

**OLHAR DA INFÂNCIA: UM RELATO DA MÍDIA IMPRESSA.** Mayra Fernanda Ferreira, Prof<sup>a</sup> Dra. Loriza Lacerda de Almeida. – Comunicação - Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) - Departamento de Ciências Humanas – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – Campus de Bauru.

Muitos estudos apontam para a importância da infância, porque este segmento social possui, em tese, a possibilidade de intervenção no desenvolvimento das sociedades, dado que no futuro será sua base produtiva. Face a esta percepção, reconhecemos que a sociedade é 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 científica estuda como a mídia impressa influencia as crianças para que estas construam sua visão crítica de mundo acerca da realidade, a partir do consumo de um suplemento infantil. Para assinalar esta questão, a presente pesquisa analisa o suplemento infantil *Folhinha*, do jornal *Folha de S. Paulo*, e verifica sua contribuição para o público infantil. 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 a visão de mundo construída pela criança não seja constituída de falsidades devido à manipulação e / ou exclusão de dados e notícias pela mídia.

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 a consciência da importância destes cadernos enquanto instrumento pedagógico para o desenvolvimento da cidadania desde a infância.

Face às considerações apresentadas, esta pesquisa, que mergulha concomitantemente no imaginário infantil e nas pautas jornalísticas da *Folhinha*, torna-se justificável, 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 experiências, 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.

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, realizamos estudos que expliquem a questão do imaginário infantil, a formação da visão de mundo das crianças e a produção de matérias jornalísticas, com ênfase no papel do jornalismo impresso. Além disso, 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.

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. O

suplemento possui um formato tablóide, 28 cm x 31, 5 cm, e 8 páginas impressas em cores. A *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” também aparece em quase todas as edições. 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.

As edições da *Folhinha*, veiculadas de janeiro a junho de 2004, foram analisadas, 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. 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 critério qualitativo analisou os conteúdos transmitidos pelo suplemento de acordo com a 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.

Na análise quantitativa, apresentamos um quadro com a incidência dos assuntos relacionadas à informação, educação, entretenimento, publicidade e serviços nas 26 edições do suplemento.

| Categoria      | Janeiro | Fevereiro | Março | Abril* | Maio | Junho | Total |
|----------------|---------|-----------|-------|--------|------|-------|-------|
| 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 observação do quadro aponta para a confirmação da hipótese que o jornal destina mais espaço para assuntos voltados ao entretenimento. As seções que fornecem serviço estão relacionadas a atividades lúdicas e de lazer. Também pudemos constatar que o papel do jornal, enquanto educador e transmissor de informações que contribuam para o enriquecimento do repertório infantil, foi pouco explorado. 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/IAS (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.

A análise qualitativa demonstrou que o suplemento tem uma maior preocupação com o visual, inserindo muita cor, fotos, desenhos e ilustrações. O segundo “H” do logo *Folhinha* é um elemento visual muito explorado na capa, criando um elo de identificação com a chamada principal e atraindo o leitor pela criatividade. A interatividade com o público-alvo é muito presente, visto o uso de verbos, nos textos, no modo imperativo como confira, veja, conheça, etc.

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. 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.

Nos textos, observou-se que a linguagem verbal é, majoritariamente, simples, com frases curtas e em ordem direta. 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. Essa característica aproxima o leitor do jornal, mesmo que o conteúdo da matéria seja superficial. 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.

Para a pesquisa exploratória, contatamos o Colégio Interativo de Bauru 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. Face às respostas das crianças, percebemos que o entretenimento é a grande preferência infantil, principalmente as brincadeiras e os quadrinhos, com 17,02% e 14,89% das respostas, respectivamente. 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*. 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.

Na pesquisa de campo, 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 puderam expressar sua opinião a respeito do suplemento. Entre as atividades, aplicamos um questionário a fim de que analisassem o conteúdo e o formato do suplemento, realizamos dinâmicas em grupo para trocarem impressões sobre as edições, comparando-as e, para finalizar, as entrevistas que verificaram a percepção infantil sobre o papel do suplemento e sua concepção sobre a realidade.

Como 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 do suplemento. 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.

A participação de crianças em fotos e textos foi apontada como importante para 92,30% dos alunos. 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.

Os alunos também 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. 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. 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.

Os estudos e análises realizadas possibilitaram verificar qual a influência que o suplemento *Folhinha* tem na construção da visão crítica 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. 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.

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. Diante 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.

\_\_\_\_\_. 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.

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).

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.

IJUIIM, 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.

**Bolsa: FAPESP**