenas porque especializa-se na coleta, formulação e transmissão de informações na forma de notícias, mas também porque pode ser o mediador para a transmissão de informações referentes a outros sistemas peritos. Nesse papel, quando noticia a atuação, avanços, controvérsias ou desacertos de outras áreas de conhecimento, ele valida e endossa essas áreas ou, por outro lado, abala sua credibilidade (JACOBUS, 2018, p. 28).

O jornalismo segmentado, como categoriza Berger (2011), é a especialização em um tema específico do jornalismo, voltado para um público-alvo determinado. Nele é aprofundado assuntos de interesse de nichos da sociedade, oferecendo informações detalhadas e direcionadas. No jornalismo segmentado voltado para crianças, um dos

principais desafios é adequar temas, linguagens e formatos ao estágio de desenvolvimento infantil (DORETTO, 2014). Apesar dessa complexidade, Doretto (2014, p. xx) reforça que qualquer assunto pode ser abordado para esse público, desde que “respeite os diferentes estágios de desenvolvimento cognitivo dos leitores” e utilize abordagens acessíveis e envolventes. Isso evidencia a importância de um jornalismo infantil bem estruturado, que informe de maneira clara e atrativa, estimulando o pensamento crítico desde cedo.

As revistas são uma importante ferramenta nessa produção segmentada, pois desempenham funções sociais na comunidade, servindo como fontes acessíveis de informação, cultura e entretenimento. Esse tipo de produto pode ser caracterizado por recrear, apresentar análises, reflexões e experiência de leitura e também “são veículos amplificadores, capazes de confirmar, explicar e aprofundar histórias já veiculadas por mídias mais imediatas.”(AZUBEL, 2013).

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A revista Turma da Lupinha nasceu de um processo de pesquisa científica desenvolvido ao longo de dois anos, no âmbito do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/FAPEMA), dentro do Grupo de Pesquisa Comunicação e Política (COPS). Inicialmente, investigou-se o consumo de informação durante a pandemia da Covid-19 em Imperatriz-MA, analisando a desinformação e o descrédito na ciência por meio de grupos focais com participantes de diferentes idades, gêneros e níveis de escolaridade. O objetivo era compreender as razões que levavam ao ceticismo em relação ao conhecimento científico e identificar os meios de comunicação mais utilizados e confiáveis para esse público.

Os resultados dessa pesquisa foram fundamentais para a criação da cartilha científica "O que eu preciso fazer para não cair em fake news?", que oferecia estratégias práticas para análise de informações, como dicas para avaliar títulos, identificar fontes confiáveis, quiz e sites de checagem. A experiência acumulada nessa etapa foi essencial para a evolução do projeto, resultando na Turma da Lupinha, uma revista científica infantil mais estruturada e voltada à educação midiática. O material busca ensinar, de forma lúdica e acessível, habilidades críticas para o consumo responsável de informação, contribuindo para a formação de leitores mais atentos e conscientes.

Ao trazer o letramento midiático para o universo infantil, a Turma da Lupinha busca preencher uma lacuna essencial na formação das crianças. Em um mundo cada vez mais digital, onde informações circulam rapidamente e nem sempre são confiáveis, é fundamental que desde cedo os pequenos desenvolvam um olhar crítico sobre o que leem, assistem e compartilham. Além disso, também é a primeira produção científica com esse viés em 17 anos do curso de Jornalismo do Centro de Ciências de Imperatriz, da Universidade Federal do Maranhão.

5.1 Estrutura

5.1.1 Nome da revista

A estruturação da revista Turma da Lupinha começou com a escolha de um nome que representasse sua proposta de letramento midiático. Inspirada no site de checagem de notícias Lupa, a ideia inicial era chamá-la de Turminha da Lupa. No entanto, para

torná-la mais atrativa ao público infantil, optou-se por Turma da Lupinha, um nome mais lúdico e cativante. Essa escolha busca criar maior conexão com as crianças, estimulando a curiosidade e o interesse pela checagem de informações de forma divertida e educativa, uma vez que a lupa é um instrumento de investigação.

5.1.2 Formato

A revista foi produzida para ser um periódico impresso e foi diagramada nos software de gráficos vetoriais da Adobe: Illustrator e InDesign. Possui formato A4, medindo 21cm de largura por 29,7cm de altura e o seu conteúdo aborda cinco editorias voltadas para os principais temas associados à desinformação: pesquisa, ciências, educação, política e comunicação. Com um total de 36 páginas, a publicação traz conteúdos relevantes de forma acessível e dinâmica. Para engajar e facilitar a compreensão do público infantil, foram incorporadas atividades interativas, estimulando a participação das crianças no aprendizado sobre letramento midiático de maneira lúdica e envolvente.

Quadro 1 - Atividades de interação com o público-alvo

“Sua vez”	Box/página para os leitores treinarem os seus conhecimentos.
“O que é o que é...”	Charada sobre <i>fake news</i> .
Sugestão de leitura	Página voltada para indicação literária.
Caça-palavras	Procura de palavras relativas à checagem de notícias.
Quiz	Análise da veracidade dos títulos de matérias.
Opinião das crianças	Página com desenhos e textos de crianças.
Quadrinho	HQ com uma situação de combate a fake news.

Fonte: Autora (2025)

5.1.3 Público-alvo

A revista Turma da Lupinha é voltada para crianças já alfabetizadas, especialmente entre 10 e 13 anos. O material foi pensado para esse público devido à importância de estimular, desde cedo, o pensamento crítico e a análise das informações que circulam nos meios de comunicação. A linguagem acessível, o uso de ilustrações

atrativas e a presença de personagens interativos tornam a revista envolvente, ajudando as crianças a compreenderem conceitos como desinformação, checagem de fatos e consumo responsável de notícias de maneira lúdica e educativa.

5.2 Editorias e personagens

A estrutura da revista Turma da Lupinha foi pensada para tornar o aprendizado sobre desinformação mais acessível e envolvente para as crianças. Para isso, foram criadas cinco editorias temáticas, cada uma representada por um personagem da turma, tornando o conteúdo mais dinâmico e próximo do público infantil. Essas editorias abrangem áreas frequentemente impactadas por *fake news*, promovendo o pensamento crítico de forma lúdica e educativa.

A editoria de “Informação” é conduzida pela Tia Ju, a guia experiente da turma. A personagem é jornalista e em suas páginas ensina as crianças a compreender o que são notícias, conceitos de informação e como identificar fontes confiáveis e diferenciar *fake news*. Seu papel é essencial para introduzir os pequenos leitores ao universo da mídia e da checagem de informações, pois ela media discussões importantes sobre o tema. Um exemplo disso é a participação da personagem no quadrinho, na editoria de política. A Tia Ju, com tons de lilás, transmite calma, equilíbrio e confiança, alinhados ao seu papel de guia.

Figura 5 - Ilustração da Tia Ju



Fonte: Autora, com colaboração de Barros (2025)

Na editoria de “Ciências”, Luiz assume o papel de desmistificar mitos e desinformações no âmbito da ciência, mostrando como notícias falsas podem distorcer temas como saúde, meio ambiente e tecnologia. Ele ajuda as crianças a compreenderem a importância do conhecimento científico, explicando os princípios do saber científico. Luiz, com tons verde, reflete conhecimento e curiosidade.

Figura 6 - Ilustração do Luiz



Fonte: Autora, com colaboração de Barros (2025)

Maria representa a editoria de “Educação”, abordando como a desinformação pode impactar o aprendizado e a construção do conhecimento. Com dicas e atividades interativas, ela incentiva o uso responsável das informações, destacando a importância da verificação antes de compartilhar conteúdos. Além de dar dicas de como checar uma informação.

Figura 7 - Ilustração da Maria



Fonte: Autora, com colaboração de Barros (2025)

Beto é o responsável pela editoria de “Política”, ajudando as crianças a entenderem os impactos das *fake news* no prisma político. Ele mostra como *fake news* podem influenciar a opinião pública e reforça a necessidade de questionar informações antes de acreditar nelas. Além de evidenciar uma grande pesquisa relacionada a política. Beto, com tons de azul, simboliza responsabilidade e seriedade, características associadas à política.

Figura 8 - Ilustração do Beto



Fonte: Autora, com colaboração de Barros (2025)

Por fim, Glória assume a editoria de “Comunicação”, mostrando como a maneira que recebemos e compartilhamos informações influencia nossa percepção da realidade na era digital. Ela ensina o papel do jornalismo no combate às *fake news*, além de boas práticas para um consumo midiático mais consciente, reforçando a importância de questionar e verificar conteúdos antes de repassá-los.

Figura 9 - Ilustração da Glória



Fonte: Autora, com colaboração de Barros (2025)

Nesta primeira edição, o enredo central gira em torno do combate à desinformação e às *fake news*. Entretanto, a proposta é que a Turma da Lupinha se torne um periódico, abordando, em futuras edições, outros temas relevantes da sociedade, como: Inteligência Artificial e Algoritmos; Cyberbullying e Segurança Digital; O Poder da Publicidade e do Consumo Consciente, entre outros, sempre fundamentados no conhecimento científico e apresentados de forma acessível e envolvente para o público infantil.

Figura 10 - Ilustração da Turminha da Lupa



Fonte: Autora, com colaboração de Barros (2025)

5.3 Projeto gráfico

5.3.1 Logotipo

A logomarca da Turma da Lupinha foi pensada para sintetizar conceitos lúdicos e utiliza um design vibrante, adequado ao público infantil. As tipografias da palavra “Turm” - New Sun Regular e “Lupinha” - Lupinha - Londrina Solid Regular, fontes arredondadas e grossas transmitem acessibilidade e diversão. As cores predominantes, azul e amarelo, são chamativas e associadas à confiança e ao entusiasmo. O uso de uma lupa na composição reforça o conceito de investigação e busca por conhecimento, alinhando-se à proposta educativa da revista.

Figura 11 - Logomarca da Turma da Lupinha

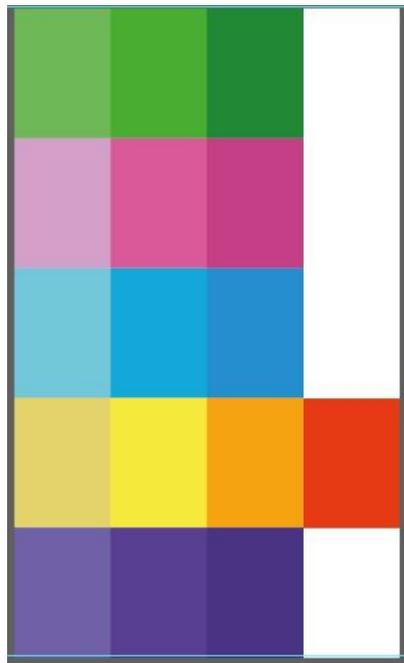


Fonte: Autora, com colaboração de Costa (2025)

5.3.2 Paleta de cores

A paleta de cores da Turma da Lupinha foi cuidadosamente escolhida para refletir a proposta educativa, dinâmica e acessível da revista. O azul transmite confiabilidade e clareza, enquanto o amarelo simboliza energia e criatividade, tornando o design mais atrativo para o público infantil. Os tons de verde remetem ao conhecimento e ao crescimento, enquanto as variações de rosa e roxo adicionam um toque de imaginação e ludicidade. O laranja e o vermelho criam pontos de destaque, transmitindo entusiasmo e dinamismo, tornando a identidade visual vibrante e envolvente.

Figura 12 - Paleta de cores da Turma da Lupinha



Fonte: Autora (2025)

5.3.3 Diagramação

A diagramação das páginas da revista Turma da Lupinha segue um planejamento estruturado para garantir uma leitura fluida e atrativa para o público infantil. Antes da produção de cada página, são estabelecidas as métricas de sangria e centralização,

assegurando que os elementos gráficos e textuais fiquem devidamente ajustados dentro dos limites de impressão. A hierarquia visual é mantida por meio da variação no tamanho das fontes, respeitando a diferenciação entre títulos, subtítulos e corpo de texto, o que facilita a navegação do leitor e reforça os pontos-chave de cada seção. Além disso, a combinação de cores vibrantes, ilustrações dinâmicas e espaçamentos bem distribuídos contribui para a harmonia visual da revista, tornando a experiência de leitura mais envolvente e educativa.

5.4 Quadro de colaboradores

Para garantir a qualidade e a adequação do conteúdo da Turma da Lupinha, foi formada uma equipe multidisciplinar responsável pela curadoria da revista. A ficha técnica conta com um pedagogo e uma psicopedagoga, que asseguram que os temas e atividades sejam apropriados ao nível cognitivo das crianças. Além disso, um designer gráfico e um ilustrador foram fundamentais na construção da identidade visual, tornando o material mais atrativo e dinâmico. Essa colaboração permitiu a criação de um produto educativo acessível, envolvente e eficiente no letramento midiático infantil.

Quadro 2 - Expediente da revista

Camilla Tavares	Orientação
André Luís Arruda	Assistência Pedagógica
Marithânia Carvalho	Assistência Psicopedagógica
Gustavo Costa e Keliane Costa	Design Gráfico
Gustavo Costa e Keliane Costa	Diagramação
Keliane Costa	Redação
Clayton Barros	Ilustração

Fonte: Autora (2025)

5.5 Gastos e viabilidade

A produção da Turma da Lupinha foi viabilizada com o financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do

Maranhão (FAPEMA)⁵, que destinou um total de R\$ 1.000,00 para os custos de design gráfico (R\$ 400,00) e ilustração (R\$ 600,00). Esse investimento foi essencial para garantir um material visualmente atrativo, alinhado ao público infantil e à proposta da revista.

5.6 Prospecção comercial

A revista Turma da Lupinha apresenta um potencial significativo para ser financiada por meio de editais e programas de incentivo à cultura, especialmente devido ao seu impacto positivo na educação de crianças e adolescentes. Com foco no letramento midiático e na formação crítica, a revista se alinha aos objetivos de políticas públicas como a Lei Paulo Gustavo e a Lei Rouanet, que buscam promover o acesso à cultura e à educação, além de apoiar a produção de conteúdos que contribuam para o desenvolvimento de habilidades cognitivas e sociais em jovens. Além disso, ao ser voltada para a formação de cidadãos conscientes e informados, a publicação se encaixa em diversas iniciativas de financiamento, entre eles:

Quadro 3 - Programas de incentivo que a revista se encaixa

<p>Editais do Governo Federal: Regularmente, o governo lança editais específicos para incentivo à produção cultural. É importante acompanhar as publicações da Secretaria Especial da Cultura e do Ministério da Educação para verificar oportunidades.</p>
<p>Cartão BNDES: O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) oferece financiamento para serviços de editoração, impressão, diagramação e até conversão de livros para formato digital, facilitando a publicação de livros infantis.</p>
<p>Itaú Cultural e Itaú Social: Frequentemente promovem editais e chamadas para projetos de incentivo à leitura e produção de livros infantis.</p>
<p>Fundação Bradesco: Apoia iniciativas educacionais e culturais, incluindo publicações voltadas para crianças.</p>
<p>Fundo Municipal de Incentivo à Cultura de Imperatriz: A cidade também conta com um Fundo Municipal de Incentivo à Cultura, regulamentado pelas Leis Municipais nº 1.020/2021 e nº 1.530/2013.</p>
<p>Programa Suzano de Educação: A empresa já apoiou centenas de escolas, beneficiando alunos e professores com capacitações.</p>

⁵ Serviços pagos por meio de recurso do Edital FAPEMA/CNPq nº 20/2022 - Solicitação: APP-12152/22; Processo: 260568/2022.

Suzano Fomento Florestal: Projetos de conservação ambiental, o que também pode se alinha a iniciativas de educação sustentável.

Fonte: Autora (2025), com base no site da Suzano, Fundação Bradesco, BNDS,
Prefeitura de Imperatriz, Itaú e Portal do MEC

6. CONCLUSÃO

A produção da revista Turma da Lupinha representa um marco inovador no campo do letramento midiático infantil, trazendo uma abordagem didática e acessível para crianças de 10 anos. Ao longo do desenvolvimento do projeto, percebeu-se a carência de materiais voltados especificamente para essa temática, o que reforça a relevância da iniciativa. A revista combina elementos interativos, personagens cativantes e conteúdo embasado cientificamente, tornando-se uma ferramenta essencial para fortalecer a autonomia das crianças diante da desinformação.

A construção da Turma da Lupinha exigiu um trabalho colaborativo entre profissionais de diferentes áreas, como pedagogia, psicopedagogia, design gráfico e ilustração, garantindo que o material fosse ao mesmo tempo educativo e visualmente atraente. Apesar dos obstáculos, a experiência proporcionou um aprendizado prático valioso e reafirmou a importância do jornalismo e da educação midiática para o público infantil.

Mais do que um projeto acadêmico, a Turma da Lupinha se consolida como uma iniciativa pioneira que pode abrir caminhos para outras produções na área, promovendo o pensamento crítico desde a infância e incentivando futuras gerações a consumir e interpretar informações de forma consciente.

7. REFERÊNCIAS

AZUBEL, Larissa Lauffer Reinhardt. **Jornalismo de revista: um olhar complexo**. RuMoRes, v. 7, n. 13, p. 257-274, 2013.

BERGER, Carolina. **Jornalismo especializado em revista: estudo de caso da Revista da Papelaria**. 2011. 130 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

BUENO, W.C. **Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais**. Informação & Informação, v. 15, n. esp., p. 1-12, 2010.

BRISOLA, Anna; BEZERRA, Arthur Coelho. **Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação**. In: XIX Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação (XIX ENANCIB). 2018.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. v. 1, A era da informação: economia, sociedade e cultura.

COAR Notícias. **Arriégua! Ói as Fake News: Manual de Checagem Nordestina**. Disponível em: <https://coarnoticias.com.br/manuais-regionais/>. Acesso em: 13 fev. 2025.

CUNHA, Marcia, CHANG, Vanessa. **Fake Science: uma análise de vídeos divulgados sobre a pandemia**. | Revista de Educação em Ciências e Matemática | v.17, n. 38, 2021. p. 4.

DE OLIVEIRA SOARES, Ismar. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação: Contribuições para a reforma de Ensino Médio**. Editora Paulinas, 2012.

DORETTO, Juliana. **Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para crianças**. Alameda Casa Editorial, 2014.

EDITORA GRAÇA ARTES GRÁFICAS E EDITORA LTDA. **Turminha da Graça**. Rio de Janeiro: Graça Editorial, 2024. Disponível em: <<https://www.turminhadagraca.com.br/>>. Acesso em: 09 de fevereiro de 2025.

INSTITUTO CIÊNCIA HOJE. **Ciências Hoje das Crianças**. Rio de Janeiro: Instituto <https://ciencia.org.br/ca/chc/>. Disponível em: <https://chc.org.br/> Acesso em: 09 de fevereiro de 2025.

JACOBUS, Doraci Masiero. **O jornalismo e a ciência na revista Ciência Hoje das Crianças (1986-2016)**. 2018.

KALSNES, Bente. **Notícias falsas**. Em: Oxford Research Encyclopedia of Communication . 2018.

MARTINS, Victoria Emília Gomes; VENTURI, Tiago. **Análise de divulgação científica em redes sociais: Importância para a educação em saúde na escola**. Revista

eletrônica Ciência em Tela. v. 15, p. 2, 2022.

MENESES, João Paulo. **Sobre a necessidade de conceituar o fenômeno das fake news**. Observatório (OBS*Edição Especial , p. 37-53, 2018.

MERRIAM-WEBSTER. **A verdadeira história das “notícias falsas”**. Merriam-Webster, 2018. Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/>. Acesso em: 09 de fevereiro de 2025.

MODESTO, Monica Cristina; RUBIO, Juliana de Alcântara Silveira. **A importância da ludicidade na construção do conhecimento**. Revista Eletrônica Saberes da Educação, v. 5, n. 1, p. 2, 2014.

NIELSEN, R.; FLETCHER, R.; NEWMANN, N.; BRENNEN, J.; HOWAERD, P. Navigating the “**infodemic: how people in six countries access and rate news and information about Coronavirus**”. Oxford: Reuters Institute, 2020.

PAPO EDITORA. **Qualé**. São Paulo: Papo Editora, 2025. Disponível em: <<https://revistaquale.com.br/>>. Acesso em: 09 de fevereiro de 2025.

PENNYCOOK, Gordon; RAND, David G. **A psicologia das notícias falsas. Tendências em ciências cognitivas** , v. 25, n. 5, p. 388-402, 2021.

PINHEIRO, Marta Macedo Kerr; BRITO, Vladimir de Paula. **Em busca do significado da desinformação**. Data Grama Zero, João Pessoa, v. 15, n. 6, 2014.

RECREIO. **Ser diferente é legal!**. Edição nº1013, Editora Caras, 2022. Disponível em: https://revistasja.com.br/revista.php?id=27526&magazine_id=220 . Acesso em: 09 de fevereiro de 2025.

SANTOS, Dilaila Eduarda Batista dos; SANTOS, Michele Almeida. **A magia da literatura infantil: a importância da leitura na formação crítica e criativa das crianças**. 2023.

SOARES, I. de O. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. In: Re-vista Comunicação & Educação, Salesiana: São Paulo, n. 23, jan./abr. 2002b, p. 16-25.

SOUZA, V. V. Soares. **Letramento digital e formação de professores**. Revista Língua Escrita, n. 2, p. 55-69, dez. 2007.

SOLL, J. . **A longa e brutal história das notícias falsas** . Politico.com. 2016.

VIEIRA, Andrelyne Santos et al. **A psicologia das cores**. 2022.

ZATTAR, Marianna. Competência em informação e desinformação: critérios de avaliação do conteúdo das fontes de informação. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v.13, n.2, p. 285-293, nov.2017. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4075> >. Acesso em: 11 de fevereiro de 2025.