

# Infância na pesquisa em comunicação no Brasil: teses e dissertações de 1970 a 2020

## Childhood in communication researches in brazil: theses and dissertations from 1970 to 2020

Juliana Tonin<sup>1</sup>  
Anderson Dos Santos Machado<sup>2</sup>

DOI: 10.59306/memorare.v10e12023102-123

**Resumo:** Este artigo apresenta resultados da pesquisa Comunicação e Infância, que objetivou identificar, no campo acadêmico científico da Comunicação, a produção de conhecimento sobre a infância. Apresentamos síntese geral da coleta das Teses e Dissertações defendidas no Brasil de 1970 a 2020, período que marca 50 anos de história dos Programas de Pós-Graduação na área desde o ano de sua criação. Embasada em dados quantitativos e qualitativos, a metodologia envolveu coleta em repositórios, uso do programa Excel, do software NVIVO e estruturação de categorias criadas a partir da perspectiva da Sociologia da Infância. Dentre os principais destaques, evidenciamos a infância como objeto de pesquisa pouco explorado no campo e a necessidade de estruturar teorias e metodologias para qualificar futuras pesquisas.

**Palavras-chave:** Comunicação. Infância. Produção científica.

**Abstract:** This article presents results of the research Communication and Childhood, which aimed to identify, in the scientific academic field of Communication, the production of knowledge about childhood. We present a general summary of the collection of Theses and Dissertations defended in Brazil from 1970 to 2020, a period that marks 50 years of the history of Post-Graduate Programs in the area since the year of its creation. Based on quantitative and qualitative data, the methodology involved collection in repositories, use of the Excel program, NVIVO software, and structuring of categories created from the perspective of Sociology of Childhood. Among the main highlights, we evidenced childhood as an object of research little explored in the field and the need to structure theories and methodologies to qualify future research.

**Keywords:** Communication. Infancy. Scientific production.

---

1 Proponente e coordenadora de pesquisa. Doutora em Comunicação com Pós-Doutorado em Sociologia da Infância (Paris V – Sorbonne). Desenvolveu a pesquisa de 2016 a 2022 no seio da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, no LabGim – Laboratório de Pesquisas da Comunicação nas Infâncias. Porto Alegre, RS, Brasil. Pesquisadora Independente. Criadora da ComCrianças: comunicação em conexão com as crianças. tonin.ju@gmail.com

2 Integrante da pesquisa, com participação na produção de dados quantitativos. Pós-doutorando em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre - RS, Brasil. Foi bolsista CAPES no período de 2017-2021. E-mail: anderson.machado@edu.pucrs.br

## 1 Introdução

Este artigo visa a compartilhar a síntese de resultados da pesquisa Comunicação e Infância, que objetivou identificar, no campo acadêmico científico da Comunicação, a produção de conhecimento sobre a infância. Procedemos coleta de teses e dissertações defendidas no Brasil de 1970 a 2020 e de artigos científicos publicados em revistas de Qualis A1<sup>3</sup>, A2, B1, B2. Compartilhamos aqui o processo e síntese de resultados das Teses e Dissertações.

A pesquisa ocorreu de meados de 2016 até início de 2023<sup>4</sup>. A trajetória de coleta foi a primeira etapa, e sucedeu de agosto de 2016 a novembro de 2021. Mapeamos as produções a partir dos repositórios específicos de cada Programa de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil, devidamente registrados na Plataforma Sucupira.

A pesquisa integra todas as Teses e Dissertações acerca de Comunicação e Infância que conseguimos coletar. Tentamos, de todas as formas – e interagindo com as dificuldades de rastreamento desses registros – gerar o acervo mais completo que conseguimos até o momento. Disponibilizamos as pesquisas em formato de Acervo de Teses e Dissertações no site [repositório]. Confiamos que a leitura dos resultados dessa síntese mobilize pesquisadores para incorporação de estudos ainda invisíveis ao nosso rastreamento, e compartilhamos que o acervo de artigos científicos está igualmente disponibilizado no site.

A estratégia de coleta foi a de localizar títulos em cada um dos repositórios a partir de termos de busca. A escolha foi orientada por diferentes critérios. O primeiro foi o de não especificar, *a priori*, áreas temáticas da comunicação, com a intenção de obter um retrato mais amplo possível. Notamos que a maior parte dos trabalhos apresentava considerável definição e clareza, mas alguns poderiam ser condicionados a mais de uma classificação simultaneamente, e outros deixaram dúvidas sobre sua correta adequação ao campo da Comunicação, que, embora reconhecidamente diverso, ainda assim sugere seus limites. Então, não foi uma classificação geral autoevidente. Mas optar por gerar especificidades da Comunicação *a posteriori*, sabendo que *a priori* pertenciam a repositórios de programas de pós-graduação, espaços que legitimam cada uma delas como pertencentes ao campo, oferecia suporte e conferia palavra final.

O segundo critério foi o de definir termos que abarcassem a infância, mas sem derivá-la para jovens, juventudes, adolescentes, púberes, por exemplo. Foram elencados os termos *Infância, Criança, Infante, Puer*. Assim, o recorte etário foi fixado de zero até os 12 anos, em detrimento da adolescência e juventude<sup>5</sup>. Nesse sentido, é importante destacar duas considerações.

No que tange às questões etárias, há diferentes formas de classificação e recorte. Do ponto de vista da psicologia do desenvolvimento, existe uma sequência progressiva de intervalos de tempo estruturada com base em competências físicas e cognitivas, que

---

<sup>3</sup> Vigente até 2016, não identificamos revista A1.

<sup>4</sup> Contou com o apoio de Capes, CNPq, Fapergs, Santander e com equipe de doutorandos, mestrandos, bolsistas de iniciação científica e iniciação científica júnior (Ensino Médio).

<sup>5</sup> Encoraja-se a produção do Acervo de estudos das juventudes no campo da Comunicação, necessário e bem-vindo.

se inicia no momento do nascimento e evolui para a idade adulta. Do ponto de vista jurídico, de acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), considera-se criança o sujeito com até 12 anos de idade incompletos, e adolescente a partir dos 12 até os 18 anos de idade (BRASIL, 1990). Do ponto de vista da Sociologia da Infância, por outro lado, as questões de idade/faixa etária devem ser intensamente problematizadas nos planos teóricos e metodológicos, pois as peculiaridades de cada criança em cada contexto produzem e reproduzem diversidades para além do que as classificações conseguem abarcar.

No que cerceia a presença de instâncias legitimadoras para enquadramento de estudos, nenhuma se apresentou para definir se a pesquisa versava ou não sobre infância. O que nos autorizaria a classificar uma pesquisa sobre infância, então? Encontramos estudos que se propuseram a explorar programas, produções, representações, imaginários, discursos, regulamentações, usos e apropriações, para citar alguns tipos. Todos partiam da Comunicação, mas se direcionavam para a infância de forma diversa, percorrendo-a de modo direto, adjacente ou paralelo. Engendrando diferentes graus de proximidade e afastamento, variavam desde pesquisas com, sobre, para ou pelas crianças, até aquelas que não indicavam seus discernimentos sobre infâncias. A seleção dos trabalhos, no quesito infância, foi o estágio que mais gerou revisão, debate e ponderação.

Optamos por acolher o maior número de trabalhos possível, adotando o critério de considerar as pesquisas que produzem conhecimento potencialmente favorável para gerar saberes sobre infância. Assim, o agrupamento de pesquisas que constam no Acervo não significa o maior resultado. O desfecho se deu no processo e revela: não existem critérios, no campo da Comunicação, para auxiliar na identificação de estudos sobre infância. Sugerimos a elaboração de fundamentos e métodos que amparem uma configuração dos estudos sobre infância na Comunicação. Essa estruturação se desvincula de qualquer intenção de criar mecanismos que imponham restrições. Ela recomenda que o aprimoramento da pesquisa em Comunicação esteja consciente de seu servir (impacto social) para a qualificação das infâncias, através da dinamização de saberes que irrompem janelas nas quais se pode tocar, e melhorar, a experiência da infância.

Para sistematização geral da coleta, procedemos à organização dos materiais, na qual todas as pesquisas foram catalogadas em planilhas Excel, juntamente com o PDF ou *link* do trabalho, gerando planilha e biblioteca, simultaneamente.

Após a primeira etapa, passamos às fases de síntese quantitativa e qualitativa, para a qual contamos com diferentes instrumentos. Na quantitativa, procedemos de maneira parcialmente automatizada quando o repositório apresentava contador de pesquisas, e totalmente manual quando não apresentava. As pesquisas foram classificadas, categorizadas e o uso de filtros do Excel promoveu os resultados. Na qualitativa, contamos com o software de pesquisa qualitativa NVIVO.

Neste artigo, apresentamos inédita síntese geral dos dados, que evoca manejos classificatórios, no intuito de desenhar o mapa, a paisagem científica sobre infância no campo da Comunicação, dados de

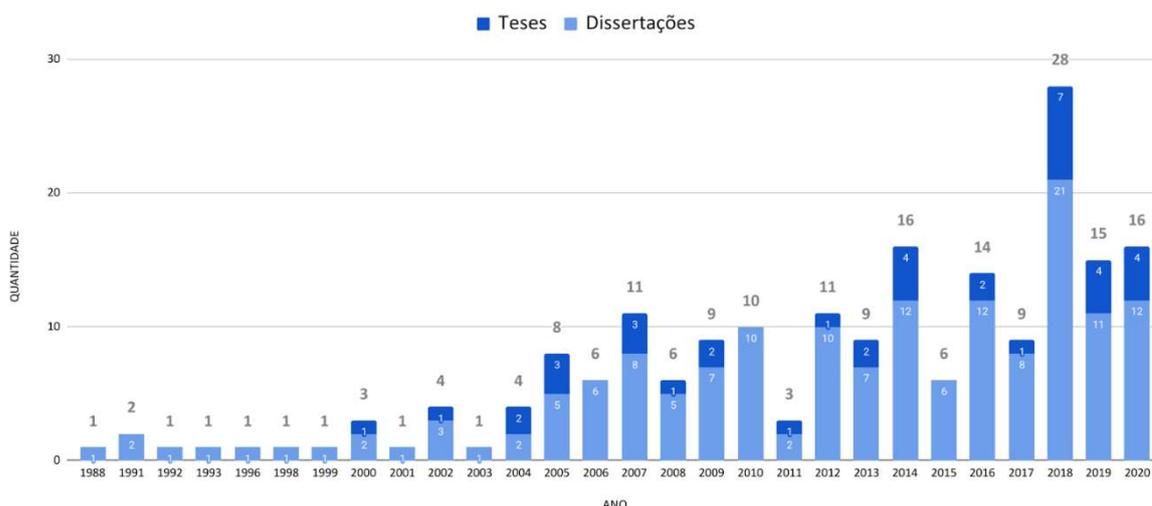
imprescindível (re) conhecimento para desenvolvimento de pesquisas futuras.

A síntese privilegia, por um lado, dados quantitativos de totalidade de produção, cronologia de ocorrências, distribuição por regiões, natureza das instituições, autoria por gênero e indicação de faixa etária das crianças pesquisadas. Por outro, impulsionada por dados qualitativos, apresenta cinco categorias, sendo que uma delas se desdobra em oito rótulos, o que será discorrido a seguir.

## 1 Síntese de dados gerais da pesquisa

O campo da Comunicação<sup>6</sup> gerou, no período de 50 anos, cerca de 11.326 pesquisas, entre Teses e Dissertações. Dentre esse universo, 198 trabalhos relacionam comunicação e infância, sendo possível promover análises em 170. Os demais, 28, não apresentaram arquivos disponíveis.

Figura 1 – Pesquisas sobre Infância (1970-2020)



Fonte: Autores, 2022.

Dos estudos identificados no campo ao longo de sua trajetória, apenas **1,76%** versam sobre a temática da infância. Embora não se configure como objetivo apresentar a síntese de resultados aqui, compartilhamos os números gerais dos artigos científicos. No período de 1974 (ano da publicação da 1.<sup>a</sup> revista com B2, a Significação, da USP) até 2020, foram contabilizados nas revistas de Qualis A2 e B1 em torno de 16.143 artigos. Desses, 274 abordavam a infância. Isso significa que 1,7% da produção de artigos da área aproximam a Comunicação da infância. Percebemos, assim, que a proporcionalidade de ocorrências de artigos científicos se alinha ao de teses e dissertações.

Essas evidências demonstram o volume de produção do campo sobre o tema das infâncias, já percebido de forma exploratória, e nos

expõem a um resultado comprometedor para um campo que forma produtores e disseminadores de conteúdos relacionados ou direcionados para crianças.

A cronologia das ocorrências de pesquisas revela que foram necessários 18 anos para que o campo manifestasse o primeiro estudo com ênfase na infância. Trata-se da dissertação identificada em 1988, com o título “Rádio e Criança – Um estudo sobre a ausência de programação infantil nas emissoras de Porto Alegre”, de Doris Fagundes Haussen, pela USP. O primeiro registro de tese surge nos anos 2000, sob o título “A comunicação mercadológica trabalhando a motivação no consumo infantil”, de Sérgio Sanches Marin, da UMESP.

Isso permite identificar uma lacuna inicial significativa no campo. Não desconsideramos a hipótese de que esse dado tenha sido induzido por uma possível ausência de abastecimento regressivo de teses e dissertações nos repositórios, principalmente as produzidas em contextos analógicos. De toda maneira, mesmo considerando essa possibilidade, se observarmos a distribuição de estudos ao longo dos anos 1970 até 2000, percebemos números pouco expressivos. Essa lacuna acompanha a tendência geral do campo da Comunicação. Segundo VANZ et al. (2007), a produção de trabalhos dobrou em 2002, comparado ao que foi defendido ao longo da década de 1990. Isso reflete o aumento do número de vagas nos programas existentes e a implantação de novos cursos.

Assim, notamos que há uma tendência de baixa produção de pesquisas sobre o tema no período. Estudos ocultos, mesmo que venham a ser encontrados e disponibilizados, possivelmente não terão força para modificar o cenário identificado. Pesquisas de relevância foram publicadas em livros nesse período, sobretudo aproximando os temas da infância e da televisão. Contudo, ao percorrer as bases de dados para localizar projetos de pesquisa desenvolvidos por pesquisadores vinculados a programas de pós-graduação, recurso que utilizamos como alternativa para tentar localizar pesquisas supostamente ausentes nos repositórios, percebemos algo relevante para nossa interpretação: a maior parte dos pesquisadores que desenvolveu estudos sobre as infâncias naquele período não os fez, necessariamente, através de suas próprias dissertações ou teses, o que faz com que escapem desse corpus. A partir dessa constatação, catalogamos os projetos realizados e em andamento, e realizamos bibliometria para detectar outras obras, gerando dados que poderão ser compartilhados em outras oportunidades.

O número de produções de teses e dissertações progride depois de 2005 e atinge patamares mais altos a partir de 2017. Notamos que o contexto de atenção à infância e adolescência instrumentaliza-se ao longo dos anos e esses movimentos repercutem na progressão de dedicação ao tema no âmbito da pesquisa, mesmo que permaneça, ainda, objeto de estudo pouco explorado.

De um ponto de vista jurídico, em 1989 tivemos a Convenção dos Direitos da Criança, adotada pela Assembleia Geral da ONU e ratificada por 196 países, configurando-se como “Instrumento de direitos humanos mais aceito na história universal” (UNICEF, 2022a; 2022b). No Brasil, foi aprovado o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) pela

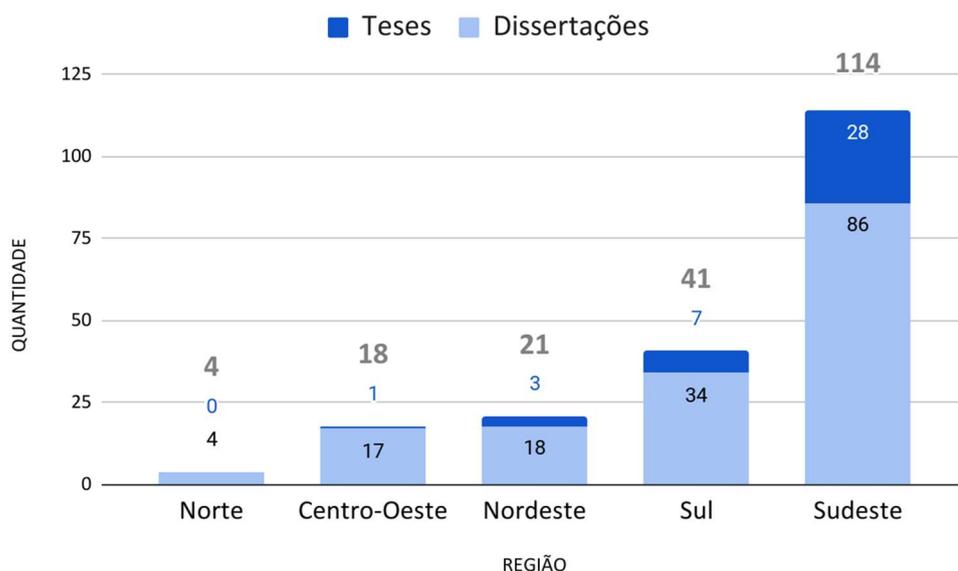
Lei n.º 8.069, promulgada em 13 de julho de 1990, considerada um marco jurídico para a proteção integral à criança e ao adolescente. Em março de 2016, foi sancionado o Marco Legal da Primeira Infância para a criação e implementação de políticas públicas para a primeira infância (BRASIL, 2017).

Pelo cenário da Comunicação, nos anos 70 do século passado, o Brasil já não vivia a era de ouro do rádio, passando seu brilho à TV. Havia espaço para programas especialmente voltados ao “público infantil” e essa oferta, ancorada pelos avanços do capitalismo e da publicidade, mobilizou pesquisas. Contudo, esse impulso não se reflete em números de teses e dissertações contemporâneos ao período, ou seja, até os anos 2000. Ela reverbera em outras produções feitas por pesquisadores, como já mencionado, mesmo escassas. Mas o essencial é que a temática atua como uma atmosfera que contagia os interesses de investigação de teses e dissertações após esse período.

A partir dos anos 2000, com a internet e, mais precisamente a partir de 2005, com o surgimento do Youtube, a criança passa a atuar como produtora de conteúdo, e esse novo papel parece fazer despertar diferentes ângulos de estudos no campo. Somado a essas breves conexões, tanto do plano jurídico como comunicacional, foi a partir da década de 1980 que pesquisadores da Europa e da América no Norte coordenaram seus estudos e trajetórias acadêmicas acerca da infância. Dentre tantos campos emergentes, mencionamos o da Sociologia da Infância. Ela ganhou fôlego em virtude de pesquisas produzidas e compartilhadas de forma sistemática, tanto em eventos como em publicações, a partir do final da década de 1990. Assim, o aumento crescente de pesquisas com temática voltada à infância no campo da Comunicação parece reagir aos esforços de um movimento lento e macrocósmico de atenção às infâncias.

A distribuição de teses e dissertações por regiões do país exibe-se da seguinte forma:

Figura 2 – Pesquisas sobre Infância por região (1970-2020)



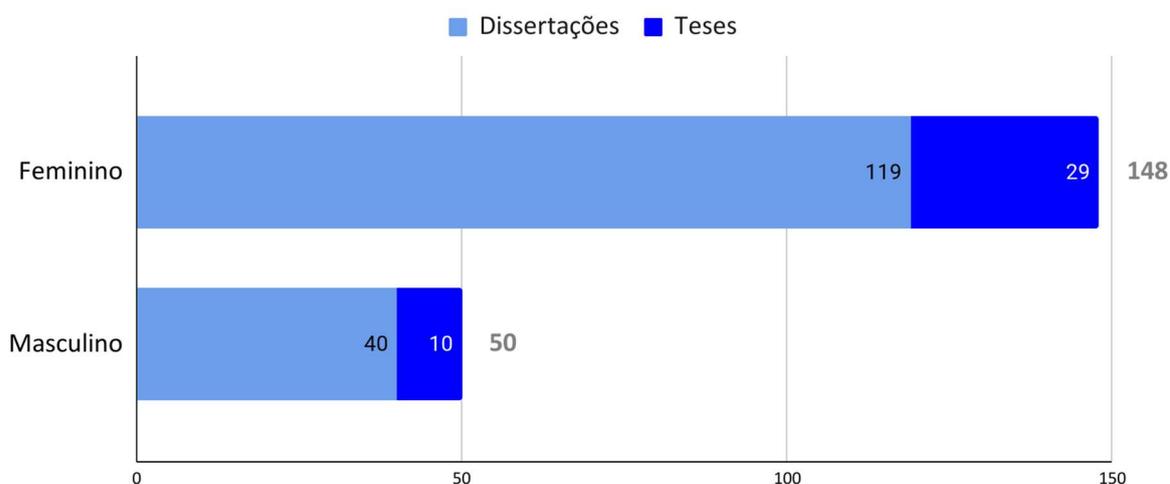
Fonte: Autores, 2022.

Sudeste e Sul se sobressaem com 114 pesquisas. São as regiões com maior número de programas, 68,75%. Para Kunsch e Gobbi (2016, p. 82), “não há uma divisão equânime na oferta dos programas entre as cinco regiões do Brasil”. Segundo elas, exigências e custos que envolvem a criação de programas inviabilizam a abertura de novos, especialmente no Norte e Nordeste.

Quanto à natureza das instituições, 108 estudos (54,55%) são oriundos de universidades públicas e 90 de universidades privadas (45,45%). Podemos considerar que essa diferença se dá em sintonia com as análises das autoras citadas.

Ao identificarmos perfil de autores por gênero, contabilizamos 148 pesquisas desenvolvidas por mulheres (74,75%) e 50 por homens (25,25%).

Figura 3 – Gêneros dos pesquisadores (1970-2020)



Fonte: Autores, 2022.

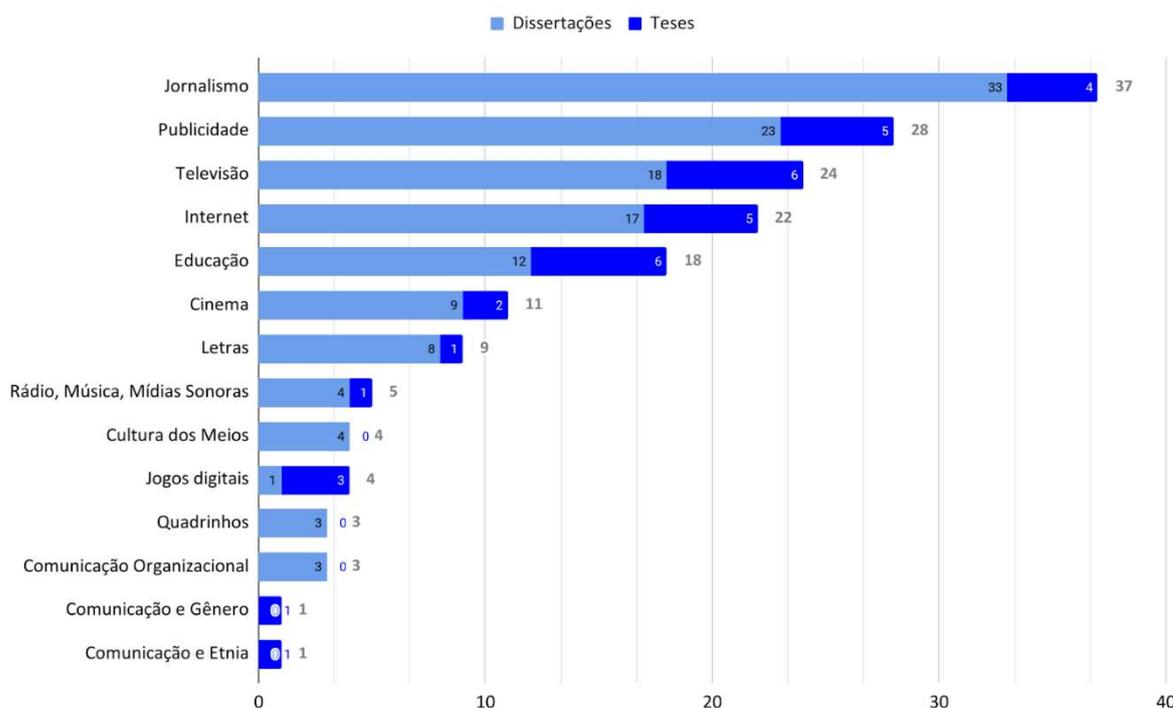
Segundo Chies (2010), ao propor reflexão acerca dos estereótipos sociais, é possível falar de identidades de profissões, algumas sendo caracterizadas pelo predomínio do masculino, outras do feminino. Elas decorrem de uma expectativa acerca “do que se espera da mulher” e “do que se espera do homem”. Como exemplo, ao falar da Medicina, escreve que

(...) a pediatra é a “dona de casa da medicina”, assim o mito do instinto maternal tornaria a mulher mais calma, propícia à arte do “cuidar” (...). Os homens, todos eles banhados pela postura agressiva e sem titubeios, seriam adequados à precisão necessária em manobras cirúrgicas etc. (CHIES, 2010, p. 2).

É um guia importante para a visão dos resultados, no sentido de lançar a hipótese de que os estudos das infâncias, bem como os cuidados com as crianças, seriam figurados hegemonicamente por mulheres em decorrência de questões sociais de gênero. Igualmente importante destacar que, segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2019), apenas 30% dos pesquisadores em todo o mundo são mulheres. Essa informação, somada às reflexões sobre estereótipos sociais, fornece pistas para compreender o baixo índice de desenvolvimento de pesquisas sobre a infância no campo.

A distribuição das pesquisas nas ênfases da Comunicação se deu a partir das ocorrências a seguir demonstradas.

Figura 4 – Ênfases da Comunicação



Fonte: Autores, 2022.

Essas 14 classificações nos revelam que mais de 50% dos estudos de comunicação e infância (89) foram produzidos por pesquisas do Jornalismo, da Publicidade e Propaganda e de Televisão. Quando aglutinamos essas ênfases em áreas, evidenciamos interesses em habilitações (68), meios (66), interdisciplinaridade (27), produtos (7), politização (2). Isso representa que 78,82% das pesquisas sobre comunicação e infância estão concentradas em habilitações e meios da Comunicação.

Os resultados apresentados até o momento foram gerados a partir de exploração de dados quantitativos. Os que veremos a seguir apoiaram-se em dados qualitativos, que, pelo objetivo proposto neste artigo, permitem abrir outros caminhos de classificação. Nesse ponto, o embasamento da Sociologia da Infância foi decisivo.

Ela nos desafia a compreender a criança como sujeito, inteiro, no presente e torna imperativo o dever de identificar e refletir sobre as formas a partir das quais pensamos as infâncias. Com isso, essa etapa aliou leituras, uso de software e criação de categorias e rótulos próprios, num esquema de classificação original, costurado pela sinergia dos conhecimentos teóricos oriundos de Ariès, Sirota e Turmel, principais referências que evidenciaram as mentalidades sobre infância instauradas a partir do século XIX.

Partimos das 14 ênfases da Comunicação, atravessando-as por 5 categorias, dentre as quais uma delas se desdobra em 8 rótulos, tudo isso considerando exclusivamente o material escrito, sem promover entrecruzamentos de regiões, instituições, gênero e quaisquer identificação de autoria. As categorias são:

**objetivo da pesquisa:** direcionamentos e centros de interesse;

**noção de comunicação:** formas pelas quais a pesquisa posiciona, compreende e fundamenta os aspectos da comunicação condizentes com seu objetivo;

**noção de infância:** perspectiva sobre infância presente na pesquisa;

**seção sobre infância:** destinação de espaço e volume de páginas para abordagem teórica-metodológica sobre infância;

**metodologias:** métodos e técnicas utilizados.

A categoria três, noção de infância, desdobrou-se em 8 rótulos. Essa ação teve como estímulo a provocação oriunda da Sociologia da Infância, acerca da necessidade de identificar (para compreender, desconstruir e ressignificar) as bases regentes de pensamentos, sentimentos e ações que monopolizam as visões sobre a infância. Contudo, compreender o conceito de criança e de infância, e as implicações do uso desses termos no singular e/ou no plural, por exemplo, é fecundo e necessário, mas aqui, para este *corpus*, seria um tensionamento anacrônico. Então, optamos pelo uso do termo *noção* ao invés de *conceito*, e buscamos elementos que possam mostrar, de maneira mais assertiva possível, o retrato da infância para a pesquisa em Comunicação.

Os 8 rótulos servem como ímãs para atrair as concepções sobre infância e criança a partir do que se sobrepõe em cada pesquisa. Eles conectam uma etiqueta emblemática a um determinado campo de conhecimento:

ser saudável (Pediatria);  
 ser em desenvolvimento (Psicologia do Desenvolvimento e Psicanálise);  
 ser em formação (Educação);  
 representação da infância (História Social);  
 sujeito de direitos (Direito);  
 ser que comunica (Tecnologias);  
 ser que consome (Marketing);  
 ator social (Sociologia da Infância).

Faremos uma breve elucidação dos rótulos, tendo como base os referenciais que os inspiraram. A visão sobre a infância esteve sob a égide do paradigma do desenvolvimento<sup>7</sup>, uma aliança entre os campos Pediatria, Psicologia e Educação, que teve seu apogeu de 1850 a 1945. Ele despontou em prol da necessidade de uma regulação que gerisse o desenvolvimento infantil e, com isso, tornasse mais estável essa etapa do amadurecimento humano. Categorizações e visualização gráfica prometiam combater a mortalidade infantil, promover o controle de natalidade, propiciar ensino obrigatório e dissolver o trabalho infantil.

O surgimento da Pediatria, no final do século XIX, demarcou o interesse pela intervenção biológica especificamente destinada à criança, vista por ser um corpo em desenvolvimento, que deveria sofrer acompanhamentos constantes para se manter vivo e saudável (**ser saudável**). A Psicologia do Desenvolvimento estabelece que o indivíduo, em seu processo de maturação, passa por estágios preestabelecidos, fases através das quais se pode observar seu adequado ou desviante crescimento (**ser em desenvolvimento**). A Educação acompanha, reforça e complementa a base da Psicologia do Desenvolvimento, oferecendo-se como um dispositivo institucional, espaço de cultivo e de principal ocupação da criança, para que receba formação e “aprenda” a socializar-se<sup>8</sup>, rumo à idade adulta (**ser em formação**).

Esse paradigma certamente estrutura o cuidado específico pela vida das crianças, e muito se pode discorrer sobre suas heranças favoráveis. O que se escolhe destacar aqui é uma lente, oriunda desses saberes e práticas, que passa a se interpor entre os adultos e as crianças: o entendimento de que a criança é um ser em devir. Das formas mais diversas, o prisma do desenvolvimento pautou o olhar para as crianças como seres imaturos, por isso incompletos e incapazes, dando ênfase para algo que lhes falta, para a escassez do seu ser físico. E o papel da criança passou a ser o de crescer, e o dos adultos o de garantir recursos e estímulos. A postura do adulto em relação à criança passa a ser de superioridade, que ultrapassa, distorce e confunde a de responsabilidade. Derivam desse panorama as visões da criança como receptáculo, tábula rasa, ser passivo, dependente de intervenção vertical de algum adulto, paradigma que ainda figura como hegemônico em diversos cenários.

Foi a obra de Ariès (1981) que representou um marco em relação ao paradigma do desenvolvimento. Pelas vias da História Social, a infância é estudada como objeto em si. Passa a ser compreendida como

<sup>7</sup> Ver Turmel 2013.

<sup>8</sup> Ver Sirota, 2001; 2006; 2012.

resultante de construções sociais e culturais, o que inspira e emana forças para que diversas outras disciplinas se debrucem sobre a infância como objeto de investigação, afora o determinismo biológico, mesmo sem negar questões do desenvolvimento (**representação da infância**).

Na sequência, os direitos da criança, assunto marcado pela Convenção dos Direitos da Criança de 1989 (UNICEF, 2022a; 2022b), que, após longo percurso e emancipação, confere à criança o estatuto de sujeito e a dignidade de pessoa (**sujeito de direitos**). Garantir condições de vida, formação, instrução e proteção das crianças, porque são sujeitos, fomenta múltiplas ações em prol das crianças e suas infâncias, por um lado, mas revela, por outro, certa complexidade no entendimento de sua argumentação. Isso porque a base de sustentação dos direitos, quando pormenorizada, evidencia traços do paradigma do desenvolvimento, e leva a uma adaptação sofisticada, de difícil percepção, que desarmoniza o olhar que se confere às crianças. Pelo paradigma do desenvolvimento, a criança é considerada um ser em maturação biológica, logo incompleta e incapaz. Então, o argumento contempla o fato de se atribuir direitos às crianças em função de suas necessidades e deficiências, e não em função de ela ter direitos pelo fato de ter direitos, por exemplo.

Até esse ponto, e excetuando a perspectiva da História Social, podemos perceber uma evolução progressiva que conduz à institucionalização da criança por intermédio da saúde, da educação, da lei, da política, conforme pontua Lévêque (2017).

Os avanços econômicos e tecnológicos da segunda metade do século XX ampliaram outros cenários para se pensar as infâncias. Por um lado, a sociedade de consumo fazia com que todos consumissem, inclusive as crianças, identificadas como público consumidor, mercado emergente, futuros adultos consumidores, e visualizados como influentes nas decisões de compra de produtos (marketing), criança consumidora (**ser que consome**). O avanço das tecnologias fez nascer a criança considerada consumidora de mídias e produtora de conteúdo (**ser que comunica**), em ressonância com a gradativa desestruturação do modelo comunicacional alicerçado na lógica da mídia de massa, modelo UM-TODOS, e experiências do emergente de um modelo TODOS-TODOS. Estudos de mídia apresentam visões sobre a criança que integra o processo de comunicação midiática, tanto no papel de receptor como de produtor, suas implicações e “efeitos”, muitas vezes caricaturizada por impressões apocalípticas ou deslumbradas. É comum perceber, nos dois rótulos supracitados, dinâmicas de compreensão que predominantemente estabelecem um pêndulo: denunciar/evidenciar o potencial aniquilador/emancipador dessas práticas, muitas vezes ancorados em pressupostos explícita/implicitamente arraigados na lente do paradigma do desenvolvimento.

Estudos multidisciplinares (*Childhood Studies*) e o despontamento da Sociologia da Infância emergem antes da obra de Ariès, pois podem ser vistos desde a década de 20 do século passado. Mas não geraram conhecimentos imediatos à época por se tratarem de estudos pontuais, cujos recursos de pesquisa privilegiavam áreas que contivessem componentes clínicos em suas investigações, além de integrarem cenários de glaciações teóricas e metodológicas, sustentados por

modelos tradicionais nos quais a criança, quando aparece, é uma variável. Então, eles desabrocham mesmo a partir de 1980-90, e a Sociologia da Infância buscou (e busca) descolar a criança das estruturas ou instituições que a guardam.

(...) construir o objeto criança com base no que deveria ser uma banalidade: as crianças são atores sociais, participam das trocas, das interações, dos processos de ajustamento constantes que animam, perpetuam e transformam a sociedade. As crianças têm uma vida cotidiana, cuja análise não se reduz à das instituições (SIROTA, 2001, p. 10).

A infância, para esse campo, não é mais considerada como momento precursor, mas como componente da cultura e da sociedade, pois as crianças são, ao mesmo tempo, produtos e atores dos processos sociais (**ator social**) (SIROTA, 2001).

A Comunicação, sendo um campo do saber essencialmente interdisciplinar, estabelece constante contato com outras áreas para embasar conhecimentos e práticas. Nesse sentido, o circuito promovido pelos rótulos apresentados viabiliza o reconhecimento dos alicerces que servem a ela quando se trata de infância. Mas é substancial destacar que a noção de infância não está explícita em todos os trabalhos. Muitos deles sequer dedicam páginas à infância, tampouco definem pressupostos teóricos e metodológicos correspondentes. Ainda assim, é possível detectar os rótulos por reverberação, na sinuosidade do texto, na combinação de usos de palavras, premissas e afirmações sobre a infância que acabam por dar vistas. Isso nos alerta para a necessidade de vigilância acerca dos referenciais teóricos, certamente, mas sobretudo dos referenciais pessoais e coletivos que atuam por intermédio do pesquisador. Ressaltamos também que os rótulos sobre a noção de infância podem ser percebidos exclusivamente ou combinados entre si. A maior parte dos casos de combinações aproxima diferentes áreas do saber num *continuum*, sem promover reflexões, ou estabelecer distinções, implicações, sobreposições, paradoxos, nem mesmo indicar contradições e incoerências entre elas. Essa constatação nos permite sugerir análises e pesquisas futuras que se ocupem de aprofundar esses aspectos, no sentido de qualificar os referenciais teóricos das pesquisas sobre infância.

Todas essas percepções possibilitam aproximar do campo da Comunicação o relato das dificuldades encontradas na própria decolagem da Sociologia da Infância. Nas palavras de Sirota (2001, p. 8):

(...) constatação geral de **carência**, de **fragmentação do objeto**, onde se **entrelaçam o imaginário social e considerações teóricas**, e que aponta uma das primeiras dificuldades da construção do objeto: **libertá-lo**, por um lado, **do implícito**, por outro **desvinculá-lo do combate militante**, para fazê-lo **emergir por inteiro no discurso científico como objeto de trabalho** (SIROTA, 2008, p. 8, grifo nosso).

A seguir, apresentamos os resultados divididos por ênfase da Comunicação.

## Jornalismo (37)

Houve prevalência de estudos de narrativas e discursos jornalísticos sobre criança e/ou infância, ou algum tema que a envolve ou que seja direcionado para ela (21 – 56,76%). O número se repete quando identificamos os enfoques comunicacionais, centrados em discursos ou narrativas jornalísticas.

Em 16 pesquisas (43,24%), a noção de infância aparece como **sujeito de direitos**. Seis (6) abordam a **representação da infância** e três (3) o **ser em formação**. Com isso, 25 (67,57%) ocupam-se de rótulos únicos sobre a infância. As demais, 12 (32,43%), conectam mais de um rótulo entre si.

A fundamentação que prepondera nos outros estudos, 25 (67,57%), circunda o Direito, a História Social, a Educação, os estudos de mídia e de consumo. Doze (12 – 32,43%) não se posicionam teoricamente.

A maior parte das técnicas metodológicas analisa algum conteúdo (22 – 59,46%). Pesquisa de campo com adultos surge em seis (6) pesquisas e há ocorrência de uma (1) pesquisa de campo feita com crianças (9 a 11 anos). Oito (8) não explicitam suas técnicas, mas procedem com análise de algum material.

## Publicidade e Propaganda (28)

Versa sobre comportamento de consumo e compra, regulamentação publicitária, publicidade social, estratégias, táticas e ações publicitárias, comunicação mercadológica, cultura do consumo, discurso publicitário, relação da criança com a mídia, entretenimento, representação da criança em anúncios. Essa pluralidade se reflete na noção de comunicação que permeia as pesquisas. Observa-se que a expressiva diversidade não significa, necessariamente, diferenciação.

O rótulo **ser que consome** predomina (13 – 46,42%), acompanhado do **ser em desenvolvimento** (7, 25%). Os demais diluem-se em rótulos exclusivos ou que são vinculados a outros.

Cinco (5) pesquisas não apresentam seções sobre infância e as demais articulam-se com referenciais da História Social, Direito, Marketing e Psicologia do Desenvolvimento.

Quatorze (14 – 50%) analisam algum tipo de conteúdo em suas metodologias, e doze (12 – 42,86%) envolvem contato com crianças (5, de 1 a 10 anos), seus pais (4) e demais adultos não familiares (5). Duas (2) não explicitam suas técnicas, mas promovem análise de conteúdos.

## Televisão (24)

Dez pesquisas (10 – 41,67%) carregam seus interesses em algo relacionado a programas televisivos voltados para crianças. Representações ocupam a centralidade de seis (6 – 25%), e as demais dividem interesses entre produção, formação e direitos das crianças em relação ao meio e programação.

Para dezessete (17 – 70,83%), a noção de comunicação direciona-se para programas televisivos voltados à infância.

Oito (8 – 33,33%) apresentam o **rótulo ser em formação**, seis (6 – 25%) abordam o **ser que consome** associando-o ao **ser que comunica** ou ao **ator social** (2). Outras seis (6 – 25%) tratam da **representação da infância** vinculando-a ao **ser que consome**, ou ao **ser que comunica**. As demais apresentam **sujeito de direitos** e **ser em desenvolvimento**.

Nove (9 – 37,5%) não oferecem seções sobre infância. Cinco (5 – 20,83%) abordam a história social, aproximando-a do marketing e do consumo, estudos de mídia e Sociologia da Infância. Cinco (5 – 20,83%) tratam dos estudos de mídia associados à educação e cultura, e as demais abordam marketing e consumo associado ao direito e ao desenvolvimento infantil, bem como a representação da infância associada aos estudos de mídia.

Doze (12 – 50%) pesquisas analisam algum tipo de conteúdo, oito (8 – 33,33%) realizam campo com crianças (4 a 12 anos), uma (1) com adultos não familiares. Três (3) não citam suas técnicas, mas analisam conteúdos.

## Internet (22)

Quatorze pesquisas (14 – 63,64%) focalizam seus objetivos em usos e apropriações. As demais, 8 (36,36%) diluem-se em questões de consumo, processos, vigilância, impactos, serviços, *branding*, representações, maternidade. Para 14 (63,64%), a Internet é identificada por algum termo que a conecte, num primeiro momento, com seus ambientes.

A maior ocorrência se dá no rótulo **ser que comunica** (17 – 77,28%), exclusivo (2) ou vinculado aos rótulos **ser que consome**, **ator social**, **sujeito de direitos**, **representação da infância**, **ser em desenvolvimento** e **ser em formação**.

Nove (9 – 40,90%) abordam estudos de mídia. Oito (8 – 36,36%) não explicitam seus posicionamentos teóricos sobre infância em seções. Nas demais cinco (5), surgem três (3) ocorrências abordando História Social (1), *childhood studies* e Sociologia da Infância (2).

Onze pesquisas (11 – 50%) utilizam técnicas de análise, observação e acompanhamento de algum conteúdo, dez (10 – 45,45%) interagem com crianças (8, 4 a 12 anos) ou pais (2). Uma (1) não menciona sua técnica.

## Comunicação e Educação (18)

Os objetivos são diversos, e evocam o viés instrumental da comunicação. Isso se reflete na noção de comunicação pelas ênfases na teoria corpomídia, em questões de linguagem, educomunicação, música como dispositivo.

Dez pesquisas (10 – 55,55%) fundamentam-se na perspectiva do **ser em formação**. Três (3 – 16,67%) vinculam **ser em formação** ao **ser em desenvolvimento**. Duas (2 – 11,11%) tratam exclusivamente do **ser em desenvolvimento**, no mesmo patamar de **ator social** (2 – 11,11%). Por último aparece o **ser que consome** (1).

Treze (13 – 72,22%) não apresentam seções sobre infância, e isso demonstra, por um lado, o reflexo da visão institucionalizante da criança pela via da Educação.

Treze estudos (13 – 72,22%) adotam a pesquisa de campo como estratégia metodológica diretamente com crianças (0-18 anos), mistas (com pais e adultos não familiares), ou com adultos não familiares. Duas (2) analisam conteúdos e três (3) não citam suas técnicas, mas procedem com análise de conteúdos.

## Cinema (11)

Investigam representações e imaginários da infância no cinema (7 – 66,64%). A fundamentação sobre comunicação aparece alinhada com essas intenções, abordando narrativas, linguagens, gênero, produtos audiovisuais, circulação e estratégias de marketing.

Cinco (5 – 45,45%) acionam o rótulo de **representação da infância**, exclusivo (2) ou associado ao **ser que consome** ou **ser em formação**. Duas (2 – 18,18%) envolvem o **ser em desenvolvimento**, e outras duas (2 – 18,18%) vinculam-se ao **ser em formação**, uma delas associando-o ao **ator social**. Por fim, identificamos uma ocorrência do **ser em formação** (1) e outra de **ator social** (1), de formas exclusivas.

Percebemos que quatro (4 – 36,36%) pesquisas referem a História Social e duas (2 – 18,18%) não explicitam seus fundamentos em seções. As demais acionam seus entendimentos de infância de forma implícita nos outros temas que compõem o estudo.

Dez pesquisas (10 – 90,90%) analisam algum tipo de conteúdo e há uma (1) pesquisa de campo feita com adultos não familiares.

## Comunicação e Letras (9)

Os objetivos diluem-se em análise de formas discursivas (3), identidades e representações na narrativa literária (2), marketing (2), mediação entre adultos e crianças pela contação de histórias de fadas (1) e mercado editorial (1). Tanto os objetivos das pesquisas como a noção de comunicação é perpassada pelo enquadramento do livro infantil como instrumento, dispositivo.

O rótulo **ser em formação** surge em cinco (5 – 55,55%) pesquisas, de forma exclusiva (4) ou associado ao **ser em desenvolvimento**. **Ser que consome** aparece em três (3 – 33,33%), duas de forma particular e uma associada à **representação de infância**. **Ser em desenvolvimento** emerge de uma (1) pesquisa.

As seções destinadas à infância são fundamentadas pelas vias da literatura e do livro infantil (5 – 55,55%). As demais apresentam histórias de fada, cadeia produtiva do livro, e um (1) estudo não apresenta seção.

Seis pesquisas (6 – 66,67%) analisam conteúdos, três (3) não explicitam suas técnicas.

## Rádio, Música, Mídias Sonoras (5)

Investigam produção de programas para crianças (2), linguagens e narrativas (1), processos de recepção (1) e produção e linguagem do rádio (1). A noção de comunicação diversifica-se em mídias sonoras e música, produção radiofônica, rádio como meio e mídia.

A noção de infância aparece de forma difusa, mas pautada nos caminhos do **ser em desenvolvimento** (2), **ser em formação** (2) **ser que consome** (2) e **sujeito de direitos** (1).

As seções sobre infância abordam Educação, Psicologia do Desenvolvimento e estudos de mídia (3). Duas (2) não apresentam seções sobre infância/criança.

As metodologias envolvem pesquisa de campo com crianças (2, 7 a 12 anos) e análise de conteúdo ou documental (2). Uma pesquisa não cita sua técnica, mas realiza análise de conteúdos.

## Jogos Digitais (4)

Analisa usos e apropriações de *games* e linguagens de entretenimento (3 – 75%) e interação (1). A noção de comunicação versa sobre plataforma para *games*, entretenimento, tecnologias digitais e ecossistemas comunicacionais.

A noção da infância enfatiza o **ser em formação** (2 – 50%), **ser em desenvolvimento** (1) e **sujeito de direitos** (1). Os capítulos sobre infância estão baseados em estudos de mídia, História Social, estudos do imaginário, Psicologia do Desenvolvimento. Um estudo aborda a criança a partir de dados do seu campo.

As metodologias dividem-se em pesquisa de campo com crianças de 8 a 12 anos (2 – 50%) e observação de ambientes virtuais (1). Uma pesquisa não cita sua técnica, mas observa jogos desenvolvidos para crianças.

## Cultura dos Meios (4)

Os objetivos dividem-se em analisar os usos e apropriações da mídia (2), e os discursos de percepções de crianças (2). A noção de comunicação obedece a divisão similar entre mídia (2) e discurso (2). A noção de infância passa pelo rótulo de **ator social** (2), **ser que consome** (1) e **ser em desenvolvimento + ser em formação** (1). A maior parte das pesquisas não apresenta seção específica sobre infância em sua estrutura (3), e uma delas escreve sobre ela a partir da Psicologia do Desenvolvimento. As metodologias variam entre pesquisa de campo com crianças (4 a 18 anos) (2) e análise de algum conteúdo ou documento (2).

## Quadrinhos (3)

Norteiam seus objetivos para análises de discursos, representações das e para as infâncias e do quadrinho como instrumento pedagógico. A referência que se faz à comunicação é pela via do discurso ou

dispositivo. A noção da infância adota o **ser em formação** (2 – 66,66%) e **representação da infância** associado ao **ser que consome** (1). Duas pesquisas apresentam seções que tratam da infância a partir dos estudos de mídia e História Social, e uma delas não apresenta seção sobre infância. As metodologias abarcam análise de algum conteúdo (2) e pesquisa de campo com adultos não familiares (1).

### Comunicação Organizacional (3)

Voltam-se para a análise de discursos, ações e processos comunicacionais. A comunicação é abordada pela visão do discurso, da comunicação interpessoal e da pública. A noção da criança evoca os rótulos da **representação da criança** (2) e de **ser saudável** (1). Nas seções sobre infância figuram aspectos de estudos culturais e História Social. Uma pesquisa não apresenta seção sobre infância. As metodologias envolvem análise de algum conteúdo (2) e pesquisa de campo com adultos não familiares (1).

### Comunicação e Gênero (1)

Explora a recepção midiática e apropriações de identidades de gênero. A comunicação é compreendida como mídia, pela ótica de seus discursos e representações. A noção de infância vincula-se aos rótulos de **ser em formação + sujeito de direitos**. Não apresenta seção sobre infância, e sua metodologia indica inspiração etnográfica com crianças de 9 a 13 anos de idade.

### Comunicação e Etnia (1)

Analisa o processo comunicacional como dispositivo para ressignificação de experiências culturais e sociais vinculadas à escravidão e ao racismo. Não apresenta noção explícita de comunicação. A noção da criança perpassa o **ser em formação + ser em desenvolvimento**. Não se identifica seção específica sobre a infância. A abordagem metodológica é a Etnografia, sem especificação de faixa etária das crianças.

Apresentados os resultados gerais, propomos a seguir uma interpretação global, que opta por priorizar os achados que revelam formas através das quais a Comunicação compreende a infância.

## 2 Paisagem científica da infância no campo da Comunicação

Visualizamos a infância como objeto que mobilizou baixo índice de pesquisas ao longo dos 50 anos da pós-graduação em Comunicação no país (1970-2020), e o cenário revela que, antes dos anos 2000, não havia número expressivo de teses e dissertações.

Para selecionar as pesquisas, a cartografia percorreu um território embaralhado, o que reitera, *avant tout*, a necessidade de sua estruturação. As pesquisas localizadas são expressivamente mais numerosas em duas regiões do país (Sul e Sudeste), potencializando a “universalização” de uma imagem da criança, que pode ser gerada por

marcadores de classe, gênero e etnia prevalentes naqueles contextos, em detrimento das demais regiões do país. Mulheres inseridas em instituições públicas são as que mais produzem pesquisas sobre infância na Comunicação.

É possível traduzir os resultados das pesquisas em dois grandes grupos, quando avistamos as 14 ênfases da Comunicação.

Para o primeiro, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, e Televisão, três domínios que detêm a maior parte das pesquisas (89 – 52,35%), a noção de infância que predomina é a de **ser que consome**, figurando em 39. Já o **sujeito de direitos** surge em 27 ocorrências, que algumas vezes evocam também a representação da infância, o ser em desenvolvimento e o ser em formação. O **ser em formação** e a **representação da infância** somam, juntos, 23 ocorrências.

Podemos vincular esses resultados ao que cada uma das ênfases da Comunicação produz de forma hegemônica: para o Jornalismo, há uma tendência de estudos que qualificam a infância a partir do Direito; para a Publicidade e Propaganda, a partir do consumo; e para a Televisão, a partir do desenvolvimento e da representação da criança. Por todos eles perpassa a questão do consumo, seja de produtos, serviços, discursos, narrativas ou mídias. De forma geral, esse grupo rege a pesquisa com rótulos que partem ou estão no limiar do paradigma do desenvolvimento. Refletimos sobre a necessidade de se promover pesquisas que explorem as implicações, para a produção de conhecimento acadêmico sobre as infâncias, contidas em analisar fenômenos sociais a partir de alicerces ancorados no determinismo biológico.

Para as pesquisas que integram o segundo grupo, das demais ênfases da Comunicação, (81 – 47,65%), a noção de infância está embasada na noção de **ser em formação** (30), seja de forma exclusiva (20) ou associada a outros rótulos (10). Dentre suas dez confluências, em seis (6) ocorrências ela está associada ao **ser em desenvolvimento**. Isso mostra que, embora diluída em diferentes classificações da Comunicação, o conhecimento oriundo da Educação ocupa papel disseminador sobre o que se entende por infância em grande parte dessas pesquisas.

Na sequência, temos a preponderância do **ser que comunica**, presente em 17 pesquisas, de forma exclusiva (2) ou híbrida (15), destacado nos estudos de Internet. Esses dados evidenciam que os estudos de infância, quando promovidos a partir da consideração das relações das crianças com ambientes que envolvem a Internet, consideram a criança como ser ativo no processo comunicativo.

Poderíamos interpretar esse indicativo como o nascimento da infância para a comunicação: **a criança é um sujeito que comunica**. Mas esses estudos ainda se pautam, porque necessitam, em disciplinas de outras áreas, para embasar conhecimentos sobre a infância, sem demonstrar presença teórica genuína da Comunicação. Em contato com os textos de pesquisas que se valem de referência de alguns estudos de mídia, é comum perceber a emergência de um paradoxo. Quando se torna possível dizer, ou assumir, que a criança é um sujeito que comunica, ocupa um espaço, participa da cadeia comunicacional, imperativamente se interpreta, em muitos casos, que esse mesmo

espaço a elimina (fim da infância). Sugerimos o desenvolvimento de análises que possam aprofundar e problematizar essas percepções.

**Representação da infância, ser em desenvolvimento, sujeito de direitos, ser que consome, ator social e ser saudável** compõem os demais estudos dessas ênfases (34). Aqui percebemos reflexões que promovem sinergia entre História Social, Sociologia da Infância e *Childhood Studies*. Aparecem em menor número de ocorrências, mas oferecem impacto relevante para dinamizar mudanças de matrizes teóricas e mentais sobre a infância na Comunicação. Esses estudos percebem a criança como sujeito da comunicação, produzem argumentação centrada na ideia de criança como ator social e analisam fenômenos nos quais a criança se manifesta atuante e integrada, considerando sua complexidade.

Compreendemos que a maior parte das ênfases presentes nesse segundo grupo diz respeito a estudos interessados na investigação de fenômenos comunicacionais contemporâneos às práticas despertadas pela Internet. A Educação como fundamento, na visão do ser em formação, parece reforçar a ideia de ser em devir da criança e o caráter instrumental da comunicação. Surgem arranjos teóricos e metodológicos dotados de fertilizantes que podem vir a aprimorar os entendimentos sobre infância no campo. É fato que a produção de conhecimento da Comunicação sobre entendimento da infância é território a ser desbravado, são ocupações que esses resultados intencionam estimular.

Para avançar na interpretação dos resultados que os dois grupos permitem observar sobre o entendimento da infância, podemos abordar o *corpus* total (170 pesquisas), no que tange a seções sobre infância e metodologias empregadas.

As reversões de noções de infância em fundamentação teórica explícita e estruturada em seções mostram que em 60 (35,29%) pesquisas não há seção sobre infância. A ênfase que menos apresenta seções é da Comunicação e Educação, refletida em 72,22% dos estudos. Mostrando-se como a que “menos escreve” sobre a infância, revela que as pesquisas, quando optam pela ótica da pedagogia, parecem estar imunes à necessidade de explicitação da noção da criança, e emana implicitamente a ideia da criança que precisa de educação. Mas tratar de espaços e práticas destinados às crianças não significa, necessariamente, compreender e escrever sobre a criança/infância.

A ausência de seções em pouco mais de um terço das pesquisas alerta para a conscientização de que muitas exploram algo da, sobre, para ou com as crianças, mas se abstêm de promover respaldo teórico sobre a matéria. Isso é ainda mais sintomático quando se conseguem identificar visões de infância que flutuam na investigação, oriundas do imaginário social e muitas vezes senso comum.

Os estudos que apresentam seções sobre infância podem ser observados individualmente pelo conteúdo que efetivamente apresentam, pois revelam construções totalmente diversas em número de páginas, autores e convergências teóricas. Recomenda-se essa consulta aos textos para qualificar futuras produções acadêmicas sobre infância.

Do ponto de vista metodológico, a maior parte das técnicas mencionadas é condizente com estudos que analisam e observam algum tipo de conteúdo relacionado à infância (87 – 51,17%). Trinta e seis pesquisas (36 – 21,18%) promovem pesquisa de campo com crianças, especialmente após os 4 anos de idade. Qualquer indicação de faixa etária abaixo dos quatro anos requer atenção, pois nesse *corpus*, quando ocorre, se relaciona a pesquisas realizadas em abrigos, as quais indicam faixa etária das crianças que integram esses lugares como um todo (0-18 anos), sem explicitar as idades das crianças efetivamente pesquisadas. Vinte estudos (20 – 11,76%) executam pesquisas de campo com adultos não familiares (educadores, especialistas, produtores, editores), cinco (5) são mistas, crianças a partir de 10 anos e seus pais. Duas (2) apenas com os pais. Uma (1) é pesquisa de campo, cita a técnica, mas não indica faixa etária, e 19 não explicitam suas técnicas.

Compreendemos que a Comunicação, hegemonicamente, produz pesquisas sobre a infância a partir de análises de conteúdo. Isso afirma a própria natureza do campo, que, por certo, é produtor de conteúdo. As ressalvas para se pesquisar ou não diretamente as (ou com as crianças), quando aparecem nos textos, seja para justificar sua presença/ausência ou algum recorte etário, normalmente expõem que o campo domina conhecimentos metodológicos que desconhecem técnicas, roteiros e instrumentos para serem manejados com crianças pequenas. Muitas vezes, nas pesquisas, o interesse em saber sobre estas levou o pesquisador a estabelecer contato com adultos, sejam eles pais, mães, educadores, “especialistas”, produtores. Dentre as ênfases da Comunicação, o Jornalismo é o que menos realiza pesquisa de campo com crianças, e a Educação, sendo a que menos escreve capítulos, em contrapartida, é a que mais produz dados a partir do contato com crianças.

Sinteticamente, assim se desenha o cenário da pesquisa sobre infância no campo da Comunicação. Ele mostra, acima de tudo, que o olhar conferido à criança é sempre o de quem a olha. Por isso, identificar pensamentos, sentimentos e ações direcionadas às infâncias contribui para a qualificação da pesquisa, do ensino, das práticas, e tudo isso aprimora as relações humanas. O conhecimento promove diferentes tipos de impacto, que é sempre social.

Desejamos que a apresentação da síntese geral da pesquisa juntamente com a disponibilização do Acervo, inspire o desenvolvimento de novas pesquisas e análises, que se encontram latentes no material.

## Referências

- ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: LTC, 1981.
- BRASIL. **Lei nº 8.069**, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o ECA e dá outras providências. Diário Oficial da União, Distrito Federal, DF: Presidência da República, v. 1, 1990.
- BRASIL. **Lei nº 13.431**, de 4 de abril de 2017. Estabelece o sistema de garantia de direitos da criança e do adolescente vítima ou testemunha de violência e altera a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 (ECA). Diário Oficial da União, Distrito Federal, DF: Presidência da República, 2017.
- CHIES, Paula Viviane. Identidade de gênero e identidade profissional no campo de trabalho. **Rev. Estud. Fem.** n.18, v. 2, Ago 2010.
- KUNSCH, M. M. K., GOBBI, M. C. M. (2016). O campo acadêmico-científico da Comunicação no Brasil: panorama, constituição e perspectivas. **Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"**, n.9; v.2, p. 68-91.
- LÉVÊQUE, Mathilde. **Les Childhood Studies en France: esquisses d'un domaine à construire** (2017). Disponível em: <https://magasindesenfants.hypotheses.org/5894>
- SIROTA, Régine (org.). **Éléments pour une sociologie de l'enfance**. Rennes: Presses Universitaires de Rennes, 2006.
- SIROTA, Régine. L'enfance au regard des Sciences sociales. **AnthropoChildren**, n. 1, jan. 2012. Disponível em: <https://popups.uliege.be/2034-8517/index.php?id=921>. Acesso em julho 2021.
- SIROTA, Régine. Emergência de uma sociologia da infância: evolução do objeto e do olhar. **Cadernos de Pesquisa**, 112, 7-31, 2001. Disponível em <https://publicacoes.fcc.org.br/cp/issue/view/39>
- TURMEL, André. **Une sociologie historique de l'enfance: pensée du développement, catégorisation et visualisation graphique**. Québec: Les Presses de l'Université Laval, 2013.
- UNESCO.- Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura. **Women in science** (UIS Fact Sheet, 55), 2019. Disponível em: < <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/fs55-women-in-science-2019-en.pdf> >. Acesso em 23 jan. 2023.
- UNICEF - Fundo das Nações Unidas para a Infância. (2022a). **História dos direitos da criança**. Disponível em: < <https://www.unicef.org/brazil/historia-dos-direitos-da-crianca> >. Acesso em: 22. Set., 2022.
- UNICEF - Fundo das Nações Unidas para a Infância. (2022b). **Convenção sobre os direitos da criança**. Disponível em: <<https://www.unicef.org/brazil/convencao-sobre-os-direitos-da-crianca> >. Acesso em: 15. Out., 2022.
- VANZ, Samile et al. Mapeamento das teses e dissertações em comunicação no Brasil (1992-2002): tendências temáticas. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, n. 33, p. 53-60, 2007.

DATA DE ENVIO: 12 de julho de 2021 | DATA DE APROVAÇÃO: 28 de agosto de 2023