



## **Revista Para Crianças: Como a Informação Está Chegando Até Elas<sup>1</sup>**

Luciane Nadolny LOPES<sup>2</sup>  
Sílvia Letícia SERPE<sup>3</sup>  
Elza Aparecida de Oliveira FILHA<sup>4</sup>  
Universidade Positivo, Curitiba, PR

### **RESUMO**

Este artigo é uma análise da abordagem de informação das revistas infantis e a relação da informação com a educação e o entretenimento. Tem como principal objetivo estudar o tipo de conteúdo que as crianças estão adquirindo com a leitura de revistas, e tenta discutir mecanismos que possibilitem inserir jornalismo para o segmento infantil. A análise constata que o tratamento dado à informação em revistas infantis, no geral, é limitado e mal elaborado. A pesquisa foi baseada em exemplares das publicações *Recreio*, *Nosso Amiguinho* e *Atrevidinha*.

**PALAVRAS-CHAVE:** criança; informação; revista; educação.

### **INTRODUÇÃO**

A infância é um momento de aprendizado e formação do caráter, por isso deve-se ter atenção e cuidados ao falar de, e para, crianças. Foi essa questão que motivou o estudo da abordagem jornalística na mídia em geral, com foco direcionado mais especificadamente para as revistas infantis. O objetivo proposto é analisar os conteúdos trabalhados em programas e revistas, e quais os interesses das crianças para com esses meios.

Entende-se que as revistas mirins podem ter um papel muito maior do que apenas oferecer atividades, brincadeiras e informações não essenciais para o desenvolvimento educacional de uma criança.

Os meios de comunicação em geral têm um grande “poder” de influência sob as pessoas, ainda mais se essas pessoas encontram-se em fase de desenvolvimento – principalmente o desenvolvimento mental. E como cada vez mais vem acontecendo a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UP-PR, email: [lunadlopes@hotmail.com](mailto:lunadlopes@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UP-PR, email: [silviaserpe@gmail.com](mailto:silviaserpe@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UP-PR, email: [elzaap@hotmail.com](mailto:elzaap@hotmail.com)



evolução destes meios, a tendência é uma comunicação mais segmentada, destinada a fatias mais exclusivas de público.

(...) Verifica-se a tendência de que, com o aumento quantitativo dos conteúdos da mídia, as preferências e os estilos de vida individuais, venham a se tornar cada vez mais importantes como fatores que influenciam as opções de mídia, ou seja, o uso da mídia vem se tornando mais individualizado (BUCHT E VON FEILITZEN, 2002, p.59).

Esta mesma ampliação da comunicação garante o aumento do acesso e permite uma ampliação do número de meios nos quais as crianças podem se informar. A televisão traz, na maioria das vezes, programas infantis que envolvem desenhos animados e brincadeiras. Alguns jornais impressos possuem cadernos que trazem diversão em forma de jogos e novidades que envolvem o entretenimento, como assuntos voltados para cinema, televisão e moda. A internet é instantânea para todas as idades, traz informações e notícias em tempo real, mas, ao mesmo tempo possui um lado preocupante: se não utilizada corretamente, pode ser perigosa. Já no rádio, poucos são os programas direcionados ao público infantil. E as revistas, em geral, envolvem entretenimento e informações superficiais que nem sempre acrescentam conteúdos suficientes para a formação de uma criança.

As crianças usam a mídia, entre outras razões, porque elas acham-na divertida, excitante e imaginativa, e porque passam por experiências de aprendizado. Sentem também que a mídia faz 'sentirem-se incluídas' em meio às pessoas e aos acontecimentos, o que algumas vezes leva à formação de amizade. Ao mesmo tempo, o uso da mídia muitas vezes é um acontecimento social real – a situação de recepção significa encontro e conversa com membros da família ou amigos (von Feilitzen, 1976; em BUCHT E VON FEILITZEN, 2002, p. 79).

Apesar da internet representar na atualidade uma ameaça efetiva aos outros meios, como jornais e revistas, a comunicação gráfica ainda seduz pela beleza de cores, estilos e agilidade. Além disso, os meios impressos estão se modernizando para tentar segurar – ou acompanhar - a explosão tecnológica. As crianças sentem-se atraídas, divertem-se com as novidades e com a interatividade que a internet proporciona, por isso a necessidade de adaptar as revistas a esse novo mundo.

Marília Scalzo, no livro *Jornalismo de Revista*, sustenta que desde meados do século XX existe uma busca de aperfeiçoamento dos meios impressos:

(...) Na década de 1960, essas revistas também se profissionalizaram e investiram em qualidade de texto, fotografia e recursos gráficos. Surgiram,



então, algumas experiências interessantes, sempre valorizando em suas pautas a arte, a literatura e a cultura (SCALZO, 2003, p. 47).

Ao tratar da informação contemporânea, a autora faz eco com muitos outros pensadores que defendem a permanência dos veículos impressos, cujo papel pode sofrer alterações, mas que não serão completamente anulados com o avanço da tecnologia - assim como em outros momentos de evolução tecnológica os meios anteriores sobreviveram.

## **2. A democracia da informação**

Vivemos na era da informação, da tecnologia, mas até que ponto essa nova era é democrática? A informação é essencial para a formação do indivíduo, da cultura e da educação, principalmente quando se fala em informar, educar e formar crianças, que estão em processo de desenvolvimento do caráter. Porém, o acesso à informação é limitado: em primeiro lugar existe um custo, geralmente elevado, para adquirir produtos midiáticos; e em segundo nem sempre todos têm o conhecimento de determinados produtos oferecidos no mercado de comunicação.

Uma das maiores dificuldades é o acesso que as crianças têm às revistas infantis. Entre as publicações analisadas, todas podem ser compradas avulsas ou oferecem a opção de assinatura. Nenhuma tem distribuição gratuita, ao contrário, possuem um preço elevado, não sendo acessível para todos que queiram comprar. As três revistas têm páginas *on line*, mas sabe-se que isso encerra outra dificuldade, pois um expressivo contingente da população brasileira ainda não tem de acesso à internet.

Um levantamento feito pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) no ano de 2009, divulgado no site do governo federal, aponta que em 20,3 milhões das casas pesquisadas no Brasil - cerca de 35%- possuíam microcomputador. E, deste número, apenas 16 milhões – cerca de 28% - tinham acesso à internet.

Desta forma, fica difícil que todas as crianças tenham a mesma oportunidade de informar-se com assuntos e leituras que interessam. “Os direitos das crianças relativos à mídia só poderão se materializar depois de ter sido atendida a condição básica de todas as crianças terem acesso à mídia” (Bucht e von Feilitzen, 2002, p. 47). Se por muitas vezes a criança não consegue acesso para sua leitura, procura de alguma forma informar-se e, em um primeiro momento, naturalmente se apegua ao que lhe trará prazer e também algo que faça com que se sinta incluída no meio informativo.



Isso se aplica tanto à programação infantil, quanto à de adultos. Por exemplo, as crianças muitas vezes ficam fascinadas pelas novelas e por programas de ação, porque elas os vêem como emocionantes e sentem que esses programas as ensinam a perceber e compreender os problemas morais e sociais do mundo adulto (BUCHT; VON FEILITZEN, 2002, p.79).

As crianças têm por direito poder informar-se. Na Convenção dos Direitos da Criança, em 1989, foram adotadas pela Assembleia Geral das Nações Unidas diretrizes que favorecem as crianças na questão da recepção de informação. No artigo 13, parágrafo 1, fica certo que a criança terá direito à liberdade de expressão, independentemente se for buscar ou repassar informações, ficando a critério da criança a maneira que irá divulgá-la: se de forma oral, escrita, impressa, ou por meio de artes.

No artigo 17 fica claro que os Estados reconhecem a importância da informação para o desenvolvimento infantil, e, por isso, serão incentivados a divulgar materiais informativos que beneficiem educacionalmente as crianças (Bucht, Von Feilitzen, 2002, p. 13 e 14).

Entretanto, o que preocupa é a maneira como essas informações estão chegando para as crianças. A abordagem de revistas que tem como público alvo as crianças está cada vez mais distante da função de informar. Ao invés disso, usam o entretenimento como forma quase única de preencher seu espaço editorial. Brincadeiras e testes são os dois itens mais comuns nas revistas infantis, ignorando o fator educacional.

### **3. Educação e Mídia**

Atualmente existem no Brasil 16,7 milhões de estudantes matriculados no Ensino Fundamental da rede pública, e 7,5 milhões na rede privada segundo dados do Ministério da Educação (MEC) - Censo Escolar 2010. Em Curitiba, de acordo com a Secretaria Municipal de Educação, funcionam 179 escolas municipais, sendo 176 regulares e três especiais, nos quais foram matriculados 68.870 alunos em 2010. Já no site do MEC, os dados do último Censo Escolar apontam 96.320 alunos no mesmo período e nas escolas particulares curitibanas estão matriculados 27.689 nos primeiros anos do Ensino Fundamental e 23.188 nos anos finais.

Educar, palavra que deriva do latim “educare” com o significado de ‘conduzir para fora’. O processo de educação implica em transmitir conhecimentos, instruir um indivíduo para que este possa compreender o mundo que está ao seu redor e enfrentá-lo sem maiores problemas. Esse processo é longo e variadas são as definições feitas através de estudos.



Um exemplo de conceito de educação é o pensamento do sociólogo Émile Durkheim (1858-1917). Durkheim acreditava que a educação é dada por gerações. A geração adulta repassa seus ensinamentos e crenças para os mais jovens, e assim sucessivamente. Dessa maneira, a educação é uma preparação para as crianças usarem futuramente em suas vidas.

Outro exemplo é o filósofo italiano Antonio Gramsci (1891-1937). Gramsci, diferentemente de Durkheim, acreditava que a educação era aprendida na escola. Criar opiniões, formas de pensar e agir não era o papel dos pais.

Nos dias atuais, pode-se englobar esses dois pensamentos: parte da educação vem dos familiares, que interferem na conduta e hábitos das crianças; outra parte é dada nas escolas, que se preocupam em oferecer uma educação mais embasada e com aprofundamentos, gerando um conhecimento maior do que apenas a forma de se comportar, possibilitando desta maneira que as crianças possam encontrar e entender respostas para suas dúvidas.

Porém, além dos ensinamentos pessoais e escolares, as crianças atualmente estão contando com um instrumento ainda maior para seus conhecimentos: os meios de comunicação. Estes basicamente não precisam de professores e nem de pais para o que querem transmitir, mas se o que querem transmitir tem como plano principal educar e repassar conteúdos válidos de informação, podem unir-se e ajudar no desenvolvimento da criança.

Nestas circunstâncias, as linguagens de mídia podem ser um poderoso aliado de professores, ao introduzir noções, conceitos, teorias e conhecimentos concretos ou abstratos, que fazem parte dos currículos escolares, integrantes dos projetos político-pedagógicos das escolas brasileiras (ASSIS, 2009, p. 124).

O maior problema é que muito se fala em dar uma boa educação para as crianças por elas serem o futuro da humanidade, mas quando se deve colocar isso em prática, as crianças não acham seus respectivos lugares. São poucos os meios que abrem as portas para o público infantil oferecendo um espaço e utilizando uma linguagem adequada e, ao mesmo tempo, levando informações e conhecimentos necessários.

A integração das linguagens das mídias às práticas pedagógicas nas instituições educacionais pode potencializar-se e democratizar, em proporções exponenciais, a constituição de conhecimentos e valores, como jamais foi experimentado pela humanidade. Além disso, pode contribuir para que crianças, adolescentes e jovens, desde cedo, aprendam a trabalhar em colaboração, aperfeiçoando-se nas práticas de pesquisa para aprofundar e



ampliar os conhecimentos e valores indispensáveis à vida cidadã (ASSIS, 2009, p. 119, 120).

A questão da educação deve ser um dos principais pontos de discussão, visto que ela promove senso crítico e conscientização social, como cita Paulo Freire em *A importância do ato de ler*: “(...) E, já que a educação modela as almas e recria os corações, ela é a alavanca das mudanças sociais” (FREIRE, 2003, p. 28).

Apesar da educação ser um dos principais focos dos governos e dos debates sociais, há poucos anos não existia um conceito fundamentado para a atividade educacional.

A própria expressão educação infantil foi adotada recentemente em nosso país, consagrada nas disposições expressas na Constituição de 1988, assim como na Lei das Diretrizes e Bases da Educação Nacional, de 1996, para caracterizar as instituições educacionais pré-escolares, abrangendo o atendimento dos zero aos seis anos de idade (KULMANN JR, 2007, p. 07).

Porém, a educação não é o único agente mobilizador da sociedade, mas para que ela seja completa é preciso um ambiente propício, que dê acesso à cultura e informação necessárias para a construção do conhecimento. “A educação não seria apenas uma peça do cenário, subordinada a uma determinada contextualização política ou sócio-econômica, mas o elemento constitutivo da história da produção e reprodução da vida social” (KULMANN JR, 2007, p.15).

#### **4. Entreter X Informar**

Sabemos que o papel do jornalista é informar, mas em revistas infantis a informação quase sempre é deixada em segundo plano. Isso é perceptível na análise detalhada a seguir e que envolveu três revistas infantis brasileiras, entre as mais conhecidas do mercado editorial nacional: *Atrevidinha*, *Nosso Amiguinho* e *Recreio*.

**Atrevidinha:** Existente desde o ano de há seis anos e publicada mensalmente pela Editora Escala, essa é uma revista feita basicamente para meninas. O conteúdo consiste em quadrinhos, testes diversificados, muita informação sobre moda, jogos, horóscopo, ídolos, beleza e vaidade. Possui uma página na internet com edições antigas que podem ser acessadas sem restrições. A linguagem utilizada é apropriada para idade. Escrita de uma maneira mais coloquial encaixa-se com a proposta de atingir meninas que já estão caminhando para a fase pré-adolescente. O custo é de R\$ 4,90 por revista.



**Nosso Amiguinho:** A publicação tem como slogan “A revista que ensina brincando”. Tem o suplemento *Nosso Amiguinho Júnior*, que abrange crianças entre três e seis anos. A *Nosso Amiguinho* possui curiosidades, jogos e passatempos, sendo que a metade do material publicado, aproximadamente, é educativa e de memória. A revista publica textos sobre educação ambiental e histórias educativas, além de ensinamentos bíblicos não aprofundados. Ainda ensina algumas línguas, como inglês, espanhol e o próprio português, matemática, história e geografia e existem seções de cultura e informática. A revista possui um portal na internet, onde a criança pode ler pequenos textos e participar de alguns jogos, e um local de acesso apenas para assinantes. Sua tiragem mensal é de responsabilidade da editora, custando R\$ 9,90 por cada produto.

**Recreio:** Feita para crianças entre 6 e 11 anos, a revista *Recreio* apresenta um conteúdo mais versátil, com entretenimento e matérias que envolvem o mundo científico. Jogos, pesquisas, brincadeiras e informações podem, além de ser encontrados na revista, ser acessados *on-line* na página oficial na internet. Como o próprio nome diz, a *Recreio* tem um lado descontraído ao mesmo tempo em que está informando seus pequenos leitores. Escrita de uma maneira adequada facilita a interpretação de todas as informações colocadas. *Recreio* tem uma tiragem semanal, é publicada pela Editora Abril desde o ano 2000 e cada revista custa R\$ 9,95.

As avaliações feitas em edições das revistas durante três meses no segundo semestre de 2010, demonstraram que as páginas de entretenimento estão mais presentes nas publicações infantis e a informação jornalística é praticamente substituída por curiosidades e páginas educativas. Sem deixar de valorizar a educação através da mídia, pode-se evidenciar que a notícia como fato não é relevante. Cabe aqui citar que a informação chega para as crianças de outras maneiras que não através das revistas, como a televisão e até mesmo através dos pais e professores.

A mídia de uma maneira geral é de grande interesse por parte das crianças, por isso a necessidade de encontrar mecanismos para que as revistas chamem mais a atenção do segmento infantil, tratando este público com respeito. As crianças têm poder de escolha e são altamente seletivas. O que se precisa é saber falar para as crianças sem infantilizá-las, assim como várias publicações falam para o público jovem e adulto.

O impacto de imagens e sons, quando atraentes e bem humorados, capturam a imaginação, a fantasia e a razão de crianças, adolescentes, jovens e adultos, com maior ou menor intensidade, dependendo da habilidade da narrativa que interpretam. Embora esta seja uma longa discussão, é possível afirmar que as



crianças só aprendem a ler e interpretar textos escritos de maneira competente quando as narrativas são significativas e familiares (ASSIS, 2009, p. 126).

Pelo ponto de vista do marketing as crianças têm um grande poder de decisão, por isso são consideradas consumidoras de informação. Segundo Taís Helena Furtado, (2010, p.3) a mídia auxilia um processo de direcionamento dos novos grupos consumidores que vão se formando ao longo da história. Ela alega que existem as segmentações, como o público jovem, mulheres, crianças, etc. E ainda segmentações dentro destas segmentações. Um exemplo que Furtado dá é que as mulheres de 40 anos não leem as mesmas revistas que as de 15. As crianças se encaixam no consumo, mas a diferença de se fazer algo para as crianças é que elas estão em processo de formação e constituem um grupo de grande interesse, pois têm poder de alta influência no consumo de seus pais, afirma Furtado.

A mídia contribui na construção da realidade. Muitos adultos passam a acreditar no que a mídia fala, ou então criam a sua realidade através daquilo que foi veiculado. Com as crianças não é diferente. O que sai na mídia pode influenciar no comportamento de cada ser humano, independentemente da sua idade; cada um traduz a sua verdade de acordo com o que é veiculado, também com a sua vivência e a interpretação da mensagem.

(...) a mídia (...) é um conjunto de linguagens audiovisuais, impressas ou digitais hospedadas em suportes tecnológicos capazes de constituir conhecimentos e valores, em constantes interações e trocas de sentidos e significados, entre produtores e ouvintes, espectadores e internautas (ASSIS, 2009, p. 125).

A maior parte dos programas de tevê, rádio, suplementos impressos e revistas infantis traz um conteúdo informativo superficial, optando, por conteúdos de entretenimento. Porém, as crianças se interessam por programas voltados ao público adulto e, segundo Bucht e Feilitzen (2002 pg. 65), esse interesse é mais genuíno em crianças de sete a nove anos, que começam a ficar cada vez mais curiosas em relação ao mundo adulto. Essa é a causa da necessidade de conteúdos mais “adultos” em programas infantis, temas que estão nos noticiários, nas ficções, nas revistas e jornais de adultos que interessam às crianças, mas abordados de uma maneira mais leve e com linguagem adequada para elas.



## 5. Relação das crianças com revistas infantis

O questionário apresentado a seguir mostra o interesse das crianças em revistas e as preferências que elas têm. Trata-se de uma pesquisa quantitativa, que foi realizada em quatro escolas de Curitiba, sendo duas públicas e duas particulares. O levantamento revela também como as crianças de sete a nove anos entram em contato com os fatos que acontecem no mundo e com que frequência essas crianças costumam ler. Participaram da pesquisa 96 crianças, sendo 58 estudantes da rede pública e 33 alunos de escolas particulares. As escolas foram selecionadas aleatoriamente e estão localizadas em diferentes bairros da capital paranaense, são elas: Escola Municipal Professor Ricardo Krüger, Escola Municipal Santa Águeda, Colégio Adventista Boa Vista e Escola Madre Anatólia.

### Questão 1) O que você costuma ler?

	%
Jornais	2,08%
Revistas	16,6%
Quadrinhos	58,3%
Internet	46,8%

A respeito do que as crianças costumam ler, pode-se perceber que o interesse por jornais é pequeno e os quadrinhos e a internet são os que mais chamam atenção. Os alunos que participaram da pesquisa puderam marcar mais de uma alternativa nessa questão. Mesmo com o crescimento da internet, o interesse pelos quadrinhos continua elevado. Já o interesse pelos impressos menor, mas há uma pequena parcela que se interessa pelos jornais e revistas.

### Questão 2) Você conhece revistas infantis? Quais?

	%
Recreio	66,6%
Nosso Amiguinho	23,9%
Vila Sésamo	15,6%
Mundo Estranho	6,2%
Atrevidinha	16,6%
Nenhuma	4,1%
Outra	9,3%



Nessa questão os alunos marcaram todas as revistas que conheciam. A revista *Recreio* tem uma vantagem muito grande em relação às outras, pois é conhecida por mais de 60% do público. A *Mundo Estranho* tem a menor porcentagem de conhecimento entre os estudantes pesquisados, porém não é uma revista específica para crianças. Já a *Atrevidinha*, por ser uma revista voltada para meninas, tem uma porcentagem significativa de conhecimento e aceitação. *Nosso Amiguinho* é a que tem o custo mais elevado, em questão de conteúdo se assemelha com a *Recreio*, mas o acesso é prejudicado pelo preço mais alto.

### Questão 3) O que você mais gosta nas revistas?

	%
Quadrinhos	37,5%
Páginas de entretenimento	10,4%
Piadas	62,5%
Curiosidades	28,1%
Informações sobre que acontece no mundo	23,9%
Outro	9,3%

As crianças, que podiam também apontar mais de uma alternativa nesta questão, mostraram um grande interesse pelas piadas e pelos quadrinhos; já as páginas de entretenimento, que contém passatempos e jogos mostraram um número relativamente baixo comparado aos quadrinhos. Foi percebido que as páginas com informações chamam mais atenção que as de entretenimento e estão um pouco abaixo das curiosidades, o que evidencia que os alunos se interessam por fatos jornalísticos.

### 4) Com que frequência você costuma ler revistas?

	%
Todos os dias	15,6%
Uma vez por semana	14,5%
Uma vez a cada quinze dias	3,1%
Uma vez por mês	3,1%
De vez em quando	59,3%



Nessa questão percebe-se que o índice de leitura de revistas é baixo, evidencia que as crianças que têm o hábito da leitura diária é inferior que aquelas que leem de vez em quando. Apenas uma alternativa foi marcada nessa questão.

### 5) Como você fica sabendo das coisas que acontecem no mundo?

	%
Tv	69,7%
Rádio	22,9%
Revistas	25%
Internet	52,08%
Jornais impressos	23,9%
Escola	23,9%
Pais e amigos	23,9%

Nessa questão as crianças puderam marcar mais de uma alternativa, e as respostas evidenciam que a televisão tem uma força muito grande perante o público infantil. Em seguida a internet, que está ganhando cada vez mais espaço nesse meio, porém a televisão continua sendo mais acessível. Os jornais impressos, mais uma vez, são os menos conhecidos e menos lidos pelos alunos, se comparados a outro meio impresso, a revista, têm porcentagem muito inferior. Percebe-se, além disso, que os pais e a escola têm um grande papel no acesso da criança à informação.

### 6) Se você pudesse melhorar as revistas, o que colocaria?

- Meio Ambiente – 6,2%
- Esportes – 8,3%
- Música – 5,2%
- Histórias – 4,1%
- Notícias – 8,3%
- Entretenimento – 12,5%
- Piadas – 17,7%
- Games – 3,1%
- Quadrinhos – 7,2%
- Assuntos relacionados à televisão – 4,1%
- Outros – 10,4%
- Não mudaria nada – 12,5%

Constatou-se que os assuntos que mais interessam às crianças são os que contêm humor e entretenimento. As questões de meio ambiente as e notícias geram interesse numa parcela menor, porém o número é significativo comparado aos games e assuntos



relacionados. Na alternativa “outros” foram agrupadas as respostas colocadas por apenas uma criança que não teriam porcentagem significativa. Importante salientar que a porcentagem daqueles que não mudariam nada é considerável comparado às outras opções. Nesta pergunta, as questões eram abertas e as crianças tinham a opção de dar mais de uma sugestão.

## 6. Conclusão

Existe um conjunto de publicações para o público infantil no mercado editorial brasileiro que dá ênfase para o entretenimento, mas esse jornalismo passa longe de ser educacional. Desta maneira, as crianças acabam sendo prejudicadas, além de que as empresas que trabalham com esse público estão perdendo a oportunidade de criar e ajudar um futuro de maior conhecimento.

O público infantil está aberto a uma revista que envolvesse o seu mundo, o que gosta e também o que diverte, juntamente com informações de caráter atual. Se esta revista fosse trabalhada de uma forma diferente e ao mesmo tempo inovadora, dando ênfase ao verdadeiro papel do jornalismo informativo e educacional, as notícias chegariam de uma forma mais leve, capaz de fazer com que as crianças criassem, acima de tudo, um senso crítico, preparando-as para o futuro e fazendo, assim, diferença na sociedade.

Nesse trabalho entendemos que o papel do jornalista está acima de informar puramente, o jornalista se envolve com a vida de cada leitor, forma opinião e constrói a realidade. Muitas vezes parece mais fácil escrever para crianças, por ser uma linguagem mais simples e enxuta, porém o texto feito para esse público deve ser ainda mais trabalhado e sempre com muita cautela. As crianças têm os mesmos direitos que os adultos e por isso devem ser respeitadas enquanto leitores e seres sociais ativos.

## REFERÊNCIAS

ASSIS, Regina de. Mídia e educação. In: INSTITUTO ALANA. **Infância e Consumo: estudos no campo da comunicação**. Brasília: Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI), 2009.

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

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**. São Paulo: 2003.



FURTADO, Thaís Helena. **Jornalismo Infantil: um exemplo de não objetividade.** 8º Congresso LUSOCON. Disponível em: <<http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/lusocom/8lusocom09/paper/view/48/26>> Acesso dia: 10 de ago de 2010

GOVERNO FEDERAL. **Acesso à internet no Brasil cresceu 112% em quatro anos, segundo IBGE.** Disponível em: <<http://www.inclusaodigital.gov.br/noticia/acesso-a-internet-no-brasil-cresceu-112-em-quatro-anos-segundo-ibge>> . Acesso em: 11 set de 2010.

KULMANN, Moysés Jr. **A infância e educação infantil – uma abordagem histórica.** Porto Alegre: 2007.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** São Paulo: Contexto, 2003. (Coleção comunicação)

SHVOONG. **Antonio Gramsci e a Escola Unitária.** Disponível em: <<http://pt.shvoong.com/social-sciences/education/494852-antonio-gramsci-escola-unit%C3%A1ria/>>. Acesso em: 11 set de 2010.

SOCIOLOGIA DA EDUCAÇÃO. **Émile Durkheim.** Disponível em: <<http://sociedadeeducacao.blogspot.com/2007/09/mile-durkheim-1858-1917.html>> Acesso em: 11 set de 2010.

UNICEF. **A convenção sobre os direitos da criança.** Disponível em: <[http://www.unicef.pt/docs/pdf\\_publicacoes/convencao\\_direitos\\_crianca2004.pdf](http://www.unicef.pt/docs/pdf_publicacoes/convencao_direitos_crianca2004.pdf)> Acesso em: 11 set de 2010