

OLHAR DA INFÂNCIA: UM RELATO DA MÍDIA IMPRESSA

Mayra Fernanda Ferreira

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho/Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação/Bolsa Fapesp de Iniciação Científica, mayraunesp@yahoo.com.br

Resumo

Esta pesquisa analisa a influência do suplemento infantil *Folhinha* na construção da visão crítica de mundo das crianças. O estudo parte da análise de conteúdo das edições de janeiro a junho de 2004 da *Folhinha* e se complementa a partir de entrevistas com crianças na faixa etária de 10-11 anos para sabermos como elas lidam com este produto jornalístico. Nossa hipótese é que as crianças constituem um público com o qual a mídia deve se preocupar em função da construção da identidade infantil. “Olhar da infância: um relato da mídia impressa” é uma pesquisa que pretende contribuir com a produção dos jornais infantis, voltados para a formação de um leitor crítico desde a infância. Além de estimular a reflexão das crianças sobre o consumo de um produto a elas destinado.

Palavras-chave: Infância. Mídia impressa. Suplemento infantil *Folhinha*. Análise de conteúdo. Influência dos meios.

Introdução

A infância é fundamental para o desdobramento de questões culturais, políticas e sociais, uma vez que a criança é considerada, por muitos, o futuro de uma nação porque constituirá sua base produtiva e sua direção política, garantindo, assim, o desenvolvimento da sociedade. Dimenstein (2001) destaca a infância como a maior vítima do colapso social, por ser frágil como um papel. Em contrapartida, M. de Grenaille (1643 apud ARIËS, 1981, p. 138) afirma que “não devemos imaginar que toda vez que se fala da infância, está-se falando de algo frágil; ao contrário um estado que muitos julgam desprezível é perfeitamente ilustre.” Em qualquer das acepções se depreende a extrema importância que a criança detém para a manutenção da sociedade, sendo esta responsável pelo mundo infantil e por seu contato com a realidade social na qual está inserida. Diante deste papel social, a escola e a família tornaram-se fundamentais para a vida das crianças, porque propiciam sua educação. Porém, na contemporaneidade, observa-se um fenômeno no qual a mídia ocupa, também, o papel de educadora.

Embasando-se neste fenômeno, esta pesquisa estuda como a mídia impressa influencia as crianças para que estas construam sua visão de mundo acerca da realidade, a partir do consumo de um suplemento infantil. Para assinalar esta questão, o estudo analisa qual enfoque é destinado aos temas relacionados à infância pelo Jornal Folha S.Paulo, a partir do suplemento *Folhinha*, como também verifica a contribuição de suas reportagens para o público infantil que é seu alvo.¹ Este estudo torna-se relevante perante à necessidade de verossimilhança com a realidade das informações veiculadas pelo meio impresso, destinadas ao público infantil, a fim de que

¹ Uma fonte importante de análise deste tema é o Relatório 2002/2003 da ANDI (Agência de notícias dos direitos da infância) e IAS (Instituto Ayrton Senna) sobre a infância na mídia, no qual destacam-se as pautas abordadas e esquecidas pelo meio impresso com ênfase na infância.

a visão de mundo construída pela criança não seja constituída de falsidades devido à manipulação e/ou exclusão de dados e notícias pela mídia. Segundo Faria (2002) o poder da informação está concentrado em grupos dominantes que a filtram conforme seus interesses e manipulam a linguagem para que o leitor tenha contato com a versão que lhes convém.

Considerando-se que o papel da mídia impressa, e também das outras, é o de informar coerentemente o público sobre os problemas do seu cotidiano, por meio de informações corretas e completas, como aponta Coimbra (1993), com o intuito dele formar uma opinião própria referente ao assunto relatado, supõe-se que, em relação aos temas infantis, pode não haver essa coerência de informações, já que a mídia trabalha com uma diversidade de representações sobre a infância que por fim não nos permite saber quem é esta infância de verdade. Além disso, pode-se dizer que o meio impresso não aborda a totalidade de questões pertinentes à infância, observa-se, empiricamente, que este meio destaca muito fortemente aspectos mais voltados ao lazer e ao entretenimento, não consentindo que a criança perceba o que realmente acontece com seus “companheiros de idade”. Nos cadernos infantis, de acordo com a ANDI/IAS (2002), faltam linhas editoriais, que ultrapassem a formatação tradicional baseada em passatempos, e consciência da importância destes cadernos enquanto instrumento pedagógico para o desenvolvimento da cidadania desde a infância.

O decreto-lei nº 8069 (1994) que trata dos Direitos da Criança e do Adolescente no artigo 18 declara que durante o processo educacional, os valores culturais, artísticos, históricos próprios do contexto social da criança e do adolescente devem ser respeitados para garantir-lhes liberdade de criação² e o acesso às fontes de cultura. Entre estas fontes, está a mídia que hoje exerce importante papel no mundo infantil, contribuindo com a formação das crianças, uma vez que Marques de Mello (1973 apud FARIA, 2002, p. 13) considera o jornal um meio para o desenvolvimento da consciência cidadã, tornando as crianças não só leitoras de texto mas do mundo.

Referindo-se ao jornalismo impresso e o seu contato com as crianças, Faria (2002) afirma que a linguagem jornalística, cujo papel é fornecer informações em larga escala e com o mínimo de distorção, oferece às crianças um português fundamental não tão restrito que limite o crescimento lingüístico delas e nem tão amplo que torne difícil ou inacessível o texto escrito. Os jornais, então, despertariam a atenção das crianças para a questão da realidade e provocariam o interesse para outras informações. Pacheco (apud CASTRO, 2001, p. 193) afirma que a criança estabelece uma relação de verdade absoluta com os conteúdos veiculados na mídia, uma vez que é antena ligada, captando as novidades e sendo suscetível a elas.

Complementando, Block (1995 apud KINCHELOE; STEINBERG, 2001, p. 243) descreve que, na contemporaneidade, observa-se um silêncio mortal em relação à infância, não dizendo quase nada sobre o que importa na vida das crianças ou na vida daqueles que se importam com elas. Além disso, são poucos os veículos que lhes dão voz, não recebendo suas mensagens com a seriedade que merecem, não considerando as informações preciosas e únicas contidas em suas falas, espontâneas e criativas, que poderiam auxiliar na interpretação de fatos cotidianos. Os jornais que destinam espaço ao público infantil, em cadernos ou suplementos, precisam definir se falarão para as crianças ou de crianças para os adultos, uma vez que “alguns apenas teoricamente se direcionam ao público mirim, pois de fato publicam – e em linguagem inadequada – conteúdos de interesse de adultos”. (ANDI; IAS, 2002, p. 28).

² A série “Menino Quem foi teu Mestre?” da TV Cultura destaca em seu primeiro programa, as crianças como produtoras de cultura, a partir da perspectiva particular dos elementos que encontram no mundo ao seu redor.

Os suplementos infantis também têm uma visão mercadológica, seguindo a preocupação do veículo com o lucro e o formato de publicação que visa a um leitor adulto. Devido a isso, as crianças são vistas apenas como consumidoras do produto jornalístico. Ao mesmo tempo, a reprodução do jornal adulto para a criança não contribui para a formação de um leitor crítico. Segundo Mendes (2002), a falta de diálogo também acarreta a inadequação do meio para seu público. Concomitantemente, Sampaio (2004) acredita que a mídia, na contemporaneidade, constitui-se como um instrumento de padronização da cultura, tornado seu público passivo. Esse novo papel da mídia é reforçado pela sua contribuição no processo de “construção social da realidade”. Para o público infantil, dos 8 aos 12 anos, movido pela curiosidade, o meio fornece subsídios para compreensão da realidade. “A criança amplia, nessa fase, o seu horizonte de interesses, antes focalizado no âmbito da família, e desloca sua atenção para a descoberta do mundo.” (SAMPAIO, 2004, p. 183). Além disso, o valor das crianças, na sociedade moderna, é subestimado, seu lugar social e suas contribuições têm sido distorcidos. “A infância moderna forma as crianças fora da sociedade, cala suas vozes e nega sua personalidade” (BEHERA; PRAMANIK apud CASTRO, 2001, p. 154). Entretanto, estas crianças devem ser pensadas como colaboradores sociais ativos que necessitam de liberdade de expressão para exprimir seus pontos de vista sobre os assuntos referentes a elas e sua sociedade.

Face às considerações apresentadas, esta pesquisa, que mergulha concomitantemente no imaginário infantil e nas pautas jornalísticas da *Folhinha*, é relevante, já que pretende constatar que as crianças são um público com o qual a mídia deve se preocupar, pois a construção da identidade infantil é decorrente, majoritariamente, da troca de informações e experiências³, e ao tratá-las com zelo e inteligência, os veículos podem auxiliá-las a formar uma visão crítica de mundo e contribuir para sua formação como leitoras críticas da realidade. Devido a isso, as informações veiculadas não podem ser maquiadas, principalmente pela mídia, a fim de que a criança não cometa equívocos ou seja enganada sobre a realidade que vivencia. Desta forma, consideramos necessário estabelecer uma relação entre os conteúdos presentes na *Folhinha*, os assuntos discutidos, o modo de abordagem dos mesmos e a receptividade das crianças com o produto jornalístico.

Objeto de estudo

A pesquisa tem como objeto de estudo o suplemento infantil *Folhinha* do Jornal *Folha de S. Paulo*. Esse caderno infantil semanal foi criado em 03 de setembro de 1963 pela direção do jornal. Desde seu início, traz reportagens, histórias infantis e passatempos. Atualmente, o suplemento circula aos sábados e vem encartado no jornal *Folha de S. Paulo*. Com um formato tablóide, 28 cm x 31, 5 cm, e 8 páginas impressas em cores, o *Folhinha* adota, em cada edição, um tema que será abordado em duas ou mais páginas.

As seções do suplemento não são fixas, variam conforme a edição e seu tema. Entretanto, os “Quadrinhos” estão sempre presentes, como uma preferência infantil. Eles estão dispostos na página 8 e trazem três histórias de autores diferentes. As histórias em quadrinhos adotam, na maioria, humor como característica central, enquadrando-se, portanto, no gênero entretenimento. A seção “Querida Folhinha”

³ O vídeo Criança Brasileira afirma que é fundamental que a criança vivam experiências para poder resolver algo com o qual se deparará no futuro. (Programa da Rede Globo, exibido no dia 24/03/1984).

também está sempre presente no jornal. Nela, publicam-se desenhos, textos e e-mails enviados pelas crianças ao suplemento, criando uma forma de interação. Os textos trazem informações sobre filmes e livros a partir da experiência infantil com o produto em questão. Há sugestões e críticas dos leitores ao jornal que são publicados.

Objetivos

A pesquisa tem como objetivos:

- Conhecer os aspectos históricos e elementos jornalísticos da *Folhinha*;
- Apresentar e especificar os elementos constitutivos do suplemento infantil para as crianças;
- Verificar a influência jornalística dos suplementos infantis na construção da visão de mundo de crianças da faixa etária do público alvo do jornal;
- Contribuir para a formação do leitor crítico desde a infância;

Metodologia

Durante o desenvolvimento da pesquisa se aplica, principalmente, o método indutivo, por partir da realidade de uma escola e de um grupo seletivo de crianças (10 – 11 anos) para generalizar as escolas e crianças desta faixa etária do Brasil. Para tanto, crianças de 10 – 11 foram entrevistadas para que suas opiniões sobre os assuntos da realidade social brasileira fossem verificadas e também para descobrir a maneira como constroem sua visão de mundo, a partir da leitura ou não do jornal analisado. As entrevistas foram efetuadas no Colégio Interativo de Bauru-SP, rede particular de ensino. O motivo da seleção de uma escola particular foi premeditado, pois neste universo, os alunos têm, quase sempre, acesso a uma maior quantidade de informações como a Internet, revistas e jornais, estando, portanto, mais próximos da problemática proposta.

Na primeira fase do estudo, que se iniciou em fevereiro de 2005, analisamos as edições da *Folhinha* de janeiro a junho de 2004, segundo critérios quantitativos e qualitativos. O primeiro verificou a incidência dos assuntos trabalhados nas edições enquadrando-os em cinco categorias: informação, educação, entretenimento, serviço e publicidade. O aspecto qualitativo analisou os conteúdos transmitidos pelo suplemento de acordo com a linguagem verbal e visual utilizadas e com a presença de interatividade e vozes infantis nas edições. A análise quantitativa apresenta um quadro representativo da incidência dos assuntos discutidos; já na qualitativa, destacamos as características principais das edições.

Posteriormente, contatamos o Colégio Interativo de Bauru e, realizamos uma pesquisa exploratória com alunos da 4ª e 5ª séries do Ensino Fundamental. Após essa pesquisa, com a aplicação de um questionário a 47 alunos de 10 e 11 anos, selecionamos os entrevistados para a pesquisa de campo. Nesta fase, verificamos qual a opinião das crianças sobre o jornal em análise, pontuando o que acharam da linguagem e das figuras utilizadas nas edições e do assunto discutido. Ao mesmo tempo, observamos qual o elemento mais atrativo para elas e se o jornal contribui com alguma informação nova.

Análise Quantitativa

Para esse critério de análise, estabelecemos cinco categorias para verificar a incidência dos assuntos discutidos ou apenas apresentados pelo jornal. A escolha das

mesmas utilizou como base a classificação sugerida por Marques de Melo (1992), segundo a qual existem quatro categorias comunicacionais: Jornalismo, Educação, Lazer e Publicidade.

A partir desse estudo, adotamos as seguintes categorias para nossa análise: informação, educação, serviço, publicidade e entretenimento. Na categoria informação, consideramos os textos jornalísticos, que abordavam fatos diários ou não. A educação compreende as matérias voltadas para a formação do leitor enquanto cidadão. No serviço, encontramos dicas, sugestões e textos afins, com a intenção de divulgação. A publicidade é verificada nos anúncios para promover determinado produto ou programa. No entretenimento, enquadram-se elementos que exploram o lúdico, seja por meio de brincadeiras, quadrinhos ou reportagens destinadas ao lazer infantil.

O quadro abaixo apresenta a representação das categorias nas 26 edições analisadas do suplemento. A categorização mensal das *Folhinhas* foi aplicada somente para facilitar a tabulação do resultado final. O número entre parênteses corresponde ao número de edições veiculadas no período.

	Janeiro(5)	Fevereiro(4)	Março(4)	Abril(5)*	Mai(4)	Junho(4)	Total(26)
Informação	07	10	10	08	12	05	52
Educação	01	02	01	02	03	00	09
Serviço	30	22	25	32	31	20	160
Publicidade	06	03	09	07	12	03	40
Entretenimento	10	11	12	16	10	10	69

* A edição do dia 10 de abril tem, excepcionalmente, 12 páginas. Isto se deve ao fato de ter apresentado a Bienal do Livro que iria ocorrer em São Paulo, entre os dias 15 e 25 de abril. A divulgação da Bienal está nas páginas 6, 7, 8 e 9 do suplemento, trazendo informações de 23 livros, além de fornecer o serviço das atividades, que iriam ocorrer, em boxes.

A análise quantitativa comprovou a hipótese de que o suplemento destaca, majoritariamente, assuntos voltadas ao entretenimento e lazer infantil. Este fato foi comprovado pela incidência de 160 informações referentes a serviços, na qual o jornal divulga eventos, passeios e entre outras atividades ligadas ao lazer. O item entretenimento também teve alta incidência (69 representações).

O papel do jornal, enquanto educador e transmissor de informações que contribuam para o enriquecimento do repertório infantil, foi pouco explorado nas edições analisadas. Os assuntos referentes a essas funções foram minimizados diante da representação das categorias entretenimento e serviço. As informações veiculadas tinham, na maioria dos casos, um enquadramento que priorizava o tema pela sua curiosidade, pelo seu viés de lazer e exploração nas outras mídias. As problemáticas infantis, como exclusão social, emprego infantil e deficiências, apontadas no Relatório da Andi (2003), não foram abordadas.

O jornal também valorizou a publicidade ao divulgar programas, filmes, lançamentos de livros, além de produtos infantis, como sandálias. Essa constatação nos permitiu verificar que o jornal explora o potencial consumidor das crianças, mesmo quando faz propaganda de livros e programas infantis.

Análise Qualitativa

Essa análise verificou os conteúdos transmitidos pelo suplemento, em sua forma e conceitos empregados. As seções, de cada edição, tiveram seu material analisado a partir da linguagem verbal utilizada, perpassando o vocabulário e a

construção textual; a linguagem visual presente na página, como cores, fotos e ilustrações; a interatividade proposta, como o diálogo nos textos e as brincadeiras; e a voz dada às crianças, por meio de falas das mesmas.

A análise qualitativa demonstrou que o suplemento tem uma maior preocupação com o visual, inserindo muita cor, fotos, desenhos e ilustrações. Em algumas páginas, observa-se a prioridade dada à linguagem visual com fotos de meia página e textos reduzidos que trazem informações completando ou ratificando a imagem. O segundo “H” do logo *Folhinha* é um elemento visual muito explorado na capa, criando um elo de identificação com a chamada principal e podendo atrair o leitor pela criatividade. A maioria das capas analisadas traz muitas cores e figuras que elucidam o tema da edição e pequenas chamadas para as matérias das páginas centrais.

A retranca das seções é apresentada em caixas coloridas que buscam atrair as crianças para o tema da página. Na maioria das páginas, há mais de uma seção, porém elas são delimitadas e identificadas por essas caixas. Outro elemento que se destaca são as cores de fundo em alguns textos, delimitando-os. Ao mesmo tempo, os textos são curtos e estão acompanhados de fotos e ilustrações. Nos textos das matérias, observou-se que a linguagem verbal é, majoritariamente, simples, com frases curtas e em ordem direta. O vocabulário é acessível e não há utilização de termos científicos, sem explicação prévia ou posterior.

A interação com o leitor é uma característica presente em alguns textos, principalmente naqueles que divulgam algumas atividades, na categoria de serviço. Nos demais, esse diálogo com o leitor se efetua por meio de perguntas que o inserem no conteúdo da matéria. Nas edições, a “voz” infantil tem seu espaço garantido na seção “Querida Folhinha”. Em algumas matérias, as crianças participaram, principalmente no relato de suas experiências com esportes, fama, brinquedos e produtos infantis. Desta forma, observou-se que, sobre os temas relacionados ao entretenimento e ao consumo infantil, o jornal possibilitou a manifestação de crianças. Tal fato comprova a hipótese de que o jornal não dá voz suficiente para a criança manifestar seus desejos e opiniões. Cabe destacar, entretanto, que o suplemento apresenta um alto grau de interatividade com o leitor por meio de brincadeiras, diálogos e emprego de verbos, nos textos, no modo imperativo como confira, veja, conheça, etc.

Pesquisa Exploratória

Para essa análise, contatamos o Colégio Interativo de Bauru, SP, e aplicamos um questionário aos alunos das 4ª e 5ª séries. O questionário continha seis perguntas com a finalidade de conhecer o universo dos alunos e seu contato com os jornais. Entre as crianças, 29 têm 10 anos e 18, 11 anos.

Face às respostas das crianças na pesquisa exploratória, percebe-se que o entretenimento é a grande preferência infantil, principalmente as brincadeiras e os quadrinhos, com 17,02% e 14,89% das respostas, respectivamente. Cabe ressaltar que um tema social de interesse infantil apontado pelas crianças é saúde, com 8,51% de indicação. Quanto à leitura de jornais, prioriza-se o suplemento editado pelo *Jornal da Cidade* de Bauru, 80,85% das crianças lêem o jornal infantil, *JC Criança*. Entretanto, somente 57,4% têm uma periodicidade semanal de leitura. A *Folhinha*, nosso objeto de estudo, é conhecida por 15 dos 47 alunos entrevistados, sendo apenas 8 os leitores desse suplemento. A televisão é o veículo de comunicação com o qual as crianças estabelecem maior contato, seguido do jornal impresso e da Internet. A maioria dos alunos, 70,21%, consideram os programas, revistas e jornais infantis atraentes.

Tendo em mãos, os resultados obtidos com aplicação dos questionários, verificamos que apenas 8 alunos enquadram-se no nosso público alvo. Desta forma, decidimos trabalhar com os 24 alunos da 5ª série, a fim de aprofundar o debate sobre o suplemento infantil e obter percepções diferenciadas sobre o mesmo, já que partimos de um grupo heterogêneo.

Pesquisa de Campo

Nesta etapa, realizamos quatro encontros com os alunos da 5ª série. Durante as atividades, apresentamos o suplemento *Folhinha* e as características jornalísticas que o permeiam, como títulos, chamadas de capa, boxes, seções e matérias. Os alunos se entusiasmaram com o jornal e, assim que o tinham em mãos, direcionavam-se aos “Quadrinhos”. Em seguida, responderam a um questionário, cujo objetivo era estimular a análise frente ao suplemento e emitir sua opinião quanto aos aspectos visuais e informacionais do mesmo. A partir da tabulação dos resultados, verificamos que 53,84% das crianças têm preferência pelos “Quadrinhos”. Entre os elementos chamativos destacados por algumas crianças estão as cores, as fotos com crianças e o título. Este fato demonstra a atração pela linguagem visual da capa e pela verbal, na medida em que esta precisa ser atraente. Assim, nossa análise que já havia pontuado a capa como elo de atração dos leitores se confirma, ao mesmo tempo, que 26,92% dos alunos responderam que a capa chamou mais a atenção. A respeito da chamada de capa para as matérias, observamos que 84,61% das crianças acharam-na atrativas, convidando para ler a matéria. Isso demonstra que as chamadas precisam ser simples e atraentes, fato que ocorre nas chamadas das edições analisadas.

Além disso, os alunos verificaram que a linguagem visual é o que mais se destaca, uma vez que para 84,60% dos alunos, as fotos e as cores são os elementos que mais aparecem, comprovando nossa análise de que o suplemento valoriza essa linguagem. Ao mesmo tempo, as fotos também atraem para a leitura das matérias. Em relação à leitura do jornal, 65,38% dos alunos afirmaram que é legal e 26,92% apontaram que queriam mais coisas. Os textos para 69,23% das crianças têm um bom tamanho e apresentam uma linguagem fácil. Desta forma, a linguagem verbal utilizada no suplemento é simples, clara e direta, sem dificuldades quanto ao vocabulário e sintaxe, conforme verificamos em nossa análise.

A participação de crianças em fotos e textos foi apontada como importante para 92,30% dos alunos, sendo que 50% verificaram a presença em fotos e 38,46% nos textos. Tal constatação ratifica nossa análise da relevância da participação de crianças no suplemento. Quanto à participação deles nos jornais, os alunos indicaram que gostariam de emitir suas opiniões sobre o suplemento, citando o que nele há de melhor. Quanto à interação, embora haja passatempos e os quadrinhos, eles apontam que ainda é insuficiente.

Além desse questionário, as crianças trabalharam em grupos a fim de trocarem impressões sobre o jornal e pontuarem a atratividade do jornal para seu público alvo. Como já havíamos observado a linguagem visual é um elemento muito importante para os leitores. A percepção das crianças para as cores e imagens do suplemento é muito desenvolvida, visto que estes elementos são os que se destacam no primeiro contato com o suplemento. Nos próximos contatos, estes elementos mantêm a atratividade do jornal para elas. O “H” do logo foi apontado como um elemento de descontração, tornando o suplemento diferente. Caso o jornal não fosse colorido, as crianças que o leriam disseram que só fariam isso se o assunto fosse interessante e também que o suplemento teria menos graça.

As respostas referentes à leitura do suplemento, destacaram que o jornal consegue atrair grande parte de seus leitores com sua forma de conteúdo e linguagem. Embora dois grupos tenham apontado que nem todos os textos são interessantes, essa análise parte de uma perspectiva individual da criança, porque percebemos que a classe era bem heterogênea. Diante desse fato, verificamos que é muito complicado um jornal atender, de maneira unânime, às expectativas de seus leitores, visto à multiplicidade de gostos, apesar de concordarem quanto à atração por assuntos voltados à diversão.

Em relação à veiculação de propagandas no jornal, os alunos se posicionam contra. Percebemos uma preocupação com a coletividade porque nem todos têm acesso ao produto oferecido, como também o fato da propaganda ocupar um espaço no jornal que poderia ser dedicado ao aprofundamento do tema principal ou à veiculação de matérias mais informativas.

Em nosso último encontro, trabalhamos com a visão crítica das crianças em relação ao jornal e sua concepção sobre a realidade. Analisando as respostas dos grupos, verificamos que ao questionarmos qual seria a preocupação da *Folhinha*, elas afirmaram que o jornal se preocupa com as crianças, mas não aborda os problemas infantis. Entretanto, as crianças sentem a ausência dessas informações no jornal. Para elas, o jornal deveria ser um veículo que transmita essas informações de uma forma diferente do jornal adulto e da TV para facilitar o seu entendimento. É o ensinar brincando como apontou um dos grupos de alunos. Essa visão infantil ratifica nossa hipótese e nossa análise de que a *Folhinha* não discute as problemáticas e não traz informações que contribuam para o conhecimento da realidade por parte de seus leitores. A obtenção dessas informações pelas crianças entrevistadas ocorre via televisão ou conversa com os amigos. Desta forma, percebemos que a escola vem perdendo seu espaço no processo de educadora e a influência ocorre, majoritariamente, via mídia. As crianças se demonstraram passivas diante dos problemas dos seus “companheiros de idade”, pudemos observar que tal fato ocorre devido à falta de informações sobre os mesmos. Vale ressaltar que as crianças observam que a intenção do suplemento é a diversão e isso as agrada, no entanto, elas também consideram que a *Folhinha* poderia e deveria trazer a infância e seus problemas para o jornal para que seus leitores conheçam a realidade.

Resultados

Os estudos e análise possibilitaram verificar qual a influência que o suplemento tem na construção da visão de mundo das crianças. Como o jornal não explora seu potencial pedagógico e não retrata, como supúnhamos, os problemas da realidade, principalmente os relacionados à infância, a *Folhinha* não exerce uma influência direta. Entretanto, ao considerar a exclusão de informações sobre os assuntos que concernem também à infância, o suplemento contribui para a alienação e inocência infantil diante da realidade. Este fato foi comprovado na pesquisa de campo quando, ao levantarmos a questão da representação da problemática infantil no jornal, verificamos que as crianças percebem que o jornal não trabalha com esse assunto e afirmam que o jornal infantil deveria ter essas informações e transmiti-las de maneira atraente e didática para as crianças. Desta forma, nossa hipótese de que o jornal deveria explorar seu potencial pedagógico e trazer informações sobre a realidade, na qual as crianças estão inseridas, comprova-se porque elas se interessam por estes temas e acreditam que o jornal infantil seja um meio pelo qual deveriam obter tais informações.

Em relação à representatividade de crianças no suplemento e ao espaço destinado a vozes infantis, o jornal destaca esses elementos na seção “Querida Folhinha”, com depoimentos, textos e desenhos de crianças, relacionados na maioria dos casos ao entretenimento e ao lazer infantil. Nas reportagens, as presenças de crianças se efetuem na medida em que o jornal busca atrair o leitor e ratificar a abordagem das matérias vinculadas, em grande parte, à diversão. Quanto à recepção das crianças com o suplemento, elas se atraíram pelo seu formato e pela sua linguagem visual. Também não demonstraram grandes problemas em compreender a linguagem e os assuntos. Porém, apontaram que há elementos ausentes, como mais brincadeiras e matérias que tragam informações da realidade. Diante dessa constatação, verificamos que grande parte dessas crianças percebem a ausência de conteúdo informacional no jornal, mas se contentam com a ludicidade e entretenimento propostos.

Ao mesmo tempo, observamos que as crianças entrevistadas se sentiram confortáveis com o material que tinham em mãos e apenas se inquietaram quando o assunto não era do seu interesse ou se não havia nenhum elemento atrativo para elas, como as cores, fotos e figuras. Mas, quando questionadas sobre o que mais o jornal poderia ter, elas destacaram que as informações deveriam estar presentes em uma linguagem fácil.

Como nossa preocupação é com a formação de leitores críticos, verificamos que o jornal não cumpre esse papel porque observamos que ele não fornece informações em profundidade que poderiam auxiliar na concepção das crianças sobre a realidade. Caso o jornal trouxesse a realidade para o seu conteúdo, sem máscaras e manipulações, ele atuaria na construção da visão de mundo das crianças e não seria apenas um produto lúdico que limita a leitura de mundo das crianças. Entretanto, não podemos negar que grande parte do interesse das crianças está realmente na proposta do jornal de explorar o entretenimento. Porém, permanece nossa inquietação da contribuição social do jornal para os seus leitores.

Mesmo sem atinarem explicitamente para esse papel do jornal, as crianças se depararam com um material quase desconhecido, porque poucos tinham contato com a *Folhinha*. Face a essa consideração, acreditamos que esta pesquisa contribuiu para estimular o gosto das crianças por um jornal infantil, como também para que elas pudessem manifestar seus gostos e opiniões sobre um produto jornalístico a elas destinado. Durante a pesquisa, percebemos que as crianças gostaram do contato com o jornal e de poder expor uma análise pessoal sobre o mesmo, sem que isso fosse uma prova ou valesse nota.

Para finalizar, gostaríamos de frisar que o referencial teórico sobre a questão mídia impressa e crianças não é muito vasto, visto que a maioria das pesquisas discute a influência da televisão no público infantil. Os autores estudados discutem particularmente o valor das crianças enquanto produtoras culturais ou o papel do jornalismo impresso. A fusão entre os temas foi abordada em poucos estudos, fato que assinala o diferencial de nossa pesquisa, apontado pela Fapesp, que atua no jornalismo impresso e na recepção do mesmo pelo seu público. Elucidamos também a importância da atratividade visual e de conteúdo de um jornal infantil para seus leitores, como também a representatividade de crianças no jornal como um vínculo e elemento de identificação com o produto. Além disso, reforçamos a relevância de um material jornalístico de qualidade e responsabilidade com seus leitores para que as crianças se deparem com a realidade, mesmo que seja de uma forma mais lúdica, porque esses leitores serão os responsáveis pela sociedade no futuro. O jornal deveria ter como meta o que um aluno, nesta pesquisa, indicou, o “ensinar brincando”.

Referências Bibliográficas

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

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

ARIÈS, Philippe. História Social da Criança e da Família. 2.ed.Trad. Dora Flaksman. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

BRASIL. Estatuto da Criança e do adolescente. Decreto- Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. Brasília: Coordenação de Publicações, 1991.

CASTRO, Lucia Rabello(Org.). Crianças e jovens na construção da cultura. Rio de Janeiro: NAU Editora: FAPERJ, 2001.

COIMBRA, Oswaldo. O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura. São Paulo: Ática, 1993. (Série Fundamentos).

DIMENSTEIN, Gilberto. O Cidadão de Papel: A Infância, a Adolescência e os Direitos Humanos no Brasil. 19.ed. São Paulo: Ática, 2001.

FARIA, Maria Alice de Oliveira. O Jornal na Sala de Aula. 12.ed. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Repensando a Língua Portuguesa).

FOLHINHA: datas que vale a pena lembrar. Disponível em <http://www.1.folha.uol.com.br/folha/almanaque/folhinha.htm> Acesso em: 18 de mar. 2005.

KINCHELOE, Joe (Org.); STEINBERG, Shirley (Org.). Cultura Infantil: A Construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

IJUIM, Jorge Kanehide. Jornal na Escola: um instrumento de integração. 1994. 157 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)- Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

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

MENDES, Emerson Biral. O jornal infantil interativo. 2002. 160 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação- Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, São Paulo.

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