

**UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO**

**ANA CAROLINA DOS SANTOS FERREIRA**

**PRODUÇÃO DE RÁDIO COMO TÉCNICA  
PEDAGÓGICA EM MÍDIA-EDUCAÇÃO: UM CASO  
PRÁTICO**

**BAURU  
2008**

**UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO**

**ANA CAROLINA DOS SANTOS FERREIRA**

**PRODUÇÃO DE RÁDIO COMO TÉCNICA  
PEDAGÓGICA EM MÍDIA-EDUCAÇÃO: UM CASO  
PRÁTICO**

Monografia apresentada ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Profa. Dra. Alexandra Bujokas.

**BAURU  
2008**

F3831p

Ferreira, Ana Carolina dos Santos

Produção de rádio como técnica pedagógica em mídia  
– educação: um caso prático – 2008.  
84f.

Orientadora: Profa. Dra. Alexandra Bujokas  
Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em  
Jornalismo) - Universidade do Sagrado Coração – Bauru -  
São Paulo.

1. Mídia-educação 2. Media literacy 3. Estudos  
culturais 4. Produção radiofônica 4. Musica I. Bujokas,  
Alexandra II. Título

**ANA CAROLINA DOS SANTOS FERREIRA**

**PRODUÇÃO DE RÁDIO COMO TÉCNICA PEDAGÓGICA EM MÍDIA-  
EDUCAÇÃO: UM CASO PRÁTICO**

Monografia apresentada ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Banca Examinadora:

---

Profa. Dra. Alexandra Bujokas  
Universidade do Sagrado Coração

---

Profa. Ms. Fátima R. de Lima Ribeiro  
Universidade do Sagrado Coração

---

Profa. Dra. Roseane Andrelo  
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, 20 de junho de 2008

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, pois foi Ele quem me deu o dom da vida e o discernimento para buscar e alcançar meus objetivos.

Aos meus pais, Angelo e Odete: pelo esforço, dedicação e compreensão nesta e em todas as etapas de minha vida.

A minha irmã, Elizângela: pelo apoio, incentivo e cooperação.

E, a todos meus familiares e amigos que, direta ou indiretamente, estiveram ao meu lado, apoiando e compartilhando momentos de alegrias e tristezas, nesta etapa que, graças a Deus estou vencendo.

Agradeço a minha família, pela compreensão e amor dispensados durante estes anos de graduação.

Aos meus professores: Danilo, Joyce, Luís Henrique, Roseane, Sandra, Sandro, pela contribuição, empenho e auxílio.

Especialmente a minha orientadora Alexandra, pela criatividade, paciência, compreensão e auxílio. E pela oportunidade de participar do seu projeto Midialab.

Aos alunos da E.E. “Joaquim Rodrigues Madureira” por participarem da pesquisa.

"Há pessoas que choram por saber  
que as rosas têm espinho, há  
outras que sorriem por saber que  
os espinhos têm rosas!"

(Machado de Assis)

## RESUMO

O projeto consiste na elaboração de uma proposta de trabalho educativa para desenvolver habilidades críticas de recepção de músicas que tocam em programas de rádio comerciais, proposta essa voltada para estudantes do Ensino Médio. A fundamentação teórica básica são os estudos culturais britânicos e sua adaptação para a chamada mídia-educação. A hipótese é a de que, ao produzir um programa que explore as músicas com mais profundidade, os estudantes podem desenvolver habilidades críticas de recepção. A metodologia consiste em ensinar noções de produção radiofônica, técnicas de edição usando o software Audacity e partir para a produção de um programa que misture trechos de músicas tocadas em rádios com depoimentos de pessoas que gostam e que não gostam dessas músicas. Os resultados mostraram que a prática da entrevista e a montagem dos programas sugerem que os alunos ficam mais atentos ao conteúdo das músicas que eles normalmente ouvem.

**Palavras-chave:** Mídia-educação; Media literacy; Estudos culturais; Produção radiofônica; Música

## ABSTRACT

This project consists in to produce and apply media literacy activities in order to develop a better comprehension of musics released by the media industry and comercial radios in Brasil, for Secondary Schools' pupils. The theoretical backgrounds were taken from the British experience, particularly from the Cultural Studies basis. The hypothesis is that, in producing radio programmes which explores different faces of the music, merging clips of the music itself with different (and sometimes opposite) opinions about it, students would develop better references to think about musics that they enjoy. The methodology consists of teaching basic radio production skills and editing skills using a free software called Audacity. The students produced several programmes about music. The results sugest that the practice of the interview and the programme editing practice make the students more attentive when thinking about music.

**Keywords:** Media education, Media literacy; Cultural Studies; Radio production; Music

## LISTA DE APÊNDICES

|   |    |
|---|----|
| <b>Apêndice A</b> – Script do programa “Somos nós, galera!”.....                              | 52 |
| <b>Apêndice B</b> – Letra da música “A praça” .....   | 53 |
| <b>Apêndice C</b> – Oficina 1 Aprendendo a pensar sobre música .....                          | 54 |
| <b>Apêndice D</b> – Oficina 1 Estudando a letra .....   | 56 |
| <b>Apêndice E</b> – Oficina 1 Produzindo uma reflexão sobre música .....                      | 57 |
| <b>Apêndice F</b> – Oficina 2 Aprendendo sobre programação radiofônica .....                  | 59 |
| <b>Apêndice G</b> – Oficina 3 Como fazer .....  | 61 |
| <b>Apêndice H</b> – Oficina 3 Script de rádio do programa sobre música de livre escolha ..... | 62 |

## LISTA DE ANEXOS

|   |    |
|---|----|
| <b>Anexo A</b> - Foto 1 Atividade Enquete .....   | 64 |
| <b>Anexo B</b> - Foto 2 Atividade Enquete .....   | 64 |
| <b>Anexo C</b> - Foto 3 Atividade Enquete .....   | 64 |
| <b>Anexo D</b> - Foto 4 Produção do programa sobre a música “A praça” .....   | 65 |
| <b>Anexo E</b> - Foto 5 Produção do programa sobre a música “A praça” .....   | 65 |
| <b>Anexo F</b> - Script do Programa “Somos nós, galera!” (produção da aluna Ana Paula Rodrigues) .....                    | 66 |
| <b>Anexo G</b> - Oficina 1 Produzindo uma reflexão sobre música (produção da aluna Dayane Gamonal) .....                  | 68 |
| <b>Anexo H</b> - Oficina 1 Produzindo uma reflexão sobre música (produção do aluno Bruno Rafael Galvão) .....             | 71 |
| <b>Anexo I</b> - Oficina 2 Aprendendo sobre programação radiofônica (produção da aluna Franciele Cristina Custódio) ..... | 74 |
| <b>Anexo J</b> - Oficina 2 Como produzir um programa radiofônico (produção da aluna Dayane Gamonal) .....                 | 76 |
| <b>Anexo K</b> - Oficina 2 Como produzir um programa radiofônico (produção do aluno Marcos Lima Oliveira) .....           | 81 |

## **LISTA DE PROGRAMAS**

**Atividade 1** – Programa “Somos nós galera!” (versão produzida pela aluna Ana Paula Rodrigues)

**Atividade 2A** – Programa sobre a música “A praça” (versão produzida pela aluna Dayane Gamonal)

**Atividade 2B** - Programa sobre a música “A praça” (versão produzida pelo aluno Bruno Rafael Galvão)

**Atividade 3A** – Programa sobre música de livre escolha (versão produzida pela aluna Dayane Gamonal)

**Atividade 3B** – Programa sobre música de livre escolha (versão produzida pelo aluno Marcos Lima Oliveira)

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO .....</b>   | <b>14</b> |
| <b>2 FUNDAMENTOS DA MÍDIA-EDUCAÇÃO .....</b>                            | <b>16</b> |
| 2.1 Aspectos Teóricos .....   | 17        |
| 2.2 Mídia-educação e comunicação educativa .....                        | 19        |
| 2.3 Abordagem Pedagógica .....  | 21        |
| 2.4 Experiências concretas .....  | 23        |
| <b>3 PRÁTICAS POSSÍVEIS NA ESCOLA .....</b>                             | <b>28</b> |
| 3.1 Ensino Médio e área de Códigos, Linguagens e suas Tecnologias ..... | 29        |
| 3.2 Programação Radiofônica .....                                       | 31        |
| 3.2 Web 2.0 .....   | 36        |
| <b>4 METODOLOGIA .....</b>  | <b>40</b> |
| <b>5 RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>                                  | <b>42</b> |
| 5.1 Realização das oficinas .....                                       | 43        |
| <b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>                                     | <b>47</b> |
| <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>                                 | <b>49</b> |
| <b>REFERÊNCIAS CONSULTADAS.....</b>                                     | <b>50</b> |
| <b>APÊNDICES.....</b>   | <b>51</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>  | <b>63</b> |

# **1 INTRODUÇÃO**

A correlação entre educação e comunicação conduz ao desenvolvimento e aperfeiçoamento de metodologias para o uso destas tecnologias de informação nos processos de aprendizagem; além de estimular a crítica e mobilização social através da mídia e desenvolver as habilidades de “leitura e escrita”, não como profissionais, mas sim como público usuário das mídias, tanto na perspectiva de consumidores, quanto na de cidadãos.

Após a reforma educacional do Ensino Médio dos anos 1990, e as orientações dos Parâmetros Curriculares Nacionais do Ensino Médio (2000) entendeu-se a necessidade da introdução da mídia-educação.

No entanto, o estudo e a promoção da mídia-educação não pode ser confundido com a utilização de tecnologias de comunicação na escola. A primeira trata de um estudo aprofundado com repertório, metalinguagem e objetivos próprios, onde o principal objetivo é desenvolver a consciência sobre o papel e o funcionamento da mídia; enquanto a outra utiliza tais meios para ensinar conteúdos específicos da cultura escolar.

Neste contexto, esta pesquisa procurou criar e testar uma metodologia educacional envolvendo produção radiofônica digital e análise crítica de música para jovens, de maneira que o produto midiático seja utilizado como objeto de estudo e não somente como papel de fundo para a aprendizagem do currículo escolar. Afim de que os alunos tenham uma maior percepção da música que toca em rádios comerciais e possam entender e analisar criticamente seu conteúdo.

A fundamentação teórica se baseou principalmente nos chamados Estudos Culturais Britânicos, que enfatizam que o ensino da linguagem é um dos caminhos mais econômicos para se chegar à análise crítica do conteúdo. A escolha por tal abordagem teórica também se justifica pelo fato de a presente pesquisa ter sido formalmente inserida na programação de atividades do Midialab – projeto financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo – que vem testando a viabilidade da abordagem inglesa para o ensino sobre mídia em escolas brasileiras.

Assim, foram realizadas três oficinas nos dias 20 e 27 de maio e 3 de junho, das 13h30 às 17h30. As oficinas foram divididas em três abordagens: reflexão sobre gosto e linguagem musical, formatos e produção no rádio e prática de criação e produção de um programa sobre música. A escolha desses assuntos teve como objetivo permitir que os participantes tivessem uma noção de produção radiofônica musical e desenvolvessem uma análise crítica de músicas.

Para conduzir a proposta da pesquisa, o percurso teórico procurou sintetizar referências úteis para o objeto aqui proposto. Em primeiro lugar, foram sintetizados conceitos básicos da mídia-educação e abordagens pedagógicas mais comuns. Assim como foram

apresentadas experiências concretas e projetos já implantados pela sociedade civil a respeito do estudo e aplicação da mídia-educação. A seguir, foram reunidos conceitos fundamentais para orientar a condução de uma prática educativa: as referências curriculares para o Ensino Médio, as informações técnicas básicas sobre formatos radiofônicos e as peculiaridades da web 2.0. A teoria revisada proporcionou a criação e o desenvolvimento do material prático pedagógico utilizado nas oficinas.

## **1.1 OBJETIVOS**

**1.1.1 Objetivo Geral:** criar e testar uma metodologia educacional que envolva produção radiofônica digital e análise crítica de música para jovens;

### **1.1.2 Objetivos específicos:**

Ensinar noções de produção de programas radiofônicos musicais;

Sistematizar uma metodologia de análise crítica de músicas;

Ensinar noções de produção de conteúdo digital;

Avaliar o potencial das atividades de produção para o ensino da leitura crítica da mídia.

## **2 FUNDAMENTOS DE MÍDIA-EDUCAÇÃO**

## 2.1 ASPECTOS TEÓRICOS

A correlação entre educação e comunicação conduz ao desenvolvimento e aperfeiçoamento de metodologias para o uso destas tecnologias de informação nos processos de aprendizagem; além de estimular a crítica e mobilização social através da mídia e desenvolver as habilidades de “leitura e escrita”, não como profissionais, mas sim como público usuário das mídias.

Neste contexto, Belloni (2005) indica que não é possível prever o avanço dos modos de acesso do conhecimento no futuro, por isso, o ideal será focar-se no usuário. Por duas razões: o entendimento da *autodidaxia* – capacidade de aprender sozinho – para que se possa incorporar ao ensino; e, assegurar para não perder o foco na educação. “Formar o cidadão competente para a vida em sociedade o que inclui a apropriação crítica e criativa de todos os recursos técnicos à disposição desta sociedade” (BELLONI, 2005, p.5).

Para isso, a autora faz menção a McLuhan, pensador canadense que “lançou seu famoso desafio ‘o meio é a mensagem’” e estimulou estudiosos a entender o papel da mídia nas sociedades contemporâneas. Segundo ele, o meio transmite algo além da mensagem, de forma que age sobre o conteúdo e é capaz de transformá-lo. “Este algo mais é o que hoje chamamos ‘linguagens’ das mídias eletrônicas” (BELLONI, 2005, p.6).

No processo educacional, segundo Belloni (2005), duas novas disciplinas ou áreas de estudos vêm se modelando: *mídia-educação* (ou educação para as mídias) cujo foco principal é o objeto de estudo em si; e *comunicação educacional*, se refere à “ferramenta pedagógica”, tem se desenvolvido como nova disciplina ou campo que poderá acrescentar a “tecnologia educacional”.

Soares (2008) concorda que a relação entre comunicação e educação tem gerado grandes mudanças nas relações sociais e nos modos como os grupos humanos interagem. “No caso, 'produção de conhecimento', 'tecnologias da informação' e 'cidadania' parecem aproximar-se substancialmente, toda vez que agentes sociais intervêm a partir de determinada perspectiva sócio-política.” (SOARES, 2008). Por isso, faz referência à Geneviève Jacquinet (1998) *apud* Soares (2008) para afirmar que na escola certas modificações já têm acontecido, pois o ensino formal tem se aproximado da sociedade em constante transformação. A escola é uma instituição educativa, social e política; cada uma destas dimensões vem sofrendo modificações sempre que a educação formal se aproxima da comunicação.

Jacquinet (1998) *apud* Soares (2008) indica alguns fatores que contestam entre a escola tradicional e os meios de comunicação, quanto aos papéis de transmissão de cultura e na formação de sujeitos individuais e sociais:

- Um é voltado para o passado (o patrimônio), os outros só se interessam pela atualidade;
- Um repousa sobre a lógica da razão, os outros sobre a surpresa do acontecimento, o impacto e o emocional;
- Um ignora (ignorava?) a lógica econômica, os outros só funcionam segundo ela;
- Um constrói-se na durabilidade, os outros na efemeridade;
- Um procura formar os cidadãos, os outros os consumidores;
- O estudo dos meios valoriza a subjetividade enquanto a idéia de objetividade é subjacente a todas as disciplinas ensinadas na escola.

Outro ponto levantado por Soares é de que escola e meios de comunicação se opõem também em relação à apropriação de conhecimentos. Para Geneviève Jacquinet, a escola transmite um saber selecionado, construído. A escola é objetiva e não-temporal, todos dispõem da mesma formação e são avaliados sistematicamente; e ainda, se coloca como ocupando lugar privilegiado no mundo, pois transmite a cultura do saber. Por outro lado, nos meios de comunicação a transmissão é de informação e não conhecimento. “O saber-informação é fracionado, descontínuo, mostrado 'em mosaicos' (...) o que é privilegiado é (...) o rápido e o efêmero; 'a encenação da informação', mais do que o conteúdo; (...). Enfim, os meios tratam de todos os assuntos, e não há nenhum controle sobre a forma como trabalham” (GENEVIÈVE JACQUINOT (1998) *apud* SOARES (2008)).

Desta maneira, Jacquinet acredita que, a princípio, “saber midiático” e “saber escolar” apresentam “culturas” diferentes, e serão integradas de acordo com a origem sócio-cultural dos alunos e de sua família. Para ela, o caminho é a Educomunicação. Na prática, esta divisão não pode permanecer por três razões: 1. não existe escolha, independente de nossas vontades, os alunos aprendem coisas dos meios. 2. escola e mídia têm pontos em comum, e o “saber escolar” pode ajudar a produzir o “saber midiático”. 3. os modos de apropriação mudaram e estão em constante transformação, principalmente em nossa sociedade que desenvolve “as indústrias do conhecimento” (GENEVIÈVE JACQUINOT (1998) *apud* SOARES (2008)).

No entanto, as teorias da comunicação e as teorias da aprendizagem concordam quanto à substituição do paradigma da “transmissão” de conhecimentos - como valores, pelo da “mediação” - compreendida como modelo interpretativo e relativo de apropriação de conhecimentos.

Geneviève Jacquinot (1998) *apud* Soares (2008) apresenta um estreitamento nesta relação, cita o exemplo no campo da educação, onde se tem tentado valorizar a participação ativa do aluno (“o aprendiz no centro da aprendizagem”; ou a concepção que privilegia o significado e sua construção e não a informação e seu tratamento e, ainda, a dimensão cooperativa ou colaborativa da aprendizagem (“ato social”)).

As teorias da comunicação têm evoluído, a partir dos anos 1940, com os modelos comunicacionais e impactos sobre as concepções da comunicação pedagógica. Inicialmente, seguiu-se o modelo matemático e funcionalista da informação, de origem norte americana, quanto à análise sociológica dos 'efeitos' dos meios, reduzindo o conhecimento à informação e assimilando a comunicação pedagógica a uma comunicação unidirecional, do emissor para o receptor. Este conceito foi confrontado pela escola de Frankfurt sobre os efeitos ideológicos dos meios, mas teve uma consequência trágica, pois os professores tinham uma tendência a rejeitar o trato dos meios de comunicação na escola.

Porém, após os anos 1980, a pesquisa em comunicação desenvolveu novas possibilidades, acompanhando a mudança do paradigma pedagógico da “transmissão” para a “mediação”, valorizando o interesse pelo trabalho do receptor “transformado em co-construtor da mensagem, valorizando-se a idéia de que, na comunicação educativa, o conhecimento construído pelo sujeito resulta, antes de tudo, das suas interações com os outros atores humanos, assim como com todos os componentes do contexto de aprendizagem, inclusive do contexto midiático”. (GENEVIÈVE JACQUINOT (1998) *apud* SOARES, (2008)).

Assim como a alfabetização, a educação de jovens e adultos e a educação continuada; a mídia-educação também deve estar presente em debates de âmbito político e acadêmico “com o mesmo patamar de preocupação, se o objetivo for a inclusão social da grande maioria dos brasileiros que não participa efetivamente da vida cultural como protagonistas da construção da identidade nacional nas esferas públicas eletrônicas.” (SIQUEIRA, 2007, p. 89).

## 2.2 MÍDIA-EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO EDUCATIVA

O estudo e a promoção da *media literacy* não pode ser confundido com a utilização de tecnologias de comunicação na escola. A primeira trata de um estudo aprofundado com repertório, metalinguagem e objetivos próprios, onde o principal objetivo é desenvolver a consciência sobre o papel e o funcionamento da mídia; enquanto a outra utiliza tais meios para ensinar conteúdos específicos da cultura escolar. “Os objetivos específicos da mídia-

educação são incentivar a cultura da participação e fomentar habilidades de leitura e escrita multimodais” (SIQUEIRA, 2007, p.13).

O modelo britânico aponta que é possível a implantação de tais práticas no ensino fundamental e médio. Para isso, é preciso focalizar em conceitos que permitem a formação de pessoas mais críticas e autônomas no uso das mídias. São cinco os conceitos: linguagem (compreensão aprofundada da linguagem midiática); estruturas narrativas (análise da ligação da narrativa com a expectativa do público e intenção do autor), instituições de mídia (estudo sobre a instituição e suas normas objetivas e ideológicas), audiências (compreensão aprofundada de diferentes tipos de audiências e de como influenciam na formatação de uma mensagem) e representação (estudo de estereótipos produzidos pela mídia). No presente trabalho, abordaremos dois conceitos-chave (LUSTED (1991) *apud* SIQUEIRA (2007, p. 13)):

LINGUAGEM: Objetivo: compreender que é a linguagem que produz significado, e não uma suposta expressão por si só e, conseqüentemente, até mesmo a notícia não é transparente em relação à realidade, mas sim uma recriação de um fato, mediada por forças de caráter técnico, político e simbólico. [...]

[...] REPRESENTAÇÃO: Objetivo: avaliar em que medida a formação de uma identidade pessoal se relaciona com as representações mais comuns nos meios de comunicação e em que medida podemos afirmar que determinadas representações são as verdadeiras ou apenas são tidas como verdadeiras, porque são predominantes na mídia.

Buckingham (2003) *apud* Siqueira (2007) aponta que são seis técnicas pedagógicas principais, que sugerem como o ensinar o conteúdo apresentado nos conceitos-chave. São elas: análise textual; estudo do contexto, análise de conteúdo, estudo de caso, tradução e simulação-produção.

As análises textual e contextual têm o objetivo de estimular um ponto de vista crítico, embasado em evidências. As técnicas de estudo de caso e de tradução procuram explorar o modo de produção de uma mensagem midiática. As atividades de estudo das traduções tentam superar a divisão entre a cultura escolar (tradicional, letrada, calcada na literatura) e a cultura do jovem (midiática e industrial). E as atividades de simulação e produção dão prioridade à “escrita” para a mídia e não somente a “leitura”.

No entanto, Belloni (2005) entende que tais constatações são um grande desafio para a educação: “tanto do ponto de vista da intervenção, isto é, da definição e implementação das políticas públicas, quanto do ponto de vista da reflexão, ou seja, da construção de conhecimento apropriado à utilização adequada daquelas máquinas com fins educativos”.

A interrogação se faz presente: como a instituição escolar irá lidar com tal desafio? Serão impactos no avanço tecnológico que precisam ser compreendidos: educação, comunicação, lazer, imaginário, cultura. A tendência aponta para um aumento na demanda de alunos; transformação nos papéis: “o 'professor coletivo' e multicompetente e o estudante autônomo”; integração das novas tecnologias de modo criativo, inteligente e distanciado, de maneira que a autonomia e a competência do aluno e educador sejam desenvolvidas para que sejam usuários e criadores e não meros receptores; criação de materiais e estratégias, formação de educadores, produção de conhecimento.

A escola deve fazer a integração com as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), pois estas já estão presentes e influenciam nas esferas da vida social. Seu papel principal deve ser de atuação na compensação das lacunas deixadas pelo acesso (social e regional) desigual a estas tecnologias.

Outro ponto é a avaliação adequada dos conteúdos produzidos pelos alunos, embasados nos objetivos desta área de conhecimento. As pessoas devem ser leitoras críticas, ou seja, que tenham conhecimento em relação aos códigos e convenções “que determinam a constituição das mensagens, bem como as forças sociais e culturais que moldam tais convenções” (SIQUEIRA, 2007, p.15). Tais conhecimentos compõem a *metalinguagem da mídia-educação*, com tais parâmetros de avaliação:

1. a qualidade da manipulação dos elementos da linguagem, 2. a inteligibilidade das informações selecionadas para compor a mensagem, em função das características do público alvo e 3. a capacidade de refletir criticamente sobre os resultados, em termos de representações sociais.

### **2.3 ABORDAGENS PEDAGÓGICAS**

Mais do que querer ensinar para a mídia, é preciso saber ensinar para a mídia. Aqueles que se dispõem a fazê-lo devem se atentar ao modo que avaliam as relações entre a juventude e as mídias. Siqueira (2007) apresenta uma síntese de duas tendências extremadas: o pânico moral e o seu oposto, a fé cega na tecnologia, e sugere uma posição equilibrada entre os dois extremos, apresentada pelo professor inglês David Buckingham.

Para isso, Buckingham (2003) *apud* Siqueira (2007) sintetiza duas visões distintas: de Neil Postman que acredita que a televisão é totalmente prejudicial para as crianças: não estimula nem exige aprendizado, como os livros; e, ainda, não diferencia seus conteúdos, assim, as crianças aprendem “todos os segredos da vida adulta”, porque a mídia rompe os limites entre

uma e outra. E de Do Tapscott que defende a Internet como sendo a melhor das tecnologias: acreditando que agora a criança e o jovem têm meios para expressar e desenvolver suas idéias, não precisam se prender à televisão que é passiva, isola, enfatiza uma visão única; têm a Internet que é ativa, desenvolve a inteligência, fornece visão pluralista, cria comunidades.

Buckingham (2003) *apud* Siqueira (2007) também não concorda com a visão de alguns educadores que acreditam que a *media literacy* é “caminho infalível para ensinar o jovem à 'gostar do que é certo'”:

A educação para a mídia é considerada automaticamente capaz de direcionar a criança e o jovem para uma apreciação da alta cultura, para comportamentos moralmente saudáveis, para crenças mais racionais e politizadas. Ela [a educação para a mídia] parece oferecer nada menos que a salvação

A visão não precisa ser extrema, existe uma mediação entre as possibilidades, para isso, o autor propõe uma abordagem sustentada pelos estudos culturais, porque é necessário entender o que as pessoas fazem com as mídias. Então surge um novo paradigma para a educação, Siqueira (2007) explica que esse novo paradigma:

1. Não mais se sustenta na idéia de mídia como direcionadora de opiniões, crenças e ideologias, nem como vazia de valores culturais; 2. reconhece a existência desse fenômeno, mas o vê como algo fragmentado, por causa do desenvolvimento das novas tecnologias; 3. Considera pesquisas que mostram que as crianças são mais críticas e conscientes do que se supunha originalmente – aspecto que é notado, inclusive, pela indústria midiática; 4. Considera as mudanças que ocorreram no controle dos pais sobre os filhos – com a proliferação de canais, é cada vez mais difícil impedir que as crianças acessem conteúdos inadequados. O bloqueio, para ser efetivo deverá ser tão extenso que, na prática, poderá virar uma barreira ao acesso em geral. Uma saída prática é ter órgãos reguladores que saibam aconselhar consumidores e cidadãos – a educação para a mídia tem sido interpretada como uma etapa dessa tarefa de aconselhamento.

Buckingham (2003) *apud* SIQUEIRA (2007) explica que o paradigma da mídia-educação não é uma defesa do uso que os fazem da mídia, mas sim uma forma de desenvolver habilidades que os orientem a tomar decisões com embasamento, a partir de seu próprio interesse e necessidades do momento.

De acordo com Siqueira (2007), deste novo paradigma, surgem seis questões contemporâneas que devem ser utilizadas para orientar o trabalho dos educadores em mídia:

1. Como identificar o que os estudantes sabem sobre mídia? 2. Como é que eles adquirem compreensão crítica ou de conceitos? 3. Como eles aprendem a usar as mídias para expressar a si mesmos e para se comunicar com os outros? 4. Como eles relacionam discurso acadêmico com suas próprias experiências como usuários de mídias? 5. Como podemos identificar e avaliar evidências do aprendizado? 6. Como podemos ter certeza de que a educação para a mídia faz diferença?

## 2.4 EXPERIÊNCIAS CONCRETAS

A sociedade civil brasileira vem se organizando em movimentos pela democratização dos meios de comunicação. Exemplos concretos são a atuação da UCBC (União Cristã Brasileira de Comunicação Social), do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, do Intervozes, da Andi (Agência de Notícias dos Direitos da Infância), Multirio e Educom.rádio.

A UCBC (2008) se apresenta como uma associação de profissionais, estudantes, pesquisadores, professores de comunicação e a mídia impressa, que busca realizar encontro, intercâmbio e definição de políticas e processos comunicacionais e de educação para a comunicação. Dentre seus projetos está o LCC – Leitura Crítica da Comunicação – programa de leitura com o objetivo de possibilitar à sociedade instrumentos acessíveis que permitam um conhecimento maior do processo de comunicação.

A metodologia é indutiva, dialógica e participativa. Nos cursos de LCC os receptores dos meios de comunicação são estimulados a descobrir os sentidos das mensagens e a recriá-los coletivamente. A entidade trabalha com este projeto há mais de 20 anos e possui conhecimento acumulado – os cursos formaram mais de 40 mil comunicadores populares e educadores - além de um amplo material didático sobre o tema.

O projeto teve início na década de 1980 e, em sua primeira fase, tinha uma preocupação marcada pela análise a partir das classes sociais. Hoje, o LCC procura uma leitura baseada no universo cultural dos diferentes grupos sociais. Isto porque, nas últimas décadas, a análise baseada na “luta de classes” revelou-se parcial para a compreensão da sociedade e para a ampliação da consciência crítica por parte do grande público.

O Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) surgiu em julho de 1991 como movimento social e transformou-se em entidade constituída em 1995. Sua história teve início em 1984 com a criação da Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação (FNPDC). Em julho de 1994, o FNDC contava com a adesão de 44 Comitês

Regionais e Comissões pró-Comitês, além de 32 entidades nacionais e 364 entidades regionais. A partir de 1997 o FNDC se desarticulou, voltando apenas a se mobilizar a partir de meados de 2001. Atualmente, o Fórum está organizado em nove estados e é integrado por 15 entidades nacionais.

Conforme o FNDC (2008), não existe um quadro de atividades fixas. Sua atuação incide desde a representação política e institucional perante o Poder Público e outras instituições da sociedade quanto às ações de seus comitês regionais, que envolvem desde eventos de capacitação da sociedade até o ativismo puro, como o deslacre de rádios comunitárias e a produção de materiais que envolvam a bandeira da democratização da comunicação.

O Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social, constituído juridicamente em 2003, é uma organização que luta com base na compreensão de que a comunicação é um direito humano. Sem o direito à comunicação não existe democracia e a palavra cidadania transforma-se em mera retórica. Sem o direito humano à comunicação, os outros direitos não se efetivam.

Nesse sentido, o Intervozes (2008) aponta que a comunicação não pode ser compreendida como campo de especialistas. É de cada cidadão, de qualquer lugar do planeta. A ampliação radical da sociedade civil na definição das políticas de comunicação é, portanto, um dos seus objetivos.

Atualmente, a organização se estrutura em três áreas de trabalho com objetivos de atuação: formular, difundir e disputar um sistema público integrado de comunicação para o Brasil; dedicar esforços para construir um movimento de base em defesa do direito à comunicação; e ampliar o diálogo permanente com outros movimentos sociais e grupos organizados da sociedade para fortalecer a luta por uma sociedade mais justa e igualitária.

Dentre os projetos do Intervozes podemos destacar o Observatório do Direito à Comunicação, que tem como objetivo central criar um ambiente de acompanhamento, fiscalização e reflexão sobre as políticas públicas no campo da comunicação. O site do Observatório reúne informações sobre avanços e propostas na área de políticas públicas, bem como sobre violações ao direito humano à comunicação. Disponibiliza, também, uma biblioteca com documentos, textos e reflexões sobre o tema. Desta forma, oferece às pessoas, organizações da sociedade civil e movimentos sociais envolvidos na luta pelo direito à comunicação referências concretas que podem potencializar sua intervenção política. Existe também o projeto Vozes na TV onde são apresentados dados, vídeos, entrevistas e convidados

abordando uma perspectiva diferente em relação aos temas da sociedade, com o foco em Direitos Humanos. O programa Vozes na TV era exibido na AllTV.

A ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância) é uma associação civil de direito privado sem fins lucrativos, cuja missão é contribuir para a construção, nos meios de comunicação, de uma cultura que priorize a promoção e defesa dos direitos da criança e do adolescente. A ANDI (2008) considera que a democratização do acesso aos direitos sociais básicos à infância e à adolescência é condição fundamental para a equidade social e para o desenvolvimento humano. Foi criada em 1993 pelos jornalistas Âmbar de Barros e Gilberto Dimenstein.

Possui três eixos estratégicos – Mobilização, Monitoramento e Qualificação – com o objetivo de orientar as diversas iniciativas desenvolvidas pela ANDI. Em função disso, as tecnologias de informação vêm sendo adotadas pela instituição, com vistas à organização da infra-estrutura, à formação de redes e à gestão da informação em monitoramento e avaliação da mídia.

Dentre seus projetos especiais é destaque o trabalho infantil doméstico, que envolve quase meio milhão de crianças e adolescentes no Brasil. Um site foi criado com o objetivo de tirar este tipo de trabalho infantil da invisibilidade e promover o acesso a informações relativas ao tema. Nele é possível encontrar projetos desenvolvidos na área, um mapa da incidência do trabalho infantil no Brasil, o que diz a lei, políticas públicas como alternativa, um guia de contatos com especialistas e com instituições envolvidas no enfrentamento do problema, além de perguntas frequentes, publicações, biblioteca e links com outros sites.

A Empresa Municipal de Múltiplos Meios da Prefeitura do Rio de Janeiro – MULTIRIO – é parte integrante da Secretaria Municipal de Educação (SME), desde que foi criada em 1993. Em conformidade com a política educacional da Secretaria, concebe e produz mídias para crianças e adolescentes, alunos de escolas da Prefeitura do Rio, seus professores e familiares.

De acordo com o MULTIRIO (2008), o tema central, Mídia de Todos, Mídia para Todos, sintoniza-se com a política da empresa, produtora pública, responsável pelo direito de alunos e professores à mídia de qualidade. A MULTIRIO busca utilizar a televisão, o rádio, os vídeos, os computadores e as publicações impressas a serviço da educação, produzindo com e para alunos e professores.

A Secretaria Municipal de Educação e a MULTIRIO criam e produzem, articuladamente, ações visando ao êxito das práticas pedagógicas nas mais de mil escolas da Prefeitura do Rio e, contribuem para a inclusão de todos ao novo paradigma de educação exigido pela sociedade do conhecimento. Podemos citar como exemplo as oficinas de mídia

oferecidas pela MULTIRIO para os professores da Rede Municipal de Ensino do Rio de Janeiro: Navegando e Criando na Internet e Curso de Montagem de Rádio Escolar.

O Projeto Educom.rádio nasceu em 2001 de um contrato entre a Secretaria de Educação da Prefeitura de São Paulo e o NCE - Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), visando atender a um dos objetivos do Projeto Vida que é o de construir, nas escolas públicas, um ambiente favorável às manifestações da cultura de paz e à colaboração mútua entre os membros da comunidade educativa, combatendo, desta forma, as manifestações da violência, tanto física quanto simbólica. Conforme a Universidade de São Paulo (2008), o NCE trabalha com a linguagem radiofônica, envolvendo professores, alunos e membros da comunidade educativa. O projeto destina-se a capacitar alunos e professores do Ensino Fundamental para o uso de práticas de educomunicação através do uso do rádio.

O Programa Educom.rádio, iniciado em 2001, apresenta-se como uma aplicação do conceito de Educomunicação. Seu objetivo é o de resolver um problema específico: combater a violência e favorecer uma cultura de paz num determinado ecossistema educativo: as escolas do Ensino Fundamental da rede pública municipal de ensino. O projeto privilegia o emprego da linguagem radiofônica através da introdução de um laboratório de rádio em cada escola. Assim, objetiva o desenvolvimento de práticas pedagógicas solidárias e colaborativas que permitam à comunidade escolar dar respostas construtivas aos problemas da convivência diária, além de propiciar uma melhora na compreensão e na aprendizagem das várias linguagens próprias da sociedade da informação, conforme recomendam a nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional e os Parâmetros Curriculares para o Ensino Fundamental.

Entretanto, na maioria das vezes, os projetos fornecem fragmentos de como fazer. Daí a importância de se desenvolver uma abordagem mais sistemática, que possa ser praticada em escolas de todo o país.

Siqueira (2007) acredita que um fator que pode explicar esta fragmentação é a ausência de política pública específica para esta área. Onde sejam planejados temas, objetivos, metodologias e critérios de avaliação, como em áreas do currículo. Tal tipo de problema já foi superado em países como a Inglaterra – que é hoje uma das referências no assunto *media literacy*, que têm apoio do Estado e legislação específica.

Siqueira (2007) aponta que a abordagem britânica em relação a *media literacy* é coerente com a histórica preocupação do Estado em regular a radiodifusão, de maneira que

possa “garantir a diversidade, a pluralidade e o equilíbrio dos conteúdos”. A educação para as mídias pode ser analisada como conseqüência desta preocupação.

Ainda segundo a abordagem britânica, dada a variedade de conteúdos e conhecimentos que mesclam códigos, convenções, gêneros e formas específicas de discurso, presentes em todos os meios; torna-se necessária uma “massificação das habilidades de leitura e escrita em mídia (...) E a implementação de uma política pública de *media literacy* é o caminho prático escolhido para colocar o rádio, a TV, a imprensa e a internet a serviço dos interesses do cidadão” (SIQUEIRA, 2007, p.4).

A comparação entre o modelo da Inglaterra e o Brasil apresenta pontos relevantes, como um conjunto de preocupações que surgem na implementação de uma política pública de educação para a mídia, conforme Siqueira (2007):

Parecem ser quatro os pontos principais: 1. a dificuldade de praticar controle público na abundância de conteúdos disponibilizados através das plataformas digitais; 2. a centralidade da educação para as mídias como ferramenta que capacite as pessoas para usufruírem dos potenciais benefícios das mídias, tanto como consumidores, quanto como cidadãos; 3. as lacunas no conhecimento sobre mídia, cultura e sociedade que se tornam mais evidentes à medida em que as tecnologias se popularizam. 4. as bases fundamentais necessárias para caracterizar uma política pública de mídia-educação.

A importância do estudo da mídia na escola é uma discussão relativamente nova no Brasil. Além disso, outros fatores apontam para a necessidade do estudo: por um lado, após as reformas educacionais dos anos 1990, o currículo escolar passou a prever a implantação de tais práticas, como por exemplo, o estudo das mensagens midiáticas; por outro lado, cresce a necessidade de formação do público para a atuação em mídias comunitárias já existentes no país.

Outro ponto são os debates que surgiram a respeito da revisão das políticas de comunicação. E, ainda, os movimentos sociais, que há muito tempo buscam uma democratização e educação apropriada para a mídia.

### **3 PRÁTICAS POSSÍVEIS NA ESCOLA**

### 3.1 ENSINO MÉDIO E ÁREA DE CÓDIGOS, LINGUAGENS E SUAS TECNOLOGIAS

De acordo com os Parâmetros Curriculares Nacionais – Ensino Médio (2000) a linguagem está entre o conhecimento e as formas de conhecer, o pensamento e as formas de pensar, a comunicação e os modos de comunicar, a ação e os modos de agir. “Produto e produção cultural, nascida por força das práticas sociais, a linguagem é humana e, tal como o homem, destaca-se pelo seu caráter criativo, contraditório, pluridimensional, múltiplo e singular, a um só tempo” (BRASIL, 2000, p. 5).

Nos sistemas de linguagem, pode-se restringir a linguagem verbal e não-verbal e seus cruzamentos verbo-visuais, audio-visuais, audio-verbo-visuais. “A organização do espaço social, as ações dos agentes coletivos, normas, os costumes, rituais e comportamentos institucionais influem e são influenciados na e pela linguagem, que se mostra produto e produtora da cultura e da comunicação social” (BRASIL, 2000, p. 6).

Nas relações comunicativas de conhecimento e reconhecimento, signos e código são gerados e transformados; representações são convencionadas e padronizadas. Os códigos se apresentam como um conjunto de escolhas e combinações discursivas, gramaticais, lexicais, fonoaudiológicas, gráficas etc. Os meandros desse processo devem ser objeto de estudos no Ensino Médio.

Na atualidade, cujo apelo informativo imediato está muito presente, a reflexão sobre a linguagem e seus sistemas é uma garantia de participação ativa na vida social. “A proposta [para o Ensino Médio] não pretende reduzir os conhecimentos a serem aprendidos, mas sim definir os limites sem os quais o aluno desse nível de ensino teria dificuldades para prosseguir os estudos e participar da vida social”. (BRASIL, 2000, p. 6)

O documento propõe competências a serem objetivadas. O quadro 1 sintetiza competências que tenham alguma relação com a *media literacy*:

Quadro 1 – Síntese de Competências dos alunos do Ensino Médio

| COMPETÊNCIA  | EXEMPLO   |
|--|---|
| <b>Compreender e usar os sistemas simbólicos das diferentes linguagens como meios de organização cognitiva da realidade pela constituição de significados, expressão, comunicação e informação:</b>  | Abordar conteúdos típicos das sociedades letradas, o campo artístico, as novas tecnologias. Entender significados escondidos nas entrelinhas. Relacionar o conteúdo com o contexto das diferentes mensagens. Refletir sobre a transformação dos significados.   |
| <b>Analisar, interpretar e aplicar os recursos expressivos das linguagens, relacionando textos com seus contextos, mediante a natureza, função, organização das manifestações de acordo com as condições de produção e recepção:</b>   | Comparar os recursos presentes em cada linguagem e o motivo de sua escolha, diferenciando-os e inter-relacionando-os. Analisar as especificidades, sem perder a visão do todo em que elas estão inseridas. Perceber que as particularidades têm um sentido socialmente construído.  |
| <b>Confrontar opiniões e pontos de vista sobre as diferentes linguagens e suas manifestações específicas:</b>  | Promover debate, diálogo e questionamento: formas que auxiliam ao aluno na construção de um ponto de vista embasado sobre o objeto de estudo. Na formação dos gostos, é importante conhecer e analisar para depois construir a escolha individual. Desenvolver meios para a compreensão do discurso do outro e de divulgação de suas idéias com objetividade e fluência.  |
| <b>Respeitar e preservar as diferentes manifestações da linguagem utilizada por diferentes grupos sociais, em suas esferas de socialização; usufruir do patrimônio nacional e internacional, com suas diferentes visões de mundo; e construir categorias de diferenciação, apreciação e criação:</b> | Compreender, conhecer e respeitar as diferentes manifestações da linguagem. Entender a relação entre a linguagem, nas linguagens e pelas linguagens como meio de proteção da identidade de grupos sociais menos institucionalizados e uma chance de representação destes grupos. Entender o papel dos participantes do processo de comunicação, as escolhas e os recursos utilizados. Compreender a linguagem como interação social para ampliar o reconhecimento do outro e de si próprio, aproximando-se cada vez mais do entendimento mútuo. |
| <b>Utilizar-se das linguagens como meio de expressão, informação e comunicação em situações intersubjetivas, que exijam graus de distanciamento e reflexão sobre os contextos e estatutos de interlocutores; e saber colocar-se como protagonista no processo de produção/recepção:</b>              | Desenvolver o uso das linguagens para fins determinados. Saber interligar os conhecimentos e pesquisar construtivamente temas que sejam de seu interesse.   |
| <b>Compreender e usar a Língua Portuguesa como língua materna, geradora de significação e integradora da organização de mundo e da própria identidade:</b>   | Desenvolver o domínio, não só da técnica de uso da linguagem, mas também a utilização da língua em situações objetivas e subjetivas que possam requerer o distanciamento e a reflexão sobre o contexto e normas ou objetivos dos interlocutores.  |
| <b>Entender os princípios das tecnologias da comunicação e da informação, associá-las aos conhecimentos científicos, às linguagens que lhes dão suporte e aos problemas que se propõe a solucionar:</b>  | Promover o entendimento dos princípios das tecnologias de informação e comunicação, para proporcionar não só o desenvolvimento tecnológico do país, mas também uma consciência crítica acerca das possibilidades para solucionar problemas pessoais, sociais ou políticos, utilizando os instrumentos necessários para isso.  |

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Entender o impacto das tecnologias da comunicação e da informação na sua vida, nos processos de produção, no desenvolvimento do conhecimento e na vida social:</b></p> | <p>Entender a organização dos gêneros, formatos e recursos das tecnologias de informação, procurando reproduzir as dimensões da vida no mundo moderno, o tempo, o espaço, o movimento. Promover o esclarecimento das relações existentes, a indagação de suas fontes, a consciência de sua existência, o reconhecimento de suas possibilidades, a democratização de seus usos.</p> |
| <p><b>Aplicar as tecnologias da comunicação e da informação na escola, no trabalho e em outros contextos relevantes para a sua vida:</b></p>                                 | <p>Inserir as tecnologias da comunicação e informação e seu estudo no currículo escolar e em suas disciplinas. Utilizar problemas contemporâneos como fonte de pesquisa e uso das tecnologias.</p>   |

Fonte: Parâmetros Curriculares Nacionais - Ensino Médio, (2000).

### 3.2 PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA

Conforme McLeish (2001) o rádio é um meio de comunicação “cego”, mas que estimula a imaginação do ouvinte que tende a “visualizar” o locutor. “Criada por efeitos sonoros apropriados e apoiada pela música adequada, praticamente qualquer situação pode ser trazida ao ouvinte” (MCLEISH, 2001, p. 15).

O rádio se destaca como meio de promover a educação. “Seja ilustrando dramaticamente um evento histórico, seja acompanhado o pensamento político atual, serve para veicular qualquer assunto que possa ser discutido, conduzindo o ouvinte, num ritmo predeterminado, por um conjunto de informações” (MCLEISH, 2001, p. 19). Porém, ao rádio falta a capacidade de demonstração que a televisão possui e, também, diagramas e gráficos; no entanto, tal necessidade pode ser suprida com a introdução de anotações ou o uso de livros para auxiliar a memorização.

O meio de comunicação auditivo nos proporciona ouvir as mais diversas músicas. A variedade é mais abrangente que a de uma discoteca, proporcionando ao ouvinte a descoberta de formas musicais novas e desconhecidas.

McLeish (2001) aponta que este meio de comunicação, ainda, contribui para a ampliação de repertório de cada indivíduo, estimulando o interesse por assuntos, eventos ou pessoas que antes eram desconhecidos. Além de promover a criatividade, contribuir para o autoconhecimento e conscientização; o rádio capacita os indivíduos a exercitar o ato da escolha, tomando decisões e agindo como cidadãos.

A produção radiofônica adere às mudanças das tecnologias de informação, por isso vive em constante evolução. Hoje o rádio traz informações sobre o trânsito, temperatura, saúde, cotações econômicas, hora certa, descobertas científicas, violência, lazer.

De acordo com a Wikipédia (2008), na década de 1960 a base da programação no rádio – nas emissoras AM – era o radiojornalismo e a programação musical. Na década de 1970 as emissoras procuraram se especializar, produzindo conteúdos focados em certos públicos; podemos entender a segmentação como uma estratégia de mercado. Nesta época, o jornalismo esportivo se fortalece e a publicidade é introduzida na programação, com o locutor fazendo a leitura ao vivo.

Entretanto, a concorrência obrigou as emissoras de rádio a praticar uma programação menos heterogênea, atendendo gostos específicos de determinados públicos.

A segmentação ganhou espaço na segunda metade da década de 1980.

Esta prática refere-se a um critério de abordagem dos ouvintes, levando-se em conta sua heterogeneidade e adequando a publicidade conforme o público específico que se visualiza para a emissora. A segmentação pode dirigir-se a um programa ou ao todo da programação da emissora. Consideram-se características como classe social, faixa etária, sexo, escolaridade, preferências de grupos, etc. (WIKIPÉDIA, 2008).

Nos anos 1990 o grande número de rádios comerciais estimula uma disputa, uma concorrência por ouvintes. O objetivo é atingir uma relação entre formato, imagem da rádio e público alvo. “A adoção do formato representa, portanto, um nível mais abrangente de enunciado: a megaestrutura do discurso” (WIKIPÉDIA, 2008). O formato está no primeiro estágio, é à partir dele que a programação se estrutura.

Segundo a Wikipédia, os formatos de programa podem se dividir em: **Puros**: informativo (voltado para difusão de notícias, podendo incluir opinião, entrevista, conversa com o ouvinte); musical (mais comum em FMs, pode ser segmentado); comunitário (com a programação voltada para a comunidade); educativo-cultural (adotado por emissoras educativas); místico-religioso (abordagem religiosa); de participação do ouvinte (um misto entre informativos e comunitários) e **Híbridos**: música-esporte-notícia.

Os programas ainda se subdividem em **Informativos**: programas jornalísticos em geral, como documentário, entrevista, reportagem e outros, ou de **Entretenimento**: programas humorísticos, dramatizações, programas de auditório, musicais. O programa de variedades reúne características de ambos, pois apresenta informação, entretenimento, prestação de serviços, músicas, horóscopo, entrevistas e outros, este pode ainda ser chamado de Rádiorrevista.

Com base em McLeish (2001) apresentaremos os formatos mais comuns presentes na produção radiofônica:

**NOTÍCIAS:** O ouvinte tem o direito de ser informado, mesmo que este direito não seja absoluto. O radialista tem a (grande) responsabilidade de selecionar as questões que serão apresentadas. Os valores das notícias são de acordo com os interesses do ouvinte ou o que o afeta; podem ser determinados pelo que é importante; controverso; dramático; geograficamente próximo; culturalmente pertinente; imediato ou inusitado. O bom jornalismo deve ser preciso e verídico, ser originário da observação e investigação; para ser imparcial e objetivo, deve ativamente procurar e testar opiniões. As principais fontes de cobertura de notícias podem ser: profissional (repórteres de assuntos gerais e especializados); oficial (fontes oficiais: governo, órgãos públicos, serviços de emergência); comercial (departamentos de Relações Públicas, indústria do entretenimento) ou pública (ouvintes, organizações voluntárias, sociedades, clubes).

**ENTREVISTA:** A entrevista tem o objetivo de fornecer – através dos relatos do entrevistado – fatos, razões ou opiniões sobre um assunto, de maneira que o ouvinte tire suas próprias conclusões. As opiniões do entrevistador – nesta situação – não são oportunas, ele não deve responder a perguntas formuladas pelo entrevistado. O entrevistador faz as perguntas que o ouvinte gostaria de fazer. A entrevista é uma oportunidade de informar não somente o que o ouvinte quer saber, mas também o que precisa saber. É possível identificar três tipos de entrevista: informativa (tem o objetivo de transmitir informações ao ouvinte), interpretativa (ao comentar ou explicar fatos fornecidos pelo entrevistador, o raciocínio do entrevistado fica exposto, de maneira que o ouvinte faça um julgamento sobre o senso de valores ou prioridades do entrevistado) e emocional (é a força das emoções presentes no entrevistado que importa, o objetivo é dar uma idéia do estado de espírito em que se encontra, de modo que o ouvinte possa entender melhor o que ocorre em termos humanos).

**DEBATE:** O assunto abordado em um debate deve ser de interesse público. O objetivo é deixar o ouvinte informado sobre argumentos e contra-argumentos expressos em forma discursiva por pessoas que sustentam suas opiniões com convicção. O radialista deve permanecer neutro. No formato mais simples, existem dois interlocutores defendendo visões opostas e um mediador imparcial.

**ENQUETE:** A enquete tem como objetivo apresentar uma amostra da opinião pública. A utilização da opinião de pessoas comuns acrescenta uma dimensão útil à cobertura de um tema. Além de verificar opiniões, a enquete pode ser utilizada para discutir sugestões ou coletar fatos. A voz do entrevistador não aparece, as respostas são colocadas em sequência, sem mais explicações.

**PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO:** O objetivo dos telefonemas no ar é permitir, democraticamente, a expressão de opiniões e criar a possibilidade da ação comunitária por meio da participação pública. Equivale à coluna de “carta ao editor” dos jornais ou à tribuna pública da praça de uma cidade. O papel do apresentador é estimular o diálogo de maneira que o tema torne-se interessante para o ouvinte, e não tomar partido.

**DRAMATIZAÇÃO (PEÇA RADIOFÔNICA):** A peça radiofônica trata de conflitos e soluções, relacionamentos e sentimentos que motivam as pessoas, que conduzem os eventos e por eles são conduzidas. O enredo e os personagens têm que ser bem próximos à verdade, e o final deve apresentar alguma lógica (mesmo que incomum e original) para que o ouvinte não se sinta enganado ou decepcionado. O objetivo é ter as idéias originais representadas na imaginação do ouvinte.

**DOCUMENTÁRIO:** Um documentário apresenta fatos baseados em evidência documentada (registros escritos, fontes que podem ser citadas, entrevistas atuais). O objetivo é informar, mostrar uma história ou situação com base na reportagem honesta e equilibrada. O principal diferencial do documentário em relação a fala direta do apresentador é tornar o tema mais interessante e vivo, de maneira que envolva um maior número de pessoas, de vozes e um tratamento mais amplo. É preciso entreter e informar, esclarecer e estimular novas idéias e interesses.

**MUSICAL:** “Preencher as horas de programação com música gravada é uma característica universal das emissoras de rádio do mundo inteiro” (MCLEISH, 2001, p. 131). São vários os formatos de programas musicais, entre eles o programa de convidados (uma pessoa famosa é convidada a participar do programa e é ela quem escolhe as músicas que irão tocar) e o programa de DJs (*disc jockey*) de rádio, que tem de ser único e diferente. O apresentador tem que ter, ao mesmo tempo, coerência verbal e técnica operacional.

Há ainda a prestação de serviços, largamente praticada por rádios de diferentes perfis e portes: previsão do tempo, informações sobre trânsito, resultado da loteria, indicadores econômicos etc.

### **O programa Musical**

McLeish (2001) aponta que, antes de analisar a programação musical, é preciso se atentar a três pontos importantes. Primeiramente os direitos autorais. É necessário lembrar que eles existem para proteger, separadamente, os direitos do compositor, do editor, dos artistas e da gravadora. Radialistas que, em parte, ganham a vida gravando o trabalho de tais profissionais devem assegurar o pagamento para a utilização do material. O segundo ponto é a valorização da música ao vivo. Na medida do possível, o radialista deve introduzi-la em sua

programação, para, assim, incentivar os músicos e fornecer-lhes oportunidades de transmissão. Em terceiro lugar, o material. A técnica operacional básica deve ser impecável – níveis, precisão, *talk-overs*, *fades* etc.

“O mais importante é que a música seja tratada respeitando o seu fraseado” (MCLEISH, 2001, p. 131). Assim como a locução, a música é dividida em sentenças e parágrafos; por isso, os *fades* devem ser pensados, de maneira que esta não seja interrompida bruscamente. O apresentador tem que se responsabilizar quando música e voz são mixadas automaticamente, de modo que, quando ele fala, a música é lançada como pano de fundo. “Mas utilizar a música como um vedante semilíquido de aplicação universal parece significar que o programa possui falhas que precisam ser freneticamente preenchidas” (MCLEISH, 2001, p. 132).

De acordo com McLeish (2001), primeiramente, o produtor precisa identificar o público: quem quer atrair? O programa é para qual faixa etária ou grupo demográfico? Isso certamente afetará ao tipo de música a ser escolhido. Pode-se destacar as categorias básicas de formatos de programas em relação às músicas: as mais ouvidas; rock progressivo; soul/funk; rhytm and blues; disco; música contemporânea para adultos; sucessos dos últimos 25 anos; discos de ouro; jazz; folk; country; latina; pop; clássica suave, orquestral (opereta); clássica sinfônica (ópera), etc.

Após a escolha da categoria, tem que se pensar nas combinações de andamento e som com as quais se atinge a variedade, porém com coerência. McLeish (2001) cita alguns exemplos: som (banda de rock, barulhento/suave, *heavy metal*, sintetizado; andamento (lento, médio, méd./animado, ligeiro); vocal (masculino, feminino, dueto, grupo, revelação, famoso); época (década de 20, 30, 40...); conjunto (big band, cordas, banda militar, metais, orquestral, coral). Se o programa for longo, o apresentador deve proporcionar ao ouvinte um clima agradável o tempo todo, sem enfatizar um começo e um fim.

A seleção de músicas pode ser informatizada. Com o título das músicas, o computador pode ser programado para combinar estilos, artistas, compositores, que aparecerão na frequência desejada. O programador decide esta a alternância, a frequência em que uma música será apresentada no período, o tipo de música e a duração, de acordo com o horário. O computador registra um histórico de músicas tocadas, isso pode ajudar a responder a pergunta de algum ouvinte e saber quando esta será tocada novamente.

Dentre os formatos de programas musicais, encontramos o Formato Relógio. Apresentar a programação musical em um mostrador de relógio (que indica o período de uma hora) apresenta vantagens: permite ao produtor ou apresentador medir o equilíbrio entre

música e locução, tipos de música e distribuição de comerciais. “O relógio proporciona uma sólida estrutura a partir da qual o apresentador pode fazer variações e retomar novamente a forma anterior com a mesma facilidade” (MCLEISH, 2001, p. 132).

Existe também o programa de pedidos e dedicatórias. Ao utilizar este formato, a preocupação maior deve ser com o público em geral que escuta determinado programa e não somente com aquele que sugeriu a programação musical. “Embora a base do programa dependa obviamente da iniciativa individual do ouvinte que pede que uma música seja tocada, o radialista tem uma responsabilidade perante todos os ouvintes, não menor em relação à grande maioria que não escreve” (MCLEISH, 2001, p. 134).

O programa radiofônico pode ser de convidados. O apresentador convida uma personalidade famosa que fará a programação. O programa trabalha com locução e música, mas deve-se tomar cuidado para não interromper a entrevista em um ponto interessante para tocar música, é preciso agir com coerência para que o programa não pareça fragmentado.

Outro tipo de formato são os programas com DJs. O estilo do *disc jockey* de rádio deve variar de acordo com o programa. “Se for um sucesso, a personalidade do *DJ* e o estilo do programa devem não só estabelecer um contato com o ouvinte individualmente, mas em si mesmos constituírem a razão essencial da atenção deste último” (MCLEISH, 2001, p. 138).

Neste formato, aplicam-se as mesmas regras já citadas, de seleção e seqüência musical. Este programa está segmentado: existe o *DJ* discreto, que não tem papel de interferir, a música é o mais importante. O objetivo do programa pode ser servir como pano de fundo, a interferência é somente para informar o nome da emissora ou a hora certa. Este exemplo se aplica aos programas de música clássica, por exemplo. Existe o *DJ* especialista, que apresenta programas de áreas musicais fechadas. “Eles ilustram o programa com histórias sobre os artistas e as sessões de gravação, além de comentários comparando apresentações e críticas sobre a própria música” (MCLEISH, 2001, p. 138). O programa de *DJ* pode ser, ainda, conduzido por um *DJ* personalista, que é o tipo mais comum. Aquele que toca as músicas e intercala com improvisos. O *DJ* precisa criar um clima de amizade com o público, sua tarefa é entreter.

### 3.3 WEB 2.0

A *World Wide Web* ("rede de alcance mundial", em inglês; também conhecida como Web e WWW) é um sistema de documentos em hipermídia (reunião de várias mídias em um suporte computacional apoiado por sistemas eletrônicos de comunicação) que são interligados

e executados na Internet. Os documentos podem ser apresentados em vídeos, sons, hipertextos e figuras. A visualização da informação se dá através de um programa de computador (navegador) que descarregam informações (documentos ou páginas) de servidores web (“sítios”).

Em 2003, o termo Web 2.0 foi desenvolvido pela empresa estadunidense O’Reilly Media para designar a segunda geração de comunidades e serviços na Web. Embora o termo pareça uma atualização da Web que já conhecíamos, não é um aprimoramento técnico, mas sim uma nova maneira de utilizar os serviços, tanto pelos usuários, quanto por seus desenvolvedores.

A Web 2.0 propõe uma experiência de uso semelhante à de aplicativos para desktop (área de trabalho ou computadores de mesa), fazendo uso de uma combinação de tecnologias surgidas no final da década de 1990. Tais tecnologias proporcionaram um aumento na velocidade e na facilidade de uso de aplicativos Web, sendo responsáveis por um aumento relativamente grande no conteúdo (colaborativo ou meramente expositivo) existente na Internet.

As novas tecnologias também permitiram que usuários comuns, que até então não possuíam conhecimentos necessários para publicar conteúdo na Internet - pela ausência de ferramentas de uso simplificado - publicassem e consumissem informação de forma rápida e constante. Expressivamente têm-se os blogs (suas informações são organizadas cronologicamente, tal como em um diário. Os sistemas de criação e edição de blogs são muito atrativos pelas facilidades que oferecem, pois dispensam o conhecimento de HTML) e wikis (o software colaborativo permite a edição coletiva dos documentos usando um sistema que não necessita que o conteúdo tenha que ser revisto antes da sua publicação) como expoentes desta massificação.

A Wikipédia (2008) aponta que o conteúdo dos websites também sofreu um enorme impacto com a Web 2.0, já que permite ao usuário a possibilidade de participar, na maioria das vezes, gerando e organizando as informações. Mesmo se o conteúdo não for gerado pelo próprio usuário, este pode ser enriquecido através de comentários, avaliação, ou personalização.

O percurso teórico dos capítulos 2 a 4 procurou sintetizar referências úteis para o objeto de pesquisa aqui proposto. Em primeiro lugar, foram apresentados conceitos básicos da mídia-educação e utilizações pedagógicas mais comuns. A opção aqui foi feita pela abordagem da literacia, que não se preocupa em proteger os alunos dos supostos efeitos

nocivos da mídia, mas sim encontrar meios práticos de ensiná-los a refletir sobre suas próprias escolhas quando consomem produtos culturais – especificamente a música.

A seguir, foram reunidos conceitos fundamentais para orientar a condução de uma prática educativa: as referências curriculares para o Ensino Médio, as informações técnicas básicas sobre formatos radiofônicos e as peculiaridades da web 2.0, já que o projeto irá usar produção e compartilhamento de conteúdo feito pelos alunos. A teoria revisada até aqui irá guiar a parte prática.

## **4 METODOLOGIA**

1. Revisão da bibliografia sobre os seguintes temas: mídia-educação, Ensino Médio e área de Códigos, Linguagens e suas Tecnologias e produção de rádio.
2. Produção de um material pedagógico incluindo: noções de gêneros e formatos no rádio, noções de produção de programas radiofônicos (script, entrevista e montagem), procedimentos para analisar criticamente uma música.
3. Aplicação do material pedagógico com uma turma de estudantes do Ensino Médio, durante a programação de oficinas do projeto Midialab da Universidade do Sagrado Coração.
4. Análise do material produzido pelos alunos e da conversa sobre o significado da atividade para a aprendizagem de cada um – essa conversa promovida no final das atividades e gravada em vídeo para posterior análise.

## **PRODUÇÃO DO MATERIAL PEDAGÓGICO**

Tendo em vista o objetivo geral do projeto - criar e testar uma metodologia educacional que envolva produção radiofônica digital e análise crítica de música para jovens - a solução proposta é criar oficinas em que os alunos sejam estimulados a refletir sobre as razões que os levam a gostar de determinadas músicas e tentar compreender as razões de quem não gosta dessas mesmas músicas.

Assim, o material pedagógico aqui produzido se dividiu em duas partes: uma parte mais técnica, para ajudar os estudantes a adquirir uma noção do rádio “por dentro”; e uma parte com foco mais cultural, para fornecer aos alunos alguns parâmetros de avaliação crítica das músicas que eles gostam de ouvir.

Foram então elaboradas três fichas de atividades, da seguinte forma:

### **OFICINA 1**

#### **Parte 1 (Programa “Somos Nós Galera!”)**

Objetivo: introduzir o software Audacity, incentivar a manifestação do gosto e da identidade de cada um.

Atividades:

1. Individualmente, gravar uma apresentação;
2. Preencher um script com os dados técnicos de um pequeno programa de apresentação;
3. Editar o programa de apresentação.

#### **Parte 2 (Aprendendo a pensar sobre música; Estudando a letra, Produzindo uma reflexão sobre música)**

Objetivo: refletir sobre as qualidades de uma música.

1. Ouvir a música “A praça”, versão gravada por Maurício Pereira e responder um questionário de sondagem de opinião;
2. Conversar sobre a música, para ampliar a recepção;
3. Analisar sistematicamente a música, em termos de letra, estilo e melodia;
4. Fazer um pequeno texto de apresentação da música e editar um programete de rádio.

### **OFICINA 2 (Aprendendo sobre Programação Radiofônica)**

Objetivo: adquirir conhecimento técnico sobre produção radiofônica.

Atividades:

1. Preencher um quadro dando exemplos para cada um dos formatos ali listados e descritos;
2. Identificar os formatos que podem ser incluídos num programa que toque músicas;
3. Criar um projeto de um programa que misture música e pelo menos outros dois formatos.

### **OFICINA 3 (Como fazer)**

Objetivo: orientar a produção de um programa de rádio sobre música

Atividades:

1. Definir o formato do programa;
2. Usar uma pauta jornalística para entrevistar pessoas sobre música;
3. Fazer uma enquete para sondar a opinião de três pessoas sobre a música escolhida para fazer o programa. Gravar as opiniões;
4. Montar o script do programa, misturando textos feitos pelos alunos, depoimentos dos entrevistados e trechos da música;
5. Gravar e editar o programa.

## **5 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

## 5.1 REALIZAÇÃO DAS OFICINAS

O material pedagógico elaborado foi aplicado em três oficinas de quatro horas cada, dentro da programação de atividades do Laboratório de Mídia-educação da USC (Midialab). Os quadros 2 a 4, a seguir, descrevem o que foi feito em cada um dos encontros.

Quadro 2 – Descrição da Oficina 1

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <p><b>OFICINA 1</b></p> | <p>Esta oficina começou com um diálogo com os alunos sobre programação radiofônica, com ênfase, em programas musicais. A Estrutura do programa de rádio e etapas de produção: 1. Formato; 2. Script (roteiro); 3. Captação/ produção; 4. Edição; 5. Montagem; 6. Finalização.</p> <p>A seguir, os alunos conversaram sobre a música e foram convidados a refletir se <b>GOSTAM DA MÚSICA POR QUE TOCA NO RÁDIO?, OU SE TOCA NO RÁDIO PORQUE GOSTAM DA MÚSICA?</b></p> <p>Logo após, foram orientados a gravar apresentações pessoais para introduzir o uso do software Audacity. Após a gravação, cada um editou um programete, intitulado “Somos nós, galera!” (Apêndice A), onde foi possível conhecer os recursos do software.</p> <p>Em seguida, ouviram juntos a música “A praça” (Apêndice B) gravada por Maurício Pereira, no disco “Canções que um dia você já assobiou”. Dando continuidade, fizeram uma reflexão sobre as qualidades de uma música, conversando sobre ela e respondendo um questionário de sondagem de opinião, para saber qual a receptividade que eles tiveram de uma música antiga, gravada com estilo atual. Os alunos, ainda, analisaram a letra, o estilo e a melodia (Apêndice C, Apêndice D).</p> <p>Com a ajuda da internet, buscaram informações sobre a música, história e estilo para, juntamente com sua opinião, produzir um texto básico de apresentação, que seria posteriormente usado na produção de um programete.</p> |
|-------------------------|---|

Quadro 3 – Descrição da Oficina 2

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>OFICINA 2</b> | <p>Depois de refletir sobre a música “A praça”, os alunos vieram para a segunda oficina. Com as informações colhidas na oficina anterior – sobre a música, história, estilo, letra e opinião –, os alunos sintetizaram seu texto e montaram um script para depois editar o programa sobre a música “A praça” (Apêndice E).</p> <p>Após a finalização dos programas, foram convidados a discutir mais profundamente sobre programação radiofônica. Foram apresentados tipos de programas – notícias, entrevista, debate, enquete, participação do público, dramatização, documentário, prestação de serviços, musical – e apresentada a descrição de cada um deles.</p> <p>Os alunos foram convidados a identificar, na programação radiofônica que já conhecem, cada tipo apresentado nesta oficina (Apêndice F).</p> <p>Mais uma vez a internet foi utilizada para auxiliar na procura por informações: eles visitaram websites de rádios conhecidas e identificaram os formatos.</p> |
|------------------|--|

Quadro 4 – Descrição da Oficina 3

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>OFICINA 3</b> | <p>Nesta oficina, cada aluno trouxe uma música de livre escolha e a apresentou para o grupo. A seguir, cada um fez uma síntese das razões que o levou a escolher aquela música em especial.</p> <p>Logo após, fizeram pesquisa na internet para obter a letra e demais informações. Em seguida, separaram trechos que mais gostam das músicas que escolheram.</p> <p>Depois, apresentaram as músicas para três entrevistados que compareceram espontaneamente ao Midialab (Marcele Tonelli, Mariana Cerigatto e Danilo Berbel – todos estudantes de jornalismo da USC) e colheram opiniões diferentes sobre a letra e a melodia de cada uma das músicas escolhidas.</p> <p>Com a ajuda de um script (Apêndice G, Apêndice H), montaram seu programa de rádio, mesclando informações, opinião, entrevistas e trechos da música.</p> |
|------------------|--|

## DISCUSSÃO

Conforme apresentado nos quadros 2 a 4, o material pedagógico foi aplicado em três oficinas. Na primeira, tivemos a participação de 5 alunos: Marcos Lima Oliveira, Franciele Cristina Custódio, Ana Paula Rodrigues, Bruno Rafael Paladini e Tiago Henrique Inocêncio. Incentivados pelo diálogo sobre música, os alunos falaram sobre suas preferências musicais e o que se pôde observar é que todos eles definiram seu repertório e gosto musical de acordo com a indústria cultural, e não viram qualquer problema nisso. Suas preferências estavam mais ligadas aos produtos apresentados pelas rádios comerciais do que com a análise prévia do conteúdo apresentado em cada música. Durante a discussão, já foi possível perceber que os alunos escolhem identidades diferentes propostas pela cultura de massa: um se identifica mais com a música eletrônica, outra com o rap, outro com o pagode e assim por diante.

A seguir, foi proposta uma segunda atividade, que tinha dois objetivos: continuar a explicitar a manifestação do gosto e da identidade de cada um e introduzir o uso do software Audacity. Assim, os alunos confeccionaram um programa de apresentação chamado “Somos nós, galera!” (Anexo Atividade 1). Neste programa, eles se apresentaram, falaram dos seus gostos pessoais e depois editaram o conteúdo, mesclando os depoimentos com música e vinhetas.

O objetivo da oficina 1 era que eles passassem a analisar a música como um todo: letra, melodia e estilo. Para concretizar tal objetivo, além da conversa, cada um produziu um programa sobre a música “A Praça”, interpretada por Maurício Pereira e gravada no disco “Canções que um dia você já assobiou”.

A escolha da música revelou algo interessante: a princípio, as pesquisadoras apostaram que seria uma música completamente desconhecida, por causa da idade dos estudantes. No entanto, os alunos já haviam ouvido a música, porém interpretada por Ronnie Von. Quando tiveram a oportunidade de ouvi-la com um estilo mais atual e familiar, analisaram a letra e puderam perceber as particularidades dela e emitir uma opinião sobre o seu conteúdo. O resultado poderá ser conferido em duas produções que acompanham esta monografia (Anexos Atividade 2A e 2B).

Para a segunda oficina, também tivemos a participação de 5 alunos: Dayane Gamonal, Tiago Henrique Inocêncio, Franciele Cristina Custódio, Felipe Munhoz Pereira, Bruno Rafael Paladini. O intuito desta oficina foi apresentar programação radiofônica. Os alunos discutiram sobre os diversos formatos existentes e deram exemplos. Pôde-se notar que eles não sabiam identificar certos programas como documentário, debate e educativos (apesar da existência da

Rádio Escola do Ministério da Educação e Cultura (MEC)). Mais uma vez, porque são acostumados com a programação de rádios comerciais, e tais formatos não são tão comuns nestas rádios. Assim, o foco se voltou para os programas desconhecidos – ou de pouco acesso –, de maneira que os alunos também foram convidados a discutir sobre radiodifusão e tipos de rádios existentes. Após a discussão, com o auxílio da internet, eles encontraram programações de diferentes rádios para exemplificar cada tipo de programa apresentado. Esses tipos foram registrados numa ficha de atividades (Apêndice F).

A terceira e última oficina contou com a presença de 3 alunos: Marcos Lima Oliveira, Dayane Gamonal e Franciele Cristina Custódio. Esta, talvez, seja a oficina mais importante, já que o objetivo era praticar a teoria aprendida nas duas anteriores. Os alunos foram orientados a trazer uma música de livre escolha. Com a música previamente escolhida, eles se informaram sobre ela e montaram um script para a finalização de seus programas. Eles, ainda, apresentaram suas escolhas para três pessoas, a fim de registrarem depoimentos e opiniões sobre a música. O resultado final foi muito interessante: os alunos produziram um programa mesclando trechos da música, depoimento e opinião (Anexo Atividade 3A e 3B). Eles puderam perceber que existem diversos estilos musicais porque o gosto de cada pessoa é diferente e também que para formá-lo é preciso uma análise (mínima) prévia sobre o conteúdo da música. Muitas vezes, eles consomem produtos e nem pensam sobre o que estão falando, ou qual mensagem a música realmente deseja passar.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A inter-relação entre mídia e educação no Brasil é um objeto de estudo relativamente novo (principalmente se comparado a outros objetos típicos desses dois campos), mas os educadores já perceberam que a mídia pode se tornar um forte aliado no processo de aprendizagem. O problema é que, geralmente, eles tendem a utilizar a mídia como ferramenta de aprendizagem similar a outras comuns no trabalho educativo e não ensinam especificamente sobre mídia.

Neste contexto, a proposta desta pesquisa era desenvolver e aplicar um material pedagógico que incentivasse a análise do conteúdo de produtos musicais, de maneira que os estudantes de Ensino Médio tivessem a oportunidade de identificar as particularidades de cada produto e aprendessem sobre as forma de produção dos programas radiofônicos que consomem diariamente nas rádios comerciais.

Durante as oficinas, pudemos perceber que os alunos definem seu repertório e gosto musical principalmente de acordo com os produtos apresentados pelos meios de comunicação de massa e não se preocupam em fazer nenhum tipo de análise sobre o que estão ouvindo e levando para dentro de suas casas. Talvez porque não foram convidados a pensar ou discutir sobre seus gostos ou sobre conteúdo, eles apresentaram um conhecimento não diversificado sobre programação radiofônica e sobre programas musicais em geral.

No entanto, podemos perceber que tais características podem ter mudado um pouco, após a oportunidade de reflexão que as oficinas proporcionaram. Quando foram convidados a refletir, os alunos se mostraram bastante interessados e capazes de analisar mais profundamente a música como um todo: estilo, letra e melodia. O conhecimento deixou de ser limitado quando lhes foram apresentados os diferentes tipos de programação radiofônica. E, ainda, tais resultados podem ser ilustrados com as produções musicais que acompanham este projeto. Vale destacar aqui que o objetivo principal não era formar programadores ou técnicos em rádio, por isso, o mais importante foi a análise que fizeram sobre seu próprio gosto musical.

Foi um trabalho muito gratificante, e espero que auxilie em pesquisas futuras. É interessante perceber como algumas horas dispensadas para tratar de assuntos que são do cotidiano deste público jovem podem acrescentar conhecimento. E conhecimento que levaram consigo pela vida, já que é a única coisa que não lhes poderão ser retirada.

*“Formar o cidadão competente para a vida em sociedade o que inclui a apropriação crítica e criativa de todos os recursos técnicos à disposição desta sociedade”*

(Maria Luiza Belloni)

## REFERÊNCIAS

ANDI. Projetos especiais. Disponível em: <http://www.andi.org.br/>. Acesso em: 01 maio. 2008.

BELLONI, Maria Luíza. O que é mídia-educação. 2 ed. Campinas: Autores Associados, 2005.

\_\_\_\_\_. Escola versus televisão: uma questão de linguagem. Revista Educação e Sociedade, Campinas, nº 52, p.571-583, dez. 1994.

\_\_\_\_\_. Tecnologia e formação de professores: rumo a uma pedagogia pós-moderna? **Revista Educação e Sociedade**, Campinas, nº 65, p.143-162, dez. 1998.

BRASIL. Ministério da Educação. Linguagens, códigos e suas tecnologias. Brasília: MEC/ Secretaria de Educação Básica, 2000.

FNDC. Perguntas freqüentes. Disponível em: <http://www.fndc.org.br/>. Acesso em: 01 maio. 2008.

INTERVOZES. Projetos. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br>. Acesso em: 01 maio. 2008.

MCLEISH, Robert. Produção de Rádio: um guia abrangente de produção radiofônica. 2 ed. São Paulo: SUMMUS, 2001.

MULTIRIO. Nós na escola. Disponível em: <http://www.multirio.rj.gov.br/portal/>. Acesso em: 01 mai. 2008.

SIQUEIRA, Alexandra Bujokas. Media Literacy como prática social: objetivos e abordagens pedagógicas. In: II ENCONTRO IBEROAMERICANO DE EDUCAÇÃO. Araraquara, 2007. Anais em mídia digital.

\_\_\_\_\_. Educação para a mídia como política pública: experiência inglesa e referências para o Brasil. Comunicação & Política, Brasília, v.1, n.25, p.73-100. 2007.

\_\_\_\_\_. Duas visões da relação entre mídia e juventude. Disponível em: <http://midialab.wordpress.com/2008/01/06/duas-visoes-da-relacao-entre-midia-e-juventude/>. Acesso em: 30 mar. 2008.

SOARES, Ismar. Uma educomunicação para a cidadania. Disponível em: [http://www.lead.org.br/filemanager/download/160/06f\\_educomunicacao\\_cidadania\\_I%20Soares.doc](http://www.lead.org.br/filemanager/download/160/06f_educomunicacao_cidadania_I%20Soares.doc). Acesso em: 30 mar. 2008.

UCBC. O que é o programa de leitura crítica da comunicação. Disponível em: <http://www.ucbc.org.br/comunidade.asp>. Acesso em: 01 mai. 2008.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Educomunicação pelas ondas do rádio. Disponível em: <http://www.usp.br/educoradio>. Acesso em: 01 mai. 2008.

WIKIPÉDIA. Programação radiofônica. Disponível em:  
[http://pt.wikipedia.org/wiki/Programa%C3%A7%C3%A3o\\_radiof%C3%B4nica](http://pt.wikipedia.org/wiki/Programa%C3%A7%C3%A3o_radiof%C3%B4nica). Acesso em  
02 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. Web 2.0. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://pt.wikipedia.org/wiki/Web_2.0). Acesso em 03 abr.  
2008.

## **REFERÊNCIAS CONSULTADAS**

ANDI (org.) Remoto Controle – linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes. São Paulo: Cortez, 2004.

ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados. 4ed. São Paulo: Perspectiva, 1990.

HALL, Stuart. Da Diáspora – Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte: UFMG/Unesco, 2003.

SIQUEIRA, RAFAEL. Web 2.0 e a evolução da espécie. Disponível em:  
[http://imasters.uol.com.br/artigo/6996/desenvolvimento/web\\_20\\_e\\_a\\_evolucao\\_da\\_especie/](http://imasters.uol.com.br/artigo/6996/desenvolvimento/web_20_e_a_evolucao_da_especie/).  
Acesso em: 03 abr. 2008.

VON FEILITZEN, Cecília e CARLSSON, Ulla (org.). A criança e a mídia – imagem, educação, participação. São Paulo: Unesco/Cortez, 2002.

## **APÊNDICES**

**APÊNDICE A - SCRIPT DO PROGRAMA “SOMOS NÓS, GALERA!”**

| TÉCNICA                       | DEIXA  |
|-------------------------------|--|
| Entra nome do programa        | “Somos nós, galera!”                           |
| Entra música “Abertura”       | (música toca por 16 segundos)                  |
| Entra depoimento da Alexandra | Hoje, vamos começa... será que eles conseguem? |
| Entra música “Abertura menor” | (música toca por 5 segundos)                   |
| Entra depoimento:<br>_____    |  |
| Entra música “Encerramento”   | (música toca por 29 segundos)                  |

**APÊNDICE B – LETRA DA MÚSICA “A PRAÇA”**

(Letra: Carlos Imperial  
Intérprete: Maurício Pereira)

Hoje eu acordei com saudades de você  
Beije aquela foto que você me ofertou  
Sentei naquele banco da pracinha só porque  
Foi lá que começou o nosso amor  
Senti que os passarinhos todos me reconheceram  
E eles entenderam toda minha solidão  
Ficaram tão tristonhos e até emudeceram  
Aí então eu fiz esta canção  
A mesma praça, o mesmo banco  
As mesmas flores, o mesmo jardim  
Tudo é igual, mas estou triste  
Porque não tenho você perto de mim  
Beije aquela árvore tão linda onde eu  
Com meu canivete um coração eu desenhei  
Escrevi no coração meu nome junto ao seu  
Ser seu grande amor então jurei  
O guarda ainda é o mesmo que um dia me pegou  
Roubando uma rosa amarela pra você  
Ainda tem balanço, tem gangorra meu amor  
Crianças que não param de correr  
A mesma praça...  
Aquele bom velhinho pipoqueiro foi quem viu  
Quando envergonhado de namoro eu lhe falei  
Ainda é o mesmo sorveteiro que assistiu  
Ao primeiro beijo que eu lhe dei  
A gente vai crescendo, vai crescendo  
E o tempo passa  
E nunca esquece a felicidade que encontrou  
Sempre eu vou lembrar do nosso banco  
Lá da praça  
Foi lá que começou o nosso amor

**APÊNDICE C - OFICINA 1 APRENDENDO A PENSAR SOBRE A MÚSICA**

Ouçã a música “A praça” gravada por Maurício Pereira e responda:

1. Você gostou da música? Por quê?

---

---

---

---

2. Você recomendaria para um amigo? Por quê?

---

---

---

---

3. Qual é o tema da música? (sobre o que ela trata)

---

---

---

---

4. Que outras músicas você conhece que falam do mesmo tema?

---

---

---

---

---

5. Qual é o estilo musical?

Samba

Pagode

Pop

Instrumental

Jazz

MPB

Sertanejo

Rock

6. Como você descobriu?

---

---

---

---

---

7. Quais outras músicas você conhece que têm o mesmo estilo musical?

---

---

---

---

---

**APÊNDICE D - OFICINA 1 ESTUDANDO A LETRA**

Leia com atenção a letra da música e responda:

1. Quem é o personagem que escreveu esta música?

---

---

---

2. Pra quem ele escreveu?

---

---

---

3. O que ele estava sentindo quando escreveu?

---

---

---

4. O que você acha que a pessoa pra quem ele escreveu a música fez com ele?

---

---

---

5. Que frases ou palavras chamaram sua atenção? Por quê?

---

---

---

6. Se você não gostou da letra, explique suas razões.

---

---

---

7. Na sua opinião, a letra combina com o estilo? Por quê?

---

---

---

8. Em quais situações você ouviria esta música? Por quê?

---

---

---

---

**APÊNDICE E - OFICINA 1 PRODUZINDO UMA REFLEXÃO SOBRE MÚSICA**

Agora imagine que você é **um locutor de rádio** e está apresentando esta música para a audiência. Você deve produzir um texto com informações básicas, que são:

1. MÚSICA: nome, intérprete, compositor (procure essas informações na internet).
2. HISTÓRIA: quando foi composta (procure essas informações na internet).
3. ESTILO: qual é o estilo.
4. LETRA: qual é o tema, descrição dos personagens.
5. OPINIÃO PESSOAL

Responda cada item nas respectivas linhas abaixo:

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Agora, transforme esses itens num texto de rádio e monte um script. Depois, grave seu programa usando o software Audacity, do mesmo modo que fizemos com o programa de apresentação da turma.

| TÉCNICA                       | TEXTO   |
|-------------------------------|---|
| ENTRA VINHETA DE ABERTURA     | Você pensa na letra da música ou canta qualquer besteira? Está no ar o programa radiofônico do Midialab, que ensina você a refletir sobre o que anda cantando.      |
| ENTRA LOCUTOR                 | Deixa<br>De: _____<br><br>Até _____   |
| ENTRA MÚSICA                  | Deixa<br>De: “Hoje eu acordei com saudades de você...”<br><br>Até: “... foi lá que começou o nosso amor.”   |
| ENTRA VINHETA DE ENCERRAMENTO | Você ouviu o programa radiofônico do Midialab, que te ensina a pensar na letra, para não sair cantando besteira. Obrigada pela audiência, e até o próximo programa! |

## APÊNDICE F - OFICINA 2 APRENDENDO SOBRE PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA

Leia atentamente a descrição de cada tipo de programa. Você é capaz de dar um exemplo?

| PROGRAMA                       | DESCRIÇÃO   | EXEMPLO |
|--------------------------------|---|---------|
| <b>NOTÍCIAS</b>                | A informação é o tema principal. Fatos do dia-a-dia, acontecimentos importantes.  | _____   |
| <b>ENTREVISTA</b>              | Um personagem é convidado a responder várias questões. O objetivo é informar ao espectador sobre temas que ele conheça ou sobre sua vida e suas opiniões. O convidado pode ser um especialista (médico, economista, empresário, professor) ou uma personalidade (jogador de futebol, ator, cantor). | _____   |
| <b>DEBATE</b>                  | Algumas pessoas com opiniões diferentes são convidadas a falar sobre um assunto (pode ser uma nova lei, um filme ou um acontecimento importante). O objetivo é mostrar visões diferentes sobre o tema.  | _____   |
| <b>ENQUETE</b>                 | Uma mesma pergunta é feita para várias pessoas comuns, com o objetivo de mostrar diferentes opiniões sobre o mesmo assunto.   | _____   |
| <b>PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO</b> | O espectador é convidado a participar, dando opiniões, sugestões ou fazendo pedidos.  | _____   |
| <b>DRAMATIZAÇÃO</b>            | Parecido com uma peça de teatro. Tem personagens, começo, meio e fim.   | _____   |
| <b>DOCUMENTÁRIO</b>            | Uma grande matéria jornalística com base em documentos e relatos. Pode ser sobre um personagem, uma data especial ou um lugar, por exemplo.   | _____   |
| <b>PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS</b>   | Informações de utilidade pública, como: previsão do tempo, trânsito, resultado da loteria, o que abre ou fecha no feriado.  | _____   |

|                |  |             |
|----------------|--|-------------|
| <b>MUSICAL</b> | Uso de músicas como principal atração. | <hr/> <hr/> |
|----------------|--|-------------|

Quais desses tipos de programas que acabamos de aprender podemos combinar com programa de músicas? Por quê?

---

---

---

---

---

---

---

**APÊNDICE G - OFICINA 2 COMO FAZER**

Escolher uma música que você goste, depois:

1. Fazer um texto de apresentação desta música.
2. Ouvir a opinião de três pessoas sobre a música
3. Montar um script de rádio que tenha:

Informação sobre a música;

Enquete;

Trechos da música.

Passo-a-passo

1. Faça aqui o seu texto, colocando as seguintes informações (nome da música, autor, intérprete, estilo musical, em que ano foi composta):

---

---

---

---

---

---

2. Entreviste três pessoas para saber o que elas pensam da música. Faça as seguintes perguntas:

Você gosta desta música? Por quê?

O que você acha da letra da música? Você consegue identificar os personagens? Quem são?

Qual a parte da música que você mais gosta ou não gosta? (refrão, uma frase)

**PARA CADA ENTREVISTADO GRAVAR JUNTO COM SUAS RESPOSTAS SEU NOME, IDADE E PROFISSÃO.**

3. Monte um script da seguinte forma:

Apresente você mesmo;

Apresente a música;

Combine trechos da música com as entrevistas;

Faça uma conclusão;

Se despeça do ouvinte.

**APÊNDICE H - SCRIPT DE RÁDIO DO PROGRAMA SOBRE MÚSICA DE LIVRE ESCOLHA****NOME DO PROGRAMA**

Coloque aqui as informações técnicas  
(Em que momento entra narração, em que  
momento entra trechos da música e quais  
trechos).

Coloque aqui o texto que você vai falar

**ANEXOS**

**Foto 1 - Atividade Enquete**



Marcos, Franciele e Dayane entrevistam convidado Danilo

**Foto 2 - Atividade Enquete**



Marcos, Franciele e Dayane entrevistam convidado Danilo, com orientação de Ana Carolina

**Foto 3 - Atividade Enquete**



Marcos, Franciele e Dayane entrevistam convidado Danilo

**Foto 4 – Produção do programa sobre a música “A praça”**



Tiago recebe orientação sobre o desenvolvimento da atividade

**Foto 5 - Produção do programa sobre a música “A praça”**



Bruno e Ana Paula desenvolvem a atividade

## SCRIPT DO PROGRAMA "SOMO NÓS, GALERA!"

| TÉCNICA                                   | DEIXA  |
|---|--|
| Entra nome do programa                    | "Somos nós, galera!"                               |
| Entra música "Abertura"                   | (música toca por 16 segundos)                      |
| Entra depoimento da Alexandra             | Hoje, vamos começar ..... será que eles conseguem? |
| Entra música "Abertura menor"             | (música toca por 5 segundos)                       |
| Entra depoimento:<br><i>Tara</i>          | <i>Mãe, não sei, talvez, talvez...</i>             |
| Entra depoimento:<br><i>Isa Maria</i>     | <i>Eu não sei, não sei, não sei...</i>             |
| Entra depoimento:<br><i>Isadora</i>       | <i>Eu não sei, não sei, não sei...</i>             |
| Entra depoimento:<br><i>Franciele</i>     | <i>Eu não sei, não sei, não sei...</i>             |
| Entra depoimento:<br><i>Marcos</i>        | <i>Eu não sei, não sei, não sei...</i>             |
| Entra depoimento:<br><i>Adriana/Liana</i> | <i>Eu não sei, não sei, não sei...</i>             |
| Entra música "Encerramento"               | (música toca por 29 segundos)                      |

## **EDITANDO PROGRAMAS NO AUDACITY**

1. Abra o programa e crie um arquivo novo projeto (ctrl + N);
2. Vá ao menu “arquivo” e abra o arquivo “depoimentos” que está na pasta desktop/programa de rádio;
3. Escolha os trechos que serão usados e apague os outros;  
*(para apagar é preciso que o cursor esteja em “STOP”, daí, você seleciona com o cursor e deleta pelo teclado);*
4. Insira silêncios entre os depoimentos das diversas pessoas  
(vá ao menu “INSERIR” e escolha “SILENCE”);
5. Coloque o cursor no primeiro depoimento e insira o trecho da música chamado “abertura”;
6. Marque os trechos com silêncio e os substitua pelo trecho da música chamado “ligação”;
7. Por fim, coloque o cursor no final do ultimo depoimento e insira o trecho “encerramento”;
8. Exporte o projeto para um arquivo só (vá ao menu “arquivo” e escolha “exportar como MP3”. Exporte na pasta desktop/programa de rádio).

**ESTÁ PRONTO O SEU PRIMEIRO PROGRAMA!**

## OFICINA 1 – PRODUZINDO UMA REFLEXÃO SOBRE A MÚSICA

Agora imagine que você é um **locutor de rádio** e está apresentando esta música para a audiência.

Você deve produzir um texto com informações básicas, que são:

1. MÚSICA: nome, intérprete, compositor (procure essas informações na internet).
2. HISTÓRIA: quando foi composta (procure essas informações na internet).
3. ESTILO: qual é o estilo.
4. LETRA: qual é o tema, descrição dos personagens.
5. DÊ SUA OPINIÃO PESSOAL

Responda cada item nas respectivas linhas abaixo:

1. *A música compositor Carlos Imperial - intérprete Maurício Passos*  


---

---

---
2. *no ano de 1967*  


---

---

---
3. *Pop rock*  


---

---

---
4. *O tema é um grande amor, o personagem um cara que está referendo por estar muito cansado de seu trabalho e vai até a praia para relaxar por momentos.*  


---

---

---
5. *Hoje em dia não se ouve tanto esse tipo de música mais a versão que Maurício fez ficou muito boa e bem agitada e divertida para que se ouça com vontade de dançar e cantar.*  


---

---

---

Agora, transforme esses itens num texto de rádio e monte um script. Depois, grave seu programa usando o software Audacity, do mesmo modo que fizemos com o programa de apresentação da turma.

| TÉCNICA                              | TEXTO   |
|--------------------------------------|---|
| <b>ENTRA VINHETA DE ABERTURA</b>     | Você pensa na letra da música ou canta qualquer besteira? Está no ar o programa radiofônico do Midialab, que ensina você a refletir sobre o que anda cantando.      |
| <b>ENTRA LOCUTOR</b>                 | Deixa<br>De: <u>7 música "A Noiva"</u><br>Até: <u>Dando vontade de cantar o cupido e lanças</u>   |
| <b>ENTRA MÚSICA</b>                  | Deixa<br>De: "Hoje eu acordei com saudades de você..."<br>Até: ... foi lá que começou o nosso amor."  |
| <b>ENTRA VINHETA DE ENCERRAMENTO</b> | Você ouviu o programa radiofônico do Midialab, que te ensina a pensar na letra, para não sair cantando besteira. Obrigada pela audiência, e até o próximo programa! |

*apresentado por D. Jorge*

**NOME:**

ESCREVA AQUI, COM LETRAS MAÍSCULAS E FONTE EM CORPO 20 O TEXTO QUE VOCÊ VAI GRAVAR PARA APRESENTAR A MÚSICA “A PRAÇA” NO SEU PROGRAMA DE RÁDIO:

A MÚSICA “A PRAÇA” FOI REGRAVADA POR MAURICIO PEREIRA, MAS QUEM A ESCREVEU FOI CARLOS IMPERIAL EM 1967.

O ESTILO DE 1967 É TOTALMENTE DIFERENTE DO DE AGORA FEITO POR MAURICIO É UM POP ROCK COM VARIOS SONS DIFERENTES COMO A GUITARRA, O TECLADO, O CONTRA BAIXO ENTRE OUTROS SONS, QUE ACABAM DANDO UM TCHAM MAIOR NA MÚSICA DEIXANDO ELA MAIS ANIMADA DANDO VOTADE DE CANTAR O REFRÃO E DANÇAR.

Bruno Rafael P. Galvão

## OFICINA 1 – PRODUZINDO UMA REFLEXÃO SOBRE A MÚSICA

Agora imagine que você é um locutor de rádio e está apresentando esta música para a audiência. Você deve produzir um texto com informações básicas, que são:

1. MÚSICA: nome, intérprete, compositor (procure essas informações na internet).
2. HISTÓRIA: quando foi composta (procure essas informações na internet).
3. ESTILO: qual é o estilo.
4. LETRA: qual é o tema, descrição dos personagens.
5. DÊ SUA OPINIÃO PESSOAL

Responda cada item nas respectivas linhas abaixo:

1. MÚSICA - compositor: Carlos Imperial - intérprete: Maurício Pereira.

2. foi composta no ano de 1967

3. Música Regravaada por Maurício Pereira e "um pop rock pois tem o som de guitarra bateria Baixo e etc"

4. a letra fala de um grande amor que se foi e só ficou as lembranças dos momentos e lugares bons que ficaram juntos

5. Música antiga é legal mas se for tocar ela nos rádios só vai ser como uma deitada pois a letra Romântica deixou de ser uma característica dos jovens. Hoje em dia, mas Maurício Pereira deixa ela bem interessante e encantante na sua versão

Agora, transforme esses itens num texto de rádio e monte um script. Depois, grave seu programa usando o software Audacity, do mesmo modo que fizemos com o programa de apresentação da turma.

| TÉCNICA                              | TEXTO   |
|--------------------------------------|---|
| <b>ENTRA VINHETA DE ABERTURA</b>     | Você pensa na letra da música ou canta qualquer besteira? Está no ar o programa radiofônico do Midialab, que ensina você a refletir sobre o que anda cantando.              |
| <b>ENTRA LOCUTOR</b>                 | Deixa<br>De: <u>Amusica "A Praga"</u><br>Até: <u>Agitada e Langante</u>   |
| <b>ENTRA MÚSICA</b>                  | Deixa<br>De: "Hoje eu acordei com saudades de você...."<br>Até: ... foi lá que começou o nosso amor."   |
| <b>ENTRA VINHETA DE ENCERRAMENTO</b> | Você ouviu o programa radiofônico do Midialab, que te ensina a pensar na letra, para não sair cantando besteira. Obrigad <u>o</u> pela audiência, e até o próximo programa! |

**COM  
SEU  
NOME**

**NOME:**

ESCREVA AQUI, COM LETRAS MAÍSCULAS E FONTE EM CORPO 20 O TEXTO QUE VOCÊ VAI GRAVAR PARA APRESENTAR A MÚSICA “A PRAÇA” NO SEU PROGRAMA DE RÁDIO:

A MÚSICA “A PRAÇA” COMPOSTA POR CARLOS IMPERIAL NO ANO DE 1967 TINHA UM GÊNERO ANTIGO PARA OS DIAS DE HOJE.

MAURICIO PEREIRA COM A SUA CRIATIVIDADE, REGRAVA A MUSICA DEIXANDO-A COM UM RÍTMO MAIS BEM VISTO PELOS JOVENS.

A LETRA QUE FALA DE UM AMOR QUE SE FOI, E A JUNÇÃO DOS SONS DE GUITARRA, TECLADO, BATERIA, BAIXO E TROMPETE, FORMA UM POP ROCK AGITADO E DANÇANTE.

Inacide

OFICINA 2

APRENDENDO SOBRE PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA

Leia atentamente a descrição de cada tipo de programa. Você é capaz de dar um exemplo?

| PROGRAMA                | DESCRIÇÃO   | EXEMPLO   |
|-------------------------|---|---|
| NOTÍCIAS                | A informação é o tema principal. Fatos do dia-a-dia, acontecimentos importantes.  | A Hora do Brasil<br>da notícia<br>Informagem (94)<br>na cidade (94) |
| ENTREVISTA              | Um personagem é convidado a responder várias questões. O objetivo é informar ao espectador sobre temas que ele conheça ou sobre sua vida e suas opiniões. O convidado pode ser um especialista (médico, economista, empresário, professor) ou uma personalidade (jogador de futebol, ator, cantor). | Orice (19-94)<br>Edson de Freitas (94)<br>centro de 94              |
| DEBATE                  | Algumas pessoas com opiniões diferentes são convidadas a falar sobre um assunto (pode ser uma nova lei, um filme ou um acontecimento importante). O objetivo é mostrar visões diferentes sobre o tema.  | Opinião (19-94)<br>nome do partido (94)                             |
| ENQUETE                 | Uma mesma pergunta é feita para várias pessoas comuns, com o objetivo de mostrar diferentes opiniões sobre o mesmo assunto.   | Daniel 3m (94-94) mel. sens. da                                     |
| PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO | O espectador é convidado a participar, dando opiniões, sugestões ou fazendo pedidos.  | Pa Brasil,<br>carteira nos<br>proprietários de<br>do tempo de 94    |
| DRAMATIZAÇÃO            | Parecido com uma peça de teatro. Tem personagens, começo, meio e fim.   | Orice<br>caixa de 94<br>e início de 94                              |
| DOCUMENTÁRIO            | Uma grande matéria jornalística com base em documentos e relatos. Pode ser sobre um personagem, uma data especial ou um lugar, por exemplo.   | re. 94 de 94<br>da 94.<br>relato de 94                              |
|                         |   |   |

|                              |  |   |
|------------------------------|--|---|
| <b>PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS</b> | Informações de utilidade pública, como: previsão do tempo, trânsito, resultado da loteria, o que abre ou fecha no feriado. | cultura popular<br>tradição<br>polícia comunitária      |
| <b>MUSICAL</b>               | Uso de músicas como principal atração.   | cultura POP<br>musical lírica<br>música pop<br>tra. POP |

Quais desses tipos de programas que acabamos de aprender podemos combinar com programa de músicas? Por quê?

---



---



---



---



---

## OFICINA 2 COMO PRODUZIR UM PROGRAMA RADIOFÔNICO

Escolher uma música que você goste, depois:

4. Fazer um texto de apresentação desta música.
5. Ouvir a opinião de três pessoas sobre a música
6. Montar um script de rádio que tenha:

Informação sobre a música;  
Enquete;  
Trechos da música.

Passo-a-passo

1. Faça aqui o seu texto, colocando as seguintes informações (nome da música, autor, intérprete, estilo musical, em que ano foi composta):

---

---

---

---

---

---

2. Entreviste três pessoas para saber o que elas pensam da música. Faça as seguintes perguntas:

Você gosta desta música? Por quê?

O que você acha da letra da música? Você consegue identificar os personagens? Quem são?

Qual a parte da música que você mais gosta ou não gosta? (refrão, uma frase)

**PARA CADA ENTREVISTADO GRAVAR JUNTO COM SUAS RESPOSTAS SEU NOME, IDADE E PROFISSÃO.**

3. Monte um script da seguinte forma:

Apresente você mesmo;

Apresente a música;

Combine trechos da música com as entrevistas;

Faça uma conclusão;

Se despeça do ouvinte.

## Quando a Chuva Passar

Ivete Sangalo / Composição: Ramon Cruz

Pra que falar?  
Se você não quer me ouvir  
Fugir agora não resolve nada...

Mas não vou chorar  
Se você quiser partir  
Às vezes a distância ajuda  
E essa tempestade  
Um dia vai acabar...

Só quero te lembrar  
De quando a gente  
Andava nas estrelas  
Nas horas lindas  
Que passamos juntos...

A gente só queria amar e amar  
E hoje eu tenho certeza  
A nossa história não  
Termina agora  
Pois essa tempestade  
Um dia vai acabar...

(Refrão)  
Quando a chuva passar  
Quando o tempo abrir  
Abra a janela  
E veja: Eu sou o Sol...  
Eu sou céu e mar  
Eu sou seu e fim  
E o meu amor é imensidão...

Só quero te lembrar  
De quando a gente  
Andava nas estrelas  
Nas horas lindas  
Que passamos juntos...

A gente só queria amar e amar  
E hoje eu tenho certeza  
A nossa história  
Não termina agora  
Pois essa tempestade  
Um dia vai acabar...

**Locução 1**

OLÁ! EU ME CHAMO DAYANE E ESTOU AQUI HOJE PARA FAZER UM PROGRAMA RADIOFÔNICO SOBRE A MÚSICA “QUANDO A CHUVA PASSA” DA CANTORA IVETE SANGALO.

EU ESCOLHI ESTA MÚSICA POR SER BEM O MEU ESTILO, ROMÂNTICA, E TAMBÉM POR ME TRAZER RECORDAÇÕES BOAS QUE JÁ VIVI NO PASSADO.

**Locução 2**

A LETRA FALA SOBRE UM CASAL DE NAMORADOS QUE TERMINOU O NAMORO, MAS QUE TEM TUDO PARA FICAREM JUNTOS OUTRA VEZ QUANDO A CHUVA PASSAR PORQUE DAÍ TUDO PODE SE RESOLVER

A MÚSICA DIZ QUE DEPOIS DE UM TEMPO QUE ELES FICAREM AFASTADOS IRÃO PERCEBER QUE O AMOR DELES É IMENSO, E QUE MESMO QUE O TEMPO PASSE O AMOR VIVIDO ENTRE ELES SERÁ SEMPRE LEMBRADO DEVIDO ÀS RECORDAÇÕES E AOS BONS MOMENTOS.

**Locução 3**

VOCE GOSTA DESSA MÚSICA QUE ESTÁ TOCANDO?  
PEDIMOS A OPINIÃO DE ALGUMAS PESSOAS.

**Locução 4**

DEPOIS DE OUVIR AS OPINIÕES DAS PESSOAS ENTREVISTADAS, DÁ PRA PERCEBER QUE CADA PESSOA GOSTA DE UM TIPO DE MÚSICA, MAS QUE OUVIRIAM ESSA MÚSICA, MESMO SENDO DIFERENTE DO GOSTO DELAS.

CADA MÚSICA TEM UM TIPO DE OUVINTE, PESSOAS DIFERENTES CURTEM OUTROS RITMOS E TEMAS.

**Locução 5**

ESTE PROGRAMA FOI PRODUZIDO E APRESENTADO POR DAYANE GAMONAL PARA O MIDIALAB.

OBRIGADA POR SUA AUDIÊNCIA, E A GORA FIQUE COM A MÚSICA “QUANDO A CHUVA PASSAR” DE IVETE SANGALO

## SCRIPT DE RÁDIO

| NOME DO PROGRAMA  |  |
|---|--|
| Coloque aqui as informações técnicas<br>(Em que momento entra narração, em que momento entram trechos da música e quais trechos). | Coloque aqui o texto que você vai falar, as deixas dos entrevistados e as deixas dos trechos das músicas que você vai incluir. |
| entra quinto<br>ABERTURA GERAL  |  |
| entra trecho da música  | Deixa: "naquele ..."   |
| entra loc ①   | Deixa: "Ola' ... passado"  |
| entra trecho da música  | Deixa: "   |
| entra loc ②   | Deixa "a letra ... momentos"   |
| entra loc ③   | Deixa: "oia" ... pessoas"  |
| entra trecho 1 (maracá)   | Deixa: "maracá ... estrofas"   |
| entra trecho maracá   | Deixa: "quando ... imensidão"  |
| entra trecho 2 (maracá)   | Deixa: "meu nome ... me tocava assim"  |
| entra trecho maracá   | Deixa "Deus" ... "gratos"  |
| entra trecho 3 (maracá)   | Deixa "deus" ... "narrado e pensado"   |

|  |  |
|--|--|
| <p>Entera Loc ①</p>                            | <p>Norm. "Depos ... <sup>12</sup> ...</p>  |
| <p>Entera Loc ⑤ (despida)</p>                  | <p>Dura" ste ... "</p>   |
| <p>Entera <sup>mista</sup> Completa</p>        |  |
| <p>Entera Untata<br/>Incorporamento agrial</p> | <p>Despida → resuma.<br/>         Oii programa tei<br/>         producido de<br/>         Leyano general<br/>         raro o judicial<br/>         Codigo de su<br/>         Audiencia. Ayo usa<br/>         una a misma ...</p> |

5

1911

## OFICINA 2 COMO PRODUZIR UM PROGRAMA RADIOFÔNICO

Escolher uma música que você goste, depois:

7. Fazer um texto de apresentação desta música.
8. Ouvir a opinião de três pessoas sobre a música
9. Montar um script de rádio que tenha:

Informação sobre a música;  
Enquete;  
Trechos da música.

Passo-a-passo

1. Faça aqui o seu texto, colocando as seguintes informações (nome da música, autor, intérprete, estilo musical, em que ano foi composta):

---

---

---

---

---

---

2. Entreviste três pessoas para saber o que elas pensam da música. Faça as seguintes perguntas:

Você gosta desta música? Por quê?

O que você acha da letra da música? Você consegue identificar os personagens? Quem são?

Qual a parte da música que você mais gosta ou não gosta? (refrão, uma frase)

**PARA CADA ENTREVISTADO GRAVAR JUNTO COM SUAS RESPOSTAS SEU NOME, IDADE E PROFISSÃO.**

3. Monte um script da seguinte forma:

Apresente você mesmo;

Apresente a música;

Combine trechos da música com as entrevistas;

Faça uma conclusão;

Se despeça do ouvinte.

## SCRIPT DE RÁDIO

| NOME DO PROGRAMA   |   |
|--|---|
| <p>Coloque aqui as informações técnicas</p> <p>(Em que momento entra narração, em que momento entram trechos da música e quais trechos).</p> <p>Unidade Gerente</p> <p>Entre trecho da música</p> <p>Entre locução 1 →</p> <p>Entre trecho 2</p> <p>Entre locução 2</p> <p>Entre locução 3</p> <p>Entre Depoimento 1 →</p> <p>Entre trecho 2</p> <p>Entre locução 4</p> <p>Entre Depoimento 2 →</p> <p>Entre trecho 3</p> <p>Entre locução 5</p> <p>Entre Depoimento 3 →</p> <p>Entre trecho 4</p> | <p>Coloque aqui o texto que você vai falar, as deixas dos entrevistados e as deixas dos trechos das músicas que você vai incluir.</p> <p>Deixo. Abaixo</p> <p>do trecho da música</p> <p>→ trecho música</p> <p>→ música no parágrafo</p> <p>→ no trecho da música</p> <p>→ trecho música</p> |

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

### LOCUÇÃO 1

Olá, eu sou o Marcos estou no 1º colegial na escola Joaquim Madureira. Escolhi a música “Rebaixei”, que foi composta por Marcelo d2 e interpretada por Mag, porque eu gosto de carros tunados que são equipados com acessórios, que deixam seu carro bem chamativo. Também porque fala de rchas, corridas ilegais que acontecem nas avenidas de madrugada. A adrenalina na hora das arrancadas e de zerinho é contagiante, você fica bem ansioso para ver o que vai acontecer.

A música fala da vida do piloto de fuga (fugitivo da polícia) e de carros que competem na madrugada. Ela foi feita especialmente para pessoas que gostam de caros para competir, ou até mesmo para deixar de exposição em apresentações. Agora fiquem com um trecho da música.

### LOCUÇÃO 2

Agora vamos ouvir depoimentos de pessoas que ouviram a música:

### LOCUÇÃO 3

MARCELE TEM 19 ANOS E ESTUDA JORNALISMO NÃO GOSTOU DA MÚSICA VAMOS OUVIR PORQUE?

### LOCUÇÃO 4

JÁ A ALUNA DE JORNALISMO MARIANA QUE TEM 23 ANOS, GOSTOU DA MÚSICA

### LOCUÇÃO 5

O ESTUDANTE DANILO TEM 22 ANOS E TAMBÉM GOSTOU DA MÚSICA

### LOCUÇÃO 6

VOCÊ ACABOU DE OUVIR DEPOIMENTOS SOBRE A MÚSICA “REBAIXEI” DE MAG. ESSA MÚSICA É RAZOÁVEL PORQUE NÃO É TODO MUNDO QUE GOSTA. ELA USA UMA LINGUAGEM DIFERENTE E GIRIAS. PODE SER ATÉ PESADA NA FORMA QUE ELE TRATA AS MULHERES.

E O QUE VOCÊ ACHOU DA MÚSICA? OUÇA E DÊ SUA OPINIÃO

### LOCUÇÃO 7

ESSE FOI O REFLETINDO SOBRE MÚSICA COM MARCOS. OBRIGADO PELA AUDIÊNCIA E ATÉ O PRÓXIMO PROGRAMA.