



O Jornalismo Visual em Jornais e a Imagem da Criança: Um Estudo Sobre a Representação da Criança nos Jornais Diários Brasileiros¹

Gabriela Gini da SILVA²

Luciano GUIMARÃES³

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

RESUMO

Este artigo está baseado em uma pesquisa de Iniciação Científica desenvolvida com o financiamento da FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) que busca demonstrar qual é a imagem (ou imagens) que a mídia brasileira contemporânea (jornais impressos) tem da criança (ou das crianças) e qual o comportamento dessa mídia no agendamento, pauta e produção de tais imagens que representam as crianças em diversas situações. Para isso são analisadas as imagens de crianças apresentadas nos jornais *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *Jornal da Tarde*, *Jornal do Brasil*, *O Globo* e *O Dia*. A pesquisa ainda está em andamento, por esse motivo o artigo toma como base resultados parciais.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo visual; design de notícia; criança; jornais diários; imagem.

A criança na mídia

As crianças não fazem parte de um pequeno grupo econômico e social à parte. Se compreender todos os menores de 18 anos, esse grupo representa cerca de 36% da população mundial (aproximadamente 6 bilhões) e forma uma importante parte integrante da sociedade; mas, na maioria das vezes, acaba sendo sub-representada pelos adultos, que acreditam que crianças não possuem capacidade plena de entender e expressar suas opiniões, embora tenha-se a sensação contrária quando se observa a atuação da mídia quando considera a criança como consumidor, determinante na aquisição de bens de serviços para ela própria ou mesmo para os adultos responsáveis por ela. Essa sub-representação, notadamente na mídia jornalística, acaba por deixá-las sem uma referência correta dos integrantes do grupo ao qual pertencem na sociedade.

A forma como uma nação conceitua a infância, como percebe sua juventude em termos de seus padrões de comportamento, como trata suas crianças em termos de leis para protegê-las e de políticas para beneficiá-las, tudo depende da maneira como as

¹ Trabalho apresentado no IJ-1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Faac- UNESP, email: gabriella.gini@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor Doutor do Curso de Jornalismo da Faac- Unesp, email: lguimaraes@faac.unesp.br



crianças são vistas pelos cidadãos da nação. Certamente todos esses fatores são influenciados pelas informações que se têm sobre as crianças e uma das fontes básicas de tais elementos é a mídia de notícias. Sendo assim, é possível perceber que o papel de formar opiniões exercido pelos meios de comunicação irá influenciar no modo como a sociedade verá suas crianças e o universo infantil. Logo, faz-se necessário analisar como a mídia, principalmente os jornais, vem exercendo esse papel e as questões que estão sendo levantadas sobre esse público.

O acesso das crianças à mídia e o uso da mídia

Antes de tratar da maneira como a imagem da criança é representada na sociedade, faz-se necessário saber quais meios de comunicação elas têm acesso e quanto tempo costumam ser expostas ou dedicam atenção a eles. Para isso tomamos como base alguns estudos desenvolvidos no Brasil e no mundo.

Uma pesquisa realizada na África do Sul, Alemanha, Angola, Argentina, Armênia, Brasil, Canadá, Costa Rica, Croácia, Egito, Fiji, Filipinas, Holanda, Índia, Japão, Maurício, Peru, Qatar, Tadjiquistão, Tojo, Trindade e Tobago e Ucrânia e compilada por Jô Grobel (Presente no livro “A criança e a mídia: imagem, educação, participação” organização de Ulla Carlsson e Celina Von Feilitzen, 2002), tomou como base as respostas de alunos de 12 anos das zonas rurais e metropolitanas.

De acordo com a investigação, 97% das áreas escolares eram alcançadas por pelo menos um canal de TV; 97% das crianças tinham acesso a um aparelho de televisão em casa e que a mesma era o tipo de mídia mais difundido entre as crianças de 12 anos, ficando na frente do rádio e dos livros. De acordo com a pesquisa as crianças passam em média 3 horas em frente à TV (50% a mais do que em outras atividades). Seus programas favoritos são histórias de crimes ou ação, ficção científica e terror. Apenas 7% apontaram o noticiário como sendo seu programa favorito e das crianças pesquisadas, 85% tinham acesso a jornais e revistas. Os resultados confirmam a preferência da televisão pelas crianças, no entanto, mostra que uma grande parcela tem acesso a jornais e revistas.

A televisão ainda é o meio dominante para todos os usuários, tanto em termos de números quanto em tempo gasto. (...) No entanto, é provável que, futuramente, os padrões de uso da mídia continuem em transformação, uma vez que a convergência da mídia, atualmente em curso, vem alterando de forma radical a paisagem da mídia. Jogos, jornais, revistas, livros, rádio, música, cinema e televisão, já estão, até



um certo ponto – e, em alguns casos, em grande parte – disponíveis pela internet. E o mais provável é que a net, muito em breve, venha a se tornar ainda mais facilmente acessível para um número cada vez maior de pessoas. Da mesma forma, receptores digitais de TV tornarão possível toda uma gama de serviços de informação. (BUCHT e FEILITZEN, 2002, p.62)

Alerta-se que a portabilidade da mídia, ainda em curso, poderá promover uma maior exposição da criança à produção midiática, principalmente com o desenvolvimento da TV digital assim como pode afastá-la das mídias tradicionais como a própria programação televisual, mas são cenários ainda em construção e observação.

A criança na mídia

Depois de discutir os meios de comunicação a que as crianças têm acesso, é necessário saber como esses estão retratando o público infantil. Sabe-se, no entanto, que a aparição da imagem da criança não ocorre com muita frequência na mídia e isso já reflete a maneira como elas são tratadas pela sociedade.

Em um estudo (ANDI. **Infância na Mídia**. Brasília: ANDI, Ano 7, n.º 14, julho, 2005) a Agência de Notícia dos Direitos da Infância – ANDI analisou 50 jornais impressos brasileiros e os classificou de acordo com a cobertura dada aos assuntos que possuem relação com as crianças. A pesquisa comparou ainda os resultados obtidos nos anos de 2003 e 2004 aos dos anos de 2001 e 2002. Dessa forma, observou que o cenário político vivido pelo Brasil, ou seja, a ascensão do presidente Luis Inácio Lula da Silva ao poder favoreceu uma maior abordagem de assuntos relacionados à criança. De acordo com o estudo houve um crescimento de 19,47% no número de matérias veiculadas, passando de 88.605, em 2002, para 105.853, em 2003. Comparando-se ainda esses 50 jornais, o aumento de 2003 para 2004 foi de 31,07%, sendo registradas 138.747 notícias.

Dentre os temas abordados durante o período, a educação é o tema mais explorado, seguido pela violência; no entanto, entre 2002 e 2004 houve uma queda na abordagem da violência em relação ao total de temas tratados. Vale ressaltar que é na abordagem deste último assunto que aparece o maior número de expressões depreciativas, como “menores”, “delinqüentes” e “bandidos”.

Observou-se também que temas como políticas públicas e o Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA foram raramente citados e que em 2003 somente 2,8% das matérias trataram do tema pobreza, apenas 2,4%, de questões relativas à desigualdade e



só 1,7% das notícias abordaram a fome. Segundo o autor da pesquisa esse é um dado preocupante, pois:

Levando-se em consideração que a leitura realizada pela ANDI tem como recorte infância e juventude, a impressão é que tais assuntos - pobreza, fome e desigualdade - são retratados, sim, pela imprensa, mas de forma desassociada do universo de crianças e adolescentes. Se desconsiderarmos o recorte, a presença destas temáticas nas páginas dos principais veículos da mídia impressa brasileira mostra-se bem maior. (...) Trata-se de um equívoco, já que as crianças destacam-se como o público mais duramente atingido pelas mazelas da sociedade, pois são mais vulneráveis que os adultos. Sem condições básicas para que cresçam e se desenvolvam plenamente, elas perpetuarão, quando adultas, a desigualdade. Sem preparo intelectual e com as condições físicas limitadas pela alimentação precária ou a falta de acesso a serviços de saúde de qualidade, entre outros, estes cidadãos não terão condições de exercer na sociedade papéis produtivos e criativos. (ANDI, 2005, p. 20)

Além disso, a pesquisa mostrou que o grupo de crianças indígenas tem pouquíssima representatividade na mídia. De acordo com o levantamento realizado apenas 0,66% dos textos faziam referência a ele.

Outro estudo realizado pela ANDI e pela Rede ANDI da América Latina com o apoio da Plan Internacional analisou 237.000 textos jornalísticos, publicados ao longo de 2005 em 121 jornais de 10 países da América Latina (Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Equador, Guatemala, Paraguai, Nicarágua e Venezuela) e destacou que as redações reconhecem na educação um foco prioritário, tendo sido esse o tema mais presente na cobertura, seguido da temática da violência.

É importante notar, porém que em alguns países a diferença entre a quantidade de textos publicados sobre educação e violência não é tão significativa. Este é o caso da Colômbia, da Guatemala e da Nicarágua. Por sua vez, a Argentina é o único país onde a cobertura de Violência supera quantitativamente a de Educação. (ANDI, REDE ANDI, 2007, p. 6)

Além dos assuntos citados acima, outros apareceram com relevância, são eles: saúde (10,68% das matérias), esporte e lazer (9,39% das matérias) e direitos e justiça (6,38% das matérias). Por outro lado, questões importantes como deficiência (0,78% das matérias), trabalho infantil (0,71% das matérias) e medidas sócio-educativas (0,60% das matérias) ainda são deixadas de lado.

Os temas de abuso, exploração sexual e de violência nas ruas e nas comunidades foram os que ganharam mais destaque na cobertura sobre o fenômeno da violência. Por



outro lado, a violência doméstica, violência institucional e violência relacionada com HIV são assuntos pouco presentes.

Embora uma das principais características da América Latina seja a diversidade de pessoas e culturas, esse aspecto pouco foi considerado pelos jornais latino-americanos na hora de produzir textos relativos à população infanto-juvenil. Apenas 3.252 notícias trataram de questões relacionadas à raça/etnia, gênero ou deficiência.

Dentro do pequeno universo de textos que abordam a Diversidade, as questões que ganharam maior destaque foram relacionadas à Deficiência (58,06%). Já a interface entre os aspectos de Raça/Etnia e a infância e adolescência é mencionada em 36,25% da amostra. Por outro lado, as questões do Gênero, apesar de sua grande relevância no contexto dos diferentes países, foram as menos citadas (5,69%). (ANDI, REDE ANDI, 2007, p. 7)

A maioria das matérias não dá voz às crianças e adolescentes, de acordo com a pesquisa a Nicarágua é o país que mais as escuta, usando crianças como fontes em 16,16% das reportagens. Na ponta oposta encontra-se a Argentina, onde meninos e meninas são ouvidos em apenas 3,42% dos textos. O governo é a fonte de informação com maior destaque nas matérias sobre a realidade de crianças e adolescentes, tendo sido ouvido em 33,50% dos textos analisados. Da mesma forma, a sociedade civil (22,93%) e os diferentes especialistas (15,36%).

De maneira geral, a imprensa latino-americana presta pouquíssima atenção nos impactos gerados pela pobreza e pela exclusão social sobre a realidade de meninos e meninas. Do total de textos pesquisados pelas agências da Rede ANDI, somente 1,59% resultam de pautas sobre o assunto. O país que registrou maior produção de textos sobre essa temática foi o Brasil (6,89%). Já a mídia venezuelana promoveu uma cobertura inexpressiva sobre a realidade da população mais afetada pela desigualdade social, apenas 0,5% das notícias publicadas em 2005 enfocaram o tema.

Essa lacuna no trabalho jornalístico vai na contramão da radiografia apresentada pelo *Relatório de Desenvolvimento Humano 2005*, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Segundo os dados do documento, a América Latina está entre as regiões que registraram os piores níveis de iniquidade do planeta. O Índice de Gini – indicador que aponta o nível de desigualdade de renda dos países- na América Latina é de 57,1 ficando atrás apenas da África Subsaariana, com 72,2 (de acordo com a metodologia utilizada pelo índice Gini, o valor zero representa uma situação de equidade total na distribuição de renda, enquanto o valor 100 indica uma desigualdade elevada). (ANDI e REDE ANDI, 2007, p. 19)



Apesar do Brasil se destacar na América Latina pela cobertura de assuntos relacionados ao público infanto-juvenil, muito ainda deve ser melhorado, pois se pode perceber que a imagem da criança retratada pela mídia está longe de ser a verdadeira, que os meios de comunicação tratam de assuntos relacionados a crianças em temas pontuais, principalmente crime, violência e educação. Dessa forma, fica evidente que muito ainda há o que fazer no que diz respeito à maneira de tratar os assuntos relacionados às crianças e adolescente tanto na América Latina quanto no resto do mundo. Os estudos apontam a importância de tentar representar mais fielmente essa faixa etária, para que as mesmas possam se identificar com a imagem das crianças que aparecem constantemente na mídia.

O potencial de consumo da criança

Apesar da imagem da criança não ser abordada com frequência no jornalismo, na publicidade ela está fortemente presente. O estudo “Advogados de uma Nova Sociedade de Consumo: As Crianças nos Comerciais da TV”, de Leeia Rao (in CARLSSON e FEILITZEN, 2002) mostra que as crianças são consumidores em potencial e que prova disso é a infinidade de propagandas dirigidas a esse público.

Interesses comerciais ditam a cultura infantil da mídia, a margem de lucro é muito importante para que se importem com o que concerne ao bem estar das crianças. Em comparação à promoção de múltiplos ‘produtos’ da cultura infantil, os protetores da criança têm acesso limitado a essas vias de promoção. Estas corporações que fazem propagandas de toda a parafernália para as crianças consumirem promovem uma ‘teologia de consumo’ que efetivamente promete redenção e felicidade através do ato de consumo (KINCHELOE; STEINBERG, 2001, p. 24).

Segundo Leeia Rao, usam-se crianças nas propagandas para atingir o público infantil e a maioria das imagens evocam a pureza e a inocência da infantilidade. Utilizando a estratégia de convencer a criança de que ela necessita daquele produto, o anunciante tem a garantia de que elas importunarão seus pais até que eles o comprem. Segundo Sampaio (2004, p.152), a criança tem forte apelo comercial porque tem empatia para os anunciantes, emociona e sensibiliza o adulto com seu ‘apelo mágico’, rejuvenesce a marca do produto e, principalmente, faz-se ouvida por outra criança, já que uma é sensível à interpelação da outra.



De acordo com Leeia Rao (CARLSSON e FEILITZEN, 2002, p. 113) há uma excessiva representação das crianças nos comerciais como sendo sempre boazinhas, angelicais e extremamente puras. Para Kunkel e Stacy “A ênfase excessiva de crianças boas e inocentes nos anúncios indica que as construções infantis tendem a ser ainda mais distorcidas na mídia puramente comercial” (KUNKEL e STACY, 2002, p.26). Ainda de acordo esses últimos autores as crianças estão participando dos mais variados tipos de comerciais, mas alguns executivos acreditam que existe uma falta de responsabilidade por parte de alguns anunciantes, já que os mesmos usam indiscriminadamente as imagens infantis.

Jornalismo visual

Segundo Donis A. Dondis, a visão é extremamente importante para o ser humano, pois desde criança a utilizamos como principal sentido, “depois que a descobrimos acabamos deixando de lado todos os outros sentidos. Uma prova disso é que o homem prefere ver a informação ao invés de ouvi-la” (DONDIS, 1997).

Antigamente, nos meios impressos a palavra era o essencial, enquanto os fatores visuais (cenário, formato, ilustração) eram secundários, depois do surgimento da fotografia ocorre o contrário, o visual predomina, o verbal tem, agora, a função de acréscimo. Em um país em que o nível de analfabetismo é grande a imagem é extremamente importante, pois através dela inúmeras mensagens podem ser passadas.

Foi possível constatar também que em todos os níveis de inteligência visual o significado pode encontrar-se não apenas nos dados representacionais, na informação ambiental e nos símbolos, mas também nas forças compositivas que existem ou coexistem com a expressão factual e visual. O conteúdo é extremamente influenciado pela importância das partes constitutivas como a cor, a textura, a dimensão, a proporção e suas relações compositivas com o significado.

A composição de uma imagem é muito importante, pois é o momento em que o fotógrafo coloca suas características e percepções individuais, no entanto o significado daquela imagem pode ser modificado pelo espectador que a observa, fazendo com que a mesma receba outras significações.

Além da capacidade perceptiva, entram em jogo o saber, os afetos, as crenças, que por sua vez, são muito modelados pela vinculação a uma



região da história, esses fatores influenciam o olhar do espectador. (...) Para Arnheim, uma imagem serve de signo quando representa um conteúdo cujos caracteres não são visualmente refletidos por ela. (...) A imagem é, pois, tanto do ponto de vista de seu autor quanto de seu espectador, um fenômeno ligado também à imaginação. (AUMONT, 1993, p. 77, 79 e 90)

Ao analisar uma imagem, alguns aspectos merecem ser observados, entre eles a existência ou não de equilíbrio, tensão, ambigüidade e o agrupamento dos elementos presentes na imagem, pois dessa forma a mensagem será melhor compreendida.

Observa-se também que só é possível conhecer através do contraste, pois na articulação visual, ele é uma força vital para a criação de um todo coerente. Em todas as artes, o contraste é um poderoso instrumento de expressão, o meio para intensificar o significado e, portanto, simplificar a comunicação. Não se pode esquecer, no entanto, que a harmonia também é importante, pois o ser humano tende buscá-la nas coisas, mas através do contraste é possível chocar, chamar atenção, já que este último tem o poder de desequilibrar quem observa.

A harmonia reduz a tensão, racionaliza, explica e resolve a confusão. (...) No processo de ver, dependemos da observação da justaposição interatuante dessas gradações de tom para ver os objetos. (...) A presença de contraste de tom também é essencial para a visão, pois somente com ele podemos decodificar os detalhes, a dimensão e outras propriedades visuais elementares. (...) Quando uma informação não está muito clara causa confusão e o contraste ajuda a acabar com isso. (...) Como estratégia visual para aguçar o significado, o contraste não só é capaz de estimular e atrair a atenção do observador, mas pode também dramatizar esse significado, para torná-lo mais importante e mais dinâmico. (DONDIS, 1997, p. 108, 109, 117 e 118)

Na comunicação visual o conteúdo nunca está dissociado da forma, as forças que fazem com que a mensagem seja compreendida tem relação com o conteúdo e a forma; a visão do artista e a visão do público. Segundo Donis A. Dondis a mensagem e o significado não se encontram na substância física, mas sim na composição. Para compor uma imagem é necessário que o autor faça uso da técnica do design, pois assim ele exerce o máximo de controle possível e aprende, de certa forma, a influenciar as respostas dos espectadores.

Ao pensar em imagem, imediatamente pensa-se em fotografia, pois essa está totalmente presente na sociedade atual e conduz a maneira como esta age, ela é dominada pelo elemento visual em que interatuam o tom e a cor, ainda que dela também participem a forma, a textura e a escala. Mas a fotografia também põe diante do artista e



do espectador o mais convincente simulacro da dimensão, pois a lente, como o olho humano, vê e expressa aquilo que vê em uma perspectiva perfeita. A mesma traz consigo a idéia de credibilidade o que para o jornalismo tem um peso muito importante, já que esta é uma das necessidades principais de qualquer jornal. Dessa forma é importante estudar o modo como a imagem da criança vem sendo apresentada pelos jornais, já que o que aparece em uma fotografia é tido mais facilmente como verdade pelos leitores.

A imagem fotográfica é uma marca, um traço automaticamente produzido por procedimentos físico-químicos da aparência da luz em determinado instante, acreditamos que ela representa de forma adequada essa realidade e estamos prontos para crer eventualmente que diz a verdade a seu respeito. (...) O efeito do real ocorre, pois, quando o espectador observa uma foto ele crê que aquilo que ele vê já existiu na realidade. (AUMONT, 1993, p. 111 e 113)

Teorias da mídia

A análise das imagens toma como base as teorias da mídia desenvolvidas principalmente por Harry Pross e Ivan Bystrina.

Tomando como base a teoria desenvolvida por Harry Pross (1980) podemos constatar que a linguagem não é apenas um meio, mas sim um elemento constitutivo da prática social material e, ao mesmo tempo, um processo no qual muitas atividades complexas são realizadas. A linguagem, segundo o mesmo autor, é um tipo especial da prática material da sociedade humana. Por esse motivo, os processos comunicativos estão vinculados ao contexto social historicamente determinado.

Ao estudar a estrutura simbólica do poder, Pross caracterizou a violência simbólica como a capacidade de impor significados de uma maneira tão efetiva que as pessoas se identifiquem com eles. Essa violência seria exercida por meio dos símbolos sociais e dos meios de comunicação. Por isso, torna-se tão importante estudar a maneira como as crianças vem sendo retratadas pela mídia, pois esta última cria significados através das imagens que aparecem nos jornais e estes são incorporados por toda a sociedade.

Para formar esses sentidos em relação à criança é necessário que existam representações predominantes que são configuradas pelas diversas experiências dos indivíduos. Dessa forma, os meios de comunicação tem papel fundamental na formação das chamadas visões sociais de mundo. O fato de que o indivíduo só pode experimentar



a realidade mediante signos torna-se um meio de direção dos homens por meio de outros homens (PROSS, 1980).

Harry Pross, Ivan Bystrina e Norval Baitello Jr. compreendem a imagem como ponto fundamental da cultura humana, uma vez que é a partir da produção desta cultura que os homens se diferenciam dos outros animais. Vivemos em um mundo dominado por imagens, no entanto esse constante contato com uma grande gama de informações faz com que o homem deixe de prestar a atenção necessária às informações que estão sendo passadas.

A tecnologia surge para aproximar o homem da informação, mas propiciou contatos superficiais e artificiais. De tanto ver, perde-se a percepção circular própria da imagem tradicional (aquela primeira, conceitual, a qual a imagem técnica é tributária) e de suas imensas possibilidades. O mundo natural, a informação nova e circundante, fica cada vez mais distante do homem cultural e o significado das mensagens fica a cargo da percepção primeira da tecno-imagem. Numa aplicação prática, encontra-se a comunicação midiática. Cada vez mais temos menos tempo para receber e interpretar as mensagens do jornalismo. Com isso, a imagem acaba se antecipando, muitas vezes ao texto e faz com que o texto seja lido à luz dos conceitos incorporados às imagens (MENEHETE, 2009, p. 5)

Logo, é possível perceber que o homem se relaciona com o mundo através de imagens, que estão fortemente presentes na sociedade atual, sabendo disso, os meios de comunicação as utilizam para a construção de informações, mas o leitor, muitas vezes, não dispõe de tempo e conhecimentos necessários para o deciframento delas. Assim, na maioria das vezes, a percepção do significado fica atrelada à percepção primeira das imagens e o objeto midiático fica cada vez mais distante do leitor.

Ver uma imagem e não decifrá-la é como não participar daquela informação, afastando o receptor do mundo, do pensamento conceitual daquele objeto mediado. Uma aproximação pode ser feita com a teoria da mídia proposta por Harry Pross (1980). O autor considera, em sua teoria relacional dos signos, que “o que chamamos de realidade e o que experimentamos como tal está carregada de coisas que estão no lugar de outras coisas distintas do que elas são” (PROSS, 1980, p. 13). Assim, o nome de uma pessoa não é a pessoa, mas a representa; quando pensamos em uma “cadeira”, a imagem que nos vem à mente representa o modelo de cadeira que criamos; uma fotografia publicada no jornal não se trata da realidade, mas da imagem que temos daquela cena. (MENEHETE, 2009, p. 8)

Os jornais brasileiros e as imagens das crianças

Analisando os jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *O Dia*, *Jornal da Tarde* e *Jornal do Brasil* foi possível constatar que a imagem da criança não aparece com muita frequência e que quando isso ocorre, na maioria das vezes, tem relação com temas ligados à educação e violência.

Dentre os jornais analisados o que apresentou maior número de imagens de crianças foi o *Jornal O Dia*, quase todos os periódicos apresentaram alguma imagem desse tipo. O jornal as usa principalmente para sensibilizar o leitor sobre assuntos do cotidiano. Um exemplo ocorreu no dia 12 de dezembro de 2009. A matéria tratava das promessas de melhorias do governo Lula que não foram cumpridas e ao relatar a falta de postos de saúde, o jornal optou por utilizar a imagem de uma mãe com duas crianças no colo alegando sofrer com esse problema. Além dessa foto, nessa mesma matéria, o jornal publicou a imagem de outra mãe, juntamente com seus dois filhos, reclamando do medo de ter a casa invadida por ratas devido à falta de saneamento básico na região em vive.



Roseane se queixa da falta de postos de saúde



Solange teme a invasão de ratas em casa

Também no *O Dia* há semanalmente uma parte destinada a matérias de educação que, com frequência, traz imagens de crianças. No caderno Baixada, há um grande número de imagens de menores, algumas vezes destacando pontos positivos e outras mostrando os problemas enfrentados na baixada fluminense.

O *Jornal da Tarde* não possui muitas imagens de crianças em suas edições e, como na maioria dos jornais, também busca um apelo emocional ao fazer uso dessas imagens. Um exemplo ocorreu na edição de 24 de dezembro de 2009. A matéria tratava da situação das pessoas que estão desabrigadas em decorrência das enchentes que ocorreram no dia 8 do mesmo mês. Para sensibilizar os leitores, o jornal utiliza a fotografia de uma mãe próxima à sua filha que está dormindo no chão de um abrigo.



Joanice, que estava com os filhos em abrigo, decidiu ir limpar sua casa

Raramente apareceram, nas edições analisadas, imagens que fizessem menção aos indígenas, o que comprova a pesquisa desenvolvida pela ANDI e anteriormente mencionada. Isso ocorreu apenas uma vez no jornal *O Estado de São Paulo* de 01 de outubro de 2009. A matéria destacava a vacinação de crianças indígenas contra a gripe H1N1 nas aldeias do Amazonas. A imagem mostra uma mãe segurando sua filha no colo enquanto a última recebe a vacina. Ambas estão com os rostos pintados e utilizando adereços tipicamente indígenas, para dar ao leitor a certeza de que os personagens da foto realmente fazem parte desse grupo.



Dose. Menina é vacinada durante campanha para indígenas, na aldeia do Cambebas (AM)

O jornal *O Estado de São Paulo* possui um caderno especialmente desenvolvido para as crianças, intitulado *Estadinho*, o que faz com que o número de imagens apresentadas por ele seja grande. Durante o mês de outubro de 2009, depois da eleição do Rio de Janeiro como sede das olimpíadas de 2016, o *Estadão* mostrou em suas matérias de esporte imagens de jovens atletas que poderão ser destaque nos jogos a

serem realizados no Brasil. Provavelmente por ser um jornal mais elitizado, em suas fotografias existe a tentativa de não marginalizar as crianças, mas isso não significa que o mesmo deixe de apresentar imagens com o intuito de despertar em seus leitores sentimentos de pena e dó. Na edição do dia 14 de outubro de 2009, há a imagem de uma criança no colo de sua mãe ilustrando uma matéria que faz menção às vítimas de dois incêndios que ocorreram nas favelas Diogo Pires e da Linha em Jacarepaguá.



CADASTRO – Franciane e o filho: 'Tem que começar de novo, do zero'

O Jornal *Folha de São Paulo* também apresenta uma preocupação com as imagens de crianças que serão veiculadas em suas edições, com isso há muitas fotografias que procuram representar o universo infantil de forma positiva. No entanto, a maioria das imagens desse tipo, mostra crianças brancas, loiras e com aparência angelical. Um exemplo ocorre na edição do dia 2 de outubro de 2009 na matéria que trata da importância do aleitamento materno.



O LEITE MATERNO
Tem propriedades
únicas que trazem
benefícios ao bebê

Como também possui um caderno voltado para o público infantil, o *Folhinha*, a *Folha* apresenta um grande número de imagens de crianças, principalmente nas edições em que este caderno é publicado.

O *Jornal do Brasil* mostrou-se mais preocupado em retratar temas polêmicos que envolvem os menores. Dentre as edições analisadas existem muitas matérias com teor de denúncia. No dia 10 de novembro de 2009 há uma matéria especial que trata da situação precária em que se encontram as sedes dos conselhos tutelares do Rio de Janeiro. Fazem parte da matéria as seguintes imagens:



É necessário observar que, ao esconder o rosto dos personagens e identificar na legenda que a menina que aparece na foto é viciada desde os 12 anos, ele acaba marginalizando as crianças que aparecem nas imagens. Ao fazer uso de fotografias desse tipo, acaba causando uma não identificação entre as crianças da mesma faixa etária que veem essa matéria e expõe para a sociedade uma ideia errônea sobre as crianças.

Considerações Finais

A partir do exposto pode-se concluir que a imagem da criança não aparece com muita frequência nos jornais diários brasileiros e que quando isso ocorre, na maioria das vezes, tem-se a intenção de sensibilizar o leitor.

Vale ressaltar que os meios de comunicações exercem grande influência na sociedade, pois impõe significados e as pessoas se identificam com eles. O que se apresenta como perigoso, se levarmos em consideração que a mídia brasileira distorce a imagem das crianças em suas matérias.

No universo da representação da infância, preliminarmente, pode-se considerar a existência de certos prejuízos na informação veiculada, que se torna mais grave quando se constata que há muita preocupação com o texto (o que pode e não ser escrito pelo jornalismo), mas há pouca consciência quanto ao uso de imagens. Conversas com profissionais da área, quando o projeto começou a ser elaborado, mostraram um



desconhecimento e uma despreocupação no uso de imagens de crianças ao lado de uma visão simplista baseada no que se acha correto ou acertado conforme a lei. O que explicaria, de certa forma, a maneira como a criança vem sendo representada pela mídia brasileira.

REFERÊNCIAS

- ANDI et al. **Mídia e educação: perspectivas para a qualidade da informação**. Brasília: ANDI, MEC, IAS, UNCIEF, NEMAP, FUNDESCOLA, CONSED, 2000.
- ANDI. **Infância na Mídia**. Brasília: ANDI, Ano 7, n.º 14, julho, 2005.
- ANDI. **Direitos, infância e agenda pública: uma análise comparativa da cobertura jornalística latinoamericana**. Brasília: ANDI, 2007.
- AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Campinas: Papyrus, 1993.
- BAITELLO JUNIOR, Norval. **A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura**. São Paulo: Hacker, 2005.
- BETH, Hanno e PROSS, Harry. **Introducción a la ciência de la comunicación**. Barcelona: Anthropos, 1987.
- BUCHT, Catharina; VON FEILITZEN, Cecília. **Perspectivas sobre a criança e a mídia**. Brasília: UNESCO, 2002.
- BYSTRINA, Ivan. **Tópicos da Semiótica da Cultura**. (Pré Print). São Paulo: CISC-PUC São Paulo, 1995.
- CARLSSON, Ulla e FEILITZEN, Cecília von (Org). **A criança e a mídia: imagem, educação, participação**. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- FERREIRA, Mayra Fernanda. **Infância e Mídia: reflexões sobre produtos culturais para crianças**. In: Revista Contrapontos, n.º 2, set/dez, Itajaí, p. 645-656, 2007.
- PROSS, Harry. **Estructura simbólica del Poder**. Barcelona: G. Gili, 1980.
- PROSS, Harry. **La violencia de los símbolos sociales**. Barcelona: Anthropos, 1989.
- SAMPAIO, Inês. **Imagens da primeira infância na mídia**. IN: Simpósio Nacional “A Primeira Infância na Construção da Cultura de Paz”, I, 2004, São Paulo, Anais... Ceará: UFC, 1-10.
- SAMPAIO, I. S. V. **Televisão, publicidade e infância**. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2004.