



## O jornalismo infantil na revista *Recreio*<sup>1</sup>

João Victor SALES<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

### Resumo

O conteúdo da revista brasileira *Recreio* aproxima-se da noção de jornalismo infantil e das distinções de gêneros e categorias textuais jornalísticas. Em diálogo com algumas crianças leitoras, por meio de entrevistas, ressaltamos os elementos de destaque nas falas delas a respeito das questões mais próximas ao jornalismo infantil a fim de identificar indícios da relação estabelecida entre elas e esse conteúdo.

**Palavras-chave:** jornalismo; infantil; crianças; *Recreio*.

### Introdução

O jornalismo infantil é um tema ainda pouco abordado nos estudos em Comunicação, e, por isso mesmo, são raras as discussões a respeito da própria possibilidade de existir uma informação conceitualmente jornalística destinada às crianças, assim como sobre as especificidades desse tipo de conteúdo midiático e as relações que pode estabelecer com o público leitor.

Essa temática é discutida no presente artigo, que nasceu a partir da produção de um trabalho de conclusão de curso sobre a revista *Recreio*, uma das publicações infantis de maior circulação no mercado editorial brasileiro. Inicialmente, a pesquisa buscou tratar de algumas questões que nos pareceram mais claras em torno da revista e que tocavam mais de perto estudos sobre o lúdico, a educação e o consumo, por exemplo. No entanto, um ponto que não havia sido contemplado com ênfase no planejamento inicial acabou-se sobressaindo durante a escuta dos leitores nas entrevistas: a questão da percepção da própria criança em relação ao jornalismo infantil, especialmente ao que se refere à distinção de gêneros e categorias textuais. E foi esse aspecto inusitado que suscitou a elaboração deste artigo.

O principal objetivo da pesquisa, portanto, é o de identificar, a partir das falas dos próprios leitores, indícios da forma como essas crianças se relacionam com o jornalismo infantil, ainda que, diferentemente dos adultos, possam não denominá-lo como tal. Isso será realizado primeiramente por meio de uma discussão teórica sobre

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 8º semestre do curso de Jornalismo da UFC, email: [jv.melo.sales@gmail.com](mailto:jv.melo.sales@gmail.com).



algumas questões conceituais desse tipo de jornalismo e, em seguida, da análise de trechos de entrevistas. Antes disso, apresentamos algumas características da publicação que tomamos como objeto a ser estudado.

## 1. **Recreio**

A revista *Recreio* é um produto midiático impresso brasileiro destinado às crianças que alcança uma tiragem considerável em meio a um contexto em que disputa a atenção do público principalmente com as mídias audiovisuais e digitais. De circulação semanal, ela chegou a vender, em média, quase 75 mil exemplares por edição em 2011, de acordo com a pesquisa Mídia Dados Brasil (GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO, 2012). A Abril (2011), responsável pela publicação, faz a estimativa de público em 980 mil leitores, situados na faixa etária entre 6 e 11 anos.

A história da *Recreio* é dividida em duas fases: a da primeira versão, que circulou de julho de 1969 a maio de 1982, e a da segunda versão, que circula desde abril do ano 2000 até hoje. O conteúdo da revista na primeira fase, em que ela já era um sucesso editorial, foi composto majoritariamente por passatempos e histórias literárias. Mas gêneros informativos, como reportagens, entrevistas e mesas-redondas, passaram a ser incluídos a partir de 1973. Ela deixou de circular principalmente em razão do contexto econômico do Brasil no início da década de 1980, quando a Abril teve algumas dificuldades estruturais (CORREIA, 2010).

Relançada em 2000 com uma nova proposta gráfica e editorial, a *Recreio* voltou a oferecer aos leitores gêneros informativos, passatempos, piadas e tirinhas. A equipe responsável pela revista é composta por jornalistas, por colaboradores de diversas áreas, como educação, saúde, psicologia e ciências naturais, e por profissionais de publicidade e *marketing* (RECREIO, 2010). A nova publicação está inserida no que Correia (2010) chama de *complexo Recreio*, que inclui a revista impressa, as coleções periódicas de brinquedos, que são distribuídos juntamente com a revista, pelos fascículos, que também a acompanham, pelos produtos avulsos com a marca *Recreio* (como livros de receitas, jogos e cadernos de atividades), pelo portal<sup>3</sup> e atualmente também pelas páginas nas redes sociais *Twitter* e *Facebook*.

O preço de capa é comum para todas as edições, incluindo os brindes que acompanham a revista: onze reais<sup>4</sup>. Algumas páginas são destinadas exclusivamente a

---

<sup>3</sup> O endereço atual do site é [www.recreio.com.br](http://www.recreio.com.br).

<sup>4</sup> Valor atualizado pela *Recreio* em fevereiro de 2013. Em 2011 e 2012, o preço de capa era de dez reais.



anúncios publicitários de produtos ou serviços para crianças. As sessões fixas são *Curiosidades*, com perguntas enviadas pelos leitores e respondidas por especialistas, *Piadas*, cujo conteúdo também é enviado por leitores, *Portal Recreio*, com chamadas para o conteúdo exclusivo do portal, *Mural*, composto principalmente por fotos e desenhos dos leitores, *Tirinhas*, com histórias em quadrinhos, e alguns passatempos, como *Cadê?*, *Enigma* e *O que é?*.

Outras seções não são fixas mas chegam a ser recorrentes em diversas edições. Nesses casos, elas eram antes denominadas pelo tema do conteúdo que traziam, como *Arte*, que ensina a fazer artesanato, *Receita*, *Teste*, com um questionário que revela alguma característica do leitor, *Decole na Escola*, que aborda temas tratados nos conteúdos escolares, e as seções que contêm reportagens temáticas, como *Música*, *Bichos*, *Cinema*, *Esporte*, *Games*, entre outras. Apesar de essas seções continuarem sendo recorrentes nas edições, elas não são mais apresentadas com um nome fixo, mas simplesmente com um título específico para cada texto.

Em geral, as reportagens utilizam textos curtos e distribuídos em blocos, linguagem simples e direta, muitas ilustrações e fotos, frases de efeito no título, infográficos e *boxes* para informações complementares. Normalmente ocupam duas páginas da revista, e as mais longas podem ocupar até quatro. Algumas seções contam ainda com indicações para conduzir o leitor a acessar conteúdo adicional no *site*.

## 2. Jornalismo infantil

Defendemos que a revista *Recreio* conta com um conteúdo informativo denominado por alguns autores pela controversa ideia de *jornalismo infantil*<sup>5</sup>. Com informações que são publicadas em meios de comunicação tradicionalmente jornalísticos e que acabam recebendo certo tratamento próprio a essa linguagem, a produção de algumas revistas e suplementos de jornais destinados às crianças pode ser assim classificada.

Essa possível categorização, no entanto, ainda é incerta para outros autores. Primeiramente porque o termo *infantil* é ambíguo, quando permite pensar a criança na posição de produtora – o que acontece pouco na fase atual da *Recreio* – ou simplesmente de consumidora da informação jornalística. Segundo porque é necessário analisar se a experiência da revista pode ser chamada de *jornalismo*.

---

<sup>5</sup> Não foi encontrada ainda uma definição precisa para que esse tipo de produção seja incluída em uma categoria jornalística, mas alguns estudos, citados nas referências deste trabalho, apontam nessa direção.



Em relação à ambiguidade do termo, alguns autores evitam a utilização da palavra *infantil* quando tratam de produtos midiáticos produzidos majoritariamente por adultos, como é o caso da *Recreio*. No Brasil, já existem algumas experiências de comunicação que colocam a criança na posição significativa de produtora de conteúdo, mas que são ainda pouco expressivas em termos de alcance de público. Ferreira (2007, p. 654) inclusive critica o que considera ser uma desvalorização das vozes das crianças na mídia especializada para elas:

Observando que os produtos midiáticos infantis são exemplos de produções de adultos para crianças, sem que haja a efetiva participação infantil neste processo, é válido destacar que, em muitos casos, há uma sub-representação do que as crianças são e do que gostariam de obter. [...] [Esse tipo de mídia] limita a visão infantil e restringe seu espaço de participação ao não reconhecer o potencial das crianças como produtoras culturais.

Apesar de reconhecer esse problema, Garzel (2009) ressalta que certa mediação por parte dos adultos é necessária, visto que existe um papel importante a ser cumprido por eles no auxílio do desenvolvimento intelectual e cognitivo das crianças.

Consideramos portanto a ambiguidade do termo a respeito da posição da criança enquanto produtora ou consumidora insuficiente para não utilizarmos o termo *infantil* quando nos referirmos a um produto midiático produzido por adultos para esse público. Ou seja, para nós, a *Recreio* apresenta sim um conteúdo infantil, pois, ainda que ele não seja produzido por crianças, elas compõem o principal público leitor e, além disso, os adultos responsáveis pela revista o fazem de uma forma direcionada ao que consideram serem as especificidades e necessidades desses leitores. E isso transparece sobretudo nas características do conteúdo, seja em relação à linguagem, às imagens e à abordagem, que o fazem ser diferenciado, pelo próprio público, de conteúdos considerados “adultos”.

Já para contribuir na discussão a respeito do caráter jornalístico que consideramos haver no conteúdo da *Recreio*, são verificados nele os pressupostos básicos do jornalismo definidos por Otto Groth (*apud* MELO, 1985): atualidade, difusão, periodicidade e universalidade. Além disso, propomo-nos a observar o conteúdo a partir da classificação básica dos gêneros textuais dentro de três categorias principais: informativa, opinativa e diversional.

Tratemos primeiro das questões de gênero. Apesar de não existir uma classificação rígida quanto às categorias e aos gêneros em virtude das múltiplas visões



sobre o assunto entre pesquisadores, consideramos a proposta de José Marques de Melo (1985, p. 32, grifo do autor):

Vimos que historicamente a diferenciação entre as categorias *jornalismo informativo* e *jornalismo opinativo* emerge da necessidade sociopolítica de distinguir os fatos (news/stories) das suas versões (comments), ou seja, delimitar os textos que continham opiniões explícitas.

No caso da *Recreio*, atualmente as seções não costumam apresentar opiniões explícitas. Ainda que elas apareçam, como por meio de adjetivos nas matérias, de dicas de alguns especialistas ou de correspondência dos leitores, o conteúdo, em sua estrutura, indica que o objetivo de informar ou de entreter se sobrepõem ao de opinar. A própria seção *Mural*, que publica correspondências dos leitores e cujo conteúdo pode ser considerado o de maior caráter opinativo na revista, é composta hoje mais por desenhos e fotos das crianças do que por sugestões ou comentários. Nesse caso, a imagem, de forte caráter informativo, tem um peso maior.

Em nenhuma das edições observadas ao longo do ano de 2012, foram encontrados, na seção *Mural*, textos de sugestões, críticas ou pedidos de crianças, ou nem mesmo indícios explícitos de que a *Recreio* tivesse levado em conta as opiniões dos leitores na produção de conteúdo informativo em geral. Esse recurso, no entanto, já foi utilizado anteriormente na publicação. Durante a primeira fase da revista, isso ocorreu nas seções fixas *Correio dos amigos de Recreio* e *Esta página é sua!* e também nas próprias reportagens. Já na segunda fase, em 2000, a *Recreio* lançou a seção *Correio*, que publicava também comentários dos leitores, além de imagens. Durante uma reforma gráfica em 2011, a seção passou a se chamar *Mural* e gradativamente foi deixando de publicar as opiniões das crianças.

Mas uma distinção essencial para nossa análise é entre conteúdos classificados como informativos e outros gêneros que “não pertencem ao universo propriamente jornalístico, se nos ativermos ao conceito de Groth/Clausse” por serem caracterizados como “‘unidades redacionais’ que pertencem ao âmbito do imaginário [...] e do entretenimento” (MELO, 1985, p. 34). As seções de piadas, passatempos e tirinhas, por exemplo, estão incluídas nos gêneros que pertencem mais ao universo lúdico que ao universo informativo, embora não deixem de ser importantes para a compreensão da relação dos leitores com a revista, como será observado durante a análise.



Os jogos e recursos que mobilizam são importantes para a leitura de textos verbais e podem ser desenvolvidos em atividades lúdicas agradáveis. Por esse caminho, muitas habilidades motoras também são mobilizadas. (ANDI; IAS, 2001, p. 39)

Para distinguir a categoria informativa das categorias opinativa e diversional, que foram discutidas acima, explicitemos primeiro o conceito de *informação* para Patrick Chareaudeau (2007, p. 33):

A informação é, numa definição empírica mínima, a transmissão de um saber, com a ajuda de determinada linguagem, por alguém que o possui a alguém que se presume não possui-lo.

Informação, no entanto, é entendida pelo próprio autor como um *discurso* antes de tudo. Discurso esse utilizado pela própria mídia para justificar sua razão de ser. Por isso, Chareaudeau (2007, p. 36) defende que

a informação não existe em si [...]. A informação é pura enunciação. Ela constrói saber e, como todo saber, depende ao mesmo tempo do campo de conhecimentos que o circunscreve, da situação de enunciação na qual se insere e do dispositivo no qual é posta em funcionamento.

Considerando a ideia de informação enquanto um discurso da mídia expresso também nos gêneros textuais e assimilado pelo público, buscamos identificar os pressupostos de Groth (atualidade, difusão, periodicidade e universalidade) na revista a fim de explicar a classificação do conteúdo informativo da *Recreio* como jornalismo. Cabe ressaltar, no entanto, que esses princípios estão presentes na revista e nos demais veículos de jornalismo infantil em um grau diferenciado dos produtos consumidos majoritariamente pelo público adulto.

Para tratar da *atualidade*, consideramos a ideia de que “o fio de ligação entre emissor e receptor é o conjunto dos fatos que estão acontecendo”, na perspectiva da temporalidade contextual da informação (MELO, 1995, p. 10). Esse pressuposto pode ser observado, por exemplo, em reportagens sobre datas comemorativas e estreias de filmes próximas à época de publicação da edição. No entanto, dos 4 pressupostos, *atualidade* é o que chega a aparecer em menor grau nos conteúdos de algumas seções. Ela costuma ser menos presente em algumas matérias sobre curiosidades científicas que não apresentam necessariamente um “gancho” factual. Ainda assim, a atualidade não deixa de estar presente pois ela decorre de uma necessidade social de conhecer o mundo



“para uma utilização prática na formação de uma opinião ou a decisão de uma ação adequada” (CLAUSSE *apud* MELO, 1995, p. 11).

Um segundo pressuposto, o da *difusão*, “corresponde à possibilidade tecnológica de transmissão dos acontecimentos, de modo a torná-los acessíveis à coletividade”. Está relacionado então com o da *universalidade*, visto que o jornalismo “não pode ser desvinculado do universo de expectativas da coletividade a que pretende atender/influenciar” (MELO, 1995, p. 10-11).

Por esse motivo, a revista tem o objetivo de abranger o máximo de leitores dentro do público-alvo a que se destina. Isso é realizado por meio de estratégias de escolhas textuais, por exemplo. Os textos procuram ser curtos e simples para evitar que crianças de diferentes faixas etárias tenham dificuldade na leitura. Além disso, a escolha dos assuntos abordados também é estratégica, por isso são priorizadas temáticas mais universais, como as curiosidades científicas. Dessa forma, crianças de diferentes realidades culturais étnicas, geográficas, sociais e religiosas podem identificar-se mais facilmente com o conteúdo.

Por fim, há o pressuposto da *periodicidade*, que, mais do que uma repetição, representa um “conceito de tempo” (GROTH *apud* MELO, 1995). Nesse sentido, a *Recreio* mantém uma relação temporal com o leitor ao estabelecer-se como uma publicação semanal que é distribuída aos assinantes, às bancas e aos demais pontos de venda a partir das quintas-feiras.

Além desses, alguns outros princípios específicos para a abordagem do conteúdo costumam ser elencados pela literatura que trata do jornalismo infantil. Destacamos aqui as características lúdicas. Apesar da diferenciação que fizemos entre gêneros informativos e diversionais, defendemos que o próprio jornalismo infantil requer, de forma mais clara, certo caráter lúdico em virtude do público a que se destina.

Esse aspecto é observado pela pesquisa da ANDI e do IAS (2001, p. 28) como uma premissa do jornalismo infantil: “O ideal é que o ‘brincar’ – primeiro direito da criança – seja valorizado como exercício lúdico”. E Cláudia Garzel (2009), em uma pesquisa sobre jornalismo, realizada com crianças de Florianópolis, destacou o interesse dos leitores por um jornal “mais leve” e “mais animado”.

Poderíamos perguntar-nos se a presença de características lúdicas iria de encontro ao caráter propriamente jornalístico do conteúdo. Levemos então em conta a consideração de Patrick Charaudeau (2007). Sem tratar especificamente do jornalismo infantil, o autor, ao considerar a lógica de mercado que orienta a mídia para a conquista



do maior número de consumidores, ressalta que é preciso trabalhar a forma da informação para torná-la atrativa ao público. Por isso, defendemos que o entretenimento é um princípio necessário para instigar o interesse das crianças para o conteúdo.

O jornalismo infantil aproxima-se então de um conceito da autora Fábila Angélica Dejavite (2008). Para ela, informação e entretenimento dividem espaço no jornalismo da atualidade, dando forma a um novo fazer jornalístico: o do *infotainment*.

Tradicionalmente, sempre coube ao jornalismo o papel de informar e formar a opinião pública sobre o que acontece no mundo real, com base na verdade, nas coisas que acontecem no cotidiano das pessoas. Já o entretenimento destinou-se a explorar a ficção, chamar a atenção e divertir as pessoas. [...] No jornalismo de *infotainment* uma mesma matéria pode muito bem informar, entretendo ou, então, entreter por meio da informação. (DEJAVITE, 2008, p. 41)

Márcia Amaral (2008) contrapõe, em partes, a tais ideias ao considerar que, apesar de o entretenimento poder informar, essa não é a sua função, como divertir não é a função própria do jornalismo. Para ela, o deslocamento deste em direção àquele aconteceria sem o objetivo de ampliar o conhecimento do leitor, principalmente no jornalismo segmentado.

Para fins analíticos, optamos pela distinção entre os gêneros informativos e diversionais, que se apresentam a nós em uma clara diferenciação observada nas próprias seções da revista *Recreio*. Porém a discussão acima a respeito de informação e entretenimento é importante na medida em que os produtos midiáticos infantis, para atrair a atenção das crianças e contribuir para seu desenvolvimento, lançam mão de aspectos lúdicos em seus conteúdos.

### **3. Estratégias metodológicas**

Pode-se dizer que a *Recreio* destina mais explicitamente seu apelo de consumo a dois públicos principais: o público leitor (as crianças) e o público pagante (os adultos responsáveis). Um primeiro recorte na metodologia desta pesquisa é a escolha por ouvir o público leitor:

[...] O resgate do diálogo entre crianças e adultos, mais do que um princípio metodológico, consiste em um princípio educativo, de modo que o adulto possa compreender a criança, deixando-se surpreender pela singularidade, e a criança possa ver no adulto outras formas de perceber e lidar com a vida contemporânea. (DUARTE; SALGADO; SOUZA *apud* FANTIN, 2009)



Ao todo, foram ouvidas 12 crianças, com idades entre 8 e 11 anos, estudantes de uma escola particular localizada em um bairro nobre de Fortaleza, que atende sobretudo a um público de classe média alta. Procuramos crianças que já fossem leitoras, visto que elas já teriam desenvolvido um vínculo com a revista, e assim seria possível explicitá-lo melhor em suas falas. Era necessário que todas tivessem o hábito de ler a publicação ao menos uma vez por mês.

Dos 12 leitores identificados e autorizados pelos pais a conceder as entrevistas, 4 eram do 3º ano (Melissa, Gabriel, Diego e Breno), 2 do 4º ano (Iana e Sara) e 6 do 5º ano (Felipe, Iago, Marcelo, Antonio e Vicente)<sup>6</sup>. Os encontros foram realizados em novembro de 2012, em salas de aula dessa escola, na presença do pesquisador e dos entrevistados. As entrevistas foram autorizadas pelos próprios participantes e pelos adultos responsáveis.

Apesar de não serem utilizadas técnicas específicas de análise para o conteúdo da revista, a pesquisa não prescindiu da observação desse conteúdo. De dezembro de 2011 a fevereiro de 2013, foi feita uma *observação assistemática* do complexo Recreio. Essa técnica de coleta de dados consistiu no recolhimento e no registro dos fatos sem a utilização de métodos especiais, ou seja, sem planejamento ou controle (BONI; QUARESMA, 2005).

Por conta de os principais dados coletados e analisados serem potencialmente subjetivos, a pesquisa enquadra-se em uma categoria qualitativa. O método escolhido para colher os dados junto às crianças foi o da entrevista, do tipo semi-estruturada. No entanto, para proporcionar uma interação mais espontânea com elas, a utilização do roteiro foi flexibilizada. Vale lembrar, que, como foi dito na Introdução, a pesquisa inicialmente não foi pensada com o foco nas questões de gêneros textuais. Por isso, o roteiro não as contemplava com profundidade. No entanto, pela relevância dessa abordagem que inusitadamente se sobressaiu, apresentamos nossa análise como forma de despertar a discussão sobre o tema.

Das 12 crianças, metade participou inicialmente de entrevistas individuais e, depois de realizada uma avaliação prévia dos resultados, foi feita a mudança de estratégia para a utilização de grupos focais, e também foram realizadas algumas adaptações no roteiro. A outra metade participou de 2 grupos focais, com 3 crianças em

---

<sup>6</sup> Optamos por não divulgar os nomes verdadeiros dos entrevistados. Eles foram modificados por outros nomes com a mesma inicial, para ser possível identificar o sexo do entrevistado em questão. Mas, durante a análise das entrevistas, citamos a idade real das crianças.



cada encontro. Vale destacar que a utilização dos grupos focais não invalidou os resultados das entrevistas individuais, cujo conteúdo também será analisado.

#### 4. Diálogos com os leitores

Uma dificuldade que se impôs inicialmente diante das falas das crianças foi o fato de que a maioria delas, especialmente as mais novas, não conseguiam apresentar uma noção muito clara da distinção de gêneros textuais. Foi essa realidade que nos instigou a uma primeira discussão a respeito dos gêneros jornalísticos.

A dificuldade nessa distinção pelas crianças aparece de diversas formas. Uma delas é na denominação desses gêneros. Ainda que não existisse um nome explícito para algumas seções, encontramos nelas algumas características próprias e as identificamos como tirinhas, passatempos, testes, atividades, reportagens, entre outras denominações. Para as crianças, no entanto, nem sempre essa distinção nominal fica tão clara, como neste caso: “Eu gosto daqueles negócios que têm umas perguntas aqui, aí você marca assim”, disse Gabriel (8 anos), que não conseguia lembrar o nome da seção de testes.

Mas um dos fatos mais marcantes, que se repetiu com diversas crianças e nos surpreendeu, foi a incerteza delas em distinguir as seções e os conteúdos *informativos* dos *diversionais*, categorias que classificamos a partir da proposta de José Marques de Melo (1985).

Vejamos alguns exemplos: quando perguntado, em outras palavras, se gostava de ler os gêneros informativos, como as reportagens, Diego (8 anos) disse: “Eu leio, porque também é *jogo*, ajuda muito nos *jogos*. Às vezes, ajudam muito”<sup>7</sup>.

Em outro momento, durante um dos grupos focais, ao ser perguntado sobre os passatempos preferidos, Antonio (11 anos) refere-se a gêneros mais informativos, como da seção *Curiosidades*, mesmo que Marcelo (10 anos), logo antes, tenha se referido ao *Cadê?*, que é um dos passatempos:

- Vocês completam os *passatempos* da revista?

Marcelo (10 anos): Sim

- Quais são os que vocês mais gostam?

Marcelo (10 anos): Eu gosto do *Cadê?*.

Antonio (11 anos): Eu gosto das *Curiosidades*. Às vezes, tem *entrevistas* com gente legal, *novidades* e...

<sup>7</sup> Durante a pergunta, chegamos a mostrar exemplos de gêneros informativos. Mesmo assim, a criança se referiu a eles como *jogos*.



Outro momento relevante era quando eram perguntados sobre quais assuntos tratados nos textos eles mais gostavam. Enquanto alguns citavam temas, como ciência, *games*, cinema, outros os confundiam com os próprios gêneros textuais. No caso abaixo, a criança citou as tirinhas, enquadradas aqui como gênero, como um “assunto”:

- Quais os assuntos que vocês gostam de ler? Sobre o quê, por exemplo?

Vicente (11 anos): Curiosidades, animais.

Mário (10 anos): Das *tirinhas*.

Ressaltamos ainda a importância conferida pelos leitores entrevistados aos gêneros diversionais. Alguns inclusive demonstraram valorizar mais os passatempos do que as seções mais informativas, por exemplo. Um caso curioso foi o do garoto abaixo, que tentava identificar se já havia lido a edição que estava manuseando no momento. Para isso, procurou o passatempo *Cadê?*, pois assim se lembraria se havia lido ou não:

- Quais destas [revistas] aqui vocês já leram?

Vicente (11 anos): Acho que só direito esta daqui. *Pera* aí... (Folheando a revista) *Cadê* o *Cadê?* (Encontra o passatempo) É, foi este! É, eu já li este, do Mário [Bros].

Essa mesma criança e também outras, ao falarem que já haviam acessado o portal da *Recreio* na Internet, que conta com uma presença significativa de conteúdos informativos, revelaram que acessaram o *site* principalmente à procura de jogos e passatempos.

Apesar de não termos englobado a categoria diversional nos gêneros de jornalismo infantil, aquela se revelou um ponto importante para a compreensão deste. Tanto porque, para muitas crianças, é difícil distingui-los, como porque a noção de divertimento parece ter maior relevância para elas do que a de informação.

Esses e outros fatos nos levaram a refletir a respeito da relação estabelecida pela criança com o jornalismo infantil e, mais ainda, com o produto cultural. Quando se faz uma análise teórica a respeito dessa categoria jornalística, muito do que aparece é a visão adulta a respeito do objeto. No entanto, a “desconstrução” de gêneros inconscientemente proposta pelas crianças mostra-nos que, nem sempre, elas encaram o conteúdo da *Recreio* da mesma forma que nós. Se, para os adultos, pode fazer sentido a classificação de jornalismo infantil, para a criança talvez não faça. Logo concluímos que, para o leitor infantil, talvez pouco importe a denominação e a distinção de gêneros.



Para efeito de análise, havíamos proposto uma distinção no conteúdo da revista entre as categorias diversional e informativa. Cabe lembrar que o próprio conceito de informação, segundo Charaudeau (2007), consiste basicamente em um discurso com que a mídia – mais especificamente, o jornalismo – justifica sua razão de ser. No caso da relação dos leitores com a *Recreio*, apesar de esse discurso ainda estar presente em partes, percebe-se que as crianças tendem a encará-la como um meio não apenas de informar-se, mas principalmente de proporcionar-lhes uma experiência lúdica. Por isso que até mesmo os gêneros que classificamos como informativos tendem a ser considerados como diversionais. Ambos integram uma instância mais abrangente, a da cultura lúdica infantil, que inclui os objetos, práticas, costumes, significações e brincadeiras da infância – enquanto segmento social influenciado pelo contexto maior em que está inserida (BROUGÈRE, 1997).

Em um dos momentos de grupo focal, sem ser perguntada sobre o assunto que estava lendo, uma criança comentou:

Marcelo (10 anos): Que doido, olha!

- O quê?

Marcelo (10 anos): O cara andando numa moto com pneu de caminhão!

O garoto impressionou-se com uma imagem que viu na seção *Curiosidades*, de uma moto com um pneu gigante. Mas a reação dele mostrou que, no momento, ele não estava simplesmente sendo informado que existia uma moto excêntrica com um pneu gigante. O que o fez exclamar suas impressões foi que a relação estabelecida com a revista e com o conteúdo dela proporcionara-lhe uma experiência lúdica.

Lembremos então que classificamos ainda o jornalismo infantil como uma produção de “infotimento”, visto que proporcionaria também diversão. No entanto, para a criança, a experiência lúdica proporcionada, apesar de aparentar ser mais importante do que a informação, vai além da concepção adulta de entretenimento, que seria uma função pré-determinada de alguns produtos culturais. A experiência lúdica vivida acaba sendo mais importante para a criança do que uma “função” de divertir, segundo a qual possa ter sido produzida.

Aos poucos, percebe-se que, para a criança, a dimensão funcional da revista, como um meio de informação ou de entretenimento, passa a não ser tão relevante. Por isso, talvez nem mesmo a concepção de infotimento seja importante para compreender essa relação, já que esse “entretenimento”, ou melhor, essa experiência



lúdica, para a criança, é resultado mais do contato dela com a revista do que de um pressuposto da produção. Em vez de escolher a revista porque ela foi “feita para divertir”, comprá-la porque ela já lhe proporcionou diversão. Afinal, a noção de *divertimento*, segundo Huizinga (2000), resiste às interpretações lógicas dos adultos, tanto os que produzem conteúdo lúdico para crianças como os que os analisam. Quem diz o que diverte ou não é o próprio indivíduo, mais a partir de noções subjetivas, como prazer, agrado e alegria, do que a partir de associações predominantemente lógicas e racionais.

Se levássemos em consideração apenas as funções do jornalismo infantil na mediação entre a revista e os leitores, o que explicaria o fato de muitas das crianças terem revelado, durante as entrevistas, que já “liam” a *Recreio* antes mesmo de serem alfabetizadas?

- O que você fazia com a *Recreio*, se não sabia ler?

Diego (8 anos): A minha mãe lia, eu gostava das figuras. Às vezes, as *Recreios* que, tipo assim, é tarefa de casa, só as fotos, eu pego e faço.

À criança, não basta simplesmente ler e entender: é preciso vivenciar, brincar. Essa possibilidade de experimentar o lúdico é observada na realização das atividades práticas propostas pela revista em algumas seções, que contêm gêneros textuais semelhantes a um “passo a passo” e propõem exercícios práticos, como de arte ou de culinária:

Sara (9 anos): Tinha uma revista que tinha uns aviões de papel para fazer, e eu e minha irmã fizemos.

Vicente (11 anos): Tem tipo umas experiências assim na *Recreio*.

- E você fazia?

Vicente (11 anos): Eu achava legal.

Interessante observar que “legal” foi um termo bastante repetido pelos entrevistados, o que escapa da seriedade e da funcionalidade muitas vezes tomadas por adultos em sua relação com o jornalismo. Inclusive várias das crianças entrevistadas caracterizaram a publicação simplesmente com o adjetivo “divertida”. Diego (8 anos) chegou a dizer que ela é “aventuresca”, o que remete, mais uma vez, à ideia da experiência lúdica.

Durante a pesquisa junto aos leitores da *Recreio*, vários fatores surgiram para lançar questões relevantes a respeito da forma como as crianças se expressaram a respeito da divisão do conteúdo em seções, gêneros, categorias e temas. Entre esses



fatores, estão a dificuldade que elas demonstraram em denominar essas divisões, a pouca distinção que faziam entre as categorias informativa e diversional e a importância que conferiam a esta.

Tais aspectos nos levam a crer que as nossas poucas concepções adultas a respeito do jornalismo infantil ainda são insuficientes para alcançar o que ele pode ou não representar para as crianças. Por isso, as falas de muitos dos leitores, em certa medida, desconstruíram algumas de nossas considerações a partir da revisão bibliográfica.

Mas um ponto se sobressaiu nessa discussão: o caráter lúdico, que envolve noções como de entretenimento, de brincadeira e de divertimento. Esse ponto parece ser um primeiro indício para uma melhor compreensão a respeito do jornalismo infantil – se é que realmente deva ser chamado assim, já que é um conceito que se diferencia daquilo que conhecemos como um jornalismo “adulto”.

### **Considerações finais**

A revista *Recreio* destaca-se no mercado editorial infantil brasileiro, entre outros motivos, pelo diferencial de apresentar conteúdos que classificamos como jornalísticos. Tal classificação, como foi proposta na revisão bibliográfica, decorre da presença dos pressupostos de atualidade, difusão, universalidade e periodicidade, além de alguns outros elementos específicos, como as características lúdicas.

Quanto aos aspectos que surgiram em nossa análise, destacamos a pouca importância que parece ter sido conferida pelas crianças às distinções de gênero e especialmente à distinção entre as categorias informativa e diversional. Mesmo que, em nossa lógica adulta, tenhamos restringido o jornalismo infantil àquela, a relevância que esta demonstrou ter para os leitores indicou que a motivação para a leitura ultrapassa uma dimensão funcional e utilitarista do conteúdo. O interesse parece ser despertado muito mais pela experiência proporcionada do que por uma função pré-determinada.

Algumas das falas dos leitores indicaram portanto uma “desconstrução” muitas vezes inconsciente desses referenciais analíticos elaborados por adultos, como as denominações e distinções de seções, gêneros e categorias textuais. Isso aponta para uma necessidade de reforçarmos a aproximação de nossos métodos de pesquisa sobre o olhar e a percepção da própria criança para compreendê-la melhor.



## Referências bibliográficas

ABRIL. **Mega Feras**: Conheça a nova coleção da revista Recreio!. São Paulo, 2011. Disponível em: <[http://publicidade.abril.com.br/upload/files/0000/0353/Proposta\\_Megaferas\\_08\\_02\\_2011.pdf](http://publicidade.abril.com.br/upload/files/0000/0353/Proposta_Megaferas_08_02_2011.pdf)>. Acesso em 1 mar. 2012.

AMARAL, Márcia Franz. Os (des)caminhos da notícia rumo ao entretenimento. **Estudos em jornalismo e mídia**, Florianópolis, ano 5, n. 1, p. 63-73, jan./jun. 2008.

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

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

CAJAZEIRAS, A. A. P. **Existe um jornalismo infantil?** Análise do suplemento infantil do jornal O Povo. Monografia (Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

CORREIA, L. S. B. **O consumo serve para pensar**: revista Recreio, crianças e alternativas para a formação de cidadãos. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

COSTA, M. E. B. Grupo focal. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. (Orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

CRUZ, S. H. V. (Org.) **A criança fala**: a escuta de crianças em pesquisas. São Paulo: Cortez, 2008.

DEJAVITE, Fábila Angélica. Infotainment nos impressos centenários brasileiros. **Estudos em jornalismo e mídia**, Florianópolis, ano 5, n. 1, p. 37-48, jan./jun. 2008.

FERREIRA, Mayra Fernanda. Infância e mídia: reflexões sobre produtos culturais para crianças. **Contrapontos**, Itajaí, v. 7, n. 2, p. 645-656, set./dez. 2007.

FISCHBERG, Josy. **Criança e jornalismo**: um estudo sobre as relações entre crianças e mídia impressa especializada infantil. Dissertação (Mestrado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

GARZEL, Cláudia. Jornalismo para crianças: um estudo sobre práticas culturais e consumo de mídia junto a crianças de 10 e 11 anos em Florianópolis. In: FANTIN, Mônica; GIRARDELLO, Gilka (Orgs.) **Práticas culturais e consumo de mídia entre as crianças**. Florianópolis: UFSC/CED/NUP, 2009.

GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia Dados Brasil**. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://midiadados.digitallpages.com.br/>>. Acesso em: 1 dez. 2012.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.