



Infância em papel: o jornalismo infantil no interior¹

Mayra Fernanda Ferreira. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação.
Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, campus de Bauru.²

Resumo

A relação das crianças com a mídia impressa é a proposta de investigação deste trabalho, verificando a influência e o fascínio que os conteúdos dos suplementos infantis exercem sobre seus leitores. Devido à importância dos suplementos para esse público em formação, é necessário que os conteúdos veiculados atendam aos interesses e expectativas de seus leitores, valorizando suas opiniões, estimulando a leitura e lhes garantindo um espaço de participação efetiva. Partimos da importância da mídia enquanto educadora e seu papel na formação de leitores críticos desde a infância. Ao mesmo tempo, valorizamos a voz infantil e estimulamos as “nossas crianças” a manifestarem seus interesses, necessidades informacionais e opiniões sobre os jornais infantis.

Palavras-chave

Infância; Mídia Impressa; Jornalismo Infantil; Análise de Conteúdo; Leitura Crítica.

1 Introdução

“Tudo se submeterá ao exame crítico da criança e nada se lhe enfiará na cabeça por simples autoridade e crédito.”

Montaigne

O que é infância? Qual o seu papel na sociedade? Como ela se relaciona com a mídia? Estas são as indagações que permeiam este trabalho, uma vez que consideramos as crianças como produtoras culturais ativas e usuárias cidadãs da mídia. Além disso, observamos o cotidiano infantil permeado de produtos midiáticos específicos para este público, sendo, então, necessário verificar os conteúdos transmitidos e o espaço destinado à participação de crianças.

Como as transformações da sociedade contemporânea atingem este segmento social, permitindo seu contato com informações antes restritas ao universo adulto, a mídia passa a ocupar também o papel de educadora. Porém, os produtos midiáticos infantis reconhecem seu papel pedagógico? Segundo a Andi (2002), os suplementos

¹ Trabalho apresentado ao XVII . Endocom – Encontro de Informação em Ciências da Comunicação. Orientação: Prof Dra. Loriza Lacerda de Almeida- Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Unesp/Bauru.

² 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.



infantis não inovam, o que significa uma formatação tradicional baseada em “passatempos” e uma linguagem inadequada às crianças. Ao mesmo tempo, estes jornais não investem em seu potencial enquanto “instrumento pedagógico valioso para o desenvolvimento de um espírito cidadão desde a infância” (ANDI;IAS, 2002, p. 03).

Diante desta indagação e constatação da Andi, pretendemos discutir o formato, a linguagem e os assuntos abordados pelos suplementos infantis, uma vez que avaliamos sua importância para formação de leitores críticos da realidade. A fim de verificar sua receptividade, atração e contribuição para o público infantil, julgamos necessário compartilhar com crianças suas opiniões e percepções sobre os suplementos. De acordo com Bautista (2002), “ouvir as idéias e pensamentos das crianças é crítico para nos ajudar a nos manter sintonizados com suas necessidades, seus problemas, suas preferências, suas razões, e para nos ajudar a ter idéias daquilo que é realmente de seu interesse.” (BAUTISTA, 2002, p. 309).

Não se pode ignorar que a curiosidade das crianças pode estimular sua busca por informações e, segundo Pacheco e Tassara (2001, p.193), elas estabelecem uma relação de verdade absoluta com os conteúdos veiculados pela mídia. Devido a isso, é fundamental que as produções específicas para este público valorizem o leitor infantil, visando atender seus interesses, expectativas e necessidades informacionais. Empiricamente, observa-se a representação da infância na mídia construída a partir da perspectiva do olhar adulto, não consentindo que a própria criança possa manifestar seu ponto de vista. Assim, há um retorno à etimologia da palavra, originada do latim *infante*, que significa ausência de fala.

Não se estranha, portanto, que esse silêncio que se infiltra na noção de infância continue marcando-a quando ela se transforma em matéria de estudo ou de legislação. Assim, por não falar, a infância não se fala e não se falando, não ocupa a primeira pessoa nos discursos que dela se ocupam. E, por não ocupar essa primeira pessoa, isto é, não dizer eu, por jamais assumir o lugar de sujeito do discurso, e, conseqüentemente, por consentir sempre um ele/ela nos discursos alheios, a infância é sempre definida de fora (LAJOLO, 2003, p. 230).

Neste contexto, as vozes e as produções infantis acabam subjugadas pelos valores e ideologias que perpassam o mundo adulto. Embora sejam percebidas como sujeitos de direitos devidos aos tratados da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre os Direitos das Crianças, ainda há um distanciamento da cultura infantil porque a legislação e os estudos pouco ouvem os desejos e aspirações infantis. Complementando,



Block (2001, p. 243) descreve que, na contemporaneidade, observa-se um silêncio mortal em relação à infância, não dizendo quase nada sobre o que importa na vida das crianças ou na vida daqueles que se importam com elas.

Ao não darmos espaço para as falas e produções infantis, compensamos a falta de criação própria da criança com produções culturais para a infância. Porém, estas produções não conseguem substituir as infantis porque “a visão da produção cultural para crianças ajusta-se a uma necessidade do sistema econômico em se reproduzir ainda que seja à custa da morte do lúdico, do prazer, da criação [...] da aventura, do sonho, do encontro.” (PERROTTI apud PACHECO, 1991, p. 11). Entretanto, as crianças devem ser pensadas como colaboradoras culturais - críticas e criativas-, uma vez que sua espontaneidade natural e honestidade podem contribuir para se definir a qualidade destas produções.

Quando se analisam as crianças em relação à mídia de massa e à cultura popular, nossa tendência é defini-las como consumidores, expectadores, receptores, vítimas. Mas elas também são usuários daquela mídia e daquela cultura: fazem escolhas e interpretações, delineiam o que querem [...]. Enxergar as crianças como receptoras passivas do poder da mídia nos coloca em conflito com as fantasias que elas escolheram e, portanto, com as próprias crianças. Enxergá-las como usuárias ativas permite que trabalhem com o entretenimento que as ajude a crescer (JONES, 2004, p. 20).

Tendo em vista a presença da mídia com produtos específicos para o público infantil, Sampaio (2004, p. 288) afirma que a criança e o adolescente são vistos e valorizados do seu potencial de compra e que as outras questões relativas ao reconhecimento da peculiaridade da infância e ao respeito à dignidade infantil tornam-se negociáveis. Neste cenário, os produtos midiáticos restringem as representações da infância ao que julgam mais vendáveis e não abordam a totalidade de questões pertinentes ao universo infantil. No caso de suplementos infantis, ao dedicar a maioria de seus espaços ao lazer e entretenimento, ele não reconhece o potencial e o interesse de seus leitores.

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).

Ao analisar os suplementos infantis e dar espaço para a crítica infantil sobre os mesmos, pretendemos elucidar o compromisso ético informacional da mídia com as crianças, principalmente quando pensamos em um jornalismo infantil de qualidade, sem negligenciar o lúdico que caracteriza a infância.

2 Jornais infantis: análise de conteúdo

Com a finalidade de verificar a influência dos jornais infantis na construção da visão crítica das crianças, na primeira etapa deste trabalho, analisamos o conteúdo e o formato de quatro edições dos suplementos: *Folhinha*, *JCCriança* e *Tribuninha*, editadas em outubro de 2005. Metodologicamente, definimos a análise de conteúdo, quantitativa e qualitativa, dos jornais infantis. Na análise quantitativa, estabelecemos cinco categorias para verificar a incidência dos assuntos discutidos ou apenas apresentados pelo jornal: informação, educação, serviço, publicidade e entretenimento. A escolha das mesmas utilizou como base a classificação sugerida por Marques de Melo (1992, p. 09).

Na categoria informação, consideramos os textos jornalísticos, que abordavam fatos diários (jornalismo factual) ou não. A educação compreende as matérias voltadas para a formação do leitor enquanto cidadão, bem como a contribuição para ampliar o repertório infantil. No serviço, encontramos dicas, sugestões e textos afins, com a intenção de divulgação. A publicidade é verificada nos anúncios para promover determinado produto ou programa. No entretenimento, enquadram-se elementos que exploram o lúdico, seja por meio de brincadeiras, quadrinhos ou reportagens destinadas ao lazer infantil.

A análise qualitativa verificou os conteúdos transmitidos pelo suplemento, em sua forma e conceitos empregados. As edições tiveram seu material analisado a partir da linguagem verbal utilizada, perpassando o vocabulário e a sintaxe; a linguagem visual presente na página, como cores, fotos e ilustrações; a interatividade proposta, como o diálogo nos textos; e a voz dada às crianças nas reportagens ou seções. A capa das edições foi um dos elementos ao qual dedicamos uma atenção preferencial, visto que, empiricamente, é o elo de atração dos leitores.

Como resultado comparativo das análises, verificamos que o papel dos suplementos, enquanto educador e transmissor de informações que contribuam para o enriquecimento do repertório infantil, foi pouco explorado nas edições analisadas. Os

assuntos referentes a essas funções foram minimizados diante da representação das categorias entretenimento e serviço, somado à exploração da linguagem visual. Porém, cabe ressaltar as brincadeiras educativas presentes na *Folhinha* e o papel cidadão na seção “Direitos e Deveres” da *Tribuninha*. Ao mesmo tempo, as categorias serviço e entretenimento com maior indicação nos suplementos *JCCriança* e *Tribuninha* se destacam devido ao número de seções fixas desses suplementos, em comparação com a *Folhinha*, uma vez que destinam páginas para passatempos e participação infantil. A publicidade também não teve alto índice nos suplementos, no entanto, o *JCCriança* exerce, por meio do *Clubinho*, uma prestação de serviços que pode incentivar o consumo infantil.

Quanto à informação, a *Folhinha* versou pelo cultural e mudanças da infância, que também aparecem no *JCCriança*. Este suplemento ainda valorizou o cotidiano infantil, discutindo suas características, com temas de certa forma polêmicos: prevenção de acidentes e deficiência física. Já a *Tribuninha* abordou temas do calendário escolar e do universo infantil, por meio da diversidade temática de suas seções fixas. Este fato é verificado pelo seu elevado índice informativo em relação aos outros suplementos.

Os suplementos *JCCriança* e *Tribuninha* destinam um maior espaço para a participação infantil, divulgando fotos, desenhos e textos das mesmas e demonstram uma relação mais íntima com os leitores. No entanto, a voz infantil nas reportagens têm destaque na *Folhinha*. Entretanto, observamos, nos três suplementos, a presença de pelo menos uma seção destinada à publicação de participações infantis, principalmente textos e desenhos. Quanto à linguagem verbal, ela é melhor trabalhada na *Folhinha*, assim como o tamanho dos textos. No *JCCriança*, os textos são longos e semelhantes ao jornal adulto. O vocabulário utilizado não apresenta dificuldade de compreensão em nenhum dos jornais infantis.

A interatividade com o leitor aparece nos três suplementos. Na *Tribuninha*, as personagens dialogam e são elementos de identificação com o leitor. O segundo “H” do logo da *Folhinha* é o elemento lúdico-interativo, assim como os diálogos nos textos. No *JCCriança*, as fotos de crianças e o *Clubinho* são indícios de interatividade. Quanto ao aspecto visual, a diagramação da *Folhinha* tende a ser a mais atraente, com páginas mais leves, e a capa tem maior definição de cor e imagem, além do destaque dado às fotos e ilustrações nas reportagens. Porém, todos os suplementos valorizam essa linguagem por meio de imagens e muitas cores. Fotos são destaque na *Folhinha*, enquanto ilustrações, na *Tribuninha* e no *JCCriança*. Entretanto, os logos ilustrados das



seções e do nome destes suplementos podem atrair o leitor, ao mesmo tempo em que exercem um papel de identificação, já que as seções ocupam o mesmo espaço em todas as edições. Como os suplementos do interior têm seções fixas de desenhos e/ou fotos infantis, há presença de maior número de imagens, porém a definição e o tamanho das imagens não são satisfatórios.

Em relação ao público-alvo, os suplementos têm um grupo amplo, 07 a 12 anos, e visam atingi-lo por meio de temas universais, imagens e cores. A identificação no *JCCriança* ocorre na seção “Turma do Barulho”, com fotos de crianças de diferentes idades. Na *Tribuninha*, a diversidade temática, já enfatizada, pode atrair as diferentes faixas etárias, mesmo que não leiam o suplemento como um todo. Como estes dois suplementos são regionais, pode haver identificação do público com o local. A *Folhinha*, como possui um maior alcance de circulação, destina-se a um maior número de leitores e a um público com diferenças regionais, econômicas e sociais mais intensas. Porém, com sua linguagem mais próxima da infantil e com a valorização do visual, apresentado de maneira criativa e atraente, o suplemento pode chamar a atenção do leitor.

Face às considerações apresentadas até agora, podemos considerar válida a existência desses suplementos para o público infantil. Contudo, é necessário que essa validade seja confirmada pelo público, a fim de que seus interesses e necessidades sejam atendidos.

3 Recepção infantil: pesquisa de campo em escolas

A segunda etapa desse trabalho compreendeu uma pesquisa de campo realizada com crianças para observar a receptividade dos produtos jornalísticos em análise e verificar sua opinião sobre os mesmos. Esta pesquisa baseou-se nos pressupostos da pesquisa-ação, proposta por Thiollent (1992, p. 16), na qual se têm como objetivo ampliar o conhecimento do pesquisador e o nível de consciência das pessoas com as quais se realiza a pesquisa. “Na comunicação, trata-se de fazer com que aqueles que não têm voz possam gerar informações significativas sobre suas condições ou sobre seus próprios relacionamentos com outros interlocutores.” (THIOLLENT, 1992, p. 79).

Como público para esta etapa, definimos alunos da 5ª série, visto que abrange crianças de 10 a 12 anos, que se enquadram no público-alvo dos suplementos infantis estudados. Ao mesmo tempo, segundo Postman (1999, p. 08), crianças desta idade não sofrem apenas os efeitos da vida adulta precoce, mas são capazes de falar e refletir sobre



esses efeitos, sem mascarar sentimentos. Além disso, a relação dessa faixa etária com a mídia é movida pela curiosidade. “A criança amplia, nessa fase, o horizonte de seus interesses, antes focalizado no âmbito da família, e desloca sua atenção para descoberta do mundo que se constitui para ela num grande mistério e onde ela pretende vivenciar inúmeras aventuras.” (SAMPAIO, 2004, p. 183).

Para a realização da pesquisa de campo, contatamos escolas públicas e particulares nas cidades de Araraquara e Bauru, onde são editados os suplementos *Tribuninha* e *JCCriança* respectivamente e, circula a *Folhinha*. As escolas selecionadas³ foram: Colégio Interativo de Bauru, com 26 alunos; Escola Estadual Mercedes Paz Bueno (E.E. Mercedes), em Bauru, com 30 alunos; Colégio Anglo, em Araraquara, com 31 alunos; e Escola Estadual João Manuel do Amaral (E.E. JMA), em Araraquara, com 35 alunos. Os trabalhos foram, então, realizados com um total de 122 alunos, sendo 56 em Bauru e 66 em Araraquara. Considerando escolas públicas e particulares, temos 57 alunos da rede privada e 65 da pública.

As atividades englobaram uma pesquisa exploratória para conhecer o universo das crianças e sua relação com o jornalismo impresso infantil, aplicação de dois questionários que permitiram que os alunos analisassem o material jornalístico e expressassem suas opiniões sobre o mesmo e uma dinâmica em grupo para observar a relação das crianças entre si e com a pesquisa e ouvir suas sugestões e a análise comparativa dos jornais.

Diante dos resultados obtidos, apresentaremos uma síntese das opiniões infantis: observamos que desde o início os alunos demonstraram um maior interesse pelo suplemento local, uma vez que este pertence ao seu universo. Entretanto, há preferência por alguns assuntos e nem todos são abordados na intensidade e forma que as crianças gostariam. A atratividade pelo que há de infantil é afirmada já no primeiro questionário, porém ao longo da pesquisa, principalmente nas escolas particulares, houve queixas quanto ao tratamento infantil nas seções e temas e a ausência de temáticas pré-adolescentes.

Embora a necessidade informacional tenha sido citada em todas as escolas, nas públicas verificamos um maior interesse, visto que os alunos exemplificaram com temas como os ataques do PCC, caso dossiê e violência. Esse interesse pelas informações da

³ Segundo o método da pesquisa-ação, a pesquisa é feita dentro de um número pequeno de unidades, escolhidas aleatoriamente, que é estatisticamente representativo do conjunto da população. Em nosso trabalho, as escolas escolhidas representam o grupo de leitores dos suplementos infantis analisados.

realidade, como consideram os acontecimentos da cidade, país e mundo, pode ser explicado pela proximidade com o jornal “adulto”, uma vez que aparecem inferências a ele em muitas respostas, principalmente na comparação. Ao mesmo tempo, os alunos indicaram que os suplementos têm um papel educativo e atuam no aprendizado, incentivando pesquisas pessoais ou escolares. Desta forma, as crianças acreditam na função pedagógica dos jornais que se tornam atraentes e interessantes devido à linguagem visual utilizada. As cores e as figuras são os elementos imprescindíveis para caracterizá-los e para cativar os leitores. Já a linguagem verbal apresentada nos suplementos é satisfatória.

Quanto aos assuntos abordados, o que se refere ao entretenimento não pode se ausentar, já que os quadrinhos, as brincadeiras e as piadas estão entre as preferências. As crianças também indicaram que há necessidade de brincadeiras mais interativas e demonstraram interesse pela participação nos jornais. Esta que é proporcionada pelos jornais ao citar o endereço e foi incitada pela nossa pesquisa, uma vez que indicaram que foram estimulados a ler, apontaram a importância da leitura e também valorizaram o espaço dado para opinar sobre os jornais. Desta forma, verificamos que as crianças sentem a ausência de um espaço que lhes dê voz.

A respeito da contribuição do jornal, os alunos ainda apontaram que as informações que eles trazem já estão inseridas no universo infantil, portanto, não há informações novas que atuem na formação crítica, com exceção de algumas temáticas do *JCCriança* e as dicas da *Tribuninha*. A identificação dos alunos com os suplementos também ocorreu pela presença de crianças nas edições. Ao indicar que eles se preocupam com as crianças, destacaram a presença infantil como essencial, além de buscar agradar os diferentes gostos. As brincadeiras são exemplos de atração para todas as idades, mesmo para os alunos que indicaram o “infantil demais” nos jornais. As temáticas culturais e esportivas também se destacam para a maioria. Assim, as dicas são elementos valorizados e as curiosidades aparecem como uma forma de atrair a atenção, complementados, é claro, pela linguagem visual.

O consumo infantil não foi estimulado pelos jornais. Os alunos indicaram as propagandas como desnecessárias e as atividades divulgadas despertaram o interesse pela forma como foram apresentadas e pela necessidade infantil de participar mais efetivamente do suplemento. Ao mesmo tempo, ressaltaram o contentamento com o formato dos jornais, mas indicando as ausências de temas que os agradam.



4 Jornais Infantis e “nossas crianças”

Durante a pesquisa de campo nos deparamos com o interesse das crianças pelos elementos presentes nos jornais e pelo seu processo de produção. Desta forma, despertamos o sentimento de participação e interação com os suplementos, uma vez que as crianças gostariam de ser representadas e contribuir com os jornais.

Uma das formas de criar a consciência crítica é fazer com que nossas crianças, de modo interativo, conheçam melhor o funcionamento da produção, veiculação e recepção das informações dadas pelos jornais. Assim, elas crescerão como sujeitos capazes de perceber que todo discurso é simulacro e apenas um ponto de vista do fato e não o fato em si (MENDES, 2002, p.14).

Ao mesmo tempo, segundo Alves (1993, p. 90), os jornais infantis, ao possibilitar a participação e expressão das crianças, contribuem para o desconfinamento, uma vez que permite que seu público conheça o mundo em sua diversidade. Este conhecer é almejado pelos leitores: os alunos na pesquisa de campo manifestaram o desejo de saber o que acontece ao seu redor porque querem aprender e se informar desde cedo. Em nossa análise das edições dos suplementos, verificamos que os jornais apresentam temas pelo viés lúdico, valorizando o entretenimento e o serviço. O papel educativo e informativo quase desaparece. As crianças entrevistadas apontaram que os suplementos infantis precisam ter informação e diversão, uma vez que reconhecem o papel pedagógico dos mesmos. 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. Elas também indicaram essa possibilidade porque são os assuntos que despertam sua atenção e o que os diferencia em um jornal infantil seriam as cores e os desenhos chamativos.

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, 1993, p. 74). A necessidade informacional das crianças foi verificada, tanto que exemplos de problemáticas foram apontados pelas crianças, como a política, violência e fome. Este fato demonstra que há uma preocupação da infância com os acontecimentos de seu mundo, porém não há um meio específico para elas receberem essas informações conforme suas características. Embora alguns tenham manifestado que encontram essas informações no jornal



“adulto”, “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, 2002, p. 122).

A solicitação de informações da realidade pelas crianças condiz com a afirmação de Quinteiro (2002, p. 30) de que “as crianças são as principais portadoras da crítica social, já que representam os filhos da dívida externa, os filhos do estado oligárquico-desenvolvimentista e os filhos da ditadura.” Desta forma, há um interesse das crianças pelas temáticas atuais que não pode ser ignorado pelos jornais destinados a elas porque:

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).

Ao fornecer entretenimento, os jornais infantis não deixam de agradar ao público, principalmente com a presença de crianças. As brincadeiras, as piadas e os quadrinhos também são elementos que garantem uma leitura prazerosa. Nos suplementos, a participação das crianças nas fotos e textos é importante porque transmite alegria e representa o leitor. A representatividade é buscada por elas, tanto que manifestaram o desejo de participar do suplemento, enviando textos e desenhos, sendo que estas já são as formas de participação mais recorrentes nas edições analisadas. Esse fato revela que o jornal precisa dar voz às crianças tanto para atrair seus leitores quanto para tornar o suplemento mais direcionado ao seu público, principalmente na utilização de uma linguagem adequada.

A preocupação com as crianças é demonstrada pelos suplementos por meio dos elementos lúdicos e da linguagem visual, que é muito explorada, fato evidenciado também pelas crianças. A utilização de cores, fotos e ilustrações agrada aos leitores e são elementos que caracterizam um suplemento infantil, mantendo sua identidade visual. Desta forma, as seções fixas são lembradas pelas crianças e chamam mais a atenção, já que ocupam o mesmo espaço e se direcionam a um mesmo assunto. Em relação à linguagem verbal dos suplementos, verificamos que é utilizada, na maioria dos textos, uma forma clara, simples e direta para se referir aos assuntos. Esta análise foi comprovada pelas crianças que identificaram os textos com um bom tamanho para leitura e com uma linguagem fácil para sua idade, 10-12 anos.

Conforme exposto por Amaral (1987, p. 17), as funções do Jornalismo são: política, econômica, educativa e entretenimento. Dentre essas funções, os jornais infantis, principalmente a *Folhinha* e o *JCCriança*, restringem sua preocupação ao entretenimento. A *Tribuninha* pela diversidade temática das seções apresenta um caráter mais informativo, fato ressaltado pelas crianças no que se refere às dicas e curiosidades apresentadas. Já o caráter educacional não foi valorizado suficientemente, mas as crianças indicam que aprendem com o jornal por meio dos elementos apresentados, principalmente porque se referem às crianças e aos seus gostos. A função política, ausente nos suplementos infantis, é sentida pelas crianças, tanto que se fizessem um jornal essa temática seria abordada.

Como as crianças estão acostumadas com os modelos dos suplementos, não houve indicações de grandes alterações gráficas e temáticas, tanto que o número de páginas é considerado suficiente para a maioria. Os temas que mais se repetem, brincadeiras, cultura e notícias, despertam o interesse e não estariam ausentes em um suplemento de produção própria. No entanto, os alunos, ao verificarem que as notícias, acontecimentos da cidade, país e mundo, estão presentes nos suplementos, divergem com nossa análise, na qual esses assuntos não apareceram. É claro que nosso *corpus* de análise não é tão abrangente e essas informações atuais da realidade podem ter aparecido em outras edições, com as quais as crianças mantiveram contato, porém o formato apresentado nas edições analisadas não permite uma exploração mais aprofundada destas temáticas.

As matérias do *JCCriança*, consideradas mais sérias, relacionam-se com os pedidos das crianças, acrescentando informações ao repertório infantil, mas seu formato não é tão atraente. Devido a isso, defendemos um jornalismo de qualidade para esse público, no qual também haja mais interatividade para que a criança tenha um espaço para se manifestar, uma vez que elas “possuem uma natureza singular que as caracterizam como seres que sentem e pensam o mundo de um jeito muito próprio, exatamente, por serem crianças e não verem o mundo com os olhos viciados do adulto.” (MENDES, 2002, p. 23). A interação infantil com o ambiente em que vive e com as opiniões de adultos e outras crianças contribui para a criança agregar informações a suas teorias sobre o mundo. Desta forma, os suplementos poderiam ser um meio para propiciar o contato das crianças com essa realidade, uma vez que já trazem elementos do cotidiano infantil, de uma forma atrativa e criativa, além do retrato e relato de outras crianças. Ao mesmo tempo, elas afirmam que o jornal precisa trabalhar a opinião das

crianças por meio do lúdico para atingir os objetivos de informar e ensinar. Ressalta-se, então, mais uma vez a função pedagógica dos suplementos.

A interatividade com os leitores também é um ponto que precisa ser valorizado porque as crianças querem participar e se sentir representadas nos suplementos. “As crianças, através de sua participação criativa na mídia, tornaram-se fortalecidas – que a participação reforçou seu orgulho, senso de poder e auto-estima, uma vez que sentiram que sua voz tem valor.” (FEILITZEN, 2002, p. 33). Os resultados de nossa pesquisa também apontam para essa contribuição e valorização da infância, além de cooperar para a elaboração das mídias específicas para crianças, concatenadas com os interesses e expectativas desse público.

Considerações Finais

“O jornal não é tão chato como eu pensava e agora eu gosto muito de ler jornal”, essa resposta de um aluno do JMA é apenas um indicativo que atingimos nossa meta de estimular a leitura crítica das crianças. Além disso, as crianças reconheceram nossa contribuição, principalmente ao darmos espaço para manifestarem sua opinião, livremente sobre o jornal. Ao mesmo tempo, comprovamos a importância de um suplemento infantil para as crianças, visto que os alunos se identificaram com elementos do jornal e se interessaram pelo seu processo de produção.

Embora haja um contentamento com o que é apresentado pelos suplementos, não podemos ignorar que as crianças perceberam a ausência de conteúdo informacional e destacaram que as informações sobre a realidade deveriam estar presentes em uma linguagem fácil e de uma forma atraente. Como demonstraram sua atração pela linguagem visual dos suplementos, as crianças apontaram que as figuras e desenhos auxiliariam na compreensão desses assuntos, considerados de “adultos”. As analogias e indicações sobre os jornais, corroboram para afirmarmos que elas querem saber e aprender sobre tudo que as cerca e, como há um veículo de comunicação específico para elas, por que não trazer essas informações sem superficialidades?

Como nossa preocupação é com a formação de leitores críticos também sobre a realidade, verificamos que os jornais infantis não cumprem esse papel porque não fornecem informações em profundidade que poderiam auxiliar na concepção das crianças sobre o mundo. Caso o jornal infantil trouxesse a realidade para o seu conteúdo, com um maior compromisso com seus leitores, ele atuaria de outra maneira na construção da visão de mundo das crianças e não seria apenas um produto lúdico.



Entretanto, não podemos negar que grande parte do interesse das crianças está realmente na proposta dos jornais de explorar o entretenimento. Porém, permanece nossa inquietação da contribuição social do jornal para os seus leitores.

Ao longo do trabalho, deparamo-nos com duas tendências atuais da infância: as crianças-jovens e as crianças eletrônicas. O primeiro grupo considera as produções infantis muito infantis e já se interessam pelas temáticas adolescentes, como namoros e festas. Já o segundo, está “atenado” com a televisão e com a Internet. Analisando esse novo cenário, podemos afirmar que os dois grupos estão relacionados porque as informações, divulgadas instantaneamente e quase sem restrições, despertam o interesse das crianças para outras temáticas. Essas tendências devem ser compartilhadas pelo jornal infantil e já as observamos em algumas das edições analisadas. Porém, a “nova infância” também mantém seu interesse no lúdico e no aprendizado pelo jornal.

Observamos que as crianças têm necessidades informacionais e não querem ser menosprezadas pelos jornais, devido a isso, os jornais infantis deveriam explorar seu potencial enquanto instrumento pedagógico e reconhecer a inteligência das crianças. Os leitores depositam expectativas e precisam ser recompensados. Se os suplementos oferecessem mais conteúdos, não perderiam seus leitores, mas ganhariam leitores mais exigentes e formariam cidadãos. Já comprovamos que as crianças querem aprender e conhecer tudo, mesmo que seja com seus olhos infantis, um pouco inexperientes, mas em amadurecimento.

Como uma das principais funções do jornalismo é fornecer informações que contribuam para a democracia social, não é justo que as crianças sejam consideradas público secundário, que não merece recebê-las. Como futuro da sociedade, essas crianças não podem e não merecem ser excluídas do contexto informacional. A presença do lúdico e do entretenimento deve ser preservada porque a preferência infantil reside nesses temas que pertencem ao seu cotidiano.

Pensando nas análises realizadas e nos interesses das crianças, verificado na pesquisa de campo, podemos definir o que seria ideal para um suplemento infantil, mesclando elementos dos três jornais infantis. O aspecto visual, no que se refere à qualidade da diagramação e das imagens, na *Folhinha* é o mais adequado, assim como os estilos dos textos. Já as escolhas temáticas do *JCCriança* contribuem para esse leitor em formação, ao mesmo tempo que garante sua identificação com as fotos, textos e desenhos das crianças. Na *Tribuninha*, a diversidade de dicas informativas e de curiosidades valoriza os diferentes interesses e gostos infantis. As personagens também



são elementos de identificação que se tornam familiares para os leitores. O lúdico é mantido com os quadrinhos e com capas bem elaboradas. Os passatempos também são imprescindíveis e deveriam seguir a linha educativa apresentada nas edições analisadas da *Folhinha*. Elucidamos, portanto, a importância da atratividade visual e de conteúdo de um jornal infantil para seus leitores, como também a representatividade de crianças no jornal como um vínculo e elemento de identificação com o produto.

Nosso objetivo de verificar qual a influência que os suplementos têm na construção da visão de mundo das crianças permanece como uma questão latente. Como os jornais infantis não exploram seu potencial pedagógico e não retrata, como era nossa hipótese inicial, os problemas da realidade, principalmente os relacionados à infância, não há uma influência direta. No entanto, ao considerar a exclusão de informações sobre os assuntos que concernem também à infância, o suplemento contribui para a alienação diante da realidade.

Diante do exposto, nós, como comunicadores e preocupados com o bem-estar das crianças, continuamos atentos à mídia infantil. Esperançosos de que em um futuro breve, elas possam ter um produto jornalístico de qualidade que contemple suas necessidades informacionais, sem negligenciar o riso e a diversão.

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. Infância na Mídia: A Criança e o Adolescente no Olhar da Imprensa Brasileira. Relatório 2002/2003. São Paulo: Salesiana, 2003.

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

BAUTISTA, F. A mídia e nossas crianças. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Orgs.). A criança e a mídia: imagem, educação, participação. 2.ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002, p. 307- 317.

BLOCK, Alan. Lendo revistas infantis: cultura infantil e cultura popular. In: KINCHELOE, Joe; STEINBERG, Shirley (Org.). Cultura Infantil: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000, p. 237-255.

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.

FEILITZEN, Cecília von. Educação para a mídia, participação infantil e democracia. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Org.). A criança e a mídia: imagem, educação, participação. 2.ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002, p. 19- 35.

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.

JONES, Gerard. Brincando de fazer monstros: por que as crianças precisam de fantasia, videogames e violência de faz-de-conta. São Paulo: Conrad, 2004.

LAJOLO, Marisa. Infância de papel e tinta. In: FREITAS, Marcos César de (Org.). História Social da Infância no Brasil. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2003, p. 229-250.

MELO, José Marques de. Gêneros jornalísticos na Folha de S.Paulo. São Paulo: FTD, 1992.

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.

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.

_____.(Org.). Comunicação, Educação e Arte na Cultura Infantil. São Paulo: Loyola, 1991.

POTSMAN, Neil. O desaparecimento da infância. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

QUINTEIRO, Jucirema. Infância e Educação no Brasil: um campo de estudos em construção. In: DEMARTNI, Zélia de Brito Fabri; FARIA, Ana Lúcia Goulart de; PRADO, Patrícia Dias. (Org.) Por uma cultura da infância: metodologias de pesquisa com crianças. Campinas: Autores Associados, 2002, estudo 02. (Coleção Educação Contemporânea).

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

THIOLLENT, Michel. Metodologia da Pesquisa-Ação. 5.ed. São Paulo: Cortez, 1992.