

INFORMAR AS CRIANÇAS PARA QUÊ?: as finalidades do jornalismo infantil¹

INFORMING CHILDREN FOR WHAT?: the purposes of children's journalism

Thaís Helena Furtado²
Cristiane dos Santos Parnaíba³
Anna Carolina Ortega⁴

Resumo: Este artigo, de caráter teórico, tem como objetivo propor quais são as finalidades do jornalismo infantil. Utilizamos como base as 12 finalidades do jornalismo elaboradas por Reginato (2019). Apresentamos as características do discurso do jornalismo direcionado para as crianças produzido no Brasil na atualidade, incluindo a interdiscursividade, e um levantamento dos resultados de estudos da área em que foram realizadas entrevistas com crianças sobre o que elas esperam do jornalismo infantil. Verificamos que publicar conteúdos divertidos e de ensino, com linguagem textual e visual adequados a esse público, é uma estratégia discursiva utilizada pelo jornalismo infantil para conquistar leitores. Concluimos que as finalidades definidas pela autora são também funções do jornalismo infantil e defendemos que formar leitores de jornalismo é a 13ª finalidade do jornalismo segmentado para as infâncias, cujo discurso deve ser equilibrado entre o fazer saber e o fazer sentir.

Palavras-Chave: Jornalismo infantil. Finalidades do jornalismo. Infâncias.

Abstract: This article aims to propose a framework for defining the purposes of children's journalism. The analysis is grounded in the 12 purposes of journalism systematized by Reginato (2019). We examine the characteristics of contemporary journalistic discourse addressed to children in Brazil, with particular attention to interdiscursivity, combined with studies that interviewed news-consuming children on their views about journalism content made for them. The discussion indicates that the production of entertaining and educational content operates as discursive strategies for children's engagement and audience consolidation. We argue that the purposes identified by Reginato are also applicable to children's journalism. Additionally, we propose that journalism readership constitutes a 13th purpose of children's journalism. Thus, journalistic discourse for children should be structured around a dynamic balance between informative and emotional dimensions.

Keywords: Children's journalism. Purposes of journalism. Childhoods.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Processos Comunicacionais, Infâncias e Juventudes. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

² Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), doutora em Comunicação e Informação, thaishfurtado93@gmail.com.

³ Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), doutoranda em Comunicação, cris.parnaiba@gmail.com.

⁴ Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), mestranda em Comunicação, annaortega.c@gmail.com.

1. Introdução

Tendo como base as finalidades do jornalismo elaboradas por Reginato (2019), este artigo, de caráter teórico, tem como objetivo fazer uma proposição de quais são as finalidades do jornalismo infantil – ainda que se trate de uma proposta em construção. Para isso, apresentamos as características do jornalismo direcionado para crianças produzido no Brasil na atualidade e um levantamento de estudos da área da comunicação com entrevistas com crianças sobre o que elas esperam do jornalismo infantil. Esse debate é fundamental já que as pesquisas sobre infâncias vêm crescendo no Brasil, e é importante que se pense o que cabe ao jornalismo nesse cenário.

Compreendemos que o jornalismo feito para crianças é fortemente interdiscursivo (FURTADO, 2013; PADILHA, 2025) e utiliza uma linguagem elaborada de forma a agradar e fidelizar esse público. Isso inclui os conteúdos textuais e o design dessas publicações⁵. Assim, buscamos saber se essas particularidades fazem com que as finalidades do jornalismo infantil sejam diferentes daquelas que caracterizam o jornalismo direcionado aos adultos. Não adotamos o termo “jornalismo infantojuvenil” por acreditarmos que as crianças, os adolescentes e os jovens têm interesses por informação diferentes – mesmo que não exista uma demarcação rígida.

Compreendemos a infância como uma construção social que se transforma de acordo com diferentes fatores, como a cultura, a época e a história. Belloni (2009, p. 138) diz que a situação das crianças varia “enormemente segundo as regiões do planeta e as classes sociais”. Ela também destaca que hoje a infância é compreendida “como uma categoria social relevante decorrente do fato social de que agora **crianças são atores sociais que participam**” (p. 138, grifo da autora), afirmações com as quais concordamos.

Enxergamos as crianças como sujeitos com capacidade de refletir e opinar sobre o mundo em que vivem. Para que isso seja possível, elas devem ter, de fato, o direito de receber informação jornalística de qualidade, garantido pelo Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA no Art. 71, que determina que as crianças têm direito à informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos compatíveis com a sua idade (BRASIL, 1990).

⁵ Embora o jornalismo infantil seja produzido em outros meios, estamos tratando de produções impressas e em sites por serem a maioria.

Ainda demarcando nossa posição, acreditamos que usar “o termo infâncias, no plural, é mais adequado por abarcar os diferentes perfis sociais, econômicos, culturais e históricos que as crianças têm” (FURTADO, 2024, p. 156). Da mesma forma, percebemos que hoje o jornalismo “[...] vem se diversificando, construindo novas formas de representar grupos historicamente ‘maltratados’ [...] pelas construções midiáticas, colaborando para que seja possível falar em outros ‘jornalismos’” (ORTEGA, 2024, p. 91). Entretanto, mesmo que haja diferentes modos de fazer jornalismo – da imprensa tradicional a novos arranjos periféricos – existem valores e princípios próprios dessa forma de conhecimento que devem ser mantidos para que seu discurso seja reconhecido como tal. Por isso, também consideramos o jornalismo como um gênero discursivo (BENETTI, 2008).

Para fazer a discussão proposta, organizamos o artigo em tópicos: primeiro apresentamos as finalidades do jornalismo (REGINATO, 2019); depois tratamos das características do jornalismo infantil; em seguida, falamos das percepções que as crianças têm desse tipo de jornalismo; e, antes das considerações finais, refletimos sobre quais são as finalidades do jornalismo infantil.

2. As finalidades do jornalismo

Para iniciarmos a discussão sobre os papéis do jornalismo infantil, apresentamos, primeiramente, alguns pressupostos sobre o jornalismo segundo Benetti (2013):

O jornalismo: 1) é uma forma de conhecimento que trata do presente e dos eventos que dizem respeito ao homem; 2) utiliza mapas culturais de significado que circulam na sociedade; 3) contribui para consolidar normas, práticas, quadros interpretativos e supostos consensos; 4) tem natureza pública; 5) institui-se em um quadro de relações assimétricas de poder; 6) estrutura-se a partir das noções de verdade e de credibilidade; 7) legitimou-se historicamente como uma prática autorizada a narrar a realidade; 8) diz-se representativo da diversidade social; 9) apresenta-se como um sistema perito; 10) obedece a interesses econômicos ou institucionais que podem estar em desacordo com seus princípios deontológicos; 11) é afetado pelas escolhas do jornalista, que está submetido a constrangimentos políticos, econômicos, estruturais, hierárquicos, temporais e éticos; 12) é afetado por questões técnicas e relativas ao suporte midiático; 13) é um discurso com regras próprias de constituição e de reconhecimento, inscrito em um contrato de comunicação (BENETTI, 2013, p. 44).

Tendo essas definições como guia, recorreremos à proposta de Reginato (2019) sobre as finalidades do jornalismo. Em sua pesquisa, a autora fez um extenso levantamento bibliográfico a fim de entender quais funções eram atribuídas ao jornalismo por pesquisadores, percorrendo mais de 300 anos de produção científica. Numa segunda etapa, a autora buscou as percepções de veículos, jornalistas e leitores sobre o tema. Em relação aos veículos, foram analisados princípios editoriais e manuais de redação, representando a voz institucional de três

jornais brasileiros de referência (*Folha de S.Paulo*, *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*). O discurso dos jornalistas foi investigado a partir de entrevistas já realizadas com esses profissionais ou em textos em que eles são autores e comentam sobre os deveres da profissão. Para estudar o discurso dos leitores, Reginato (2019) coletou comentários nos sites e nas páginas no Facebook dos mesmos três jornais de referência. Depois dessa busca significativa, a autora fez a sua proposta das 12 finalidades que o jornalismo deve cumprir em uma sociedade democrática (TAB. 1).

TABELA 1
As finalidades do jornalismo

Finalidade do jornalismo	Definição
1. Informar de modo qualificado	Fornecer para a sociedade a síntese dos principais acontecimentos; garantir o acesso de diferentes públicos a essa informação. Para ser qualificada, a informação deve ser verificada, relevante, contextualizada, plural e envolvente.
2. Investigar	Investigar os fatos detalhadamente, fazer reportagem investigativa, procurar informação exclusiva, trazer o que não está visível.
3. Verificar a veracidade das informações	Apurar todos os dados e checar as informações para entregá-las ao público com correção e precisão; contribuir com a busca da “verdade” dos fatos.
4. Interpretar e analisar a realidade	Avaliar os fatos que acontecem e explicá-los de forma aprofundada à sociedade; contextualizar as informações, fazendo relações entre passado e presente, causas e consequências.
5. Fazer a mediação entre os fatos e o leitor	Escolher a melhor forma de fundamentar a informação para que chegue ao leitor; adaptar o discurso especializado em uma linguagem mais acessível aos diferentes públicos.
6. Selecionar o que é relevante	Eleger o panorama dos principais acontecimentos, que se tornam importantes por serem atuais, úteis e impactam a vida pública e privada das pessoas; filtrar o que merece destaque e hierarquizar os ângulos que devem ser explorados.
7. Registrar a história e construir memória	Documentar os fatos mais importantes que ajudam a sociedade a entender seu tempo agora e no futuro; preservar a memória.
8. Ajudar a compreender o mundo contemporâneo	Orientar o leitor sobre como viver no mundo contemporâneo e como dar sentido ao tempo presente.
9. Integrar e mobilizar as pessoas	Ajudar a sociedade a se mobilizar; estimular a participação cívica na vida pública; mobilizar o público em torno de causas cidadãs.
10. Defender o cidadão	Apresentar aos leitores os seus direitos; afirmar que os direitos devem ser cumpridos.
11. Fiscalizar o poder e fortalecer a democracia	Vigiar os poderes (não só o governo) e as instituições para observar se os procedimentos de conduta estão corretos ou não; revelar manobras ilegais

<div> <div> 35º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS 2026 </div> <div> Saberes ancestrais e novos horizontes da pesquisa em comunicação Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) Natal/RN 9 a 13 de Junho de 2026 </div> <div>compós</div> </div>	
	e prejudiciais à sociedade; mostrar como a democracia se organiza para ajudar no funcionamento da vida pública.
12. Esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade	Esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade: Mostrar como o mundo funciona em toda a sua complexidade, diversidade e pluralidade; orientar o debate público; apresentar as problemáticas para que elas sejam discutidas na sociedade; ajudar o leitor a formar sua opinião.

FONTE: REGINATO, 2019, p. 222-223.

A autora esclarece que nem todas as finalidades precisam ser cumpridas na mesma pauta, mas que, para garantir a atuação que caracteriza e legitima o jornalismo, ele deve buscar alcançá-las cotidianamente.

É o cumprimento das finalidades que singulariza o jornalismo enquanto gênero discursivo e que permite ao leitor dizer: isto não é propaganda, não é ficção, não é romance. Se não cumprir as finalidades, o jornalismo corre o risco de perder leitores, de perder qualidade, de perder o ideal que o justifica socialmente. Corre o risco de, em última instância, deixar de ser jornalismo (REGINATO, 2019, p. 246).

Por diferentes motivos, nas publicações jornalísticas direcionadas aos adultos, a voz das crianças raramente é incluída: “[...] temos constatado que o jornalismo ou tenta gerenciar e disciplinar a criança como fonte, fazendo com que a sua voz preencha uma lacuna em uma notícia ou reportagem a partir de uma visão adultocêntrica; ou a afasta como fonte e, conseqüentemente, como leitora” (FURTADO, 2024, p. 164). Nesse contexto de afastamento, tem ocorrido uma fuga desse público para as redes sociais (FURTADO, 2024). Por isso, consideramos que o jornalismo precisa repensar sua relação com as infâncias, e isso passa pelas empresas de comunicação voltarem a investir no jornalismo infantil, do qual passamos a falar.

3. As características do jornalismo infantil

O jornalismo feito para crianças é entendido como segmentado por ser produzido para um público específico. Ele existe hoje em diferentes formatos no Brasil, como revistas, por exemplo, a *Recreio*⁶ e a *Qualé*⁷; veículos especializados, tal qual a *Ciência Hoje para*

⁶A *Recreio* foi uma das principais revistas infantis publicadas no Brasil. Criada em 1969 no formato impresso, passou por várias transformações. Hoje existe somente como site e com características bem diferentes das que fizeram a revista ter prestígio nos anos 1970.

⁷Fundada em 2020, a *Qualé* se define como uma revista jornalística feita para crianças e jovens. Tem periodicidade quinzenal da versão impressa e presença digital como site e também em redes sociais.

*Crianças*⁸; e jornais, como o *Joca*⁹. Mas o jornalismo infantil tornou-se conhecido no país por meio de jornais que mantinham suplementos infantis impressos¹⁰. Doretto (2014, p. 61) afirma que não se pode definir o jornalismo infantil apenas como aquele cujo público são crianças: “A simplicidade da frase [...] não se sustenta pela complexidade do conceito envolvido”. A autora diz que o jornalismo infantil representa e também constrói a noção das infâncias, “quebrando ou reforçando preconceitos e estereótipos e papéis sociais que recaem sobre meninos e meninas” (2014, p. 61).

A dificuldade de definir o jornalismo infantil começa pelo fato de ele estar sempre em transformação, assim como as infâncias: “[...] as crianças formam um grupo muito especial de pessoas a serem estudadas: elas se desenvolvem e mudam a uma velocidade e intensidade sem paralelo no ciclo da vida humana” (LEMISH, 2009, p. 100). Assim, entender as finalidades do jornalismo infantil passa por saber quais são as suas características.

O primeiro ponto a demarcar é que o jornalismo infantil se caracteriza de fato como jornalístico. Isso pode parecer redundante, mas é comum surgirem dúvidas por conta de ele não privilegiar notícias factuais – embora não deixe de publicá-las –, e por incluir entre seus conteúdos temas pouco abordados nas produções para adultos, como curiosidades e experimentos científicos. Entretanto, como são segmentados, é natural que os veículos direcionados para crianças apresentem temas focados nos interesses delas, como ocorre com outros segmentos – por exemplo, as revistas femininas. Não é, portanto, por centrarem-se em temáticas específicas que as publicações infantis deixam de ser jornalísticas.

Também não é por conta de utilizarem desenhos e cores vivas. Ilustrações, inclusive, são utilizadas por sites, jornais e, principalmente, revistas para adultos. Cabe lembrar que o jornalismo infantil surgiu do imbricamento entre a literatura infantil e as histórias em quadrinhos (FURTADO, 2013). Por isso, os veículos para crianças tiveram como referência a linguagem estabelecida por essas publicações, assumindo um caráter singular.

⁸ A *CHC* afirma ser a primeira revista brasileira sobre ciência para crianças. Criada em 1986, é feita pelo Instituto Ciência Hoje, tem versão mensal impressa, um site e está também nas redes sociais.

⁹ O *Joca*, fundado em 2011, se define como o primeiro jornal brasileiro para o público infantojuvenil. Com edições quinzenais impressas e versão digital, tem um portal online atualizado diariamente, além de perfil nas redes sociais.

¹⁰ O *Globinho* foi lançado como suplemento em 1938. Teve diferentes nomes e formatos. Em 2013, sua última edição impressa foi publicada. Houve a tentativa de se produzir uma versão online que acabou sendo descontinuada. O *Estadinho* foi criado em 1987 e deixou de ser impresso em 2013. Em 2022, foi lançada uma versão para as redes sociais, que não são mais atualizadas. A *Folhinha* surgiu como suplemento em 1963 e deixou de ser impressa em 2016, tendo apenas algumas edições especiais publicadas em 2025. Hoje se mantém no formato online.

A dúvida sobre ser jornalística ou não talvez surja justamente do estranhamento da forma como o público infantil vem sendo considerado na contemporaneidade. Estranhamento esse que pode ter ocorrido também quando outros públicos passaram a ter voz, como o das mulheres, por exemplo (FURTADO, 2013, p. 104).

Além disso, pesquisas mostram (FERREIRA, 2025; PADILHA, 2024; FURTADO, 2013) que a rotina de trabalho nos veículos infantis é muito próxima da de qualquer outro produto jornalístico: reuniões de pauta, apuração, pesquisa, entrevistas, verificação das informações, redação, produção e escolha de imagens e edição, chegando até o leitor. Portanto, o jornalismo infantil é, de fato, jornalismo, e são as rotinas e o próprio discurso jornalístico que o organiza, com estratégias discursivas para se comunicar com as crianças, como a forte interdiscursividade.

Entendemos o interdiscurso, conforme a Análise do Discurso, como a relação constante que existe entre discursos. Assim, o discurso é sempre heterogêneo, ou seja, atravessado – e por isso composto – por outros discursos que lhe são exteriores. A noção de interdiscursividade foi central no estudo de Furtado (2013) ao analisar a *Recreio*. A autora verificou que a revista era formada pelo interdiscurso entre os discursos jornalístico, publicitário, didático-científico, de entretenimento e sobre a revista. Neste artigo, consideramos que o discurso autorreferente – como índice e expediente – também faz parte do discurso jornalístico.

Maingueneau (2007, p. 36) explica que isso não significa que um discurso se constitua da mesma forma com todos os discursos que fazem parte do seu campo discursivo. O autor diz que “uma hierarquia instável opõe discursos dominantes e dominados e eles não se situam necessariamente no mesmo plano”. No caso do jornalismo infantil, consideramos que, no seu interdiscurso, o discurso jornalístico é o dominante, que organiza os outros três: o publicitário, o didático-científico e o de entretenimento. Essa mesma interdiscursividade vem sendo constatada na maioria das produções de jornalismo infantil brasileiras.

A revista *Qualé*, por exemplo, é composta pelas editorias Mundo, Ciência, Esportes, Brasil, Cultura, Saúde e Curiosidade (REVISTA QUALÉ, 2026). O *Joca* conta com as editorias Brasil, Mundo, Cultura, Ciência e Tecnologia. No jornal, são trabalhadas também pautas do noticiário tradicional com linguagem para esse público (JORNAL JOCA, 2026). O site da revista *Ciência Hoje para Crianças* (CHC) deixa claro o seu objetivo: “Queremos mostrar que a ciência pode ser divertida e que está presente na vida de todos nós” (CHC, 2026). Portanto, a CHC privilegia o discurso didático-científico, mas também trata de fatos da atualidade e

destaca o entretenimento. Na *Recreio*, as editorias são Viva a História, Entretenimento, Educacional, Escola, Natureza, Games e Últimas (RECREIO, 2026).

A *Folhinha* tem matérias sobre ciências, curiosidades, cultura, fatos atuais, além de um espaço específico chamado de “vem brincar!”, que ensina como fazer brinquedos com sucatas e traz desafios para serem resolvidos pelos leitores (FOLHA, 2026). Já a revista impressa mensal *Nossa Amiguinho* tem uma singularidade. Ela é publicada pela Casa Publicadora Brasileira, braço editorial da Igreja Adventista do Sétimo Dia (IASD). “Apesar de não ser uma publicação explicitamente focada nos dogmas da IASD, *Nosso Amiguinho* traz em suas páginas valores cristãos no interdiscurso entre o discurso jornalístico – que consideramos ser o organizador de todo o discurso da revista – e o discurso moral-religioso” (PADILHA, 2024, p. 81-82). O autor também identifica a presença dos discursos de entretenimento e didático-científico. Ou seja, com poucas variações, o interdiscurso presente nas publicações é o mesmo.

Além disso, todos esses periódicos são visualmente semelhantes. Gruszynski e Calza (2013, p. 204) explicam que o design de cada publicação é construído visando identificação com o seu público: “[...] o projeto gráfico participa da construção de identidade de uma revista e busca orientar o leitor na apreensão e interpretação das mensagens, constituindo, assim, a forma de seu conceito editorial”. Por isso, o jornalismo infantil apresenta sempre visual descontraído, usando cores fortes, muitas ilustrações – em alguns casos com mascotes –, títulos destacados, fotos em que aparecem crianças e linguagem acessível.

Na aba *Quem Somos* do site do *Jornal da Criança & Jovens*, criado em 2019, o leitor encontra o convite: “Conecte-se com notícias do mundo de forma clara, precisa e acessível” (JORNAL DA CRIANÇA & JOVENS, 2026). A *Qualé*, em sua apresentação no site, diz que oferece “informações quentinhas, utilizando linguagem simples e descomplicada” (REVISTA QUALÉ, 2026). Já sobre o design, informa: “Nosso universo é recheado de cores. Utilizamos o poder de um visual amigável para despertar o prazer da leitura nas crianças e jovens. Estimulamos a curiosidade por meio de imagens modernas e cativantes” (REVISTA QUALÉ, 2026). O site, bastante colorido, comprova essa escolha (FIG 1):



FIGURA 1 – Homepage da revista *Qualé*
 FONTE: <https://revistaquale.com.br/>

Portanto, além da interdiscursividade, a principal característica do jornalismo infantil é publicar conteúdos relevantes com linguagem – textual e visual – acessível e atraente para as crianças. Cabe, agora, saber o que os estudos já descobriram em relação à opinião das crianças sobre o jornalismo infantil.

4. Que jornalismo as crianças querem

São vários os estudos que buscam entender o que as crianças pensam sobre o jornalismo direcionado a elas. Fischberg (2007), por exemplo, realizou uma pesquisa de campo, no Rio de Janeiro, com crianças com idades em torno de 11 anos. O objetivo era analisar como se dava a leitura de publicações jornalísticas infantis por elas. O suplemento *Globinho* e a revista *Recreio* – que ainda existiam em formato impresso – foram os objetos de estudo. A pesquisadora identificou que esse público escolhe ler as matérias principalmente por influência das imagens. As crianças apontaram os passatempos, as piadas e as histórias em quadrinhos como conteúdos que as interessam. Especificamente em relação à *Recreio*, disseram que os brindes que vinham junto com a revista eram atrativos para a compra.

Outra constatação foi a de que as crianças gostam de ver outras crianças como entrevistadas e até como repórteres. A autora verificou também que, embora gostem de entretenimento, as crianças sentem falta de mais conteúdos considerados jornalísticos.

Foi possível notar também, nos debates e nos trabalhos feitos pelas crianças, que seu grande interesse está direcionado a temas que consideramos do “mundo adulto”. Elas sabem e declaram, inclusive, que esses assuntos não se encontram, necessariamente, nos impressos voltados para o público infantil. Desta forma, consomem tudo aquilo que se destina a um público de faixa etária mais elevada que a sua, não apresentando dificuldades de compreensão em relação aos textos, quando se trata de mídia impressa (FISCHBERG, 2007, p. 137).

Isso indica que, se os interesses das crianças estão representados, elas se sentem mais envolvidas com a publicação. Se suas comunidades são representadas, por exemplo, de modo estereotipado, ou excessivamente violento, o oposto acontece. Inclusive, a noção de que a identificação das crianças com as notícias é importante aparece em outras pesquisas. Segundo Carter (2007) e Pereira e Silveira (2015), meninos e meninas querem que os seus pontos de vista sobre questões políticas e econômicas sejam valorizados pelos adultos. Os autores apontam que utilizar linguagem adequada é fundamental para estimular o interesse por jornalismo.

Em uma pesquisa sobre a representação das infâncias no jornalismo infantojuvenil, Doretto (2018) entrevistou crianças leitoras e não-leitoras de veículos desse segmento no Brasil e em Portugal. Sobre a *Visão Júnior*, revista portuguesa dirigida a leitores entre os 6 e 14 anos, uma menina afirmou que o veículo “ensina muita coisa, ensina a ser educado com os mais velhos, com os idosos, a ajudá-los” (DORETTO, 2018, p. 6). Ou seja, a leitora reconhece o jornalismo infantojuvenil como um lugar de aprendizado. Em outro diálogo, com um leitor também de Portugal, a pesquisadora pergunta se ele conhece algum jornal para crianças. Ele diz que lembra só de um e destaca: “estavam lá coisas até engraçadas” (2018, p. 6).

A mesma ênfase no humor é observada em outra resposta dada a Doretto (2018, p.7) por uma leitora da *Recreio* sobre suas seções favoritas: “tem uma parte de piada, que fala de uns filmes, tem parte que fala de jogos”. Outra menina atribui sua relação com a *Recreio* à possibilidade de socialização a partir dos conteúdos de entretenimento: “a *Recreio* eu pego para jogar com as minhas amigas. Tem um joguinho ‘pra’ ver onde ‘tão’ as coisas” (2018, p. 8). Na mesma pesquisa (DORETTO, 2018, p. 8), um menino opina sobre o *Joca* explicando como ele gostaria que o jornal fosse: “um pouquinho mais engraçado, para eu entender mais”. Ou seja, para ele, o fato de um conteúdo ter humor ajuda na sua compreensão do tema tratado, potencializando seu interesse pelo jornal. Isso leva também Doretto (2018, p. 9) a afirmar que “o jornalismo para crianças não pode ser uma cópia dos adultos: é preciso redigir textos com mais humor”.

Ainda outro aspecto notável na pesquisa – que coincide com os achados dos outros autores – é que as crianças sentem que as revistas subestimam seu escopo de interesse, como quando uma criança diz que não gostaria de “só saber de ‘Ben 10’, mas do mundo”¹¹

¹¹ Ben 10 é uma franquia de mídia de desenhos animados estadunidense produzida pelo Cartoon Network Studios. É também o nome do personagem principal da animação.

(DORETTO, 2018, p. 10). Ou seja, os valores de relevância e atualidade, basilares na prática jornalística, seguem sendo fatores de interesse das crianças. Nesse sentido, Carvalho et al. (2009) identificaram que as notícias mais lembradas e comentadas pelas crianças estão relacionadas a histórias “não infantis”, sobretudo ligadas a esporte, cultura, consumo e comportamento. Há também o indicativo (DORETTO, 2019) de que o interesse por notícias na infância está relacionado à rotina familiar dos infantes, ou à chamada rotina noticiosa dos pais e responsáveis. Tendo o exemplo dos adultos, é mais provável que a criança vá se interessar em consumir informação. Ainda assim, elas têm as suas próprias maneiras de compreender o que é uma notícia, mesmo que entendam que elas estejam atreladas àquilo que é verdadeiro e crível.

Há, no entanto, uma questão importante na relação das crianças com as notícias para adultos. Delorme (2013), ao entrevistar crianças, percebeu que muitas vezes elas acabavam assistindo o telejornal com suas famílias não por escolha. A autora entrevistou crianças de 7 anos em uma escola municipal do Rio de Janeiro. As conclusões não são muito diferentes dos estudos sobre jornalismo infantil. Delorme (2013, p. 212) constatou que as crianças sentem repulsa aos noticiários, principalmente porque têm “a expectativa de que a televisão divirta, entretenha, informe e alegre a vida delas, o que torna fácil perceber por que os telejornais e as notícias da televisão não lhes são agradáveis nem divertidos”. Mas elas também consideram importante estar bem informadas sobre os fatos do mundo para não se sentirem excluídas da sociedade e conseguirem trocar informações com os adultos, sendo valorizadas por eles.

Doretto (2019, p. 26) constatou, em outro estudo, que as crianças têm noção de que o jornalismo infantil guarda diferenças em relação ao jornalismo voltado aos adultos. Um menino de 11 anos, por exemplo, afirmou à pesquisadora que prefere “suas próprias notícias”, em comparação às notícias consumidas pelos pais. Mas a característica mais destacada pelas crianças sobre a diferença entre o jornalismo adulto e o infantil é o uso do humor, do conteúdo divertido.

Considerando as características do jornalismo infantil, por meio dos exemplos que trouxemos, e as pesquisas de recepção com crianças, percebemos que, além de elas mostrarem interesse por temas factuais, dois discursos que compõem o interdiscurso do jornalismo infantil se sobressaem como os que mais agradam a esse público: o discurso do entretenimento (que diverte) e o discurso didático-científico (que ensina). Esses dois discursos, inclusive, têm ligações significativas entre eles. Vigotski (2014, p. 9-10), a partir do olhar da psicologia,

explica que a imaginação não deve ser vista “como um divertimento caprichoso do cérebro, algo que paira no ar, mas como uma função vitalmente necessária”. Sendo assim, tanto o discurso do entretenimento, quanto o discurso didático-científico construídos por meio de uma linguagem acessível e envolvente podem despertar o interesse das crianças leitoras.

Ao observarmos as 12 finalidades do jornalismo propostas por Reginato (2019), no entanto, verificamos que *divertir* e *ensinar* não são consideradas como funções do jornalismo pela autora. Portanto, essas poderiam ser consideradas finalidades do jornalismo infantil? Foi a partir dessa provocação que começamos a nos aprofundar e tentar definir quais são as finalidades do jornalismo produzido para as crianças.

5. As finalidades do jornalismo infantil

Ao examinarmos as 12 finalidades identificadas por Reginato (2019) em relação ao jornalismo em geral, constatamos que todas elas são também finalidades do jornalismo infantil. Levando em conta, é claro, que essas finalidades devem ser pensadas em relação às crianças. A finalidade de *selecionar o que é relevante*, por exemplo, é definida por Reginato (2019, p. 223), conforme a Tabela 1, por: “Eleger o panorama dos principais acontecimentos, que se tornam importantes por serem atuais, úteis e impactarem a vida pública e privada das pessoas; filtrar o que merece destaque e hierarquizar os ângulos que devem ser explorados”. No caso do jornalismo infantil, é necessário que o jornalista selecione acontecimentos que são importantes, úteis e impactem a vida especificamente das crianças. Assim como é fundamental que se filtre o que merece ser destacado para esse grupo, pensando o ângulo adequado para ser explorado de acordo com as necessidades e interesses dos infantes.

Outra finalidade que pode ser exemplificada para o segmento infantil é a de *defender o cidadão*, definida da seguinte forma: “Apresentar aos leitores os seus direitos; afirmar que os direitos devem ser cumpridos” (REGINATO, 2019, p. 223). Considerando o ECA, é imprescindível que o jornalismo infantil informe aos seus leitores quais são os seus direitos, para que eles possam, inclusive, reivindicá-los. Assim como essas, as outras finalidades podem e devem ser pensadas na construção do jornalismo infantil, mesmo sabendo que não é necessário que elas sejam todas cumpridas em uma só matéria, como explica a autora.

Sendo assim, as questões que nos mobilizam são: existem outras finalidades além dessas que seriam próprias do jornalismo infantil? Ensinar e divertir seriam finalidades do jornalismo infantil? Para responder a essas perguntas recorreremos ao conceito de contrato de

comunicação proposto por Charaudeau (2009). Segundo o autor, todo discurso depende de condições específicas da situação na qual ele surge. “A situação de comunicação constitui assim o quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social quando iniciam uma comunicação” (CHARAUDEAU, 2009, p. 67). Ou seja, os sujeitos que querem se comunicar entre si precisam levar em conta a situação em que estão inseridos naquele momento. Quando eles têm um conhecimento recíproco das “regras” da situação de troca linguageira – como denomina o autor – pode-se dizer que eles estão ligados por uma espécie de acordo prévio.

Esse reconhecimento mútuo é chamado por Charaudeau (2009) de contrato de comunicação, e ele muda de acordo com a situação de comunicação e dos sujeitos envolvidos. No jornalismo, se estabelece um contrato de comunicação específico, pois ele ocupa um lugar a partir do qual está autorizado e tem credibilidade para tratar dos fatos do mundo, e os sentidos que ele busca construir só podem se concretizar se o leitor reconhecer a legitimidade e a singularidade desse lugar de enunciação. Assim como o contrato do jornalismo é singular, o contrato estabelecido por cada publicação com seus leitores também tem suas particularidades, mesmo que todas sigam a lógica mais abrangente estabelecida pelo campo.

Dito isso, consideramos que a troca linguageira que se estabelece entre o jornalismo infantil e seus leitores segue as mesmas “regras” de outras publicações jornalísticas, mas tem particularidades por ser dirigida a um público específico – como acontece com outros veículos segmentados. Segundo Charaudeau (2009), as condições externas ao discurso que determinam o contrato de comunicação são a de identidade (quem fala com quem), de finalidade, (para que se fala), de propósito (do que se fala) e de dispositivo (por qual canal se fala). No jornalismo infantil, o veículo fala com seus leitores – no caso, crianças – sobre assuntos de interesse desse grupo a partir de dispositivos como uma revista, um jornal, um site. Ou seja, em relação a três condições externas ao discurso (quem fala com quem, do que se fala e por qual canal), o jornalismo infantil funciona de forma semelhante a qualquer outra produção segmentada. O que nos interessa, no entanto, é a condição de finalidade: *para que se fala*.

A finalidade do contrato de comunicação do jornalismo, segundo Charaudeau (2009) está sempre em tensão entre duas visadas: de “fazer saber” (ou de informação), e de “fazer sentir” (ou de captação). Por um lado, o jornalista tem o dever de informar sobre os acontecimentos do mundo, conquistando credibilidade, por outro, precisa seguir a lógica comercial, captando mais leitores e se sustentando. A finalidade de “fazer saber” é

normalmente a preponderante no jornalismo, mas o “fazer sentir” também importa, para que os leitores se interessem sobre o que estão lendo. Quando pensamos no jornalismo infantil, no entanto, essa balança tende a ser mais equilibrada. Se considerarmos as duas características – *ensinar* e *divertir* – que apareceram como importantes na voz das crianças, poderíamos dizer que a primeira está mais relacionada ao “fazer saber” e a segunda, ao “fazer sentir”.

Ao excluir a função de divertir como finalidade do jornalismo, Reginato (2019) argumenta que, além de ela aparecer pouco nos textos que analisou, quando jornalistas se referiam a ela, era mais de forma crítica, relacionando o entretenimento à superficialidade e à fragmentação. “Jornalismo não precisa ser ‘sisudo’ e ‘chato’, mas precisa saber a que veio, para que serve e o que o leitor espera dele” (REGINATO, 2019, p. 244). No entanto, a diversão aparece com frequência nas falas das crianças como algo que esperam do jornalismo infantil, inclusive associando a linguagem bem humorada com a facilidade de compreensão dos fatos. Entreter também aparece no discurso dos veículos direcionados ao público infantil como algo positivo. A *Ciência Hoje para Crianças*, por exemplo, ao explicar em seu site que a revista está completando 40 anos, diz que vai “buscar pautas *bem divertidas* para festejar essa data tão especial!” (CHC, 2026, grifo nosso).

Reginato (2019) também não inclui entre as finalidades do jornalismo o papel de educar. Porém, o discurso didático-científico no jornalismo infantil é destacado por leitores e veículos. Todas as publicações para crianças das quais falamos têm no mínimo uma editoria relacionada ao ensino. Por um lado, isso ocorre porque os veículos querem atender à curiosidade das crianças, que têm o desejo de aprender, de criar, como diz Vigotski (2014). Mas o fato de as publicações oferecerem conteúdos de aprendizagem não satisfaz somente as crianças. Em sua tese, Furtado (2013, p. 152) entrevistou a editora da revista *Recreio* à época, Fernanda Santos, e a jornalista explicou a razão de o discurso didático-científico também agradar aos adultos responsáveis: “Os pais sentem-se mais confortáveis em comprar a revista sabendo que seus filhos poderão ‘aprender’ com ela, e não só brincar com o brinde que ela oferece às crianças. Dessa forma, a publicação une a satisfação do desejo da alegria, do brincar, com o desejo de saber”.

Atualmente, a *Recreio* deixa clara a sua estratégia de unir o discurso de entretenimento com o discurso didático-científico inclusive em seu mídia kit (FIG. 2), utilizando o enunciado “Educação que diverte...E diversão que educa!” (RECREIO, 2026) para comercializar espaços no site:



FIGURA 2: Midia Kit da revista *Recreio*
FONTE: recreio.com.br

Assim, publicar conteúdos educativos com uma linguagem divertida passa a ser fundamental, pois esse interdiscurso atende muito bem à visada de captação. Furtado e Doretto (2024), analisando práticas editoriais e estratégias discursivas de publicações jornalísticas para crianças, verificaram que elas têm estruturado seus modelos de negócio em assinaturas vendidas a estudantes de escolas públicas e privadas, o que reveste esses periódicos “de um caráter pedagógico, na medida em que se tornam materiais de apoio a processos de ensino-aprendizagem” (FURTADO E DORETTO, 2024, p. 5). Esse modelo representa hoje um importante caminho para a sustentabilidade financeira desses veículos, principalmente quando são comprados por redes públicas de ensino. “Essa inclinação, porém, gera vieses na cobertura, pois o objetivo passa a ser atender a demandas de escolas e famílias, e a criança surge como um público secundário, ainda que a linguagem adotada seja, pelo menos em tese, voltada a ela” (FURTADO E DORETTO, 2024, p. 22).

O *Joca*, por exemplo, deixa claro em seu site (FIG. 3) que o jornal é também um material pedagógico alinhado aos conteúdos da Base Nacional Comum Curricular (BNCC) (JORNAL JOCA, 2026).

Conteúdo especializado para cada público, desenvolvido por especialistas em educação



FIGURA 3: Informações do jornal *Joca* para escolas e famílias

FONTE: jornaljoca.com.br

A fundadora do *Joca*, Stéphanie Habrich, em livro autobiográfico, afirma que tornou-se insustentável no Brasil manter publicações jornalísticas para crianças devido à falta de hábito de leitura pelos brasileiros. A solução para manter o jornal surgiu, segundo ela, no encontro com um executivo:

Lembro bem de uma conversa com um CEO de uma grande editora de livros pedagógicos que foi definitiva para virar a chave do meu *mindset*. Ele me disse: ‘Quando colocamos dinheiro em um livro, investimos três vezes mais no professor’. [...] A cada edição do *Joca*, fomos produzindo também um material de apoio ao professor (apostilas e exercícios, por exemplo) para que a proposta de um jornal infantojuvenil fosse mais bem aproveitada em sala de aula (HABRICH, 2020, p. 99, grifo da autora).

A *Qualé* segue a mesma lógica do *Joca*, tanto que um dos valores da revista é “levar às escolas e famílias brasileiras recursos que deem apoio à formação de crianças e jovens do século 21, com o objetivo de colaborar para que se tornem cidadãos críticos e ativos” (REVISTA QUALÉ, 2026). Além disso, o site informa, na seção sobre a revista: “Acreditamos que, ao lado dos educadores, podemos fazer a diferença. Por isso, oferecemos um amplo material de apoio para os professores” (REVISTA QUALÉ, 2026). Já a CHC anuncia em seu site:

A qualidade de tudo o que a CHC publica é considerada tão boa que mais de 60 mil escolas públicas do Brasil recebem a revista em suas bibliotecas. Isso quer dizer que, além de informar e divertir, a revista é uma fonte de pesquisa para milhares de estudantes e professores nas mais diferentes regiões do país (CHC, 2026).

A partir dessas considerações, poderíamos pensar que divertir e ensinar seriam finalidades do jornalismo infantil, entretanto, ao nos aprofundarmos nessa questão, chegamos a outra conclusão. Mesmo que as crianças esperem se divertir com as publicações direcionadas

a elas, concordamos com Reginato (2019) que esse não é papel do jornalismo. O discurso de entretenimento faz parte do discurso jornalístico para crianças de forma interdiscursiva, mas divertir pode estar englobado na finalidade de *fazer a mediação entre os fatos e o leitor*, definida por Reginato (2019, p. 223) como: “Escolher a melhor forma de fundamentar a informação para que chegue ao leitor; adaptar o discurso especializado em uma linguagem mais acessível aos diferentes públicos”.

Portanto, o discurso de entretenimento não se configura como uma finalidade, mas sim como uma estratégia discursiva do jornalismo de levar informação para as crianças com uma linguagem textual e visual divertida para que elas gostem de consumir jornalismo. Tanto as páginas de piadas ou de brincadeiras, quanto o próprio texto bem humorado para tratar de fatos relevantes fazem com que os leitores se aproximem mais do jornalismo infantil e possam reconhecer a sua importância.

O mesmo acontece com a função de ensinar. Quando ela aparece na fala das crianças, está mais associada a aprender de forma fácil ou atender a sua curiosidade. São os veículos e os responsáveis pelas crianças que valorizam de fato essa função. Para os primeiros, ela garante a sustentabilidade. Para os adultos, provoca um efeito de justificar a compra da publicação, mesmo que através da escola – e isso é percebido pelos veículos. Portanto, trata-se também de uma estratégia discursiva do jornalismo infantil e não de uma finalidade. Entretanto, alguns veículos nos deram pistas para identificarmos uma finalidade que, concluímos, ser do jornalismo infantil: *formar leitores de jornalismo*.

A missão da revista *Qualé*, por exemplo, é “despertar o prazer de ler, o conhecimento e o senso crítico nas crianças e jovens por meio de informações jornalísticas confiáveis” (REVISTA QUALÉ, 2026). E enunciados semelhantes aparecem nos textos autorreferentes das outras publicações. A correlação entre o consumo de jornalismo infantil e o consumo de jornalismo em geral é comentada em entrevista concedida para a *LaTam Journalism Review* por Nilton Valentin, editor do *Diarinho*¹², um dos poucos suplementos infantis que ainda circulam no país:

Muitos adultos que hoje leem o jornal começaram a se interessar por notícias por causa do Diarinho em um tempo que não havia internet, celular e nem YouTube ou Tik Tok. [...] Oferecer um conteúdo que seja de seu interesse certamente vai fazer com que esses jovens tenham interesse de ler, de se manterem informados (LUBIANCO, 2022).

¹² O *Diarinho* é um suplemento para crianças do *Diário do Grande ABC*, do estado de São Paulo, criado em 1971. Além da versão semanal impressa, existe também no formato virtual.

A formação de leitores no Brasil é um desafio contemporâneo para diferentes segmentos, não só para o jornalismo. A edição mais recente da pesquisa *Retratos da Leitura no Brasil*, realizada pelo Instituto Pró-Livro em 2024, mostrou uma queda no hábito de leitura da população brasileira de modo geral, ressaltada pelo fato de que, pela primeira vez, há mais não-leitores (53%) do que leitores no país (IPL, 2024a).

Em entrevista para o Instituto Pró-Livro, a coordenadora da pesquisa, Zoara Failla, questiona:

Para além das novidades dessa edição, as principais questões que gostaríamos de deixar para refletirmos são: por que temos tão poucos leitores? Os interesses e hábitos de leitura revelados por essa ‘radiografia’ podem explicar se estamos formando leitores críticos e que compreendem plenamente o que leem, essenciais para nosso desenvolvimento social, humano e nossa democracia? E como melhorar esse retrato? (IPL, 2024b).

O que chama atenção é que a queda no hábito é observada em todas as faixas etárias e perfis sócio-econômicos, com exceção das crianças de 11 a 13 anos e dos idosos com mais de 70. Cabe destacar que a pesquisa considera também a leitura dos livros didáticos, que as crianças são obrigadas a ler na escola. Por outro lado, o “gosto” pela leitura é apontado por 38% das crianças de 5 a 10 anos como motivação (IPL, 2024a).

Em resposta às questões da pesquisadora, defendemos que *formar leitores de jornalismo* é a décima terceira finalidade do jornalismo infantil, somada às demais propostas por Reginato (2019). Mais do que uma constatação, esse é um posicionamento. O jornalismo infantil já é hoje um caminho significativo para estimular a leitura e a aproximação das crianças com o jornalismo, mas reforçamos a necessidade de formar leitores **de jornalismo**.

Isso significa que os veículos e as escolas precisam atentar para a primeira finalidade do jornalismo proposta por Reginato (2019): *informar de modo qualificado*. Segundo a autora, “[...] para ser qualificada, a informação deve ser verificada, relevante, contextualizada, plural e envolvente” (p. 222). É necessário que o jornalismo infantil seja valorizado nas escolas não só pela visada da captação, no sentido da sustentabilidade imediata, mas principalmente pela visada da informação, ajudando, de fato, a formar sujeitos críticos, participativos, conscientes de seus direitos e amantes da leitura. Assim como é necessário que a sociedade valorize o jornalismo infantil – e o jornalismo em geral – pelos mesmos motivos, além de perceber que, sem jornalismo, não há democracia.

6. Considerações finais

Procuramos neste artigo refletir sobre o jornalismo infantil e definir quais são as suas finalidades. Ao observar as características dos periódicos e verificar as falas de meninos e meninas para pesquisadores da área, em um primeiro momento, imaginamos que divertir e ensinar poderiam ser funções do jornalismo infantil. Ao nos aprofundarmos no debate, concluímos que *divertir* e *ensinar* são estratégias discursivas que o jornalismo infantil utiliza para agradar o seu público, mas, principalmente, para se tornar sustentável – atendendo mais a visada da captação (imediata) do que a visada da informação (CHARAUDEAU, 2009). Defendemos, porém, que *divertir* e *ensinar* devem ser estratégias discursivas do jornalismo infantil para atender à finalidade de *formar leitores de jornalismo*.

Ferreira (2025) afirma que desenvolver habilidades de literacia para as notícias pode contribuir para o desenvolvimento da leitura e da escrita nas crianças, o que já é bastante importante. Mas ela traz mais um ponto relevante:

Uma outra perspectiva da relação entre jornalismo infantojuvenil e literacia para as notícias reside na possibilidade de impulsionar uma aproximação das crianças ao consumo jornalístico, incentivando-as a procurar notícias adequadas às suas idades e, consequentemente, estimular o aparecimento de mais ofertas deste gênero no mercado (FERREIRA, 2025, p. 103).

Concordamos com a autora e consideramos que pode-se ir além: ao cumprir a finalidade de *formar leitores de jornalismo*, incluindo as estratégias discursivas de *divertir* e *ensinar*, as publicações jornalísticas para crianças podem equilibrar as finalidades do *fazer saber* e do *fazer sentir*, mas não pensando a captação somente com o foco na sustentabilidade imediata – que compreendemos ser importante – mas percebendo que, ao aproximar as crianças do jornalismo infantil, estarão formando também leitores futuros do jornalismo para adultos. E isso significa formar sujeitos críticos, criativos e conscientes de seus direitos no presente e no futuro, na esperança de construção de uma sociedade menos desigual, mais bem informada e mais democrática.

Referências

- BELLONI, M. L.. **O que é sociologia da infância**. Campinas: Autores Associados, 2009.
- BENETTI, M. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: SCHWAAB, Reges; TAVARES, Frederico. **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- BENETTI, M. O jornalismo como gênero discursivo. **Galáxia**. n. 15. São Paulo: PUC-SP, 2008.
- BRASIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Brasília: Casa Civil, [1990]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm. Acesso em: 8 fev. 2026.

CARTER, C. Talking about My Generation: A Critical Examination of Children`s BBC Newsround Web Sites Discussions About War, Conl it and Terrorism. In: LEMISH, D.; GÖTZ, M. **Children and Media in Times of War and Conl ict**. USA: Hampton Press, 2007. p. 121-142.

CARVALHO, M. J. L.; CADEÇO, A.; COSTA, M. M.; LINHA, S. A voz de crianças em instituição (Sistema de Protecção): percepção e conhecimento sobre os media. In: PONTE, C. (org.). **Crianças e jovens em notícia**. Lisboa: Livros Horizonte, 2009. p.177-190.

CHARAUDEAU, P.. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

CHC. **Sobre a CHC**. Disponível em: <https://chc.org.br/sobre-a-chc/>. Acesso em: 16 fev. 2026.

DELORME, M. I.. As Crianças e as Notícias da televisão. **Educação em Revista**. Belo Horizonte, v. 29, n. 1, 2013. p. 205-223. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/edrevista/article/view/21058>. Acesso em: 21 jan. 2026.

DORETTO, J. “Minhas próprias notícias”: jornalismo e o público jovem brasileiro e português em contexto digital. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 42, n. 1, 2019. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3104>. Acesso em: 20 jan. 2026.

DORETTO, J. A participação das crianças no jornalismo infantojuvenil português e brasileiro. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, v. 25, n. 1, 2018. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/27327>. Acesso em: 2 fev. 2026.

DORETTO, J. Jornalismo para a infância: uma proposta de definição. **Ciberlegenda**. Niterói: Universidade Federal Fluminense, v. 30, 2014. p. 59-72. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36955/0>. Acesso em 20 jan. 2026.

FERREIRA, A. C. **Jornalismo Infantojuvenil: Construção Especializada e Segmentada para Crianças Contemporâneas – Rotinas Produtivas da Visão Júnior e do Radar XS**. 2025. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Faculdade de Ciências da Comunicação, Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2025. Disponível em: <https://bdigital.ufp.pt/entities/publication/eb109127-c9d5-4de5-9043-9131e1b54e1b>. Acesso: 21 jan. 2026.

FISCHBERG, J. **Criança e jornalismo: um estudo sobre as relações entre crianças e mídia impressa especializada infantil**. 2007. Dissertação (Mestrado em Educação) - Departamento de Educação, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 2007.

FOLHA. **Folhinha**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folhinha/>. Acesso em: 16 fev. 2026.

FURTADO, T. H. Pensar o devir-criança e o jornalismo infantofóbico: as redes sociais como possibilidade de autorrepresentação das infâncias. In: SAMPAIO, I. V; GUEDES, B. (orgs.). **Cri@nças, adolesc3ntes e jov3ns: #riscos e #oportunidades na cultura digital**. São Paulo: Pimenta Cultural, cap. 6, 2024. p. 153-176. Disponível em: https://www.pimentacultural.com/wp-content/uploads/2025/04/eBook_crianças-adolescentes-jovens.pdf. Acesso em: 17 jan. 2026.

FURTADO, T.; DORETTO, J. A guerra ensinada: estratégias discursivas do jornalismo infantojuvenil brasileiro sobre o conflito entre Israel e Hamas. In: Encontro Anual da Compós, 33., 2024, Niterói-RJ. **Anais [...]**. Niterói: UFF, 2024.

FURTADO, T. H. **O jornalismo infantil e o desejo de consumo: o discurso da revista Recreio**. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/77014>. Acesso em: 8 fev. 2026.

GRUSZYNSKI, A.; CALZA, M. U. Projeto gráfico: a forma de um conceito editorial. In: TAVARES, F.de M.; SCHWAAB, R. (orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

HABRICH, S. **Uma Jornada Com Propósito**. São Paulo: Magia de ler, 2020.

IPL. **6ª edição Retratos da Leitura no Brasil**. 2024a. Disponível em: https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o_Retratos_da_Leitura_2024_13-11_SITE.pdf. Acesso em: 19 fev. 2026.

IPL. **53% dos brasileiros não leem livros, aponta Pesquisa Retratos da Leitura 2024**. 2024b. Disponível em: <https://www.prolivro.org.br/2024/11/19/53-dos-brasileiros-nao-leem-livros-aponta-pesquisa-retratos-da-leitura-2024/>. Acesso em: 19 fev. 2026.

JORNAL DA CRIANÇA & JOVENS. **Quem somos**. Disponível em: <https://jornaldacrianca.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 17 fev. 2026.

JORNAL JOCA. **Bem-Vindos ao site do JORNAL JOCA**. Disponível em: <https://jornaljoca.com.br/>. Acesso em: 18 jan. 2026.

LEMISH, D. Como os pesquisadores estudam os jovens e a mídia? In: MAZZARELLA, Sharon (org.). **Os jovens e a mídia: 20 questões**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

LUBIANCO, J. Jornalismo para crianças no Brasil: o desafio de explicar o mundo e formar novos leitores. **LatAm Journalism Review**. 14 nov. 2022. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/jornalismo-criancas-brasil/>. Acesso em: 17 fev. 2026.

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Curitiba: Criar Edições, 2007.

ORTEGA, A. C. **Infanciarizar o jornalismo: as representações das crianças nas reportagens da agência mural**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social - Jornalismo) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2024. Disponível em <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/15757>. Acesso em: 9 fev. 2026.

PADILHA, T. C. **O jornalismo infantil e a moral religiosa cristã: Os sentidos dos valores no discurso da revista Nosso Amiguinho**. 2025. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2025. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/292768>. Acesso em: 8 fev. 2026.

PEREIRA, S.; FILLÓL, J.; SILVEIRA, P. Explicar o mundo às crianças: análise de espaços noticiosos dirigidos ao público infantojuvenil. In: BARBALHO, A.; MARÔPO, L. (orgs.). **Infância, juventude e mídia: olhares luso-brasileiros**. Fortaleza: EdUECE, 2015. p. 257-277. Disponível em: <https://storage.brammd.com/documents/c3827dd54b6d255db176f183668b6f38e491a287.pdf>. Acesso em: 9 fev. 2026.

RECREIO. **Revista Recreio**. Disponível em: <https://recreio.com.br/>. Acesso em: 16 fev. 2026.

REGINATO, G. D. **As finalidades do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2019.

REVISTA QUALÉ. **Qualé a nossa**. Disponível em: <https://revistaquale.com.br/quale-a-nossa>. Acesso em: 18 jan. 2026.

VIGOTSKI, L. **Imaginação e criatividade na infância**. São Paulo: editora WMF Martins Fontes, 2014.

VISÃO. **Visão Júnior**. Disponível em: <https://visao.pt/visaojunior/>. Acesso em: 17 fev. 2026.