



Infância e Jornalismo ¹

Debora Bringsken BERNARDES²

Hugo de Sousa ALVES³

Isabela Paranatinga Lavor Décio de SIQUEIRA⁴

Neimar da Cunha ALVES⁵

Ana Cristina Menegotto SPANNENBERG⁶

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

O presente trabalho pretende descrever brevemente a evolução histórica da relação entre o jornalismo e a produção de conteúdo para as crianças e adolescentes. Tal aproximação está diretamente relacionada a mudanças estruturais na sociedade com o passar dos anos. A percepção da importância das crianças no cenário social impactou na existência de produtos jornalísticos voltadas exclusivamente para os infantes. À luz do conceito de educomunicação, apresenta ainda uma importante possibilidade de uso das mídias a favor da educação para os jovens futuros leitores.

PALAVRAS-CHAVE: educomunicação; geração z; infância; jornalismo para crianças.

1. Introdução

O período da infância é fundamental para a construção de um indivíduo e, por isso, deve também ser atendida pelo jornalismo com compromisso e responsabilidade. O jornalismo feito exclusivamente para crianças é uma área que carece de publicações atualmente, quase não há veículos e a produção acadêmica existente reitera a necessidade de aprofundamentos na área.

¹ Trabalho apresentado no II 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Jornalista recém-graduada do Curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, e-mail: deborah_bringsken@hotmail.com.

³ Jornalista recém-graduado do Curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, e-mail: hsousalves@gmail.com

⁴ Estudante do oitavo período do Curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, e-mail: isabela_p.l.d@hotmail.com.

⁵ Jornalista recém-graduado do Curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia e graduando em Direito na Universidade de Uberaba, e-mail: neimardca@gmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho, Jornalista, Mestre em Comunicação e Cultura Contemporânea e Doutora em Sociologia e Professora do Curso de Comunicação Social-habilitação em Jornalismo da UFU, e-mail: anaspann@gmail.com.



O mercado é pouco servido de concorrentes que foquem na produção de conteúdo para um segmento promissor, afinal, é importante criar hábitos de leitura, estimular a criticidade desde cedo e fidelizar os pequenos como consumidores de produções jornalísticas. Muito se estuda e se publica na área a respeito de mídias voltadas para faixas etárias que envolvam adultos como consumidores de conteúdo, entretanto, o mesmo procedimento não ocorre quando se trata de jornalismo voltado para crianças no Brasil.

Assim como os adultos, as crianças também podem e devem receber informação qualificada e que atenda aos seus próprios anseios e interesses próprios da idade. Há, portanto, um importante desafio de levar informação, a base do jornalismo, às crianças, público altamente exigente e criativo. Público este cada vez mais tecnológico e digital.

2. Mídia para Crianças

A partir do século XVIII, a infância passou a ter atenção social da humanidade e tornou-se assunto para a mídia. Antes disso, segundo Varão e Bemfica (2009), os infantes eram vistos como “adultos em miniaturas” e deveriam se portar como tais sob pena de pequenas torturas caso cometessem falhas. Entretanto, não se pode definir as primeiras publicações voltadas para crianças como jornalísticas.

Historicamente, as crianças passaram a ser um público importante para esses meios, cujas mensagens direcionadas a elas são trabalhadas, muitas vezes, no sentido de formá-las para aquilo que o adulto espera delas, ou simplesmente são pensadas a partir de uma lógica do consumo e do entretenimento (VARÃO; BEMFICA, 2009, p. 2).

Furtado (2013) explica que o reconhecimento que o estágio que as crianças viviam era a infância foi um processo lento, influenciado pela ascensão da ideologia burguesa, de uma sociedade complexa e da valorização do conhecimento. As escolas tiveram papel importante na separação entre a infância e a fase adulta. A segmentação foi acentuada com a publicação de livros voltados para as crianças, a criação de brinquedos diferentes dos que existiam até então e o surgimento de um novo vestuário característico e distante daquele usado por adultos.

A literatura surgiu como a primeira forma de comunicação midiática para crianças, muito antes de se existir um jornalismo para esta faixa etária. A valorização de



escritos para este público começou no século XVII quando notou-se a importância de educar através dos livros redigidos com uma linguagem específica. Conforme dados de Costa e Santana (2007), neste mesmo século houve um aumento na valorização dada às escolas, momento em que foi publicado o primeiro livro ilustrado para crianças de autoria de Johann Amos Komensky também chamado de Comenius, tratava-se de “Orbis Pictus” (“O Mundo Visível”).

Segundo Costa e Santana (2007), o francês Charles Perrault escreveu os primeiros contos de fada da história, publicados em 1697, sob o nome do filho dele, Pierre D’Armancour, “Contos da Mamãe Gansa”. Ele também foi o autor de “Chapeuzinho Vermelho”, “A Bela Adormecida”, “O Pequeno Polegar”, “Cinderela”. Os irmãos alemães Grimm (“A Branca de Neve”, “João e Maria”, “Rapunzel”) e o dinamarquês Hans Christian Andersen (“Histórias Maravilhosas”, “O Menino Moribundo”, “O Soldadinho de Chumbo”, “A Pequena Vendedora de Fósforos”) foram expoentes do século XIX. Lewis Carroll, por sua vez, criou um mundo fantástico em “Alice no País das Maravilhas” (1865). A famosa história de “Pinóquio” (1883) foi criada pelo italiano Carlo Lorenzini e foi considerada uma obra prima da literatura de seu país. O norte-americano, Lyman Frank Baum escreveu “O Mágico de Oz” (1939) e o francês Antoine de Saint-Exupéry é o autor de “O Pequeno Príncipe” (1943).

Arroyo (1967 apud Ferreira 2007) indica que a primeira publicação de conteúdo, de fato, jornalístico voltada para o público infantil ocorreu no jornal “The Lilliputian Magazine”, de origem inglesa, datado de 1751. No Brasil, inicialmente as revistas de histórias em quadrinhos popularizaram-se como publicações segmentadas incipientes para crianças, para depois surgirem as revistas de cunho jornalístico.

Ainda segundo Arroyo (1967 apud Ferreira 2007), a primeira publicação que continha um certo conteúdo jornalístico voltada para crianças, no Brasil, foi a revista “O Tico Tico”, a qual foi lançada em 1905 pelo jornalista Luis Bartolomeu de Souza e Silva. Essa também foi a primeira revista a produzir história em quadrinhos e garantia ser o jornal da “classe infantil”, porém ela não apresentava um conteúdo informativo, e sim de entretenimento, prezando pelo lazer. “O Tico Tico” fazia muito sucesso entre as crianças de classe média e era dada como presente de Natal.

Conforme Costa e Santana (2007), no ano de 1939 começou a revista “Gibi” e, em 1950, foi publicada a versão brasileira da revista do “Pato Donald” (que já existia desde 1934 nos EUA) pela Editora Abril. O “Superman” (1938), por sua vez, foi considerado o primeiro super-herói dos quadrinhos no mundo.



Ainda segundo Costa e Santana (2007), no ano de 1969 surgiu a revista “Recreio”, também da Abril, com conteúdo que mescla jornalismo e entretenimento e, atualmente, é publicada semanalmente e vendida em bancas e por assinatura. Em 1990, foi criada a “Abril Jovem”, unidade da editora que produz material para crianças de sete a onze anos, responsável pela extinta “Veja Kid+”, por exemplo.

A infância foi considerada como uma fase importante da vida humana a partir do século XIX implicando em alteração no tratamento que as famílias e a sociedade davam aos pequenos, além da compreensão que a educação escolar era fundamental para se crescer e se tornar um adulto pleno de saber, além de auxiliar no desenvolvimento da sociedade. Nesta mesma época, surgiram subdivisões da infância baseadas na capacidade intelectual e ocorreu uma valorização no saber por imagens. Conforme Ferreira (2007), mesmo sem saber ler, as crianças poderiam tomar conhecimento por meio de figuras em livros ilustrados, por exemplo.

Antes da leitura, o modo oral de contar o que acontecia provocava um compartilhamento do momento de aquisição de informações. Já ler é um ato isolado e esse individualismo foi uma das sementes da criação da infância, pois formou uma divisão entre os que sabiam e os que não sabiam ler. No final do século XVI, os livros já ofereciam uma gama enorme de assuntos. Além disso, as formas de narrativas se diversificaram, exigindo novas habilidades. Um novo tipo de consciência foi sendo desenvolvido. Os leitores passaram a ter noções de clareza, seqüência, conceitos, e a oralidade medieval foi ficando em segundo plano (FURTADO, 2009, p. 1655).

A história do jornalismo feito para o público citado pode ser visualizada a partir de dois campos: o jornalismo que é feito por crianças e o que é feito para crianças. O primeiro está diretamente relacionado à Pedagogia, pois envolve as produções jornalísticas feitas pelas crianças em sala de aula. Esta atividade tem como intenção fazer com que a criança se sinta livre para expressar o que pensa (Freinet, 2000 apud Bernardes, 2007). Já o jornalismo produzido para crianças, tem Mayra Fernanda Ferreira e Leonardo Arroyo entre os seus principais estudiosos. De acordo com Ferreira (2011), esse jornalismo tem como objetivo informar, educar e entreter o seu público-alvo.

Arroyo (1967 apud Ferreira 2007) afirma que os jornais infantis estabeleceram uma fase notável para o progresso da literatura infantil brasileira, pois colaboraram para a formação de um campo promissor.



Numa época em que praticamente a literatura oral ainda exercia notável influência e era mesmo o instrumento lúcido e instrutivo por excelência da meninada do Brasil, os primeiros jornais dedicados às crianças não só despertavam o interesse do pequeno leitor, através do instrumento de cultura que representavam, como também se constituíam em veículos galvanizadores de vocação e de discussão de problemas e questões relativas ao aprendizado escolar (FERREIRA, 2007, p. 64).

Sobre a relação existente entre o jornalismo e as crianças, Furtado (2009) afirma que: “o próprio segmento infantil no jornalismo merece uma atenção já que as crianças formam um novo grupo consumidor”. Anteriormente, o público infantil não era considerado público-alvo, mas com a segmentação, essa realidade mudou.

A partir da década de 1950, os movimentos sociais começaram a lutar com o objetivo de dar visibilidade a grupos subjugados historicamente. Com esse fortalecimento veio também a ideia de que seriam público-alvo do mercado, conforme explica Furtado (2009). Ainda segundo a autora, atualmente isso ocorre com as crianças, que são vistas como consumidoras. Com essa nova percepção, as empresas e a mídia se transformaram como forma de alcançar esse novo público. As crianças formam um grupo de interesse, pois além de consumir, influenciam o consumo dos pais e, logo, também farão parte da população economicamente ativa.

3. A Educomunicação na Formação do Leitor

A integração entre educação e comunicação apresenta-se como um novo caminho para o ensino, pois os meios de comunicação e a tecnologia, os quais têm ampliado cada vez mais seu campo de atuação, estão gerando novos métodos de produção, circulação e recepção do conhecimento. Dessa maneira, nasce uma nova área de intervenção social, a educomunicação.

A forte ligação entre comunicação e educação tem sido frequentemente estudada. Elas trabalham juntas com o dever de tornar o processo de aprendizagem mais eficaz e agregado ao universo dos alunos. Soares (1999) defende a existência da educomunicação, pois esse novo campo de intervenção social possui uma filosofia própria e tem sua história e, inclusive, o reconhecimento da sociedade, não compartilhando os mesmos princípios da comunicação.

Sendo assim, a educomunicação é uma área de intervenções, de interdiscursividade. Para o pesquisador, “há necessidade de teorização e de reflexão



crítica sobre os projetos para que se constitua esse campo, tornando-o um novo espaço de luta material e discursiva” (SOARES, 1999 apud METZEKER, 2008, p. 2).

É importante ressaltar que, para Soares (2000), a comunicação não é simplesmente um instrumento utilizado para educar, mas sim um eixo essencial dos processos educativos, e por isso, ele lembra que é necessário educar para a comunicação e não pela comunicação. E ainda cita Paulo Freire para confirmar sua afirmação de que a comunicação é um elemento do processo educativo e não um retalho do “messianismo tecnológico”. “Paulo Freire afirma que o homem é um ser de relação e não só de contatos como o animal; não está apenas no mundo, mas com o mundo” (SOARES, 2000, p. 19).

A respeito do surgimento da educomunicação, o pesquisador destaca que o Fórum Mídia e Educação, promovido pelo Ministério da Educação em 1999, reconheceu oficialmente sua existência no Documento Mídia e Educação: “Reconhecemos a inter-relação entre Comunicação e Educação como um novo campo de intervenção social e de atuação profissional, considerando que a informação é um fator fundamental para a Educação” (SOARES, 2000, p. 22). Tal documento adverte às Faculdades de Comunicação para que deem subsídios que permitam que o estudante torne-se um educador.

De acordo com Soares (2000), a definição de educomunicação parte do seguinte conceito:

[...] conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e a fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, tais como escolas, centros culturais, emissoras de TV e rádios educativas, centros produtores de materiais educativos analógicos e digitais, centros coordenadores de educação a distância ou ‘e-learning’, e outros (SOARES, 2000, p. 115).

O fortalecimento dos ecossistemas comunicativos, ou seja, a criação e revisão das relações de comunicação dentro da escola, entre direção, professores e alunos, ou fora, entre ela e a comunidade, criando com frequência ambientes abertos e democráticos, é necessário para cuidar “da saúde e do bom fluxo das relações entre as pessoas e os grupos humanos, bem como do acesso de todos ao uso adequado das tecnologias da informação” (SOARES, 2006). Além disso, as práticas da educomunicação também envolvem aderir o estudo metodológico dos sistemas de



comunicação às práticas educativas, principalmente em sala de aula. Soares (2006) ressalta que a proposta é essencialmente realizar o que os Parâmetros Curriculares Nacionais exigem, o que engloba a observação de como os meios de comunicação agem na sociedade e a busca de maneiras de auxiliar os alunos a conviverem positivamente com os meios de comunicação.

A necessidade do desenvolvimento de uma consciência crítica dos usuários dos meios de comunicação, como o uso adequado dos recursos da informação nas práticas educativas, faz com que a educomunicação tenha como objetivo facilitar o processo de aprendizagem estimulando alunos, professores e comunidade a se expressarem e, assim, qualificar cada vez mais o coeficiente comunicativo e expressivo das ações educativas.

Portanto, acredita-se que o melhor caminho para a integração entre educação e comunicação, seja a educomunicação, a qual defende os meios de comunicação não funcionando simplesmente como contribuição para a educação, mas também, e principalmente, a comunicação inteira da escola se transformando e melhorando o fluxo de informação, a relação entre direção, professores, alunos e comunidade, colaborando para a expressão de tais agentes sociais. Assim, a educomunicação nasce com a finalidade de romper com as barreiras que interferem nessa integração e, por consequência, na aprendizagem, destacando o relacionamento entre pessoas e o crescimento da democracia. O aluno recebe o direito de opinião e crítica, e o professor compreende que sua função vai além de apenas transmitir conhecimento, descobrindo-se como incentivador da busca pessoal por conhecimentos.

Pires (2010) cita que, para Vygotsky e Piaget, a criança é ser atento e ativo que formula hipóteses sobre o seu ambiente, constantemente. Ainda segundo Pires:

Não poderíamos nos esquecer, no entanto, que as crianças recriam o mundo, mas o fazem a partir do mundo que lhes é apresentado, um mundo de adultos. São agentes da mudança, mas também da continuidade. A dinâmica que se passa com o adulto entre ser um indivíduo ímpar ou reproduzir padrões recebidos também acontece com as crianças (PIRES, 2010, 152-153).

Os estudos do psicólogo Jean Piaget contribuíram sobretudo para compreender a cognição das crianças. Para isso, ele agrupou características comuns a certas faixas etárias (TERRA, s.d.). Embora tal classificação tenha sofrido críticas e, possivelmente, precise de adaptações, ela ainda norteia os principais estudos da área. O primeiro estágio é chamado de pré-operatório, que vai de dois a sete anos. É nesta fase que a



linguagem emerge em conjunto com a inteligência. O período é chamado de “egocêntrico” uma vez que a criança não concebe uma realidade da qual não faça parte, conforme explica Terra.

Ainda segundo a autora, a faixa entre sete e doze anos é o “período das operações formais”, ou seja, a criança é capaz de interiorizar ações e “realizar operações mentalmente”. Além disso, o egocentrismo do período anterior dá lugar a capacidade de administrar de modo lógico e coerente, opiniões manifestas pelos outros, correlacionando com as opiniões próprias. “Contudo, embora a criança consiga raciocinar de forma coerente, tanto os esquemas conceituais como as ações executadas mentalmente se referem, nesta fase, a objetos ou situações passíveis de serem manipuladas ou imaginadas de forma concreta” (TERRA, s.d., p. 6).

Segundo Delgado e Müller (2005), embora as crianças estejam inseridas em um mundo complexo à altura dos adultos, é fundamental pensar em estratégias que contemplem “as vozes, olhares experiências e pontos de vista” dos pequenos. Para as autoras, as crianças socializam com os adultos e com os seus pares, existem trocas de conhecimento também com esses últimos o que faz negar a ideia de que as crianças são meros receptores passivos de coordenadas de adultos. Corsaro, complementando, afirma que as crianças “são agentes ativos, que constroem suas próprias culturas e contribuem para a produção do mundo adulto” (CORSARO, 1997 apud DELGADO; MÜLLER, 2005, p. 354). A partir dessa afirmação, podemos notar que as crianças não são seres passivos, ao contrário, compõem sua própria cultura e têm suas próprias opiniões. Percebe-se, ainda, que os autores apresentam semelhantes percepções sobre as crianças. Primeiro ao afirmar que, elas estão inseridas no “mundo dos adultos”; segundo ao observar que não são seres passivos, que apenas recebem aquilo que lhes é proposto.

Essa segunda observação é de extrema importância para a produção de conteúdos voltados ao público infantil. Por meio dela é possível refletir sobre como as crianças recebem aquilo que lhes é transmitido, não de forma passiva, mas de modo que possam moldar sua própria cultura e até modificar a cultura dos adultos.

Pode-se notar, também, a importância e a responsabilidade da comunicação que tem como foco as crianças. Ao observar que, elas constroem sua própria opinião, podem utilizar de veículos como as revistas e blogs para embasar, fundamentar aquilo que acreditam ou refutá-los, assim aumentando a criticidade, que desde cedo deve ser construída.



4. Considerações Finais

Os gostos, a visão de mundo e a cognição das crianças apresentam características bastante peculiares. A produção jornalística geralmente é direcionada aos pares, adultos falando para adultos. Produzir para um público do qual não se faz parte exige muito trabalho para encontrar uma linguagem apropriada para a faixa etária, além de conteúdo relevante que não infantilize o leitor, menosprezando sua capacidade intelectual. Não basta que o texto agrade, outro ponto crucial é seduzir o leitor tão acostumado com as telas luminosas e atraí-lo para o velho papel.

Os pequenos grandes leitores precisam de voz e as empresas de mídias quase não se atentam a isso, não só os adultos desejam saber o que se passa no cotidiano, as crianças também. O direito à informação é para todos (as), independentemente da idade, por exemplo. Como visto neste trabalho, o jornalismo para crianças é um filão de mercado; as crianças merecem estar informadas, merecem um veículo que seja a cara delas e que fale cara a cara com elas. Para tal finalidade, o jornalismo pode se embasar na educomunicação para propagar conhecimento por meio das mídias.

REFERÊNCIAS

BERNARDES, Fernanda Oliverira. **Jornalismo para Criança**: Uma análise das matérias de capa do suplemento infantil Super! e sugestão de um modelo de caderno infantil. 2007. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2007.

COSTA, Aparecida Rego Bastos; SANTANA, de Marta. **Revista Infantil Pimentinha**. 2007. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Faculdade Social da Bahia, Salvador, 2007.

DELGADO, Ana Cristina Coll; MÜLLER, Fernanda. Apresentação: Sociologia da Infância: Pesquisa com Crianças. **Educ. Soc.** [online]. 2005, vol.26, n.91, pp. 351-360. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302005000200002> Acesso: 29 jul. 2014.

FERREIRA, Maria Fernanda. Jornalismo Infantil: por uma prática educativa. **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Santos, ago./set. 2007.

_____. Potencialidades Educomunicativas do Jornalismo para Crianças. **XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, São Paulo, maio 2011.



FURTADO, Thaís Helena. Um novo formato de jornalismo infantil para crianças consumidoras. **VIII Congresso LUSOCOM**, Lisboa, Portugal, 14 p., abril 2009.

_____. **O jornalismo infantil e o desejo de consumo**: o discurso da revista *Recreio*. 2013. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

METZEKER, Gabriela Felipe Rodrigues. Educomunicação: o novo campo e suas áreas de intervenção social. **XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. São Paulo, 2008.

PIRES, Flávia. O que as crianças podem fazer pela antropologia?. **Horiz. antropol.** (online). vol.16, n.34, p. 137-157, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v16n34/07.pdf>>. Acessado em 28 jan. 2014.

SOARES, Ismar. de Oliveira. Comunicação/Educação, a emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais. **Revista Brasileira de Comunicação Artes e Educação**, Brasília - DF, v. 1, n.2, p. 5-75, 1999.

_____. **Educomunicação**: um campo de mediações: Educação e comunicação. São Paulo: ECA-USP, set./dez. 2000.

_____. Rádio na escola: a palavra viva. **Carta capital**, São Paulo, n.9, p. 44-46, 2006.

TERRA, Márcia Regina. **O Desenvolvimento Humano na Teoria de Piaget**. Campinas, UNICAMP, online, s/d, Disponível em: <<http://www.unicamp.br/iel/site/alunos/publicacoes/textos/d00005.htm>>. Acessado em 28 jan. 2014.

VARÃO, Rafiza; BEMFICA, Veronica. Quando jornalismo e infância se encontram: notas históricas sobre o surgimento da imprensa jornalística para crianças. **VII Encontro Nacional de História da Mídia**, Fortaleza, ago. 2009.