



## **Jornalismo Infantil: por uma prática educativa<sup>1</sup>**

Mayra Fernanda Ferreira. Pós-Graduação em Comunicação Midiática. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Unesp, campus de Bauru.<sup>2</sup>

### **Resumo**

A proposta do presente artigo é discutir o jornalismo impresso infantil, apresentando suas características e sua adequação e responsabilidade para com seu público-alvo. Empiricamente, observa-se que os suplementos infantis, encartados em “jornais adultos”, apresentam temáticas que priorizam o lúdico e o entretenimento, não havendo, portanto, valorização do seu potencial enquanto instrumento pedagógico. Além disso, estes suplementos são ferramentas que podem auxiliar no estímulo à leitura crítica e desenvolvimento da cidadania desde a infância. Para exemplificar as características gráfico-editoriais de suplementos infantis, adotamos como objetos de estudo: *Folhinha* (Jornal Folha de S. Paulo), *JCCriança* (Jornal da Cidade de Bauru) e *Tribuninha* (Jornal Tribuna Imprensa de Araraquara).

### **Palavras-chave**

Jornalismo infantil; papel pedagógico; características gráfico-editoriais; infância.

### **1 Introdução**

*“Eu acho que vocês todos têm razão. Na verdade, chega ser uma injustiça que no Brasil todas as classes tenham o seu jornal e só vocês não o tenham. Pois bem! Futuros Salvadores da Pátria e mães de família futuras! Daqui em diante, às quartas-feiras, exigi de vossos pais o Tico-Tico.”* Apresentação do número inicial da revista infantil Tico-Tico (1905).

A infância é uma fase da vida que merece ser tratada com compromisso, zelo e inteligência. É típica da criança uma curiosidade que aumenta conforme seu convívio em um ambiente onde pode encontrar informações sobre os fatores que lhe chamam atenção. Neste ambiente, a mídia aparece como fonte de entretenimento e informação, cativando o público infantil com produtos específicos ou não, em meios impressos e audiovisuais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação Educativa.

<sup>2</sup> Mayra Fernanda Ferreira. Mestranda em Comunicação Midiática no Programa de Pós-Graduação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp). Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Unesp (2006). Bolsista Fapesp de Iniciação Científica (2005) com a pesquisa “Olhar da Infância: um relato da mídia impressa”. Apresentação da pesquisa de IC no Intercom Sudeste (maio de 2006), Seminário O professor e a leitura de jornais (julho de 2006) e Intercom Júnior (setembro de 2006). E-mail: mayraunesp@yahoo.com.br.



Devido às transformações da sociedade contemporânea, na qual as crianças passaram a ter acesso às informações e à cultura, é necessário observar até que ponto a mídia infantil contribui para a formação deste público a partir dos conteúdos e formatos veiculados, uma vez que a passa a atuar também como educadora.

Ao que parece, tal papel de mediador e importante definidor do espaço público, antes muito circunscrito aos ambientes educativos formais, foi crescentemente sendo transferido para os dispositivos comunicacionais [...]. Por esta via, assistimos a uma espécie de concorrência desigual entre, de um lado, a tradição verbal e, de outro, as instigações icônico-imagéticas ou os potenciais híbridos que disponibilizam palavras, sons e figuras em movimento dentro de sistemas convergentes e muitas vezes tão instigantes como superficiais (CITELLI, 2005, p. 87).

Dirigindo nossa atenção para a mídia impressa infantil, verificamos que a participação de crianças está reduzida às mídias segmentadas, que de acordo com Sampaio (2004) condicionam o domínio da leitura e a faculdade de expressão escrita. Essa relação da criança com o meio impresso é muito bem descrita por Chartier (1996) ao analisar o uso de jornais na escola:

Durante as trocas, mais que os livros, são as revistas em quadrinhos e, mais ainda, os jornais ou revistinhas infantis que, muitas vezes, são os preferidos. Esses últimos, numerosos no mercado, com nível de exigência e qualidade muito variáveis, permitem leituras parciais ou seletivas; cada um pode escolher ali, em função de suas competências e gostos, a história em quadrinhos ou o assunto que lhe convém. Pode até mesmo contentar-se em olhar as fotos e suas legendas sem sentir-se fora da leitura. Este tipo de empréstimo permite, assim, ampliar consideravelmente o panorama sempre muito reduzido que cada um faz da imprensa infantil através de suas vivências pessoais (CHARTIER, 1996, p. 66).

O papel do jornal impresso se destaca porque as crianças parecem familiarizadas com seus temas porque o ouvem no rádio, em programas de televisão, em conversas familiares e com amigos e nas escolas. O estímulo à leitura, a partir dos índices lingüísticos e não verbais apresentados em jornais infantis, despertam, então, o interesse das crianças pelos assuntos da sociedade. Essa leitura atua na construção crítica da realidade, uma vez que Marques de Melo (1973 apud FARIA, 2002, p. 13) considera o jornal um meio para o desenvolvimento da consciência cidadã, tornando as crianças não só leitoras de texto mas do mundo.



Diante da importância da leitura para o universo infantil e considerando a existência de suplementos infantis, encartados em jornais “adultos”, e de jornais escolares, com a função - em tese - de informar, educar e entreter os leitores, podemos classificar a produção impressa infantil em duas categorias:

A) Jornais PARA crianças, que compreendem os suplementos e cadernos infantis de veículos de comunicação impressa.

B) Jornais PELAS crianças, que são os jornais produzidos pelas crianças, principalmente no ambiente escolar.

Aqui, optamos por trabalhar com a primeira categoria, a fim de verificar o que tem sido veiculado por esse veículo, já que supomos que os suplementos apresentam problemas de concepção gráfico-editorial. Porém, antes de iniciarmos um panorama sobre mídia impressa infantil e seu papel, apresentamos um breve histórico desta imprensa.

## **2 Histórico**

A história dos jornais infantis confunde-se com a da literatura infantil, uma vez que eles surgiram com uma preocupação educativa para que a criança contasse com uma produção escrita para ela mesma. Os primeiros livros infantis datam do século XVII, a partir dos trabalhos de Fénelon. “A iniciativa de Fénelon era consequência de uma soma histórica de esforços no sentido de proporcionar às crianças uma leitura adequada à sua estrutura mental e ao seu interesse intelectual” (ARROYO, 1967, p. 27).

O desenvolvimento da educação e do ensino no Brasil no século XIX, com a chegada da família real ao país, incentivou a produção de jornais escolares, ou melhor, dos primeiros jornais infantis, que em alguns casos eram concebidos em formato de revista. Essas produções se destacaram até o início do século XX, nos estados de Pernambuco, Bahia e São Paulo. Mesmo com veiculação em bancas, esses jornais não tinham um caráter mercadológico. O jornalista mineiro Luís Bartolomeu de Sousa e Silva foi o pioneiro em jornalismo infantil, ao introduzir técnicas para sua produção. A revista *Tico-Tico* é o marco da imprensa infantil: sua primeira edição data de 11 de outubro de 1905.



Organizada em bases racionais, com motivos e temas de interesse nacional, a revista *Tico-Tico* tornou-se leitura para as crianças por mais de meio século.

Esse tico-tico, livre, seguindo milhares e milhares de outros tico-ticos, voou através de todo o Brasil, de um extremo a outro, proporcionando às crianças momentos de verdadeira alegria e felicidade. Esses sentimentos da infância de ontem, que talvez ainda hoje perdurem em muitos de nós, já traduziram inconscientemente o agradecimento e a gratidão das crianças brasileiras a Luís Bartolomeu de Souza e Silva (ARROYO, 1967, p. 155).

Posteriormente ao *Tico-Tico*, as empresas de jornalismo impresso vislumbraram na infância um público-leitor e passaram a editar suplementos e cadernos especiais para crianças. No princípio, eles seguiam o modelo dos jornais infantis franceses, como o “Le Petit Quotidien”, “Mon Quotidien” e “L’ Actu”, que se destinavam a faixas etárias diferentes, 6 a 9, 10 a 15 e 15 a 17 anos. O suplemento do jornal *Correio Braziliense*, *Este é Meu*, ainda se destaca pela proximidade com estes modelos. Em todo o país, nos jornais das capitais e do interior, são editados suplementos infantis que apresentam características gráfico-editoriais semelhantes. Exemplificando, temos: *Gurilândia* (*O Estado de Minas*, MG); *Estadinho* (*O Estado de S. Paulo*, SP); *Diário do Nordeste Infantil* (*Diário do NE*, CE); *Almanaque* (*O Popular*, GO); *Gazetinha* (*A Gazeta*, ES); *Globinho* (*O Globo*, RJ); *Infantil* (*Meio Norte*, PI); e *Gazetinha* (*Gazeta do Povo*, PR)<sup>3</sup>. Sem esquecer, é claro, dos objetos de estudo deste trabalho: *Folhinha* (*Folha de S. Paulo*, SP); *JCCriança* (*Jornal da Cidade de Bauru*, SP); e *Tribuninha* (*Tribuna Imprensa de Araraquara*, SP).

### 3 Mídia Impressa infantil

Alberto Dines (2001, p. 116) define o suplemento infantil como a conclusão lógica de um esforço em prol da educação e da criança. Entretanto, um estudo da Agência de Notícias de Direitos da Infância – ANDI - (2002, p. 03) verificou que nos cadernos infantis faltam linhas editoriais que ultrapassem a formatação tradicional baseada em passatempos e a consciência da importância destes cadernos enquanto instrumento pedagógico para o desenvolvimento da cidadania desde a infância.

---

<sup>3</sup> Fonte de consulta: ANDI; IAS (2002, p. 27).

A maioria dos cadernos não agrega inovações que poderiam otimizar sua concepção. Trata-se de um fenômeno que ocorre, ao que tudo indica, porque as empresas não estão conscientes da importância desses espaços enquanto instrumento pedagógico valioso para o desenvolvimento de um espírito cidadão desde a infância (ANDI; IAS, 2002, p. 03).

Embora a existência desses jornais seja um motivo para comemorar, é necessário verificar seu papel e responsabilidade perante aos seus leitores, por meio do discurso utilizado, conceitos empregados, conteúdos veiculados e linguagem. De acordo com Alves (1993, p. 32), desde sua criação, os jornais infantis estão divididos entre ser um suporte pedagógico ou instrumento de expressão, com objetivos “educativos” ou “informativos”. Ao mesmo tempo, a linguagem ainda é uma questão que pode ser melhorada.

Os jornais que destinam espaço ao público infantil, em cadernos ou suplementos, precisam definir se falarão para as crianças ou de crianças para os adultos, uma vez que alguns apenas teoricamente se direcionam ao público mirim, pois de fato publicam – e em linguagem inadequada – conteúdos de interesse de adultos (ANDI; IAS, 2002, p. 28).

Considerando-se que a busca de informações corretas e completas é a primeira obrigação de cada jornalista, conforme Coimbra (1993, p. 101), e que “o jornal deveria ser um espelho da consciência crítica de uma comunidade em determinado espaço de tempo” (NOBLAT, 2002, p. 21), o jornalismo infantil não escapa dessas características. Entretanto, ao dedicar a maioria de seus espaços ao lazer e ao entretenimento, os suplementos não abordam a totalidade de questões pertinentes à infância. Porém, “é da mais alta importância que a imprensa lhes [aos leitores] dê uma imagem real do mundo”. (AMARAL, 1987, p.20), já que o público mantém um vínculo fiduciário com o veículo jornalístico.

O jornal sobretudo é tabu. Está escrito...está impresso, não vinha no jornal se fosse falso! É desta fascinação pelo texto impresso que vivem os jornais de grande tiragem e as organizações de propaganda que servem deles como instrumento. É este <atafulhar> sistemático de espírito que falseia tão tragicamente nos nossos dias os próprios princípios de democracia (FREINET, 1974, p. 110).

Referindo-se ao jornalismo impresso e o seu contato com as crianças, Faria (2002, p. 11-12) afirma que a linguagem jornalística, cujo papel é fornecer informações



em larga escala e com o mínimo de distorção, oferece às crianças um português fundamental não tão restrito que limite o crescimento lingüístico delas e nem tão amplo que torne difícil ou inacessível o texto escrito. Os jornais, então, contribuem para o aprendizado, despertam a atenção das crianças para a questão da realidade e provocam o interesse para outras informações. Desta forma, os jornalistas que escrevem para as crianças deveriam assumir um compromisso com a educação do seu público, uma vez que “o processo de informar é um processo formador, portanto, o jornalista, em última instância, é um educador” (DINES, 2001, p. 118).

Entretanto, veicular informações não é uma tarefa simples. Segundo Faria (2002, p. 47), o poder da informação está concentrado em grupos dominantes que a filtram conforme seus interesses e manipulam a linguagem para que o leitor tenha contato com a versão que lhes convém. Essa situação se complica, uma vez que grande parte do que sabemos sobre os assuntos de interesse público depende do que os veículos de comunicação transmitem. Com o público infantil, esse processo não é diferente. Pacheco e Tassara (2001, p. 193) afirmam que a criança estabelece uma relação de verdade absoluta com os conteúdos veiculados na mídia, já que é antena ligada, captando as novidades e sendo suscetível a elas. Assim, o conteúdo informacional dos veículos específicos para esse público precisa ser tratado com zelo para que a criança não seja enganada sobre a realidade que vivencia.

A missão do jornalismo ético para a formação do cidadão segue esse raciocínio. Os jornais, ao divulgar um acontecimento, contribuem para a formação de opinião porque deveriam incitar a reflexão do leitor para que ele próprio formule suas conclusões. “A formação de opinião está intimamente ligada ao exercício da cidadania. Quando alguém forma uma opinião sobre determinado assunto, está tomando da cidadania” (MAGGIO, 1998, p. 28). Assim, é inegável o papel educativo dos meios.

Enquanto espaço educativo podemos também compreender a mídia como formadora de opinião e principal emissora de contratos de leitura, na análise discursiva do mundo contemporâneo. Assim, o espaço midiático é, por excelência, um espaço educativo, e, portanto, a sua leitura crítica e cidadã pressupõe refletir e sistematizar informações que possibilitem um maior esclarecimento sobre as demandas da sociedade (SHAUN, 2000, p. 21).

Com essa função, o jornalismo infantil precisa se concentrar em informar seu leitor com objetividade e isenção sobre os assuntos de seu interesse, utilizando técnicas



e linguagens adequadas às suas características. Diante disso, deparamo-nos com algumas dificuldades, porque:

Escrever para crianças não é missão fácil. Não é satisfatório simplificar a linguagem, o discurso, apelar para diminutivos, abordar os assuntos de forma superficial. Redigir para elas em suplementos infantis publicados periodicamente é uma tarefa complexa, difícil, de enfrentar sem cometer equívocos conceituais, de forma ou de linguagem. Além disso, com raras exceções, os cadernos infantis são tratados pela direção dos jornais como meros apêndices do departamento comercial (ANDI; IAS, 2002, p. 26).

Pensando nesse vínculo comercial, os suplementos infantis têm uma visão mercadológica, seguindo a preocupação do veículo com o lucro e o formato de publicação para o leitor adulto. Devido a isso, as crianças são vistas apenas como consumidoras do produto jornalístico. “Os jornais não convidam a criança à interatividade, limitam-se a passatempos. Eles seguem os padrões de publicações que visam a um leitor adulto” (MENDES, 2002, p. 14). Essa reprodução do jornal adulto para a criança não contribui para a formação de um leitor crítico desde a infância<sup>4</sup>. A falta de contribuição advém das diferenças de necessidades e interesses entre os dois segmentos de público, como também dos repertórios diferenciados.

Além disso, os suplementos ajudam a criar modas, hábitos e gostos, estimulando o consumismo acrítico, já que reafirma os valores do mundo adulto. Complementando, a linguagem sincrética, verbal e não-verbal, dos suplementos formula uma representação ou conjunto de representações para a criança querendo firmar-se como real. Assim, conforme Mendes (2002, p. 31), reafirmam valores e justificam a ideologia da classe que representam, orientando as atitudes, as opiniões e os estereótipos de seu público.

Ao não dar espaço suficiente para a criança se manifestar, esses jornais ainda trabalham com representações da infância que não contemplam as especificidades desse público, principalmente nos seus direitos à liberdade de expressão e ao acesso a informações.<sup>5</sup> Diante disso, torna-se fundamental o diálogo da mídia com seu público.

---

<sup>4</sup> A leitura crítica dos jornais da grande imprensa permite relacionar os conteúdos das diferentes áreas de conhecimento com a realidade das crianças. Ao mesmo tempo, “a leitura crítica implica tomar consciência [...] e que o leitor não seja vítima da distorção da informação” (NOGUEIRA, 1986, p. 98).

<sup>5</sup> A Convenção da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre os Direitos da Criança preconiza, em seu artigo 13, que a criança terá direito à liberdade de expressão, incluindo liberdade para procurar, receber e partilhar informações e idéias de todos os tipos. O artigo 17 complementa que as crianças devem ter acesso a informações e materiais de diversas fontes, principalmente àquelas que promovam seu bem-estar.

Segundo Mendes (2002, p. 114), a ausência de diálogo também acarreta a inadequação do meio. O fato da produção desses jornais ser dirigida por adultos também pode contribuir para o afastamento das crianças, no que concerne a seus interesses e necessidades. No modelo cultural burguês, o confinamento da infância impede que ela vivencie experiências e restringe sua leitura a produções culturais feitas por adultos.

Viver tais relações [com a leitura e espaço público] através de uma produção cultural preparada *por* adultos especialmente *para* ela [criança], e a ser consumida com os referentes e nos limites dos espaços privados, [...] impõe-lhe certas direções das quais não se pode escapar. Por exemplo, não se pode negar que essa produção expressa uma visão de mundo filtrada sempre pelos interesses dos adultos produtores. Na realidade, a produção cultural preparada *para* a criança mostra-lhe não aquilo que ela, criança, seleciona, mas no máximo o que o aparelho produtor julga ser do interesse dela. Em tais condições, o olhar da criança sobre o mundo acha-se desviado, dirigido para objetos tidos pelos adultos produtores como merecedores de suas atenções (PERROTTI, 1990, p. 98).

Quanto ao conteúdo dos jornais infantis, as matérias jornalísticas deveriam considerar a realidade que cerca o cotidiano do seu leitor, que atualmente é tratada de forma simplista. De acordo com Alves (1993, p.72), pode-se falar de tudo para a criança desde que se utilizem formas adequadas que possibilitem a participação das crianças. Além disso, “a questão não é abordar assuntos do chamado ‘mundo adulto’ de um jeito ‘infantil’ (no sentido de pouca profundidade ou superficialidade). Trata-se de colocar essas temáticas dentro do universo das crianças, de modo a ampliar a visão do nosso público leitor sobre aquele assunto” (ALVES, 19993, p. 74).

Com a simplificação, os suplementos não contribuem para que a criança se constitua como sujeito para pensar e interagir com o mundo, uma vez que poderia ser estimulada a aprofundar seus conhecimentos sobre o tema.

Os cadernos infantis precisam zelar por suas matérias se desejam ‘olhar’ seus leitores a partir de uma visão contemporânea – que priorize direitos, expectativas e necessidades. Em geral, os editores têm uma visão muito redutora das capacidades de ‘leitura’ dos acontecimentos e das notícias pelas crianças [...]. As simplificações podem criar dubiedades ou comprometer o caráter científico do tema em pauta (ANDI; IAS, 2002, p. 29; 30).

A preocupação com abordagem temática ganha ainda mais relevo com o papel educacional, uma vez que os suplementos são utilizados em algumas escolas como recursos didáticos. Além disso, ao tentar alcançar um público de 7 a 12 anos, os jornais

deveriam focar temas com recursos dirigidos aos diferentes extremos de leitores porque a forma e linguagem utilizadas trazem uma “certa indefinição sobre o conceito do que é ‘ser criança’[...] os jornais acabam falando para ninguém” (ANDI; IAS, 2002, p. 36).

Na elaboração do texto de um suplemento infantil, há algumas diferenciações com o texto do jornal “adulto” que não podem passar despercebidas. Torquato (2001, p. 39) enumera a produção do *lead*<sup>6</sup> como uma das preocupações centrais para um bom e eficiente jornal infantil, no qual se deve destacar o que houve de mais significativo à criança. Ao mesmo tempo, o jornal deve valorizar a visibilidade, porque um jornal primeiramente é visto, antes de ser lido. Segundo Freinet (1974, p. 30), as crianças se interessam pelos jornais sobretudo se eles são ilustrados e coloridos. Assim, linguagem visual torna-se extremamente importante. “As fotos e ilustrações ajudam a visualizar melhor essas imagens [que as palavras estão descrevendo] e assimilar mais rapidamente o que estamos lendo. Além disso, deixam as páginas muito mais bonitas e agradáveis” (MAGGIO, 1998, p. 63).

As características gráfico-editoriais citadas acima devem ser analisadas quando se pretende conquistar os leitores porque, “embora os suplementos infantis possam constituir importantes veículos de idéias e posturas críticas, eles também podem ser fontes de alienação e de reforço de processos opressores e empobrecedores do desenvolvimento infantil” (ANDI; IAS, 2002, p. 34).

O breve panorama apresentado ao longo deste capítulo teve como objetivo discutir o papel e as características que permeiam os jornais infantis na atualidade, por meio de estudiosos de mídia. Porém, para dar voz aos próprios jornais e elucidar o que pretende um jornal infantil, reproduzimos o editorial da primeira edição (08/09/1963) da *Folhinha*, na época *Folhinha de S. Paulo*.

#### **“Quem sou?”**

Eu sou a FOLHINHA DE S. PAULO. Este é o nosso primeiro encontro. Espero que vocês, crianças, gostem de mim como eu gosto de vocês. Fui feita para agradá-los em todos os sentidos, especialmente no educativo e recreativo. Sei que faltava a vocês um jornal como eu, com assuntos de seu interesse sobre ciência, literatura, divertimentos, ilustrações, historietas, fotos e notícias do mundo inteiro. Mas, agora, aqui estou eu, às suas ordens.

---

<sup>6</sup> *Lead* é o primeiro parágrafo de uma notícia ou reportagem, no qual se responde a seis perguntas básicas: o quê, quem, quando, onde, como e por que. Segundo Erbolato (2002, p.127), o *lead* ou cabeça destina-se a atrair e prender a atenção do leitor, conduzindo-o ao parágrafo seguinte.

Sempre que eu entrar em seu lar, estarei levando em minhas páginas um mundo de saber, de entretenimento e de carinho. Mostre-me à sua família, amigos, vizinhos e professores. Faça com que os outros me conheçam e estimem. Apresente-me como fonte de leitura sadia e atraente. Quero sentir orgulho de ser lida e admirada por todas as crianças do Brasil.

Disponha de minhas páginas para assuntos de seu interesse. Além de sua estima queremos sua colaboração. Quem sabe se vocês encontrarão um dia em mim, o árduo e querido caminho para o jornalismo profissional.

Pertenço a vocês. Muito prazer em conhecê-las, crianças!

Carinhosamente,  
FOLHINHA DE S.PAULO”

Diante do exposto sobre o jornalismo impresso infantil, podemos suscitar as seguintes questões: A *Folhinha* cumpre essa definição? O que os suplementos infantis apresentam atualmente? Como relacionar entretenimento, educação e informação para um público amplo e em formação? Para iniciar esta discussão, apresentamos uma síntese das características gráfico-editoriais dos suplementos *Folhinha*, *JCCriança* e *Tribuninha*, considerando a afirmação de Alves: “o jornal PARA crianças ainda não descobriu seu público leitor e permanece oscilando entre ser literatura, instrumento paradidático e jornal de ‘verdade’.” (ALVES, 1993, p.87).

#### 4 Jornais Infantis: *Folhinha*, *JCCriança* e *Tribuninha*

Para elucidar os apontamentos sobre o papel do jornalismo infantil, adotamos como objetos de estudo quatro edições dos suplementos *Folhinha*, *JCCriança* e *Tribuninha*, veiculadas em outubro de 2005. Considerando as categorias informação, educação, entretenimento, serviço e publicidade, verificamos o que é apresentado pelos jornais, além de observar as linguagens verbais e visuais e a interatividade com o público-alvo. A tabela abaixo compara o formato de cada suplemento, já as características gráfico-editoriais dos suplementos serão apresentadas a seguir.

SUPLEMENTO	FORMATO
<i>FOLHINHA</i> (desde 08 de setembro de 1963)	Tablóide do <i>Jornal Folha de S. Paulo</i> , com circulação nacional aos sábados de aproximadamente 343 mil exemplares; 08 páginas coloridas;
<i>JCCRIANÇA</i> (desde 12 outubro de 1991)	Tablóide do <i>Jornal da Cidade</i> , de Bauru-SP, com circulação regional aos domingos de aproximadamente 35 mil exemplares; 2 páginas, sendo 08 coloridas;



TRIBUNINHA (desde 07 dezembro de 2003)	Tablóide do <i>Jornal Tribuna Imprensa</i> , de Araraquara-SP, com circulação regional aos domingos de aproximadamente 10 mil exemplares; 08 páginas coloridas;
--	---

#### 4.1 Folhinha

O suplemento tem um projeto gráfico que explora a linguagem visual, sem sobrecarregar as páginas, explorando os espaços em branco. Este fato auxilia a leitura e pode atrair o leitor pela leveza e atratividade das cores e fotos, que aparecem em bom número e tamanho. A ludicidade do elemento H do logo também reforça a atratividade da linguagem visual. Em relação à linguagem verbal, os textos são curtos, com linguagem clara e simples. O suplemento também apresenta um alto grau de interatividade com o leitor por meio de brincadeiras, diálogos e emprego de verbos, nos textos, no modo imperativo como confira, veja, conheça, etc. Ao mesmo tempo, a presença de crianças em textos e fotos deve ser destacada devido à identificação infantil com seus companheiros de idade. Há uma seção “Mural” que permite a participação de crianças por meio do envio de recadinhos e desenhos.

Quanto às temáticas abordadas, o universo infantil, principalmente no que se refere ao entretenimento cultural, tem um espaço maior. Como não há seções fixas para as matérias, o conteúdo informacional não é explorado em todo o suplemento. Porém, observa-se que para as matérias há pesquisa e apresentação do tema de forma adequada ao público. Nas edições analisadas, ressaltamos o papel pedagógico, por meio das brincadeiras que divertem e ensinam. Entretanto, essa categoria obteve índices inferiores comparada às demais. O serviço é uma categoria bem representativa, fato que pode indicar um estímulo ao consumo infantil, já que as propagandas não são tão representativas. Cabe ressaltar que as atividades divulgadas restringem o grupo de leitores que delas podem participar, uma vez que ocorrem na capital paulista. O entretenimento também se destaca pelos quadrinhos e seções “Mural” e MiniConto” presentes nas edições analisadas.

#### 4.2 JCCriança

Neste suplemento, há valorização do entretenimento e do sentido mercadológico porque apresenta anúncios e promoções, principalmente via o *Clubinho JCCriança*. A

presença de crianças é muito significativa devido à seção “Turma do Barulho”, caracterizada pelas fotos de leitores, explorada em duas páginas. Há uma interatividade proporcionada pelos desenhos e fotos das crianças, como também ao citar os nomes dos aniversariantes da semana. Os passatempos aparecem em grande número, seguidos das piadinhas do Ziraldo. A seção “Quem conta a história é você” estimula a criatividade das crianças, destinando a elas um espaço de participação mais concreto.

Quanto à linguagem verbal, os textos são mais longos, fato que não significa aprofundamento nos temas. Estes que são diversos e com carga informativa maior que o viés do entretenimento, mas se restringem às matérias centrais. A linguagem visual é explorada ao máximo, com fotos e desenhos dos leitores. Essa participação, somada a duas Histórias em Quadrinhos e aos passatempos, pode garantir a atratividade visual e lúdica do *JCCriança*. A identidade de leitor com o suplemento é mantida pelas seções fixas, que são bem delimitadas nas páginas. As ilustrações do logo, reforçadas a cada marcação de páginas, identificam-se com o universo infantil, pois abrange suas particularidades: brincadeiras, animais e leituras.

### **4.3 *Tribuninha***

A *Tribuninha* traz informações diversificadas de forma simples, com presença de elementos de identificação em cada uma das 17 seções fixas. Como essas seções ocupam o mesmo espaço nas edições, pode-se dizer que há uma maior identificação do leitor com o suplemento. A interatividade é uma característica marcante devido à interlocução com as personagens da “Turma da Bandô” e com os espaços destinados à produção infantil. A atratividade também é maior por meio da seção “História” e dos “Passatempos”, que também utilizam as personagens. A carga informativa e educativa também se apresenta na seção “História”, que contribui para um incentivo à leitura por meio da narrativa. O papel pedagógico do suplemento também é observado nas seções “Dicas de Língua Portuguesa”, “Dicas de Ecologia”, “Dicas de Informática” e “Você Sabia?”.

No aspecto visual, o suplemento carrega nas cores e não explora a suavidade das páginas. Há presença de muitas ilustrações, as fotos são raras e logos ilustrativos para cada seção. Quantitativamente, verificamos que o entretenimento e o serviço têm mais representatividade.

## 5 Considerações Finais

Articulando as características gráfico-editoriais apresentadas acima com as reflexões teóricas sobre o papel de jornais infantis, percebemos que o formato dos suplementos não permite uma abordagem mais informativa de temáticas da realidade, já que os espaços existentes são destinados a assuntos ligados ao entretenimento e ao serviço, além da valorização da linguagem visual.

A participação efetiva dos leitores, embora seja garantida em seções para envio de textos, desenhos e fotos pessoais, não representa uma definição dos interesses e necessidades das crianças que poderiam ser atendidos pelos suplementos. Ao mesmo tempo, a relação fiduciária que os leitores estabelecem com os conteúdos veiculados exige uma maior responsabilidade dos meios para que a criança tenha contato com as informações sem exclusão e/ou manipulação de dados. Desta forma, os jornais infantis teriam como foco a realidade que a criança vivencia, de problemas a curiosidades inerentes à faixa etária.

Como os suplementos têm um público-alvo amplo, 07 a 12 anos, as temáticas abordadas precisam ser diversificadas e atrativas, sem comprometer o caráter informativo e educativo, uma vez que consideramos como funções do jornalismo a veiculação de informações, seguida de uma educação informal. Pensando os suplementos como instrumento pedagógico, o que não significa uma reprodução de conteúdos escolares, é necessário uma valorização do seu conteúdo informativo e educativo, contribuindo para a formação de leitores críticos e cidadãos diante do contexto social, ao qual a criança também pertence. “A mídia deve oferecer à criança a dignidade e o respeito do reconhecimento e desenvolver uma abordagem consistente com os problemas que as crianças enfrentam” (JEMPSON, p. 122). Aliado a isso:

o que as crianças precisam, então, não é apenas prazer e identificações imaginárias visando ao mero entretenimento. Elas também querem aprender e construir seu sentido de pertencer a uma sociedade – muitas vezes, por meio de conteúdos dramáticos. Além disso, elas muitas vezes querem se identificar com crianças que sejam semelhantes a elas (BUCHOT; FEILITZEN, 2002, p. 69).

Entretanto, é inegável que estes jornais não podem negligenciar o lúdico e a diversão, que caracterizam a infância, e a participação efetiva de crianças, tanto na produção quanto na prática do jornalismo infantil. Esta defesa está concatenada com a



proposta de comunicação educativa, de Mario Kaplún (apud Melo, 2006), segundo a qual se deve instruir os receptores para que sejam emissores, constituindo uma comunicação participativa e dialógica para formar cidadãos críticos, ativos e criativos, frente à oferta midiática.

Diante disso, a análise de jornais infantis é importante para estabelecer os parâmetros de um jornalismo infantil de compromisso com seus leitores, além de poder contribuir para uma reflexão da atual conjuntura da infância e o valor dado às suas produções e interesses, uma vez que entendemos os suplementos como espaços adequados para a concreta participação infantil. “Quanto mais sensível e bem pesquisado for o jornalismo que produzimos hoje sobre as crianças e para elas, mais confiantes poderemos ficar de que seu futuro será melhor. E, se aprendermos a respeitar os direitos delas, aprenderemos a respeitar os nossos” (JEMPSON, 2002, p.135).

### **Referências Bibliográficas**

ALVES, Januária. Jornalismo Infantil: expressão e participação. 1993. 91 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

AMARAL, Luiz. Técnica de Jornal e Periódico. 4.ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1987.

ANDI, IAS. A Mídia dos jovens: Esqueceram de mim – jornais brasileiros ignoram o potencial pedagógico dos cadernos infantis. Ano 6. n. 10, jun. 2002.

ARROYO, Leonardo. Literatura Infantil Brasileira. São Paulo: Melhoramentos, 1967.

BRASIL. Estatuto da Criança e do adolescente. Decreto- Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. Brasília: Coordenação de Publicações, 1991.

BUCHOT, Catharina; FEILITZEN, Cecília von. Perspectivas sobre a criança e a mídia. Tradução de Patrícia de Queiroz Carvalho. Brasília: UNESCO, 2002.

CHARTIER, Anne-Marie; et al. Ler e escrever: entrando no mundo da escrita. Trad. Carla Vadulga. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

CITELLI, Adilson. Comunicação e Educação: perspectivas. In: LOPES, M. I. V. de; et al (Orgs.). Pensamento Comunicacional Brasileiro. São Paulo: Intercom, 2005.

COIMBRA, Oswaldo. O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura. São Paulo: Ática, 1993. (Série Fundamentos).

DINES, Alberto. O Papel do Jornal: uma releitura. 7.ed. São Paulo: Summus, 2001.

ERBOLATO, Mário L. Técnicas de Codificação em Jornalismo. 5. ed. São Paulo: Ática, 2002. (Série Fundamentos).



FARIA, Maria Alice de Oliveira. O Jornal na Sala de Aula. 12.ed. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Repensando a Língua Portuguesa).

FOLHINHA: datas que vale a pena lembrar. Disponível em: <<http://www.1.folha.uol.com.br/folha/almanaque/folhinha.htm>>. Acesso em: 18 de mar. 2005.

FREINET, Celestin. O Jornal Escolar. Tradução de Filomena Quadros Branco. Lisboa: Editorial Estampa, 1974. (Coleções Técnicas de Educação).

JEMPSON, Mike. Algumas idéias sobre o desenvolvimento de uma mídia favorável à criança. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Org.). A criança e a mídia: imagem, educação, participação. 2.ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002, p. 119- 138.

MAGGIO, Elisabeth. Vamos fazer um jornal? São Paulo: Moderna, 1998.

MELO, José Marques de; et al (Orgs.). Educomídia, alavanca da cidadania: o legado utópico de Mario Káplun. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista, 2006.

MENDES, Emerson Biral. O jornal infantil interativo. 2002. 160 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação- Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, São Paulo, 2002.

NOBLAT, Ricardo. A arte de fazer um jornal diário. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Comunicação).

NOGUEIRA, Madza Julita. O jornal na escola: da leitura de jornais ao jornal escolar. In: KUNSCH, M.M.K.(Org.). Comunicação e Educação: caminhos cruzados. São Paulo: Loyola, AEC do Brasil, 1986, p. 96- 111.

PACHECO, Elza Dias; TASSARA, Helena. Infância, imaginário e subjetividade: representação da morte dos “Mamonas Assassinas”. In: CASTRO, Lucia Rabello (Org.). Crianças e jovens na construção da cultura. Rio de Janeiro: NAU Editora: FAPERJ, 2001, p. 179-208.

PERROTTI, Edmir. Confinamento cultural, infância e leitura. São Paulo: Summus, 1990. (Coleções Novas Buscas em Educação).

SAMPAIO, Inês Silvia Vitorino. Televisão, publicidade e infância. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2004.

SCHAUN, Ângela. Educomunicadores como agentes de transformação: uma perspectiva ética da inter-relação comunicação/educação. In: MÍDIA e educação: perspectivas para a qualidade da informação. Brasília: UNICEF, 2000, p.19-21.

TORQUATO, Iracema Batista. Jornalismo Infantil: “Pinguinho de Notícia”. 2001, 262 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação- Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, São Paulo, 2001.