

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

TAMIRA CRISTINE DE SOUZA FERREIRA

**AS CRIANÇAS E O RÁDIO:
UM ESTUDO DE AUDIÊNCIA INFANTIL ENVOLVENDO
CRIANÇAS MORADORAS DE BAURU**

BAURU
2014

TAMIRA CRISTINE DE SOUZA FERREIRA

**AS CRIANÇAS E O RÁDIO:
UM ESTUDO DE AUDIÊNCIA INFANTIL ENVOLVENDO
CRIANÇAS MORADORAS DE BAURU**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Prof^a. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo.

BAURU
2014

Ferreira, Tamira Cristine de Souza.

F3837c

As crianças e o rádio: um estudo de audiência infantil envolvendo crianças moradoras de Bauru / Tamira Cristine de Souza Ferreira. -- 2014.

100f.

Orientadora: Profa. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade do Sagrado Coração – Bauru – SP.

1. Jornalismo. 2. Jornalismo radiofônico. 3. Recepção. 4. Criança. 5. Psicologia infantil. I. Bochembuzo, Daniela Pereira. II. Título.

TAMIRA CRISTINE DE SOUZA FERREIRA

**AS CRIANÇAS E O RÁDIO:
UM ESTUDO DE AUDIÊNCIA INFANTIL ENVOLVENDO
CRIANÇAS MORADORAS DE BAURU**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Profª. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo.

Banca Examinadora:

Profª. Ma. Daniela Pereira Bochembuzo
Universidade Sagrado Coração

Prof. M. Lucas Silveira de Azevedo
Universidade Sagrado Coração

Profª. Ma. Érica Cristina de Souza Franzon
Universidade Sagrado Coração

Bauru, 04 de dezembro de 2014.

RESUMO

Este projeto analisa a recepção do público infantil da cidade de Bauru a partir da seguinte questão norteadora: a ausência de programas voltados ao público infantil incide na redução do hábito de se ouvir rádio entre as novas audiências? As hipóteses são traçadas a partir de duas perspectivas: a presença da família como vínculo mediador entre rádio e criança e a veiculação de conteúdo jornalístico produzido especialmente para o público infantil. Uma das crenças é que a audiência infantil é influenciada por familiares e responsáveis que ouvem o rádio no mesmo domicílio em que reside a criança. A outra é de que a ausência de hábito de ouvir rádio motiva a criança a procurar outras mídias e programações não voltadas especificamente ao público infantil. Como proposta a esse problema tem-se que a presença de um programa de radiojornalismo voltado para as crianças pode proporcionar a atenção e compreensão infantil ao rádio, despertando o interesse em conhecer o meio radiofônico. Avalia-se que o conteúdo jornalístico pode ser uma proposta efetiva para a criação de novas gerações etárias de audiência radiofônica, uma vez que tal meio proporciona maior liberdade de imaginação e afeta todas as classes, pois não são necessários pré-requisitos para utilizar o rádio – diferente do jornal, por exemplo, cujo leitor necessita ser alfabetizado para ter acesso às notícias -. Para isso foi realizado um estudo exploratório qualitativo sobre comunicação, meios de comunicação, recepção, jornalismo, rádio, psicologia infantil e a conexão da criança com o rádio, amparado em pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. Esta tem como método a realização de grupo focal com crianças de 7 a 10 anos, matriculadas em duas escolas (pública e privada) da cidade de Bauru, cujas entrevistas são analisadas na sequência. Os resultados indicam relação direta entre o hábito de escutar rádio e os hábitos e afetividades proporcionados pela relação familiar. E para finalizar, a criação de um programa piloto diversional seguindo os dados coletados pela bibliografia sobre rádio e o grupo focal.

Palavras-chave: Jornalismo. Jornalismo Radiofônico. Recepção. Criança. Psicologia infantil.

ABSTRACT

This project analyzes the reception of child public in Bauru from the following question: the absence of programs to children focuses on reducing the habit of listening to the radio between new audiences? The hypotheses are drawn from two perspectives: the presence of the family as mediator between radio link and child and the placement of news content produced especially for children. One of the beliefs is that the child audience is influenced by relatives and guardians who listen to the radio in the same household in which the child resides. The other is that the lack of radio listening habit motivates the child to seek other mediums and programs not specifically aimed at children. As proposed this problem has been that the presence of a radio journalism program geared toward children can provide the attention and understanding to the child radio, arousing interest in learning about the radio medium. It is estimated that journalistic content can be effective for creating new generations of radio audience age proposal, as this medium provides greater freedom of imagination and affects all classes as prerequisites are not required to use the radio - different from the newspaper, for example, which player needs to be literate to access the news -. For this qualitative exploratory study on communication media, reception, journalism, radio, child psychology and the connection of the child with the radio, supported by literature and field research was conducted. This method has as conducting focus groups with children 7-10 years enrolled in two (public and private) schools, whose interviews are analyzed in sequence. The results indicate a direct relationship between the habit of listening to the radio and habits and affections provided by family relationship. And to finish, the creation of a pilot diversional program following the information collected by the literature about the radio media and the focus group.

Keywords: Journalism. Radio Journalism. Reception. Child. Childpsychology.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	6
2	MATERIAIS E MÉTODOS.....	12
3	COMUNICAÇÃO.....	15
3.1	COMUNICAÇÃO DE MASSA.....	20
4	ESTUDOS DE RECEPÇÃO.....	25
4.1	ESTUDOS DE RECEPÇÃO SOBRE O RÁDIO.....	31
5	RÁDIO NO BRASIL.....	34
6	CRIANÇA	38
7	CRIANÇA E O RÁDIO - ANÁLISE DAS ENTREVISTAS.....	43
7.1	DISCUSSÕES.....	53
8	PRODUÇÃO DO PROGRAMA PILOTO.....	57
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
	REFERÊNCIAS.....	63
	APÊNDICE A – ROTEIRO E ENTREVISTAS.....	66
	APÊNDICE B – ROTEIRO DO PROGRAMA.....	86
	ANEXOS A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE.....	96
	ANEXO B – PRODUTO RADIOFÔNICO.....	100

1 INTRODUÇÃO

O rádio foi instalado no Brasil no início da década de 1920 pelo médico e antropólogo Edgar Roquette Pinto e pelo pesquisador Henrique Morize, presidente da Academia Brasileira de Ciências. Ambos vislumbravam nesse veículo a oportunidade de elevar o nível cultural do país. Para tanto, tinham o apoio de intelectuais que iam à emissora, denominada Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, realizar palestras e conceder entrevistas.

Com uma programação intelectualizada e de altos preços, o seu público acabava sendo o mesmo grupo que o produzia, mantendo o acesso do veículo restrito às altas camadas da sociedade.

A restrição também foi motivada pelo alto custo dos aparelhos e pela reduzida qualidade de recepção. Essa situação, no entanto, começou a ser alterada ainda na década de 20, quando deram entrada no Brasil os rádios com alto-falantes. A possibilidade de escuta coletiva por toda a família ou por aqueles que estavam no mesmo lugar onde o rádio estava ligado resultou em aumento no interesse por esse meio de comunicação, e assim teve início a popularização do mesmo (CALABRE, 2002, p. 14-15).

Se a programação, então, teve início com a tentativa de levar a oferta cultural das grandes cidades às salas de estar do Brasil, aos poucos, o veículo acabou por assumir seu status como um companheiro pessoal.

O investimento publicitário, por outro lado, autorizado a partir de 1932 por decreto presidencial, possibilitou ao rádio ampliar a sua programação, permitindo o crescimento da recepção ao conteúdo irradiado. Com o rádio ganhando o gosto popular e se aproximando cada vez mais das camadas populares, famílias inteiras se entretinham com os programas de rádio e aquelas que não possuíam o aparelho iam para a residência vizinha ouvir os programas radiofônicos. Parte dessas famílias era formada por crianças, que gostavam de ouvir os radioteatros e os programas de auditório.

Paul Chanter e Sim Harris (1998, p.21) ajudam a compreender esse interesse ao descrever a diferença do rádio para os outros meios de comunicação como “o melhor meio de estimular a imaginação”. No rádio, o ouvinte é levado a imaginar, sem limitação de uma tela, o que está sendo

narrado. Foi assim que, por exemplo, na Época de Ouro do rádio brasileiro, definida entre os anos de 1940 e 1955 (FERRARETO, 2001, p.112), crianças se voltavam à audiência de programas de auditório - muitos deles com candidatos mirins -, aos radioteatros e aos programas de humor.

Enquanto para Salomão (2000, p. 68) o meio é “marcado pela singularidade e por uma vocação diversa de socialidade, o rádio seduz pelo seu dialogismo, uma licenciosidade discursiva e até mesmo pelas restrições técnico-operacionais”.

Tal sedução, no entanto, acaba, ao longo das décadas, não se mostrando efetiva diante da perda da audiência registrada a partir do aumento da popularidade da televisão no Brasil. A redução do investimento publicitário no rádio, consequência da consolidação da televisão no Brasil, a partir de 1955 (FERRARETO, 2001, p.135), levou, entre outras consequências, à diminuição da diversidade de programação. Um dos públicos afetados foi o infantil, que até hoje se ressentido da parca oferta de programas especialmente produzidos a ele.

A realidade brasileira, no entanto, diverge da europeia, por exemplo, na qual o público infantil é lembrado por meio de programas ou, até mesmo, de programações inteiras. Este é o caso da British Broadcasting Channel (BBC), cuja conversão à multiprogramação digital, nos anos 2000, levou à criação de uma programação totalmente voltada ao conteúdo infantil, entre as cinco outras oferecidas (MAGNONI; CARVALHO, 2010, p. 105).

Na produção de conteúdo infantil, o estímulo por meio de imagens sonoras pode ser um ponto positivo na hora de trabalhar com crianças. Ao criar um programa infantil em que elas possam desenvolver a imaginação e, ao aliar esse recurso ao jornalismo, que tem como uma das funções permitir a ampliação da visão do mundo, acreditamos ser possível despertar maior interesse pelo veículo rádio por parte do público infantil, uma vez que a criança, segundo Piaget (1998, p.11), desenvolve a comunicação com o mundo externo desde a fase sensório-motora (antes dos dois anos de idade) - mesmo ainda não havendo a criação de símbolos na psicologia da criança.

Reforça essa crença o fato de que o rádio, por alcançar diferentes camadas da sociedade, tem a característica de ensinar. Ele serve para transmitir qualquer assunto que possa ser discutido e permite que o ouvinte

entenda claramente a informação, mesmo sem saber ler ou escrever. Nesse sentido, o rádio pode ter a função de informar sobre assuntos do cotidiano e ensinar as crianças a ampliar sua visão crítica da nossa sociedade atual.

Apesar desses potenciais, o rádio brasileiro, nos últimos anos, principalmente entre as emissoras comerciais, não tem tido a preocupação de formar novos públicos, o que leva alguns teóricos a refletir sobre o fim do rádio. Diante dessas premissas, este projeto de iniciação científica pauta-se pela seguinte questão norteadora: a ausência de programas voltados ao público infantil incide na redução do hábito de se ouvir rádio entre as novas audiências?

Dessa questão derivam as hipóteses: a) A presença de familiares e responsáveis que ouvem rádio no mesmo domicílio em que reside a criança influencia a audiência infantil radiofônica; b) A falta de hábito em ouvir rádio motiva a criança a procurar outras mídias e programações não voltadas especificamente ao público infantil; c) A presença de um programa de radiojornalismo diversional proporcionaria a atenção e compreensão do público infantil ao meio rádio.

Seguindo as hipóteses apresentadas, o objetivo geral dessa monografia é realizar uma pesquisa exploratória qualitativa sobre audiência infantil radiofônica na cidade de Bauru tentando descobrir se as hipóteses apresentadas tem fundamento. Junto com essa proposta, identificar quais são os hábitos de audiência em diferentes meios de comunicação, pesquisar como o público infantil adquire o hábito de ouvir rádio e detectar o que as crianças gostam e desejam ouvir nesse meio.

Após estes estudos e a análise das respostas, objetiva-se elaborar a proposta de um programa de radiojornalismo diversional para despertar o interesse das crianças pelo rádio.

A justificativa para essa pesquisa se dá pelo interesse do rádio, diferente da televisão, em trabalhar com grupos específicos, denominado públicos de interesse. As emissoras objetivam ter uma programação que atraia audiência, para assim ser “vendido” aos anunciantes (Hausman, 2011), permitindo sua sustentabilidade financeira e a diversificação de sua programação. Criar uma programação específica para as crianças ajuda a criar um vínculo entre o

público infantil e o rádio, ampliando a audiência da emissora e garantindo uma maior fidelidade para os futuros ouvintes daquela empresa. Por outro lado, em relação ao interesse público que motiva o exercício jornalístico, um programa radiojornalístico diversional, caracterizado pelo estilo ameno e criativo (ERBOLTATO, 2008), voltado às crianças auxiliaria esse público a despertar interesse não somente no rádio, mas no mundo que o cerca, fomentando uma visão crítica e cidadã a respeito da vida em sociedade.

Para tanto, foi decidido realizar um estudo exploratório qualitativo, que “envolve o uso de dados qualitativos obtidos em entrevistas, documentos e observações para a compreensão e explicação dos fenômenos” (DIAS; SILVA, 2010, p. 46). As coletas desses dados se deram através dos métodos da pesquisa bibliográfica e de grupo focal.

Inicialmente foi realizada a pesquisa bibliográfica sobre os temas comunicação, meios de comunicação, recepção, jornalismo, rádio, psicologia infantil e a conexão da criança com o rádio, de forma a compreender a causa da queda de audiência no rádio, a falta de programas infantis e o benefício que o rádio teria, em relação à audiência, com o incentivo a uma programação voltada às crianças. A pesquisa será explicada com mais detalhes no capítulo de Materiais e Métodos.

A pesquisa bibliográfica consiste, segundo Jorge Duarte e Antonio Barros (org. 2005, p. 45), “na utilização de teorias científicas reconhecidas no campo de conhecimento em que se insere o trabalho proposto”. Os autores também ressaltam que a escolha do referencial teórico fica por conta da dedução do pesquisador, porém é necessário que se enquadre nos objetivos propostos. Para esta pesquisa, foram utilizadas teorias de comunicação – Bala Mágica, Teoria da Informação e as Teorias de Recepção – e, como referencial histórico, a história da evolução humana desde a pré-linguagem até o rádio e sua instalação no Brasil. Todos serviram como base para o estudo de meio rádio e a comunicação no Brasil.

Foi necessário, também, realizar o levantamento bibliográfico sobre a psicologia da criança e sua conexão com o rádio, para, assim, ter um melhor entendimento do receptor e seu desenvolvimento. Essa pesquisa foi fundamental para a elaboração do grupo focal.

O percurso metodológico do estudo exploratório envolve, ainda, a realização de um grupo focal – uma entrevista coletiva para a coleta de informações de forma qualitativa, ou seja, as respostas são carregadas de valores e reflexões subjetivas e não exatas ou numéricas, como na pesquisa quantitativa.

Com o intuito de analisar, através do grupo focal, se as crianças têm contato com o meio rádio e como isso se dá, levando em conta as pesquisas de Jean Piaget sobre a identificação de objetos e imitação que será apresentado no capítulo Criança, que foca as características do desenvolvimento psicológico e social do grupo focado neste trabalho: crianças de 7 a 10 anos.

O propósito de trabalhar com essa faixa etária deve-se ao fato de que essa é uma fase em que a criança já possui, segundo Piaget, as operações concretas, ou seja, "os processos mentais de uma criança tornam-se lógicos" (WADSWORTH, 1993, p. 87). Durante essa fase, a criança já possui um raciocínio lógico na solução de problemas reais. Além de se tornar mais sociável, ela tem maior entendimento dos eventos ao redor dela e daqueles que envolvem o mundo e a linguagem se torna basicamente utilizada para a comunicação, ou seja, para estabelecer relações e definir conceitos de forma a ampliar sua visão sobre as coisas - diferente da criança na fase pré-operacional, que utiliza a comunicação de forma egocêntrica. O estudo detalhado sobre a psicologia infantil é outro tópico do capítulo Criança.

Como bem prevê a ética em pesquisa envolvendo seres humanos e em Comunicação, todo o contato da pesquisadora com as crianças moradoras de Bauru participantes do trabalho foi autorizado pelos responsáveis, representados pelas direções das escolas pública e privada que aceitaram fazer parte desta pesquisa. Esses profissionais da educação tiveram acesso ao projeto da pesquisa, foram informados sobre os objetivos deste estudo e, cientes disso, assinaram Termo de Livre Consentimento, anexado ao apêndice desta monografia.

A escolha de uma escola pública e uma particular deve-se à opção por ter contato com crianças de diferentes classes sociais e com diferentes visões

pedagógicas - já que cada escola se utilizava de um método específico de ensino. O detalhamento se encontra no capítulo a Materiais e Métodos.

Após a pesquisa de campo, todas as informações coletadas foram combinadas com a pesquisa bibliográfica para o entendimento do problema proposto e verificação das hipóteses. De antemão, frisa-se a importância deste trabalho para a compreensão da audiência infantil radiofônica a partir das relações de afetividade com a família e dos próprios vínculos mediadores do rádio, como o fato de sugerir imagens e de promover o diálogo mental com o ouvinte.

A proposta de criação de um programa diversional para esse público se deu com base nas respostas do grupo focal e no contexto histórico nacional. As crianças possuíam uma programação direcionada na Era de Ouro do rádio no Brasil e eram parte fundamental da audiência da época. As características do programa desenvolvido virão no capítulo sobre a Produção do Programa Piloto.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

As orientações para este projeto foram iniciadas no segundo semestre de 2013 para a submissão à pós-graduação da Universidade Sagrado Coração de Pesquisa de Iniciação Científica Voluntária – PIVIC – e cuja monografia apresentada no 21º Fórum de Iniciação Científica, no dia doze de novembro de 2014, na Universidade Sagrado Coração de Bauru. O conteúdo desta monografia integra este Trabalho de Conclusão de Curso. Acrescida de produto final e o último capítulo deste trabalho.

A proposta deu-se início com a criação dos tópicos necessários para a pesquisa, como: Comunicação (pré-história, fala, escrita, comunicação de massa); Rádio (Tecnologia, meio, mensagem); Recepção (Teoria da Bala Mágica, Feedback, estudo de recepção); Criança (características, percepção, desenvolvimento); Criança e o rádio (pesquisa, aplicação, resultados).

Após a organização dos capítulos, foi iniciada a pesquisa bibliográfica, o fichamento dos livros e a estruturação das citações conforme os capítulos antes selecionados, de forma a realizar uma revisão bibliográfica que permitisse a compreensão do tema do projeto.

A redação dos capítulos sobre comunicação e comunicação de massa se deu após a leitura de autores como Rabaça e Barbosa (2002), Gusdorf (1977), Defleur e Ball-Rokeach (1993), Beltrão e Quirino (1918), Marcondes Filho (2009), Schrappe (2002), Ribeiro (1970), Rizzini (1977; 2007), Bahia (1971), Morin (1972), Cohn (1971), Resende e Fernandes Júnior (1988) e Schramm (1970).

O estudo de recepção se iniciou com o entendimento de como a Teoria da Bala Mágica era interpretada no pós-Segunda Guerra Mundial. Para isso, foram utilizados as bibliografias de Rüdiger (2011), Martino (2013) e capítulos do livro de Defleur e Ball-Rokeach (1993) – estudados também nos capítulos sobre comunicação. Foram utilizadas, ainda, as obras de Morin (1972), Cohn (1971), Salomão (2000) e Schramm (1970) para aprofundamento das Teorias de Recepção, a aplicação do *feedback* na comunicação e os estudos realizados no Brasil.

Para a pesquisa bibliográfica sobre rádio foram estudados importantes nomes da área, como Ferraretto (2001), Calabre (2002), Barbosa Filho (2009), Chantler e Harris (1998), Hausmann (2011), McLeish (1999), Magnoni e Carvalho (2010) e Prado (2012).

A pesquisa exploratória bibliográfica foi de fundamental importância para a elaboração do roteiro de entrevista com o grupo focal, previsto no percurso metodológico como método da pesquisa de campo. Tal etapa foi realizada em maio de 2014 na escola estadual Professor Joaquim de Michelli e na escola particular GBI, as duas localizadas em Bauru – SP. A demora para realização da pesquisa de campo se deu por causa da dificuldade em encontrar escolas que aceitassem a realização das entrevistas junto ao seu alunado. Após contatos por telefone e pessoalmente com diretores, vice-diretores e coordenadores de ambas as escolas, tornou-se possível realizar a atividade prevista.

Estipulou-se, preliminarmente, que seriam duas unidades escolares de primeiro ciclo de ensino fundamental, uma pública e uma particular, e o grupo envolveria crianças de 7 a 10 anos, escolhidas aleatoriamente pelos funcionários da escola.

À realização do grupo focal, precedeu-se a apresentação do projeto de pesquisa, acompanhado de carta de autorização para a realização do grupo focal, bem como o Termo de Livre Consentimento. Todos os documentos foram assinados pelos responsáveis pelas unidades escolares selecionadas para este estudo.

Superada essa etapa, a pesquisadora se voltou ao estudo da metodologia por meio de consulta à bibliografia formada por autores como Marconi e Lakatos (2011), Demo (1957) e Duarte e Barros (2005) sobre os temas pesquisa qualitativa e grupo focal, a fim de amparar a elaboração do roteiro que serviria de base para a aplicação da pesquisa.

A partir dessas contribuições bibliográficas, foi criado roteiro com dez perguntas com a intenção de saber se as crianças entrevistadas ouviam rádio, com quem e do que elas gostavam de escutar e, entre as crianças não ouvintes, o porquê e do que elas não gostavam no rádio. Foi elaborado

também um jogo para elas pensassem o que seria ideal para o público infantil no meio radiofônico.

Após o grupo focal e a decupagem das entrevistas, a pesquisadora, sempre sob orientação e supervisão da docente orientadora, iniciou o estudo da psicologia infantil para melhor entender a criança na faixa etária estudada e, com isso, compreender a recepção infantil ao rádio, ampliando sua percepção sobre a análise dos resultados obtidos nos dois grupos focais realizados.

A pesquisa da psicologia infantil teve base, inicialmente, nas obras de Jean Piaget (1982), que também estudou a linguagem e o pensamento (1986), a formação do símbolo (1971) e a construção do real (1970) da criança. Para melhor compreensão do autor, foram utilizados autores como Inhelder (1998), Beard (1973), Sandström (1978), Wadsworth (1993). Enquanto a conexão da criança com a mídia ficou por conta de Holzamer (1956), Strasburger (20112) e Pacheco (1991).

O programa foi produzido no Laboratório de Rádio da Universidade Sagrado Coração com a produção do roteiro e entrevistas realizados pela pesquisadora e sempre tendo como premissa o grupo focal e o estudo bibliográfico apresentado nos próximos capítulos.

3 COMUNICAÇÃO

A comunicação é a troca de informação entre pessoas, animais ou coisas por meio do uso de símbolos e linguagens. Segundo RABAÇA; BARBOSA (2002, p. 155-156), a comunicação “implica a participação, interação, troca de mensagens, emissão ou recebimento de informações novas”. Nem sempre essa linguagem é verbal - escrita ou falada –, pois pode ser não-verbal, realizada mediante sons ou gestos.

Esse processo pode ser percebido nos meios de comunicação atuais e pela agilidade da transmissão e recepção da informação. O rádio, por exemplo, se utiliza de técnicas não-verbais para acompanhar o texto na hora de transmitir a notícia. A entonação na voz, o silêncio, trilha sonoras, efeitos de som, tudo ajuda na hora de fazer entender o que está sendo narrado (FERRARETTO, 2001, p. 286). A mensagem radiofônica nada mais é que a conjugação de signos sonoros veiculado em um meio de massa.

A despeito das características da massividade, a comunicação ocorre porque os seres humanos, como quaisquer seres vivos, necessitam viver em comunidades; cada espécie tem sua forma de sociedade e, com isso, sua própria comunicação. O homem começou a se comunicar entre si como forma de sobrevivência e, a partir desse momento, foi criando sua própria cultura, costumes, códigos e comportamentos.

Milhares de anos se passaram, desde a comunicação por instinto e gestos até a fala e os meios de comunicação. Essas diversas etapas de evolução foram sempre acompanhando a do homem, até chegar às formas atuais de se comunicar.

Para entender a diferença do ser humano com os animais e a comunicação nos dias de hoje é preciso saber como essa evolução aconteceu e no que ela interfere na forma atual de enviar mensagens.

Georges Gusdorf (1977, p. 13) explica que "o animal não conhece o signo, mas o sinal somente, isto é, a reação condicional a uma situação reconhecida na sua forma global, e não analisada em seu detalhe". Segundo ele, esses códigos são derivados da adaptação do animal ao meio e suas

necessidades biológicas de sobrevivência; isto separa a evolução do homem para o animal.

O homem é o animal que fala: esta definição, depois de tantas outras, é talvez a mais decisiva. Ela recobre e absorve as definições tradicionais - pelo rir do homem afirma uma linguagem de si para si mesmo e para os outros. Da mesma forma, dizer que o homem é animal político, quando existem animais sociais, significa que as relações humanas se apoiam sobre a linguagem. A fala não intervém pra facilitar estas relações; ela as constitui. O universo do discurso recobriu e transfigurou o ambiente material. (GUSDORF, 1977, P. 10).

Inicialmente, os seres pré-humanos agiam da mesma forma que os animais para se comunicar e, segundo Defleur e Ball-Rokeach (1993, p. 23), eram “respostas herdadas ou instintivas”.

Conforme o tempo foi passando, o homem pré-histórico evoluiu a sua capacidade de se comunicar com outros homens também, porém ainda era uma comunicação não-verbal realizada por meio de sons, sinais manuais, expressões faciais e movimentos corporais. Esse processo, tal como hoje, já envolvia uma comunicação com emissor e receptor, ou seja, ele conseguia transmitir uma informação para outro da sua espécie de forma que essa pessoa pudesse entender a mensagem.

Beltrão e Quirino (1918, p. 21) explicam que a evolução do homem e a expansão da linguagem dos animais foram “enriquecidas tão só pela capacidade exclusiva da espécie de refletir/simbolizar”.

Tal uso fez com que o homem se distanciasse cada vez mais dos outros primatas, criando novas técnicas de sobrevivência ainda primitivas, como a pedra lascada e o aproveitamento do fogo, que foram os primeiros passos no desenvolvimento da cultura humana. Daí a definição de que cultura é uma forma de solucionar problemas da vida e transmitir tais soluções para as futuras gerações; essa herança tem a comunicação como papel fundamental.

É valioso identificar as eras durante as quais um ou outro tipo de gente marcava animais com pedra ou sílex, ou batiam-se uns aos outros com machados feitos de bronze ou de ferro. Todavia, os significativos e cada vez mais acelerados avanços da civilização alcançados pelo *Homo sapiens* durante os últimos 40.000 anos dependeram mais de seu domínio dos sistemas de comunicação do que dos materiais que fabricaram ferramentas. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p.22).

Após milhares de anos, o homem conseguiu desenvolver uma linguagem de sinais padrão que seria usada para as próximas gerações, porém ainda não era a fala.

O invento de instrumentos e a evolução fisiológica desde a libertação das mãos até a conquista definitiva da posição ereta vertical iriam permitir ao homem a estilização das linguagens gestual, tátil e hormonal em modalidades artísticas, industriais e de conduta e, sobretudo, a criação de sua própria e exclusiva linguagem, a idiomática, à base de articulação dos sons, transformando a voz em fala. (BELTRÃO; QUIRINO, 1918, p. 21-22).

A fala surgiu mais ou menos cerca de 55 mil anos atrás. Segundo o Dicionário da Comunicação de Ciro Marcondes Filho (2009, p.135-136), a fala é definida como “expressar-se por meio de palavras” através da voz, que é o “som emitido pelo aparelho fonador”. E ainda permanece como a forma mais importante de comunicação. Até hoje “existem sociedades não alfabetizadas e que permanecem na tradição oral” (Defleur; Ball-Rokeach, 1993, p. 23).

A linguagem, segundo Marcondes Filho (2009, p.228), é uma “forma de expressão do pensamento entre os homens que opera através de signos vocais (a fala) e eventualmente gráficos (a escrita), que formam uma língua”, enquanto língua é a “linguagem comum a um grupo social específico” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 227). A linguagem através da fala foi evoluindo conforme o homem aprimorava sua cultura e forma de vida. Cada sociedade elaborava seu próprio cotidiano e língua à medida que cidades eram criadas e o homem aperfeiçoava a tecnologia de sobrevivência, antes primitiva. Nessa época, os seres humanos não possuíam a escrita, mas já sabiam plantar, criar animais e adorar deuses.

A invenção da linguagem é assim a primeira das grandes invenções, aquela que contém em germe todas as outras, menos sensacional talvez do que a domesticação do fogo, mas mais decisivo. A linguagem se apresenta como a mais original de todas as técnicas. (GUSDORF, 1977, p. 16).

As sociedades já praticavam a comunicação com emissor, mensagem e receptor, passando a cultura e os conhecimentos para as futuras gerações, mas utilizando apenas a fala, o que dificultava a absorção de informação. Os homens pré-históricos contavam e conservavam suas histórias através de

desenhos nas paredes. Milhares de anos depois a escrita foi criada, o que representou um grande impacto social. “A história da escrita é a passagem da representação pictórica para sistemas fonéticos, da representação de ideias complexas com imagens ou desenhos estilizados para a utilização de simples letras dando a entender determinados sons”. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p.26).

Depois de apenas 50 anos da origem da fala, o homem começou a utilizar da escrita, também criada de diferentes formas pelo mundo. De acordo com Schrappe (2002, p. 10), as formas escritas existem há pelo menos 5.000 anos, a partir das inscrições hieroglíficas das dinastias do Antigo Egito.

Os fenícios – civilização que se estabeleceu onde hoje se localiza o Líbano - foram os que iniciaram o processo da invenção da escrita, criando um alfabeto com aproximadamente 22 signos representando os sons das palavras. Tempos depois, os romanos adaptaram e transformaram a escrita e formaram o alfabeto latino. A língua latina deu origem às várias outras línguas, como o português.

Segundo dados do *ethnologue.com*, atualmente, existem 7.105 línguas no mundo e o chinês é a língua mais falada. Em segundo está o espanhol e em terceiro, o inglês. O português está em sexto lugar, é falado por onze países e por 202 milhões de pessoas. No Brasil, além do português, são faladas mais 214 línguas entre tribos indígenas, porém 99 estão morrendo devido ao processo de aculturação que iniciou-se no Brasil Colônia e dura até hoje, fazendo com que as línguas nativas sejam extintas para adotar a língua portuguesa que foi imposta ou por não se adaptarem à sociedade moderna. Darci Ribeiro (1970p.395-396) relata que as consequências da transfiguração étnica na questão ideológica e cultural no Brasil “consistem, principalmente, na traumatização cultural e em frustrações psicológicas resultantes da desmoralização do *ethos* tribal e da compulsão de redefinir, passo a passo, todos os corpos de crenças e valores”.

Muito antes da invenção do impresso, aproximadamente 2.300 anos atrás, o papel ainda não existia, e a civilização fenícia se utilizava de manuscritos ou produziam mensagens na pedra, argila e outras superfícies duras e resistentes. Como conta Schrappe (2002), é possível afirmar que a

escrita se tornou uma importante forma de armazenar informações e histórias, através de cartas e livros. Mas ela só se tornou um meio de comunicação quando a tecnologia da impressão foi criada e aprimorada.

Ainda de acordo com o autor, a invenção do papel foi atribuída ao chinês T'SayLun, um encarregado da biblioteca do Imperador He, no ano de 105 d.C.

Na época, os chineses escreviam em lâminas de bambu, ligadas por fios que passavam por orifícios. Mil anos depois, o papel chegou à Europa e começou a ser comercializado pelo Ocidente.

Em Roma, a informação era deixada para o conhecimento do público através das tábuas que ficavam no Fórum para acesso da população. Com o aumento da quantidade de textos, e como nem todo mundo conseguia ir até o Fórum ler as notícias, começaram a ser criadas cópias das tábuas para serem levadas pra fora da metrópole. Porém a circulação dessas cópias não era muito viável porque na época não existiam correios públicos e o papiro, que era feito em Roma com fibra egípcia, tinha alto custo. Por conta disso, somente pessoas ricas recebiam esses conteúdos em casa (RIZZINI, 2007, p.5-6).

Foi no Renascimento que a informação começou a tomar forma de jornalismo, mas ainda não era de fatos inéditos; as notícias eram acontecimentos de semanas ou meses anteriores. O jornalismo epistolar, oriundo de cartas, era, geralmente, semanal e distribuído para um público de assinantes – ainda não existia venda avulsa ou publicidade – e continha todos os tipos de assuntos. O jornal impresso começou a tomar forma como meio de massa após o alemão Johannes Gutenberg, conhecido como o pai da imprensa, desenvolver as máquinas de impressão e cópia de documentos e livros. O nascimento da imprensa ocorreu entre 1452 e 1453 e o primeiro livro a ter várias tiragens foi a Bíblia Sagrada.

O desenvolvimento tecnológico da prensa de Gutenberg, associada ao desenvolvimento das cidades, foi determinante para o que, ao final do século 19, se tornasse conhecido como o período da comunicação de massa.

3.1 COMUNICAÇÃO DE MASSA

A difusão para grandes grupos começa a ser delineada com as máquinas de impressão, ou tipografia, onde eram usadas letras esculpidas e presas, depois soltas, de madeira. As de Gutenberg era fundidas em metal, duravam mais e eram mais baratas.

Nesse passo da gestação da tipografia, surgem diferentes impressores, ouvires e gravadores, disputando-se uns aos outros e todos a Gutenberg a glória de terem atingido o termo decisivo e final: a fundição. Disputa ociosa, porque a glória do moguntino não está em haver inventado os elementos da tipografia – todos corriqueiros – mas em tê-los reunido e ordenado de maneira útil e consequente. (RIZZINI, 1977, p.131).

O poder da escrita e da cultura pertencia à Igreja e à Nobreza na Idade Média; após a expansão do livro impresso, ocorre a difusão da educação, aumentando significativamente o índice de alfabetismo. A Igreja sofre abalos no poder político, a língua latina é extinta e se dá o aperfeiçoamento padrão da língua literária (BELTRÃO; QUIRINO, 1918, p. 24). Tal contexto ocorre conforme as técnicas da tipografia foram sendo aprimoradas, permitindo que a distribuição do jornal impresso se tornasse mais barata e rápida. O povo passa ter acesso a um conhecimento muito mais vasto e uma evolução na sociedade com o surgimento desse meio de massa.

O aparecimento da imprensa de Gutenberg, no século XV, marca o início da utilização especial, particular, própria, da escritura manuscrita, cujo caráter de instrumento de trabalho pessoal transformou-se, assumindo com a imprensa e os métodos de comunicação dela decorrentes um caráter também coletivo. (BAHIA, 1971, p. 29).

Não apenas o aprimoramento da tipografia ajuda na rápida informação, mas também o surgimento do correio, o telégrafo, a fita magnética, o ditafone etc. (BAHIA, 1971, P. 29). Tais invenções favorecem a difusão em grandes proporções da informação, auxiliando na moldagem de um novo modelo social: a mídia de massa.

A expressão mídia de massa – *mass media* em inglês – surgiu após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) e foi cunhada por sociólogos norte-

americanos para explicar a “difusão massiva de mensagens”. A cultura de massa faz parte da sociedade industrial. Ela é produzida em grandes quantidades e para a multidão, o que não a torna inferior à cultura erudita, pois a divisão da comunicação na sociedade não é feita por classe social, mas por classes de pessoas, e não deve haver seleção como ‘classes superiores’ ou ‘classes inferiores’, na opinião de Barbosa de Souza (1996, p. 6-7).

A cultura vem como base de tudo realizado pelo homem num sentido etnológico ou sociológico. Ela é influenciada pela vida em comunidades e cada grupo de pessoas tem sua própria cultura, daí a afirmação de Edgar Morin (1972, p. 20) de que “os meios de comunicação de massa são veículos, acumuladores e aceleradores culturais”.

As mídias de massa – impresso, rádio e televisão – causaram um expressivo impacto na cultura levando informação massificada para um grande número de pessoas ao mesmo tempo, o que resulta em uma “despersonalização das mensagens e à uniformização da cultura”, segundo Barbosa de Souza (1996, p. 7; 8), pois a população passa a ler, ouvir e assistir as mesmas coisas e, para levar a mensagem ao entendimento de cada vez mais pessoas, as mídias de massa acabam simplificando o conteúdo da mensagem e o deixando mais uniforme. O positivo dessa comunicação massiva é a agilidade na transmissão da mensagem e o acesso de populações a entretenimento que a antes não tinham acesso.

A comunicação de massa (CM) é, por natureza, caracteristicamente industrial e vertical. Industrial porque se destina a elaborar e distribuir produtos, bens e serviços culturais, em forma de mensagens, mas padronizados e em série, o que exige não só grandes investimentos econômicos, técnicas e especialistas em diferentes campos profissionais e até mesmo mão de obra não especializada como, sobretudo, organização. (BELTRÃO; QUIRINO, 1918, p. 56).

Essa linguagem unificada e rápida deixa a informação mais popular para atingir o entendimento de todos e assim ter mais audiência para aquele veículo. Os meios de massa – impresso, rádio e televisão, além do cinema, a música, a propaganda e o cinema – passam a ser determinados pela indústria cultural.

O termo indústria cultural foi criado por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer em 1947 com a publicação do livro *Dialektik der Aufklärung*, na

Holanda (COHN, 1971, p. 287). Para eles, havia um problema no título cultura de massa, pois dava a entender que era uma cultura criada pelo povo e não para o povo. Na visão dos autores, a indústria cultural é produzida para a massa consumir de forma unificada e sem a seleção do que será absorvido. A arte perde sua característica de unidade e passa a ser consumida em grande escala.

O consumidor não é o sujeito da indústria cultural, mas seu objeto. Ele não passa de um cálculo de audiência para determinar como será a venda do entretenimento ou da informação para os meios massivos.

Tal conceito não se aplica de forma totalizante à ideia de informação, que, segundo BAHIA (1971, p. 9-10), “é o ato ou efeito de informar” ou, numa visão mais restrita, “é todo e qualquer comunicado ou notícia que transmita significação, ideia ou valor”, ou pode ser o “jornalismo com todas as suas implicações profissionais, técnicas e artísticas”. Isto indica que a informação pode ser elaborada de forma intencional ou não.

A informação surge de um emissor e percorre um canal até o receptor. Essa informação depende do tipo de canal que será usado, ou seja, a informação irá variar se for usada a voz, a imagem ou a escrita – e também muda conforme o meio de massa utilizado.

Com a possibilidade de armazenar todo o conhecimento em livros, as bibliotecas ficaram cada vez mais saturadas e houve a necessidade de criar uma forma que facilitasse a localização e a consulta desses livros, além de diminuir o tempo de procura e o espaço de armazenamento, demandas cada vez mais prementes diante da ampliação do acesso à informação, principalmente após o advento das tecnologias de comunicação de massa.

A partir dessa necessidade, foram criados “os primeiros ‘cérebros eletrônicos’, a microfotografia, o transistor, os circuitos integrados, as resenhas e os digests; as gravações e a hipnopédia” (BELTRÃO; QUIRINO, 1918, p. 171). Isto, porém, não foi o suficiente para diminuir a quantidade de informação e era preciso ter uma forma de editar o conteúdo para um entendimento mais rápido e fácil da mensagem. Foi para solucionar esse problema que, após a Segunda Guerra Mundial, os engenheiros Claude Shannon e Warren Weaver desenvolveram a Teoria Matemática da Comunicação, ou Teoria da Informação

– inicialmente quantitativo e utilizado para resolver os problemas das telecomunicações.

A Teoria da Informação busca os melhores métodos para a utilização dos canais de comunicação, isto é, a melhor estratégia em separar a informação desejada (mensagem) da informação estranha ou aleatória (ruído). Ela também estuda e estabelece os limites na capacidade de transmitir mensagens dos canais. (RESENDE; FERNANDES JÚNIOR, 1988, p.20).

Na comunicação, para utilizar a Teoria da Informação deve-se primeiro selecionar a fonte que será transmitida a mensagem. Depois selecionar os códigos e signos utilizados – eles vão desde a escolha do idioma até as características particulares do código. Por exemplo, para transmitir uma informação em um programa de rádio, meio que utiliza apenas o som, é preciso pensar na linguagem radiofônica verbal e a não-verbal. Além do sistema de signos que será atrelado ao texto, o jornalista deve pensar nos efeitos sonoros, a música, o silêncio, o ruído.

Esse cuidado com a linguagem adotada permitiu ao rádio e à televisão facilitar a expansão da informação, acessando todas as camadas da sociedade e agilizando a transmissão da mensagem.

As modernas técnicas de difusão – muito especialmente o rádio e a televisão – fizeram a palavra romper antigas barreiras e limitações, alterando certas convenções da imprensa, assim como da sociedade em suas funções comunicativas indiretas, isto é, na área larga das comunicações de massa. Aproximaram ainda mais o homem do núcleo do fato, abriram fronteiras mais avançadas à informação. (BAHIA, 1971, p. 89).

Os meios de comunicação se tornaram uma ferramenta fundamental na transição para o mundo moderno. Schramm (1970, p. 143-144) compara a Revolução das Comunicações com a Revolução Industrial, sendo a primeira capaz de “multiplicar os contatos humanos”, do mesmo jeito que a segunda conseguiu “multiplicar a potência humana com outras formas de energia”. Porém ele ressalta que a informação deve ser acessível para a sociedade e o público necessita entender a mensagem transmitida. Para isso, além de pensar

na mensagem, o comunicador precisa entender o público e o canal que será transmitida a informação.

As Teorias da Comunicação começaram a ser criadas com base na mensagem e no emissor, mas os teóricos perceberam posteriormente que o mais importante da comunicação era o receptor e como a mensagem era entendida e respondida por ele. Foi quando surgiram os estudos de recepção.

4 ESTUDOS DE RECEPÇÃO

As Teorias de Comunicação de Massa tinham como base a crença inicial de que a informação era transmitida para o receptor e ele a absorvia de forma passiva e sem nenhuma resposta. Não havia a individualização do sujeito; o receptor era parte da massa e era influenciado diretamente pela mensagem. Com isso, acreditava-se que as massas eram manipuladas, uma vez que o entendimento era de que o indivíduo não tinha como responder àquela mensagem, por ser mais um na sociedade.

Não havia uma prova concreta da manipulação da comunicação, porém, foi após a Primeira Guerra Mundial (1914-1917) que começaram as teorias acerca do poder das mídias sobre a sociedade. Crenças de que as mensagens eram lançadas para o público de maneira uniforme e recebendo a mesma resposta – a desejada pelo comunicador - deram origem à Teoria da Bala Mágica.

O emprego da propaganda política e militar, em meio ao tumulto dos conflitos mundiais e do avanço dos movimentos extremistas, fomentou a convicção de que as massas podiam ser manobradas, mais ou menos mecanicamente, através dos meios de comunicação. As transformações políticas e sociais em curso fermentavam em reflexão, estimulando o aparecimento de uma nova intelectualidade, de várias cores políticas e de onde saíram os verdadeiros criadores do que, mais tarde, seria chamado de teoria da seringa hipodérmica. (RÜDIGER, 2011, p. 57-58)

A Teoria da Bala Mágica – ou também conhecida como Teoria da Seringa Hipodérmica – não foi criada por um autor ou tem uma publicação específica sobre o tema. Ela surge no início do século 20 e tem como base a ideia de que os meios de comunicação conseguem causar uma resposta imediata do público e sem nenhuma reação do indivíduo, com isso, o comunicador seria capaz de modificar pensamentos, ideologias e crenças do público. Esse nome surgiu em diferentes estudos de comunicação de massa da época que visavam pesquisar a influência da publicidade nos movimentos políticos e sociais.

Tal teoria surge sob influência do darwinismo, em uma época que os estudos da psicologia do instinto estavam em alta com a utilização de técnicas

de pesquisa em laboratório, como, por exemplo, os testes de estímulo e resposta em animais. Esses estudos se iniciam com os cientistas que se baseiam nas ideias behavioristas. Segundo Defleur e Ball-Rokeach (1993, p.55), o behaviorismo é uma psicologia que “estuda os estímulos que provocam determinadas formas de respostas, no sentido de ação claramente observável”.

Os autores também ressaltam que a Teoria da Bala Mágica surge desses paradigmas criados pela psicologia.

Dada uma visão de uma natureza humana básica uniforme, com destaque para processos não racionais, mais uma visão de ordem social como sociedade de massa, a teoria da bala mágica, baseada em mecanismos instintivos E-R (Estímulo-Reação) e a crença de que a mídia se compunha de poderosos recursos, parecia inteiramente válida: enunciou que estímulos poderosos eram uniformemente atendidos pelos membros individuais da massa. Tais estímulos drenavam impulsos, emoções ou outros processos, íntimos sobre os quais o indivíduo exercia escasso controle voluntário. Devido à natureza herdada desses mecanismos, cada pessoa reagia mais ou menos uniformemente. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 183)

Nessa mesma fase, o rádio e o cinema estavam no seu auge e passaram a ser usados como ferramenta para publicidade política. E, por mais que a Teoria da Bala Mágica não possuísse uma comprovação sobre sua influência, o público não parecia se opor ao que estava sendo mostrado por esses meios. Para Martino (2013, p.189), “a sedução da imagem e do som parecia ter atingido sua primeira decisiva vitória como se fosse injetada, daí a metáfora da agulha”.

Não se levava em conta o poder que o receptor tinha em responder àquela mensagem de outra forma. Para os teóricos, o público estava condicionado à comunicação e não tinha como selecionar o que era transmitido. Todos estavam assistindo – através do cinema – ou ouvindo – através do rádio – o mesmo conteúdo. O que passa a ser estudado após a Teoria da Bala Mágica é como a massa interage com essa mensagem.

Foi após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) que surgiram as reflexões sobre os efeitos da comunicação de massa na sociedade e sua

função no processo da comunicação. Havia uma crença de que a mídia era capaz de manipular a opinião pública a fim de que esta acreditasse em praticamente tudo o que era transmitido pelo comunicador, num direto “estímulo-resposta”, ou seja, o receptor recebia a mensagem e gerava imediatamente uma resposta esperada pelo emissor. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 181).

A atenção aos efeitos da comunicação não era algo exclusivo dos teóricos de massa. Horkheimer e Adorno, filósofos que criaram a ideia de indústria cultural, também estavam, em 1947, preocupados com o poder que a mídia exercia na sociedade.

Um das ideias centrais de sua obra *Dialética do Iluminismo* conforme o próprio Adorno o assinala é “o efeito de conjunto da indústria cultural como uma antidesmistificação”, uma vez que “a dominação técnica progressiva se transforma em engodo das massas, isto é, em meio de tolher sua consciência”. Adorno referia-se à ideologia de novo ramo da indústria, explorador do setor da difusão de mensagens culturais, deliberadamente colocadas no mercado a fim de proporcionar lucro ao respectivo investimento, não obstante o seu duvidoso conteúdo intelectual ou artístico. Entre outros resultados forçaria “a união dos domínios, separados há milênios, da arte superior e da arte inferior”. (BELTRÃO; QUIRINO, 1918, p. 186)

Contudo, antes de abordar as Teorias da Recepção é preciso entender como era a sociologia da comunicação de massa, que se forma com base no esquema lasswelliano.

Harold D. Lasswell, cientista político e um importante teórico para os estudos de mídia no final da década de 1940, esquematiza sua hipótese com base no modelo de comunicação de Aristóteles – Emissor; Mensagem; Receptor – e aprimora sua maneira de estudar o processo de comunicação com as perguntas: ‘Quem?; Diz o quê?; A quem? E Com que efeito?’ (MARTINO, 2013, p. 27). Quando os teóricos que estudam “quem” priorizam o emissor e os motivos que iniciam a comunicação, essa parte da pesquisa é chamada de análise de controle. A análise de conteúdo fica responsável por quem pesquisa “diz o quê”, ou seja, a mensagem que o meio está transmitindo. O estudo das mídias de comunicação – impresso, rádio, TV e cinema – é denominado análise de meios e a recepção, quando trata do público que

consome aquele meio, é a análise de audiência ou quando se trata do impacto que a mensagem causa no público se dá pela análise de efeitos (COHN, 1971, p. 105).

O sistema de cultura de massa responde à questão de Lasswell 'quem diz o que a quem' (compreendendo-se por esses três termos, a produção-criação, a temática cultural, o consumo cultural) e tenta aprofundar cada um deles em sua relação com os outros termos e com o sistema social: assim, a produção-criação é relacionada com o empreendimento capitalista ou burocrático e constitui um tipo particular de indústria, a indústria cultural; o consumo cultural é ligado à civilização – cultura burguesa moderna – e o todo é imerso num magna evolutivo que se designa com o nome de sociedade técnico-industrial-burguesa-de-consumo-individualista-de-lazer, etc. Nesse esquema, o ponto atrofado são os próprios canais, os meios de comunicação de massa: o autor tende a imergir, a dissolver os meios em uma cultura. (MORIN, 1972, p. 27).

Os estudos de Lasswell serviram como base para outras teorias que refletiram sobre a mensagem ou a recepção dos meios, principalmente porque o autor entendia que as mídias tinham a função de conectar a sociedade por meio das informações transmitidas por ela.

Dois pensadores que seguiram o modelo de Lasswell e o adaptaram com o enfoque na mensagem e no receptor foram Charles Osgood e Wilbur Schramm, em 1954. Para eles, Lasswell não se preocupou com a modificação no código da mensagem e a resposta do receptor. Eles não viam a comunicação como linear (Emissor – Mensagem – Receptor), era circular, havendo a mensagem de resposta do receptor que acabava modificando a mensagem inicial. (MARTINO, 2013, p.30).

Para Schramm (1970, p.286), os meios de comunicação precisam ter uma noção do conhecimento do público a respeito da informação enviada. É o conhecimento de mundo que a sociedade já possui, assim como seus códigos de linguagem e conduta. Em seu artigo, ele explica sobre o impacto da comunicação na economia e política dos países em desenvolvimento, porém pode ser aplicada na pesquisa de recepção sobre meios ou pesquisa de caso, pois consegue determinar a influência da mensagem em uma população e o que ela reflete sobre essa informação. Esse conhecimento, pensando em

mídias, pode determinar a audiência de uma programação. Ou na política, a opinião do povo sobre algum governante.

Utilizar a Teoria da Bala Mágica, portanto, não era mais suficiente, foi preciso pensar no receptor e entender que a mensagem nem sempre é interpretada pelo receptor da forma que o comunicador deseja. Para isso, era necessário obter um *feedback* do público. Na Teoria da Comunicação, *feedback* é “a resposta do receptor à mensagem que lhe foi transmitida. Esta resposta pode interferir na futuras mensagens a serem enviadas” (RESENDE; FERNANDES JÚNIOR, 1988, p. 10).

Na obra de Rüdiger (2011, p. 63), Schramm explica que, para haver comunicação, o emissor não pode ter apenas a função de enviar a mensagem, ele precisa ser também receber a informação que o público está enviando e entender o seu *feedback*. Seguindo essa ideia, a comunicação não tem fim, ela é “sempre realimentada, na medida em que o comunicador conduz suas ações em referência às respostas do receptor”.

Os veículos de massa se relacionam de duas maneiras com o *feedback*. Uma delas é o tipo de *feedback* que podem eles mesmos fornecer através de seus programas. Em muitos países, isso se efetou, com grandes resultados, dando “especificidade” aos veículos. O rádio tornou-se um rádio “local”, específico; os jornais se movimentavam nas cidades e mandavam repórteres aos povoados. Abandonam a ideia de que os programas devam ser produzidos inteiramente nos estúdios de rádio ou TV, de que os filmes devam ser realizados integralmente nos estúdios cinematográficos, as notícias encontradas somente nas cidades ou nas agências de notícias. Avançam para as povoações e cidades, buscando entrevistas sobre os planos e problemas agrícolas, filmes sobre o que acontece nos povoados, opiniões do “homem da rua”. Formulam perguntas aos veículos, cartas ao editor, transmitem conferências e discussões locais. Em outras palavras, baseiam-se fundamentalmente na produção local. E através disso trazem um *feedback* de notícias e opiniões locais para os veículos e estimulam a audiência a considerá-lo realmente o seu canal – não simplesmente um canal que chega a eles. (SCHRAMM, 1970, p.268).

Para Schramm (1970, p. 268 – 269), isso acontece porque os homens necessitam da interação, eles “preferem que falemos com eles, e não a eles”. Nesse caso, estamos falando do *feedback* do programa que proporciona ao comunicador receber informações e opiniões do público. Porém, também existe

o *feedback* de pesquisa, que tem a finalidade de estudar o público de um veículo ou emissora e seus efeitos.

Essa troca de informações pode ser aplicada em qualquer comunicação, por exemplo, em uma conversa entre duas pessoas. O *feedback* é o que vai determinar se a conversa irá continuar ou não.

Contudo, não é a reação agradável do ouvinte que determina o *feedback* positivo. Por exemplo, se num diálogo entre duas pessoas, a pessoa 1 está explicando alguma coisa para uma pessoa 2, mas a pessoa 2 não entende a mensagem, pode ser concluído que a reação se caracteriza como negativa, porém o *feedback* é positivo, pois determina que a pessoa 1 precisa redizer a informação que estava transmitindo. Em caso de *feedback* negativo, se dá quando a reação à mensagem for positiva e a conversa precisa ser encerrada, pois já teve o entendimento da informação.

Na caso do rádio, como nas outras mídias de massa, a interação entre o emissor e o receptor acontece a todo momento. Salomão (2000, p. 68), citando, EniOrlandi, argumenta que “o receptor, ao receber a mensagem, se constitui, se representa”.

Seria assim a leitura o momento crítico da efetiva constituição do texto. É o momento privilegiado da interação em que os interlocutores se identificam como tais e, ao assim se constituírem, desencadeiam o processo de significação do texto. Os fatores que constituem essas condições é que irão dar a configuração do processo de leitura. Se é possível transportar esse mesmo raciocínio para o universo radiofônico, pode-se perceber que no rádio o ouvinte é, a todo momento, estimulado a efetivar a participação. Nessa sucessão entre o mundano e o memorial, o vivido e o imaginário, emerge o sentido. (SALOMÃO, 2000, p. 68).

O meio radiofônico tem um relacionamento bem particular com o público e consegue obter um *feedback* direto com a audiência. É claro que nem todos os ouvintes acabam ligando, mandando e-mail, ou cartas para as emissoras radiofônicas, porém existem os rádio-ouvintes que possuem uma característica de fidelidade com as emissoras que não apenas ouvem certos programas específicos, mas também participam da programação, dão sugestões, se manifestam de alguma forma para melhorar a programação. Alguns até se tornam parte do programa, como o bordão “Oito e meia, dona Nadir. É hora do

seu remédio” do “CBN Esporte Clube”, da rádio CBN, que surgiu em 2000 após uma ouvinte ligar na redação em São Paulo da rádio para reclamar, pois, no programa de estreia, o locutor Juca Kfourri não disse as horas e ela esqueceu-se de tomar o remédio. (TAVARES; FARIA (org.), 2006, p.19).

Os estudos de comunicação surgiram após a Primeira Guerra Mundial, mas só se iniciaram no Brasil na década de 80 com duas obras: “Leitura social das novelas das oito” (1983) e “Muito além do Jardim Botânico” (1985), mas se intensificaram com os estudos sobre o rádio.

4.1 ESTUDOS DE RECEPÇÃO SOBRE O RÁDIO

A complexidade em torno da relação rádio-ouvinte, refletida no necessário cuidado para se elaborar a mensagem radiofônica, sob a perspectiva de seus condicionantes (linguagem radiofônica, capacidade auditiva do receptor, tecnologia de transmissão e recepção, tipos de público, fugacidade e formas de recepção), reforça a necessidade dos estudos em torno do meio rádio.

Dos mais simples receptores transistorizados comuns à maioria dos ouvintes aos sofisticados rádios de múltiplas bandas usados pelos aficionados que rompem madrugadas em busca de longínquos sinais, a radiodifusão sonora faz parte da vida de grande parte da população, adquirindo caráter massivo. A presença constante deste veículo de comunicação junto aos mais diversos estratos sociais não significa a compreensão por todos do que é o rádio, daí o cuidado ao estudá-lo, evitando confusões comuns e sem consequências para os leigos, mas constrangedoras para os profissionais. (FERRARETTO, 2001, p. 22)

As obras pioneiras sobre os estudos de recepção no Brasil surgiram no início dos anos 80, mas foi na década de 90, com a criação do grupo de trabalho “Comunicação e Recepção” na Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), que as pesquisas tomaram força no Brasil, como relata Salomão (2000). A finalidade era entender como os ouvintes de rádio influenciavam a produção dos programas radiofônicos. A ideia não era saber como os meios modificavam as pessoas, mas como as pessoas modificavam a si mesmo e o meio. Contudo, o rádio acabou perdendo o

interesse dos pesquisadores pelo meio, daí a pesquisa sobre o tema estar se mostrando, “em geral, tímida e nada sistemática”. (SALOMÃO, 2000, p. 67).

Para o autor, a causa foi o surgimento da televisão e o interesse pela nova forma de comunicação voltada para a imagem. Com isso, a mídia radiofônica acabou entrando em uma séria crise de identidade, falta de qualidade na programação e queda de audiência. Mesmo sendo um meio que tem a função de produzir o novo, sempre dando a notícia mais rápido que os outros meios, o rádio tem sido classificado como um veículo ultrapassado. Além disso, o rádio tem perdido sua riqueza e característica marcante: a de estimular os sentidos do público e proporcionar a liberdade individual de imaginar.

Entretanto, o rádio é um meio de comunicação muito pessoal, ou seja, o contato entre locutor e audiência precisa ser imediato e individual. O radialista não fala para uma grande massa, precisa transmitir a mensagem como se estivesse falando com apenas uma pessoa, “como se estivesse conversando com ela, bebendo juntos uma xícara de café ou um copo de cerveja” (CHANTLER; HARRIS, 1998, p. 21). E isso mantém a fidelidade do público com o meio, criando uma paixão e identificação com certa emissora, programa ou até mesmo locutor. Mas, para isso, foi preciso desenvolver a linguagem (verbal e não verbal) do rádio.

Bertold Brecht (apud. Meditsch, 2005, p.41) considera que “não era o público quem esperava o rádio, mas o rádio que espera o público”, havia a informação e a audiência, mas se perguntavam o que dizer, e para quem. O rádio utilizava a linguagem do jornal impresso e ainda não possuía conhecimento da capacidade que o meio possuía. A preocupação de Brecht, no início dos anos 30, era tornar o rádio um meio de massa, que pudesse trabalhar todo o seu potencial, sem ficar preso à simples transmissão de mensagem. E, mesmo que seja uma teoria escrita antes da Era de Ouro do Rádio, ela pode ser uma preocupação nos dias de hoje, de como o meio radiofônico está sendo usado pelas emissoras. Se elas trabalham toda a sua riqueza de recursos, se é privado a ficar na transmissão de mensagens de emissor para receptor, sem haver o feedback necessário. Já que o contato emissor–receptor é tão particular no rádio.

A dúvida dos pesquisadores de recepção é como o rádio consegue se conectar com a sua audiência e como ela consegue influenciar na produção da programação radiofônica. Para isso, Salomão (2000, p. 71) divide os ouvintes de rádio em dois grupos – o ouvinte real e o receptor pressuposto.

O ouvinte real é aquele que participa constantemente da programação de rádio – mandando cartas, e-mails, ligando ou indo até a emissora para dar dicas, fazer reclamações, opiniões etc – e cria um elo entre o receptor e o rádio. Enquanto o receptor pressuposto é uma ideia de como é o público daquele específico programa. Desde a criação da ideia do programa até o roteiro, a linguagem, seleção dos temas etc, é preciso se preocupar quem será a audiência e o que ela irá gostar de ouvir. É nessa hora que o jornalista pensar o rádio como meio de massa em um veículo que fala para o indivíduo.

Mas mesmo com a queda na audiência, o rádio de mantém firme devido a fidelidade e paixão de seu público e não corre o risco de ser extinto, como se acredita, mas precisa ser sempre reformulado para continuar como o importante meio de comunicação que é desde a sua chegada oficial ao Brasil, em 1922.

5 RÁDIO NO BRASIL

As primeiras transmissões de conteúdo radiofônico, fosse qual fosse o país, surtiam grande impacto entre a população, como relatou o dramaturgo Bertold Brecht:

Lembro como ouvi falar do rádio pela primeira vez. Foram notícias irônicas de jornal sobre um furacão radiofônico completo, cuja missão era arrasar a América. No entanto, tinha-se a impressão de que se tratava de assunto não apenas da moda, mas realmente moderno. Esta impressão se desvaneceu muito rápido, quando também tivemos ocasião de ouvir o rádio. Naturalmente, a princípio ficava-se maravilhado e se perguntava de onde procediam aquelas audições musicais, mas logo tal admiração foi substituída por outra: perguntava-se que tipo de audições procediam do éter. Era um triunfo colossal da técnica, poder colocar por fim, ao alcance do mundo inteiro, uma valsa vienense e uma receita de cozinha. (BRECHT apud. MEDITSCH, 2005, p. 35).

As primeiras impressões derivadas da transmissão radiofônica também tiveram impacto no Brasil, onde o rádio surge com o intuito de vincular uma programação voltada à educação, ideia de Roquete Pinto e Henrique Moriz. Porém, começa a se tornar um meio comercial e de massa em 1924 com a popularização através do incentivo a jovens cantores da época, tirando o caráter erudito que o rádio possuía, e com a procura de anunciantes – a publicidade é aplicada no rádio após o Decreto nº21.111, de 1932, que estabelece um máximo de 10% de veiculação comercial sobre toda a programação. Com a publicidade, as emissoras passaram a contratar elenco fixo de artistas para uma programação com radionovelas, programas de auditório e humorísticos. (FERRARETTO, 2001, p. 21).

O modelo de programação privilegiado pelo rádio brasileiro desde a sua criação, e que vigorou até a década de 1960, apoiava-se em quatro núcleos: a música, a dramaturgia, o jornalismo e os programas de variedade. Nas emissoras de rádio reuniam-se profissionais dos mais diversos ramos, divididos em vários departamentos – artísticos, musical, técnico, jornalístico, publicitário, administrativo. O elenco artístico de uma emissora era muito mais diversificado do que o das redes de televisão atuais. (CALABRE, 2002, p.32)

Mesmo com o sucesso do entretenimento, outro ponto forte no rádio brasileiro foi o jornalismo. Sua credibilidade influenciou a história política do Brasil.

O rádio participou de todos os movimentos da vida brasileira. Ajudou a derrubar a República Velha, participou da Revolução de 32, fez extensos noticiosos sobre a Segunda Guerra Mundial. Desempenhou importante papel no Golpe Militar de 64, participou ativamente da redemocratização durante a Nova República e, pouco depois, fez ecoar país afora o processo de impeachment de um presidente da República. (ORTRIWANO, 2002-2003, p. 3).

A jornalista Gisela Ortriano (2002 – 2003, p. 3-4) também ressalta em sua publicação que os políticos sempre souberam do prestígio que o rádio tem nas campanhas eleitorais e nunca se negaram a participar de programas em emissoras de rádio: “Essa importância se estende a atividades de todos os campos de atuação, sejam conquistas esportivas ou campanhas de todo tipo”.

Essa utilização do meio radiofônico brasileiro para a política já vinham a ser desfrutadas desde 1930, quando, nas eleições presidenciais, a Rádio Educadora Paulista decidiu se esquecer de seus princípios restritamente educativos para apoiar o então candidato Júlio Prestes. Lia Calabre (2002, p. 17) aponta que “a emissora fez efetiva campanha para o candidato paulista. Dentro da Rádio não se falava no nome de Getúlio Vargas, candidato da Aliança Liberal, pois isso era proibido”.

A propaganda a favor de Júlio Prestes deu certo, pois o mesmo ganhou a presidência de Getúlio Vargas. Entretanto, em 31 de outubro de 1930, Vargas impediu a posse de Prestes e em 3 de novembro foi nomeado chefe do governo provisório. Esse fato foi marcado como Revolução de 30. (KLÖCKNER, 2004, p.1).

O governo de Vargas tinha características ditatoriais, apesar de sua campanha abordar a democracia e a liberdade do povo, sua primeira atuação como presidente durou até 1945, voltando ao poder em 1950.

O rádio estava em seu auge e dominava o interesse do público. Para controlar o que era divulgado pelo rádio – ou seja, tudo o que o Governo Vargas não queria mostrar – foi criado, em 1939, o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).

Com o sistema, o Governo estabelece uma superestrutura de manipulação da opinião pública por meio da censura, fiscalização, controle legal (como a importação de papel-jornal) e distribuição em larga escala de noticiário laudatório, contando com a complacência e até entusiasmo de boa parte da imprensa. (BARBOSA apud. DUARTE, 2011, p.3).

E para divulgar os feitos do governo, o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DOP – criado antes do DIP) criou o “Hora do Brasil”, em 1935. O programa deveria ir ao ar em rede nacional todos os dias úteis no horário nobre do rádio, ou seja, das 18h45 min. às 19h30 min. em ondas médias e curtas e das 19h30 min. às 19h45min. somente em ondas curtas. (HAUSSEN, 2001, p.40).

O modelo de radiojornalismo da época, programa escutado por Vargas, era O Repórter Esso. Estreou no Brasil no dia 28 de agosto de 1941 na Rádio Nacional do Rio de Janeiro e teve seu último programa em 31 de dezembro de 1968.

Com o Repórter Esso, o rádio começou a desenvolver uma linguagem própria, definindo conceitos de locução vibrante, pontualidade, objetividade e credibilidade. O Esso apresentou novo estilo à informação, com um noticiário sucinto ágil e vibrante, de apenas cinco minutos de duração. Transmitido na hora certa, e anunciado por uma característica musical que se tornou inconfundível, adquiriu estatura e autenticidade, passando logo a ser conhecido e esperado no Brasil e nos países onde foi transmitido. Nas situações de tensão, as transmissões normais eram precedidas de edições extraordinárias, que se constituíam sempre em momentos de enorme expectativa. (KLÖCKNER, 2004, p. 50).

O meio radiofônico tinha poder sobre a massa até o início da década de 50, sua decadência inicia-se com a vinda da televisão para o Brasil.

A televisão surge no Brasil com os mesmos problemas que o rádio, altos custos do aparelho e baixo investimento publicitário. Em 1950, a transmissão, em São Paulo, da TV Tupi – Difusora aconteceu em apenas 200 aparelhos contrabandeados pelo político Assis Chateaubriand (FERRARETTO, 2001, p. 135). Porém a nova mídia conseguiu atrair anunciantes e aumentar a popularização de seus aparelhos e o encanto do público. A imagem se tornou mais atrativa para a população e, com isso, o rádio perdeu audiência.

A programação que antes pertencia ao rádio foi para a televisão, exigindo que o meio radiofônico se reformulasse, cortando parte de sua programação. Quem perdeu com isso foi o público infantil, que parou de ouvir o rádio para se tornar audiência fiel da televisão. E hoje não fazem ideia do potencial de imaginação que o rádio produzia no seu auge.

6 CRIANÇA

Como este projeto tem como finalidade estudar a recepção da criança ao conteúdo emitido pelo rádio, de forma a compreender a relação que esse público estabelece com o meio radiofônico, mostra-se necessário estudar a psicologia infantil desde a sua primeira fase de formação até chegar à adolescência. Para tanto, foram utilizados estudos sobre psicologia, formação do símbolo, da linguagem e a construção do real na criança, a partir de contribuições de diferentes autores e, sobretudo, do suíço Jean Piaget (1896-1980), considerado a principal referência em desenvolvimento infantil.

É consensual entre os teóricos que a criação da linguagem e a percepção de sons pela criança envolvem etapas psicológicas desde o seu nascimento – acredita-se na psicologia pré-natal, porém não será utilizada nesse estudo.

Essas etapas são estruturas mentais e cognitivas que o ser humano desenvolve para se adaptar e organizar ao meio, as quais são chamados por Piaget de esquemas.

Piaget e Inhelder (1998, p.11) classificam a fase de pré-linguagem como “sensório-motora”, pois não possui “função simbólica”, ou seja, “o bebê ainda não apresenta pensamento, nem afetividade ligada a representações que permitam evocar pessoas ou objetos na ausência deles”.

De observações e experiências que fez com seus três filhos, Piaget conclui que, ao nascerem, as crianças eram dotadas apenas de uns poucos reflexos, como chupar e agarrar, e tendências inatas a exercitar os reflexos e organizar suas ações. Em outras palavras, as crianças não herdam capacidades mentais prontas, mas, apenas, um modo de reagir ao ambiente. Em essência, essa reação consiste num desejo de adaptar-se ao ambiente, como toda criatura viva precisa fazer para sobreviver. (BEARD, 1973, p. 39).

A criança, nos primeiros meses de vida, fica condicionada apenas à percepção que se desenvolverá nas representações. Será como a criança se guiará para o “predomínio dos interesses motores que o sucedem, ou para adquirir conhecimentos objetivos e, em seguida, no decorrer dos períodos seguintes, conhecimentos abstratos” (SANTOS, 1965, p. 122). Para

Sandström(1978, p. 88), da percepção surgem as experiências, o que é necessário para o desenvolvimento do ser humano. Sem a experiência adquirida, “o mundo à nossa volta pareceria completamente desintegrado e desorganizado”.

O contato com o mundo externo e a criação do conhecimento só irão surgir após o aperfeiçoamento dos órgãos sensitivos – visão, audição, tato, olfato e paladar - e “das vias nervosas sensoriais sobre o das vias nervosas motoras e sobre o dos centros corticais”.

Para podermos aprender alguma coisa, devemos ser primeiro capazes de perceber: a palavra escrita e falada e o mundo dos objetos são experimentados através da percepção. Produzem padrões de estimulação que, por intermédio dos órgãos sensoriais, atingem o sistema nervoso central onde se convertem em produtos mentais da percepção. As consequências desses produtos nos tecidos nervosos são o que entendemos por aprendizagem. (SANDSTRÖM, 1978, p. 88).

O conhecimento que a criança irá adquirir inicia-se pela inteligência e se desenvolve pela assimilação ativa e operatória. Ela já nasce com a inteligência que irá a orientar no aprendizado dos conhecimentos objetivos e abstratos, diferenciados como conhecimento físico e social.

O conhecimento físico se faz através do contato da criança com os objetos, para isso, ela necessita manipular esse objeto utilizando os seus sentidos. Isto indicaria, por exemplo, que a criança somente poderia se conectar com o rádio se tivesse acesso ao aparelho, tocando e ouvindo seus programas ou suas músicas (ela irá assimilar o som, não significando que ela entenderá o que está sendo dito). Isto porque, conforme Wadsworth (1993, p. 13) descreve, “um perfeito conhecimento dos objetos não pode ser adquirido diretamente de leitura, de observação de imagens ou de ouvir o que as pessoas dizem”. Ela só irá entender essa etapa após a criação da representação simbólica.

Diferente do conhecimento físico, o social surge da interação com grupos sociais e cultura, pode ser da comunicação com outras crianças ou com adultos, por isso cada criança a desenvolve conforme a sociedade em que

vive. É nesse momento que o rádio pode entrar como meio de comunicação de massa, integrando o cotidiano familiar e/ou escolar.

Esses dois tipos de conhecimento (físico e social) são necessários para progredir a inteligência nascente e evoluir para os futuros esquemas a serem aperfeiçoados.

A primeira questão que convém formular, para compreender como a inteligência nascente constrói o mundo exterior, consiste em saber se, durante os seus primeiros meses, a criança concebe as coisas, como acontece conosco, sob a forma de objetos substanciais, permanentes e de dimensões constantes. Supondo que assim não seja, será preciso então explicar como se constitui a noção de objeto. O problema está intimamente ligado ao do espaço. Um mundo sem objetos não poderia apresentar o caráter de homogeneidade espacial e de coerência nas deslocamentos que define o nosso universo. Inversamente, a ausência de “grupos” nas mudanças de posição seria equivalente a transformações sem retorno, isto é, a contínuas mudanças de estado, à ausência de todo e qualquer objeto. (PIAGET, 1975, p. 11).

Durante o período sensório motor, a criança não possui, até aproximadamente os dois anos, a capacidade de solicitar um objeto ausente, porque não há a representação simbólica que a faz identificar quando o objeto não está ao alcance. Só a partir dos nove meses a criança passa para o esquema objeto permanente, quando há a procura de um objeto desaparecido, mas que foi percebido naquele instante. Ou seja, são os eventos externos que o influenciam na percepção do objeto, não houve, necessariamente, uma procura. Usando o rádio como exemplo, o primeiro contato da criança na fase sensório-motora com esse meio seria localizando o aparelho de rádio próximo a ela, contando que desde o começo do rádio, o aparelho tinha uma forte característica visual como uma “enorme caixa de madeira falante” (CALABRE, 2002, p. 7).

Mesmo o rádio perdendo essa característica atualmente, mantém-se presente pelo som. Tal presença fazia pesquisadores, caso de Holzamer (1956, p. 58), acreditarem que o rádio tinha influência direta sobre a criança e, se os responsáveis por ela tinham o costume de manter o volume do rádio muito alto, a criança acabaria de tornando uma pessoa muito barulhenta.

Durante esse primeiro esquema, o sensório motor, que a criança percebe o objeto ao seu alcance, porém ainda não o assimila.

A criança novinha tem esquemas só de ações e percepções, porém, mais tarde representa uma coisa por outra, empregando palavras e símbolos, e, assim, constrói esquemas representacionais. Todavia, uma criança pequena comumente deforma a informação, a fim de ajustá-la a seu ponto de vista: atribui vida e sentimentos a objetos, ou supõe que os fenômenos naturais, como montanhas e lagos, são feitos pelo homem. (BEARD, 1973, p. 40).

O processo de assimilação para Piaget (BEARD, 1973, p. 40) é quando a criança incorpora novos conhecimentos aos esquemas já existentes. Wadsworth (1993, p. 5) explica que a assimilação não altera os esquemas, ela apenas o desenvolve. Porém quando o estímulo surge que a criança não consegue encaixá-lo em um à existente, ela pode criar um novo esquema ou modificar o esquema que já existe para se adaptar aquele novo incorporado. Nesse momento, a criança passa para a etapa de acomodação ou modificação dos velhos esquemas.

Uma das etapas mais importantes do crescimento cognitivo da criança é a imitação. Piaget acredita na imitação pré-verbal da criança como uma manifestação da inteligência durante o período sensório-motor, porém ela não é considerada instintiva ou hereditária por M. P. Guillaume (apud. Piaget, 1971, p. 17).

Ao acompanharmos, passo a passo, a formação da imitação durante os dois primeiros anos, somos impressionados, com efeito, pela atividade propriamente dita que ela manifesta; durante esse período, a imitação nada tem de “automática” ou de “involuntária” (na acepção de não-intencional) mas, pelo contrário, denuncia bem depressa a existência de coordenações inteligentes, tanto na aprendizagem dos meios que emprega como nos seus próprios fins. (PIAGET, 1971, p. 17).

A imitação ainda não apresenta características de interpretação, ou seja, a criança imita sem realmente entender o que aquilo pode significar. Os esquemas se tornam menos sensórios e mais numerosos. E ela consegue evoluir de um esquema sensório-motor para pré-operacional através da adaptação e organização dos conhecimentos físicos e sociais absorvidos.

Durante os esquemas pré-operacionais, dos dois aos sete anos, a criança desenvolve a linguagem, a representação (ainda não conceitual) e o raciocínio pré-lógico ou semilógico.

A linguagem aflora, comumente, a partir dos dois anos de idade, porém não necessariamente no sentido de comunicação como ela representa para o adulto. Para o adulto, ela tem a responsabilidade de expressar um pensamento, refletir, opinar e informar. Entretanto ela perde essa característica quando alguém decide falar sozinho ou pensar em voz alta. Isso pode acontecer com adultos, mas ocorre muito com as crianças na fase egocêntrica do esquema pré-operacional.

O pensador egocêntrico assimila experiências do mundo em geral a esquemas derivados de seu próprio mundo imediato, vendo tudo em relação a si próprio. Conseqüentemente, atribui vida e sentimento, em primeiro lugar, a todos os objetos, embora, mais tarde só aos que se movem; acredita que os objetos naturais são feitos pelo homem e podem ser influenciados por seus desejos ou suas ações à distância; e supõe que seus sonhos e pensamentos são imediatamente acessíveis a outras pessoas. (PIAGET, 1961, p. 50)

Nas observações de Piaget (1961, p. 51), ele via que as crianças narravam suas ações sem nenhum aparente propósito, após um tempo as crianças se esqueciam de suas ações e passam a apenas falar. Ou outra situação, as crianças falavam alto na presença de outras pessoas sem esperar qualquer entendimento ou resposta. A criança deixa de utilizar o pensamento egocêntrico e se comunica com outras pessoas após a evolução do conhecimento social.

No terceiro estágio da criança – dos sete aos onze anos –, faixa etária que compõem o corpus desta pesquisa, seus esquemas mentais se tornam lógicos. Piaget (1975, p. 281) denomina como “operações concretas” quando a criança já possui a capacidade de resolver problemas concretos do pensamento lógico. Ou seja, ela já possui uma interação com o mundo externo, podendo formar opinião e assimilando a mensagem adquirida com o conhecimento que foi trabalhado durante os outros períodos. São os esquemas dessa operação que serão analisados no próximo capítulo juntamente com o grupo focal realizado com crianças dessa faixa etária.

7 CRIANÇA E O RÁDIO – ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

A fim de checar as hipóteses lançadas a partir da questão norteadora (“A ausência de programas voltados ao público infantil incide na redução do hábito de se ouvir rádio entre as novas audiências”), foram contatadas inúmeras escolas de Bauru, a partir de seus diretores, vice-diretores ou coordenadores pedagógicos. O contato, realizado por telefone, e-mail e pessoalmente, incluiu a apresentação do resumo da pesquisa, bem como propósitos e metodologia, além de carta de apresentação da aluna orientanda, elaborada pela pesquisadora responsável.

Após meses de contatos, iniciados em janeiro de 2014 e findos em maio do mesmo ano, as direções da Escola Estadual Professor Joaquim de Michelli e da escola particular GBI, as duas localizadas em Bauru – SP sinalizaram positivamente em participar da pesquisa. Exemplares do Termo de Livre Consentimento (TLC) foram encaminhados às direções desses colégios, confirmando o caráter acadêmico desta pesquisa e garantindo o anonimato das fontes pesquisadas. Os termos seguem em anexo, confirmando a preocupação ética das pesquisadoras envolvidas. Salienta-se, no entanto, que tanto orientadora quanto orientanda encontraram obstáculos para enviar a documentação para a plataforma online do Conselho de Ética, no site <http://www.ufal.edu.br/cep/submissao-de-projetos/plataforma-brasil>, em decorrência do referido ambiente, na ocasião da submissão, não permitir a continuidade dos procedimentos. Diante disso e para não atrasar os prazos de cumprimento do projeto, estabelecidos em calendário da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da USC, e por entender que os procedimentos éticos foram seguidos, decidiu-se pela continuidade do projeto com base na ciência dos profissionais de educação envolvidos.

Com a documentação assinada, foram agendados encontros com os alunos, a fim de se aplicar pré-roteiro de entrevista com os grupos de alunos selecionados pelas direções das unidades escolares. A atividade, em sua totalidade orientada pela docente responsável pela pesquisa, foi realizada pela orientanda, acompanhada de estudante Cynthia Kalyne de Lima Feitosa, então aluna do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo, matriculada na disciplina de

Laboratório de Jornalismo Radiofônico II, a fim de dar suporte logístico necessário à realização da atividade no ambiente escolar.

A realização dos dois grupos focais seguiu o mesmo roteiro: apresentação das pesquisadoras e da pesquisa e questionamentos sobre o perfil familiar das crianças entrevistadas, procedido de perguntas sobre jornalismo, hábitos em relação ao rádio e escolha de conteúdo radiofônico. As respostas obtidas seguiram em quadros seguidos das análises. Para manter o anonimato das crianças será usada a palavra P seguida de um número para cada criança na transcrição das entrevistas.

Como o grupo foi realizado com crianças que acabam sendo monossilábicas na respostas ou subjetivas, as informações serão compiladas seguindo uma linha de raciocínio, não sendo a resposta exata do entrevistado (as respostas completas estão no Apêndice A).

1 - Perfil familiar, idade e instituição de ensino.

Participantes	Respostas
P1	Mora com o pai, a mãe e a duas irmãs mais novas. Tem 8 anos e estuda na escola pública.
P2	Mora com a mãe, o padrasto e a avó. Tem 9 anos e estuda na escola pública.
P3	Mora com o pai, a mãe, a avó e a irmã. Tem 8 anos e estuda na escola pública.
P4	Mora com a mãe, a irmã mais velha, a irmã mais nova e o irmão mais novo. Tem 9 anos e estuda na escola pública.
P5	Mora com o pai, a mãe e a irmã mais velha. Tem 10 anos e estuda na escola pública.

P6	Mora com o pai, a mãe e o irmão mais velho. Tem 7 anos e estuda na escola pública.
P7	Mora com o pai, a mãe e dois irmãos mais velhos. Tem 7 anos e estuda na escola pública.
P8	Mora com a mãe, o avô, a avó e a irmã mais nova. Tem 8 anos e estudo na escola pública.
P9	Mora com a mãe e o pai. Tem 7 anos e estuda na escola pública.
P10	Mora com a mãe, o padrasto, a irmã mais nova e o irmão mais novo. Tem 6 anos e estuda na escola pública.
P11	Mora com o pai, a mãe e o irmão mais velho. Tem 8 anos e estuda na escola particular.
P12	Mora com o pai, a mãe e a irmã mais nova. Tem 7 anos e estuda na escola particular.
P13	Mora com o pai e a mãe. Tem 7 anos e estuda na escola particular.
P14	Mora com o pai e a mãe. Tem 8 anos e estuda na escola particular.
P 15	Mora com a mãe. Tem 9 anos e estuda na escola particular.
P16	Mora com a mãe e a irmã mais velha. Tem 8 anos e estuda na escola particular.
P 17	Mora com o pai, a mãe e o irmão mais novo. Tem 9 anos e estuda na escola

	particular.
P18	Mora com o pai e a mãe. Tem 9 anos e estuda na escola particular.

Entre os dados obtidos a respeito do perfil familiar, percebeu-se que, na escola pública, as famílias são maiores – com pai, mãe, avós e irmãos –, tendo em média quatro ou cinco pessoas na família e convivendo em espaço comum. Apenas uma das crianças morava somente com os pais. Já na escola particular, as famílias variam entre três ou quatro pessoas com uma das crianças morando com a mãe. Nenhuma delas mora com os avós.

2- Hábitos radiofônicos ou de outros meios de comunicação.

Participantes	Respostas
P1	Não tem hábito de assistir jornal, pois a mãe julga ser “chato e tem muita tragédia”. Porém costuma ouvir rádio em casa com a mãe, que gosta de ouvir música e notícias. A entrevistada prefere ouvir músicas no rádio.
P2	Ninguém da família tem o costume de ouvir rádio.
P3	Ouve rádio com a família no período da manhã, antes de ir pra escola. “Sete horas acaba o programa que eu gosto”. O programa só contém notícias. Não tem o costume de ouvir música no rádio, apenas as notícias que ouve com a família. Música apenas no computador.
P4	Não tem o costume de ouvir rádio,

	porém a mãe ouve música e notícias.
P5	Ninguém da família tem o costume de ouvir rádio.
P6	Ninguém da família tem o costume de ouvir rádio.
P7	Gosta de ouvir música no rádio. Notícias apenas na televisão. Ninguém da família tem o costume de ouvir o rádio.
P8	Não tem o costume de ouvir rádio, porém a mãe escuta apenas música enquanto está limpando a casa.
P9	Ninguém da família tem o costume de ouvir rádio.
P10	Gosta de ouvir música no rádio, não se interessa por notícias. A mãe tem o costume de ouvir o rádio em casa.
P11	Gosta de ouvir música e “piada” no rádio às seis horas da tarde. Os pais têm o costume de ouvir rádio apenas no carro.
P12	Não tem costume de ouvir rádio, entretanto os pais ouvem música e notícias apenas no carro
P13	Ouve música e jogos de futebol no rádio, quando o jogo do time dele não está passando na televisão. Todos na família têm o hábito de ouvir o rádio no carro.
P14	Ouve música e “piada” no rádio no carro com a mãe.
P15	Ouve notícias, jogos e “piada”. A mãe

	costuma ouvir música no carro. O pai, às vezes, ouve rádio enquanto está limpando a casa.
P16	Ouve rádio apenas no carro para ouvir música. Notícias, assiste pela televisão. Na família, os avós têm o costume de ouvir o rádio.
P17	Ouve música e notícias no rádio com os pais.
P18	Não tem o costume de ouvir rádio. Ouve música pelo celular. A família tem costume de assistir notícias apenas pela televisão.

Seguindo os quadros acima como base, pode-se perceber que a predominância é de crianças ouvem rádio e, quando o faz, é com a família, tendo a dominância do gênero entretenimento, já que a maioria prefere ouvir música e “piada” a conteúdo jornalístico.

Após a apresentação das crianças, a pesquisadora tentou descobrir quais eram as visões dos estudantes sobre jornalismo. Na escola pública, as crianças argumentaram que no jornal há notícias, porém não souberam explicar o que significava essa palavra. P1 disse que não assiste jornal, pois sua mãe acha “chato e tem muita tragédia”.

Das crianças que ouvem rádio, P1 gosta de ouvir rádio, principalmente música, em casa com sua mãe, que também prefere ouvir música. Ela também não tem nenhum outro contato com a informação jornalística, já que a mãe não gosta de acompanhar as notícias por ter “muita tragédia”.

Enquanto a criança P3 prefere ouvir notícias de manhã antes de ir para a escola com toda a família. A avó é a primeira a acordar – “quatro horas da manhã já está de pé”. Quando indagado se ela liga o rádio assim que levanta, ela diz: “Não sei! Porque o rádio dela tá sem pilha. Mas dá pra ligar na tomada”. Música ele prefere ouvir pelo computador.

Para P7, ouvir o rádio é apenas para música. As notícias são assistidas pela televisão. Ninguém da sua família tem o hábito de ouvir o rádio. Sua referência é o avô que ouve rádio. P10 também ouve apenas música pelo rádio. Notícias ele disse que não gosta, porém a mãe ouve rádio na casa.

As crianças P4, P8 e P15 não ouvem rádio, mas tem um familiar que ouve. A mãe de P4 escuta apenas música no rádio, enquanto a mãe de P8 e o pai de P15 costumam ouvir enquanto está limpando a casa.

O rádio tem uma forte característica de ser uma companheira nas atividades marginais, ou seja, as pessoas têm costume de ouvir o rádio enquanto estão limpando a casa, dirigindo, ou fazendo outras atividades. O meio radiofônico não necessita de total atenção da audiência, como, por exemplo, o jornal impresso. (FERRARETTO, 2001, p.28)

Nenhuma das crianças mencionou ouvir o rádio no carro ou no celular. Ao contrário das crianças da escola particular, em que houve a predominância do rádio no carro, como P11, que ouve rádio apenas no carro com os pais no período da noite. E a audiência aborda todas as vertentes, desde notícias até música e “piada”. P14 também segue as mesmas características de P11, ouvindo “piada”, música e notícia com a mãe apenas no carro. A casa possui um rádio, porém ninguém ouve.

P13 gosta de ouvir jogos de futebol pelo rádio, além disso, aprecia escutar música. Na sua família todos ouvem o rádio somente no carro, o conteúdo consumido envolve, além de música e jogos, as notícias. A única exceção foi quando ligaram o rádio em casa para “ouvir o jogo do São Paulo no rádio porque não tinha na TV”.

P16 e P17 gostam de ouvir música pelo rádio. P16 assiste notícias apenas pela televisão e P17 ouve notícias pelo rádio com os pais.

Dos que não ouvem rádio, ficaram as crianças P12 e P18. Os pais de P12 ouvem apenas no carro, enquanto os de P18 preferem assistir televisão. P18 prefere ouvir música pelo celular.

As crianças de ambas as escolas têm o costume de assistir televisão e ler revistas em quadrinhos.

Mesmo estando na fase das “operações concretas”, as crianças da pesquisa seguem a imitação – esquema que surge na segunda fase do

crescimento psicológico da criança. Ou seja, o que causou a vontade das crianças de ouvirem o rádio se deu por conta dos hábitos e percepções dos familiares que seguem esse costume. Algumas até ouvem apenas com os pais próximos, não possuindo, ainda, uma autonomia de ligar o rádio e selecionar a programação. Percebe-se nas que não têm contato com o rádio a presença da televisão, do computador ou do celular.

3 – Propostas para uma programação radiofônica infantil

Participantes	Respostas
P 1	Gostaria que no rádio tivesse música infantil e religiosa. “É, mas também tem que ter um programa que passa música infantil e jornal porque tem mais música sertaneja, né?”. Jogos que o público participava e ganhava prêmios.
P2	Ensinasse diferentes línguas.
P3	Falasse sobre coisas da cidade e de outros lugares.
P4	“Então, poderia imitar som de animais, aí teria um número pra se ligar e quem acertasse, ganharia um prêmio”. E um programa que contasse histórias e o público criasse o final.
P5	Programa de entrevista com celebridades.
P6	“Eu não sei”.
P7	Apenas manifestou interesse nas propostas da pesquisadora como música, jogos e notícias.
P8	Apenas manifestou interesse nas

	propostas da pesquisadora como música, jogos e notícias.
P9	Que ensinasse diferentes línguas, português e matemática. Ensinar as crianças que ainda não foram à escola.
P10	Apenas manifestou interesse nas propostas da pesquisadora como música, jogos e notícias.
P11	Música de criança e notícias.
P12	Brincadeiras como “pega-pega”.
P13	Comentários sobre jogos de futebol.
P14	“Piada” e notícias sobre futebol e vídeo-games. Também ensinasse japonês.
P15	“Teria música, piada, jogo e só isso”.
P16	“Não sei o que eu gostaria”.
P17	“Teria música para crianças, notícias infantis, algumas brincadeiras por som, poderia também ter historinhas.”
P18	Música

Na tentativa de explorar o que seria do gosto das crianças numa programação radiofônica, foram realizadas algumas perguntas para libertar a mente da criança e mostrar toda a riqueza que o rádio possui.

A pesquisadora indagou as crianças da escola pública a pensarem num “mundo perfeito”. Imediatamente, elas opinam sobre o que seria esse mundo para elas. Para P1, não teria brigas e os filhos obedecendo aos pais; P5 gostaria que ele fosse sem poluição; P9 queria que não houvesse brigas e todos seriam amigos; já para P10, seria um mundo em que tudo fosse de graça.

Mesmo com a alusão do “mundo perfeito”, as crianças ainda não fogem totalmente da rotina da realidade, indagando que nesse mundo, eles não iriam

querer acordar cedo e que não poderiam acordar após o meio-dia, pois seria a hora do almoço. A pesquisadora então propôs que nada disso haverá no “mundo perfeito”, e que nesse mundo, onde eles pudessem tudo, indicassem o que seria interessante veicular para o público infantil no rádio.

As respostas variavam em ter um programa com música para criança e notícias voltadas para esse público. O retorno foi positivo quando perguntado se elas gostariam de ter crianças no programa de rádio, explicando sobre as notícias.

Entre as crianças da escola particular, a maioria gosta de ler diferentes tipos de revistas – P11, P14 e P15 gostam de histórias em quadrinho; P12, P15 e P17 leem jornal, porém P12 e P17 gostam do caderno de esportes - P11 diz que gosta de ler sobre acidentes de carro, pois seu pai é bombeiro. E todas gostam de desenhos animados.

A pesquisadora acabou tendo certa dificuldade em manter a atenção das crianças enquanto realizava as entrevistas em ambas as escolas. Como possuem diferentes personalidades, algumas acabaram falando mais a respeito dos temas abordados, outras se mantiveram respondendo apenas o que era perguntado e, houve momentos, em que as crianças iniciavam outro assunto e acabavam perdendo o foco do que estava sendo abordando.

Quanto à criação de um programa infantil, as crianças da escola particular, colocaram as mesmas ideias que as crianças da escola pública: música, notícias, histórias e jogos.

As crianças também não assimilam como o rádio funciona quando P12 propõe que as crianças brincassem de pega-pega no rádio. No início, ela diz que a brincadeira é possível, mas depois não consegue explicar como ela seria elaborada para o meio radiofônico.

Entre as dicas das crianças da escola particular ficam as que elas já gostam de ouvir no meio como as piadas e sobre jogos de futebol. P14 se empolga em saber que pode haver um programa sobre jogos de videogame.

No final foi proposta a criação de um nome para o programa que seria criado pelas crianças da escola particular, quando P14, juntando os temas abordados durante o grupo, surgiu com o nome “Rádio Municipal para Crianças Kids”.

7.1 DISCUSSÕES

Na evolução do conhecimento social, Piaget observou que as crianças (1961, p. 159) se compreendem melhor entre si do que em uma comunicação com outro adulto. Levando em conta um programa de rádio, o ideal seria ter crianças como locutores, ou até mesmo na produção do conteúdo. O que acontece na revista virtual Recontando (<http://www.recontando.com/v2/>), que tem como objetivo reescrever as notícias atuais em uma linguagem que as crianças entendem e fazendo-as participar da produção da revista.

Contando ainda com a participação das crianças no rádio, as crianças entrevistadas da escola pública também deram ideias de programas com jogos em que as crianças pudessem ligar para o rádio e participar de um jogo. Ou, enquanto a criança ouvisse alguma história, ela pudesse ligar para lá e dar o final da história. A criança dos dias de hoje já possui um independência sobre o acesso aos meios de comunicação.

As crianças já possuem um contato direto com as tecnologias atuais, quando deram o exemplo de utilizar o Whatsapp (aplicativo de mensagens para celulares Android e Iphone) para pedir música no rádio. P10 cita o jogo finlandês criado para celular e tablet, AngryBirds.

O crescente acesso de crianças e adolescentes aos meios de comunicação de massa e a internet é recente, levando em conta a história da comunicação. Hobsbawn, em 1995, (CUNHA, apud. FERRARETTO; KLÖCKNER (org.), 2010, p. 171) explica que os jovens, a partir dos anos 70, se tornaram “um grupo social independente”. Eles agora possuem o poder de compra porque “cada nova geração de adultos foi socializada numa cultura juvenil autoconsciente”. Entretanto, mesmo com a independência conquistada pela criança e o adolescente, o meio rádio ainda não tem a preocupação de criar programas voltados para esse público. E, além de ser consumidor, a criança também possui seu direito como cidadão num contexto político e social no Brasil com direitos e deveres.

A preocupação com o público infantil – abaixo dos 10 anos – fez com que a UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância e Adolescência) criasse projetos de comunicação com o intuito de firmar a cidadania.

O UNICEF elege o rádio como um espaço privilegiado de promoção do diálogo entre os diversos segmentos sociais, lugar de se conversar sobre tudo o que interessa à sociedade, especialmente sobre os direitos de crianças e adolescentes. Porque, acredita-se, compreender o rádio por um ponto de vista que coloca além da condição de meio mais adequado para se estabelecer diálogo com a população em geral. (CAVALCANTE; LIMA apud. SAMPAIO; CAVALCANTE; ALCÂNTARA, 2006, p. 48).

Esses projetos são voltados à sociedade e aos comunicadores em diferentes estados brasileiros com o intuito de mostrar esses jornalistas e radialistas como o rádio pode trabalhar a questão da infância. Não apenas criando uma programação que fale para os adultos sobre a criança, mas incluindo o grupo infanto-juvenil ao rádio.

Um outro aspecto que se destaca é que crianças e adolescentes, público-alvo tradicional das políticas públicas, desloca-se da posição de meros receptores para a de emissores das mensagens radiofônicas. Ao protagonizarem essa função na comunicação, a fala deles, ainda que ecoando junto com outras ou com estas disputando posições, constitui uma novidade, invertendo-se o eixo do polo de recepção para o polo de transmissão, considerando apenas para efeitos didáticos a comunicação como um processo linear. (CAVALCANTE; LIMA apud. SAMPAIO; CAVALCANTE; ALCÂNTARA, 2006, p. 48).

Uma das preocupações desta pesquisa é o acesso das crianças às notícias de rádio. E muito embora a notícia não seja direcionada a esse público, a criança já demonstra capacidade de absorver os problemas externos e criar opiniões sobre eles, mesmo quando não entendem totalmente do assunto, como quando foi perguntado para as crianças sobre as eleições. A resposta de P1 foi “sei, aquele negócio de votar”. Para P7 é “aquele negócio que tem escola que eles põem uma máquina para vocês votar qual que é o prefeito”. Já quando questionados sobre Imposto de Renda, as crianças não sabiam do que se tratava ou que finalidade havia em pagar impostos. P3 afirma que não sabe e nem queria saber. P9 já tinha afirmado, anteriormente, que nunca queria crescer, pois quando for adulto tem que pagar conta. A pesquisadora explica que eles precisam saber por que um dia eles serão adultos e terão de pagar impostos. Porém, esse dinheiro é revertido para consertar as ruas e melhorar as escolas.

P3 se identifica com o contexto social da época – a entrevista foi realizada algumas semanas antes da Copa do Mundo no Brasil – e comenta: “Com o dinheiro que eles estão construindo o estádio da Copa, se eles colocassem médico nos hospitais, tava bom demais”. E para ele, quem pode fazer isso é Dilma Rousseff, que em 2014 ocupava o cargo de presidente da República.

A resposta foi positiva quando perguntado se elas tinham interesse em saber sobre o que está acontecendo em outros países, ou até mesmo em Bauru. Os estudantes participantes propuseram que houvesse programas de rádio que ensinassem outras línguas, como inglês e japonês. Quando indagados sobre onde fica os Estados Unidos, a resposta é direta: “na América do Norte”.

Além das notícias, o rádio nos dá liberdade de trabalhar a imaginação das crianças por histórias com sons e efeitos.

P10 expressa seu gosto por animais e quando foi perguntado se ela gostaria que existisse um programa que falasse sobre animais, ela respondeu: “Eu queria que os dinossauros existissem ainda e que sejam bonzinhos”. P3 diz que gostaria de ter um elefante. A pesquisadora explica que eles podem criar histórias e falar sobre dinossauros ou elefantes e colocar sons para representar a história. P1 conta que sua irmã de dois anos possui um brinquedo que produz diferentes sons de animais e ela os reconhece.

As crianças de ambas as escolas foram convidadas a imaginar quais seriam as características da Chapeuzinho Vermelho – famoso conto criado pelos irmãos Grimm e adaptado com o passar dos tempos. P7 fecha o olho para imaginar como ela seria, mas não descreve para os colegas, P11 descreve a Chapeuzinho Vermelho com as mesmas características físicas que ela mesma.

Como o radiodrama e as radionovelas eram populares no começo do rádio, perdendo audiência para a televisão da década de 50, percebeu-se uma certa dificuldade entre as crianças de entenderem como as histórias podem ser contadas através do rádio. As crianças possuem mais acesso à revistas, livros ou programas de televisão.

As crianças têm características semelhantes quando se avalia o conhecimento social, diferindo somente em questões sobre tradições e cotidiano. Apesar disso, a liberdade de imaginação e a preocupação com o mundo exterior se tornam os mesmos nessa etapa da infância. Por isso é preciso haver a preocupação com o conteúdo que é emitido pelo rádio para as crianças.

8 PRODUÇÃO DO PROGRAMA PILOTO

Após a realização da análise dos dados coletados no grupo focal, a pesquisadora decidiu criar um programa de rádio com conteúdo jornalístico e de entretenimento voltado para o grupo infantil como forma de complementar a pesquisa realizada na Iniciação Científica cujos resultados estão nos capítulos anteriores.

Com base nos resultados percebeu-se ser possível produzir um programa infantil, levando em conta a liberdade de imaginação e a preocupação com o mundo exterior que a criança possui nessa etapa do desenvolvimento psicológico, estudado no capítulo A Criança.

Para tanto, se mostra importante refletir:

Qual é a função de um programa infantil? Divertir, educar, informar? Está claro que um projeto para a criança, estruturado com o objetivo de enriquecimento e desenvolvimento de sua potencialidade, deverá responder afirmativamente aos três quesitos. Assim, este formato especial tem de oferecer informações sobre temas de interesse dela, muitas brincadeira, jogos e música, além da radiofonização de situações e adaptação de histórias. (BARBOSA FILHO, 2003, p. 138)

Para isso, foi inicialmente realizada uma pesquisa sobre como será o formato do programa, o tema e as escolhas das funções que o rádio possui para a produção do programa.

Magaly Prado (2006, p. 65) alerta sobre o cuidado que é preciso ter com crianças, pois “elas estão em formação e muitas vezes acreditam em tudo o que lhes é dito. Se falar ou passar conceitos errados, elas aprenderão errado”.

Trabalhar a imaginação da criança no rádio não fornece a liberdade de enganá-las, é preciso saber como utilizar o real e o fantasioso.

No programa produzido, há uma união de dois gêneros radiofônicos – o jornalístico e o entretenimento. O jornalístico por causa da forte característica do meio rádio em ensinar e transmitir conhecimento, além de ser um problema apontado durante a pesquisa – a falta de conteúdo jornalístico voltado para esse público e a necessidade que o mesmo tem em adquirir novo

conhecimento, análises do grupo focal realizado - e o entretenimento com o intuito de prender a atenção da audiência.

Jornalismo e entretenimento costumavam serem gêneros totalmente distintos e não acreditavam em sua união. Entretanto, o termo “INFOtenimento” surgiu na década de 80 e começa a ser utilizado por autores, como Fabia Angelica Dejavite (apud. LIMONDRE; BRAZ; SORIANO, 2011,p. 1), para ela é “conteúdo editorial que fornece informação e diversão ao leitor e, ao mesmo tempo, constitui uma prestação de serviço”.

O público alvo é o mesmo do grupo focal, crianças de 7 a 10 anos, levando em conta que a criança está na fase operatória da psicologia de Piaget (1975, p. 281), estudado nos capítulos anteriores.

Inicialmente, foi determinado que o programa tivesse dois locutores – masculino e feminino – para haver interatividade entre os locutores e não deixar o programa cansativo para, assim, conseguir prender a atenção do público. E, com base no estudo de Jean Piaget (1896-1980),foi determinado que fossem locutores mirins. Piaget (1961, p.159) acredita que as crianças se entendem melhor entre elas, e isto acaba sendo utilizado como “procedimento pedagógico de fazer uma criança explicar à outra algum recurso de cálculo ou regra escolar”.

Para a escolha dos locutores, a pesquisadora teve a preocupação de escolher crianças que possuíssem boa dicção e fossem extrovertidas, facilitando, assim, na hora de narrar o roteiro. Uma vez que a naturalidade é fundamental para tornar uma mensagem radiofônica credível e tendo como base de que o programa de rádio, mesmo gravado e com as laudas, não pode parecer que o locutor está lendo.

Não existe mais aquela obrigatoriedade de se ter uma voz imposta, típica de um locutor das antigas. O importante é ter uma boa dicção, articular bem as palavras, saber pronunciá-las corretamente, inclusive as estrangeiras. É preciso também ter um compasso, uma espécie de balanço adequado ao falar, ou seja, não pode ser muito rápido, que ninguém aguenta, e nem devagar demais, todos dormem. (PRADO, 2006, p. 91).

Os dois locutores, na época da gravação – outubro de 2014 – tinham oito anos cada um e tiveram bastante facilidade em narrar as locuções

apresentadas, sempre com a orientação da pesquisadora. Após um pouco de ensaio e treinamento, a narração conseguiu sair bem dinâmica.

O tema veio após uma pesquisa sobre assuntos do cotidiano que estão em destaque ultimamente. Como a falta de água e a conscientização são problemas bem abordados nos dias de hoje, a pesquisadora decidiu criar o programa piloto com esse tema. Além disso, tem músicas, entrevistas e enquetes seguindo a mesma linha temática, utilizando de sons e uma linguagem simples para o entendimento e atenção do locutor.

Os entrevistados foram utilizados para complementar a informação sobre o assunto. O primeiro entrevistado foi o professor de Geografia do Colégio Criativo de Bauru, Alexandre Campos, sobre a formação da água e as teorias sobre o surgimento da mesma no mundo. A segunda entrevistada foi Carmen de Carvalho, responsável pelo centro ambiental do DAE – Departamento de Água e Esgoto, sobre a função do DAE na cidade de Bauru. O programa também conta com enquetes, que no rádio tem o sentido de aproximar o ouvinte do programa e criar a interação entre eles. Essas perguntas foram feitas com crianças de diferentes faixas etárias.

As músicas também falam sobre água, tema do programa criado. As escolhidas foram seguindo o tema e são de artistas infantis, porém Magaly Prado (2006) esclarece que as músicas não precisam ser “insossas de apresentadoras de programas infantis da TV. Selecione músicas boas e lúdicas”. É preciso também ter consciência do conteúdo musical escolhido, algumas músicas não são adequadas para crianças. São músicas da dupla Palavra Cantada e os dubladores da Turma da Mônica – de Maurício de Souza. Pela pesquisa de campo, as crianças gostam bastante de música.

O nome escolhido para o programa é “Abelhudo”, que significa curioso e faz a alusão à abelha, criando a imagem para as crianças através dos sons.

Esse programa piloto foi criado com o intuito de aplicar de uma forma prática o estudo de recepção realizado, mostrando que é possível criar uma programação infantil e manter a fidelidade desse público ao meio rádio. Uma programação completa para crianças também poderia contar com jogos

interativos, piadas, histórias e programas com diferentes temas do universo infantil.

O programa piloto tem em torno de vinte minutos com dois intervalos musicais, dois entrevistados e três enquetes com duas respostas cada.

Durante a locução do programa, as crianças interagem entre elas sobre o tempo abordado e informando sobre informações úteis ao ouvinte infantil. O roteiro do programa se encontra no Apêndice B.

Os meios de comunicação não são mais o mesmo desde a sua criação e comercialização, por isso ele precisa ir se adaptando a nova sociedade. O rádio sofreu com a vinda de novos meios e uma grande mudança desde a sua Era de Ouro. A reflexão é que ele precisa continuar evoluindo, sem perder sua tradição e característica marcante: a de incentivar a imaginação sem limitações. E assim criar uma nova audiência para o meio radiofônico.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos pela pesquisa indicam que a família é um importante vínculo mediador entre a criança e o rádio. O uso do aparelho receptor, os hábitos realizados em torno do aparelho, a relação de afetividade com quem dele faz uso, os conteúdos consumidos e as percepções sobre tais implicam em percepções individualizadas das crianças a respeito do rádio.

O mesmo ocorre em relação à notícia veiculada no rádio. Exemplo claro dessa percepção é a ideia de que notícia é sinônimo de “tragédia”, mas um mesmo acidente de carro (que também pode ser visto como uma tragédia) informado no rádio configura-se como algo interessante diante da profissão do pai de um dos alunos.

Com a análise das respostas pode-se avaliar que o problema inicial da pesquisa foi comprovado, ou seja, a ausência de programas voltados ao público infantil incide na redução do hábito de se ouvir rádio entre as novas audiências.

Nesse sentido, foram confirmadas as hipóteses que a audiência infantil é influenciada por familiares e responsáveis que ouvem o rádio no mesmo domicílio em que reside a criança; e de que a ausência de hábito em ouvir rádio motiva a criança a procurar outras mídias e programações não voltadas especificamente ao público infantil. Reflexo disso está no consumo de conteúdo proporcionado por mídias como televisão, web e celular e em conteúdos como música e piadas.

Considerando tais hipóteses e a constatação de que a programação das emissoras localizadas em Bauru apresentam reduzida (caso da Unesp FM, com o “Unespinha”) ou nenhuma (demais emissoras) programação de conteúdo infantil, é possível afirmar que a ausência de programas voltados ao público infantil incide na redução do hábito de se ouvir rádio entre as novas audiências.

Um programa diversional, ou seja, composto por conteúdos jornalístico e de entretenimento, sob vários formatos, direcionado ao público infantil poderia auxiliar na construção do hábito infantil em escutar rádio, servindo como

referência para instigar a curiosidade e motivar a criança a se relacionar com o mundo de maneira mais livre e crítica.

Com o objetivo de realizar um estudo qualitativo sobre a audiência infantil, identificando seus hábitos de audiência em diferentes meios de comunicação, inclusive o rádio e detectando o que as crianças gostam de ouvir, foi possível que a pesquisadora complementasse este trabalho com a produção de um programa, mostrando que é possível criar uma programação infantil e de qualidade para esse público, assim cultivando uma nova audiência para o meio radiofônico. Mas, para isso, é preciso que o jornalista tenha a preocupação de conhecer seu público, saber o que a audiência gosta e não gosta, trabalhar a locução e a plástica - sons, música, efeitos sonoros, silêncio - do programa para melhor entendimento e atração da audiência à programação.

REFERÊNCIAS

- BAHIA, Juarez. **Jornalismo, Informação, Comunicação**. São Paulo: Editora Martins, 1971.
- BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos**. São Paulo: Editora Pulinas, 2003.
- BELTRÃO, Luiz; QUIRINO, Newton de Oliveira. **Subsídio para uma Teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Editora Summus, 1918.
- CALABRE, Lia. **A Era do Rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- SAMPAIO; CAVALCANTE; ALCÂNTARA. **Mídia de Chocolate: Estudos sobre a relação infância, adolescência e comunicação**. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.
- CHANTLER, Paul et HARRIS, Sim. **Radiojornalismo**. São Paulo: Summus, 1998.
- COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural: leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações de massa nessa sociedade**. São Paulo: Nacional, 1971.
- DEFLEUR, Melvin L; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1993.
- DIAS, Donaldo de Souza; SILVA, Mônica Ferreira. **Como escrever uma monografia**. São Paulo: Editora Atlas, 2010.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: O veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.
- _____, KLÖCKNER, Luciano. **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.
- GUSDORF, Georges. **A Fala**. Rio de Janeiro: Editora Rio, 1977.
- HAUSMAN, Carl (et al.). **Rádio: produção, programação e performance**. Tradução: Marleine Cohen Tradução da 8ª norte-americana. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- HAUSSEN, Doris Fagundes. **Rádio e política: tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- HOLZAMER, Carlos. **A Criança e o Rádio**. São Paulo: Editora Paulinas, 1956.

KLÖCKNER, Luciano. **O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

LIMONDRE, Leticia; BRAZ, Vânia; SORIANO, Filipe: **Infotimento (Informação e Entretenimento) no Jornalismo.** Jornalismo UNIVAP, Vale da Paraíba, 2011. Disponível em: http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2011/anais/arquivos/0143_0922_01.pdf Acesso em: 20/11/2014

MAGNONI, Antônio Francisco; CARVALHO, Juliano Maurício. **O novo rádio – Cenários da radiodifusão na era digital.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Dicionário da Comunicação.** São Paulo, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa.** São Paulo: Editora Atlas, 2011.

MARTINO, Luiz Mauro Sá. **Teoria da Comunicação.** Petrópolis: Editora Vozes. 2013.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio:** Um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 1999.

MORIN, Edgar. **Cultura e Comunicação de Massa.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1972

PACHECO, Elza Dias (org.). **Comunicação, educação e arte na cultura infante-juvenil.** São Paulo: Loyola, 1991.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil.** São Paulo: Da Boa Prosa, 2012.

_____. **Produção de Rádio – Um Manual Prático.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

RESENDE, Cláudia Vasconcelos; FERNANDES JÚNIOR, Rubens. **Código e Informação.** São Paulo: Atual, 1988.

RIBEIRO, Darci. **Os Índios e a Civilização: A Integração das Populações Indígenas no Brasil Moderno.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970.

RIZZINI, Carlos. **O Jornalismo Antes da Tipografia.** São Paulo: Editora Nacional, 1997.

- RÜDIGER, Francisco. **As Teorias da Comunicação**. Porto Alegre: Artmed, 2011.
- SALOMÃO, Mohazir. **Jornalismo radiofônico e vinculação social**. São Paulo: Annablume, 2000.
- SANDSTRÖM, Carl Ivar. **A psicologia da infância e da adolescência**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- SCHRAPPE, Max H. G. **O Legado De Gutenberg e a Indústria Gráfica Brasileira**. São Paulo: EP & Associados, 2002.
- STRASBURGER, Víctor C. **Crianças, Adolescentes e a Mídia**. Porto Alegre: Editora Penso, 2011.
- TAVARES, Giovanni; FARIA, MARIZA (org.). **CBN – A rádio que toca notícia**. Rio de Janeiro: Senac Rio de Janeiro, 2006.
- WADSWORTH, Barry J. **Inteligência e afetividade da criança na teoria de Piaget**. São Paulo: Pioneira, 1993.

APÊNDICE A – ROTEIRO E ENTREVISTAS

- **ESCOLA ESTADUAL PROFESSOR JOAQUIM DE MICHELLI**

Pesquisadora: Como você chama? Quantos anos você tem? E quem mora com você?

P1: 8 anos. Minha mãe, meu pai, minha irmã. Mais nova, tenho duas.

P2: 9 anos. Minha mãe, meu padrasto e minha avó.

P3: 8 anos. Minha irmã, meu pai, minha mãe e minha avó.

P4: 9 anos. Minha mãe, meu irmão e minhas irmãs. Uma irmã mais velha e os dois mais novos.

P5: 10 anos. Meu pai, minha mãe, minha irmã. Mais velha.

P6: 7 anos. Meu pai, minha mãe, meu irmão. Mais velho.

P7: 7 anos. Meu pai, minha mãe, meus dois irmãos. Mais velhos.

P8: 8 anos. Meu avô, minha avó, minha mãe, minha irmã. Mais nova.

P9: 7 anos. Minha mãe e meu pai.

P10: 6 anos. Meu padrasto, minha mãe, minha irmã e meu irmão. Mais novos.

Pesquisadora: Eu e a Cynthia somos estudantes de jornalismo, vocês sabem o que fazer um jornalista?

P3: Faz um jornal.

Pesquisadora: E o que tem no jornal?

P3: Notícias.

Pesquisadora: E o que é notícias?

P3: Ah! Isso eu não sei.

Pesquisadora: Vocês assistem jornal?

P1: Eu não assisto jornal. Minha mãe acha chato, tem muita tragédia.

Pesquisadora: Então eu vou explicar pra todo mundo. O jornalista é, por exemplo, uma pessoa que conta histórias.

P3: Como nos livros de história

Pesquisadora: Diferente dos livros de história, ele conta história de coisas que realmente aconteceram. Entendeu? Por exemplo, uma tragédia. Aconteceu uma tragédia e ele precisa contar para as pessoas o que aconteceu. Para as pessoas ficarem cientes de que elas não podem fazer aquilo, ou que elas

precisam tomar certos cuidados na vida dela para não sofrer um acidente. Por exemplo.

P1: Vandalismo.

Pesquisadora: Isso mesmo! A responsabilidade do jornalista...

P10: Dos animais.

Pesquisadora: Cuidar dos animais, entendeu? Então a função do jornalista é contar para as pessoas essas coisas. Como eu estou contando aqui pra vocês, entendeu?

Pesquisadora: Vamos a próxima pergunta.

Pesquisadora: Quem aqui ouve rádio? Tá dividido, hein? Vamos perguntar pra quem ouve rádio primeiro. Depois a gente pergunta pra quem não ouve rádio.

Pesquisadora: Primeiro a P1. P1, o que você ouve no rádio? Você ouve música?

P1: Sim.

Pesquisadora: O que mais? Tem algum artista que você gosta? Ou uma música que você gosta?

P1: Tem! Munhoz e Mariano.

Pesquisadora: Que mais você ouve? Você ouve notícias no rádio?

P1: É, e às vezes, meu rádio é TV, filme e música.

Pesquisadora: Você ouve rádio onde? No carro, em casa?

P1: Em casa.

Pesquisadora: E lá na sua casa? Tem alguém que gosta de ouvir o rádio? De ouvir notícias?

P1: Minha mãe ouve o dia inteiro.

Pesquisadora: O que ela escuta? Você sabe a emissora? Se é a 96...

P1: Tupi FM e acho que a 96.

Pesquisadora: E ela ouve notícia lá?

P1: Mais música mesmo.

Pesquisadora: E jornal na TV? Ela também não assiste, porque ela falou que tem muita tragédia.

P1: Às vezes ela assiste, mas ela dorme assistindo. (risos)

Pesquisadora: E você? Você gosta, acha legal?

P1: Não, eu cuido da minha irmã mesmo.

Pesquisadora: Então você gosta de rádio só pra ouvir música?

P1: Sim.

Pesquisadora: Deixa-me perguntar outra coisa. Você acha que seria legal ter um programa de criança no rádio?

P1: Eu acho que sim.

Pesquisadora: É? Tipo assim, aconteceu alguma coisa... Vamos usar um exemplo, as eleições. Você sabe que vai ter as eleições agora no final do ano? Você sabe o que é eleições?

P1: Sei, aquele negócio que tem que votar.

Pesquisadora: Alguém sabe o que é eleições? Que tem que votar?

P7: Eleição. Aquele negócio que tem escola que eles põem uma máquina para vocês votar qual que é o prefeito.

Pesquisadora: Prefeito, governador, presidente... Tudo certinho, né? Então tá. Você acha que seria legal ter um programa contando sobre isso, explicando pra vocês Sobre o que está acontecendo?

P1: Porque é mais pros adultos, né? E pras crianças não.

Pesquisadora: Pras crianças não?

P1: Fica fora da modernidade.

Pesquisadora: (risos) Então tá bom, daqui a pouco eu pergunto mais. Quem mais ouve rádio?

P3: Eu só ouço rádio de manhã.

Pesquisadora: Você não tá aqui na escola de manhã?

P3: Antes de vir pra escola. Sete horas acaba o programa que eu gosto.

Pesquisadora: o que vocês ouve lá?

P3: Netão.

Pesquisadora: O que ele faz lá? Põe música?

P3: Notícias.

Pesquisadora: Você ouvi ele hoje? O que tinha?

P3: Vou saber? Não consegui ouvir hoje.

Pesquisadora: Você ouve com quem? Você ouve sozinho?

P3: Eu, meu pai, minha mãe, minha avó, minha irmã.

Pesquisadora: Acorda todo mundo cedo pra ouvir o rádio? Que legal!

P3: Minha avó 4 horas da manhã já está de pé.

Pesquisadora: 4 horas da manhã já está de pé? E ela liga o rádio?

P3: Não sei porque o rádio dela tá sem pilha. Mas dá pra ligar na tomada.

Pesquisadora: E você gosta de ouvir música no rádio?

P3: Não.

Pesquisadora: Não? Nem notícia? Notícia você gosta? De ficar lá ouvindo notícia?

P3: Sim.

Pesquisadora: Próximo! Quem mais ouve rádio? Júlia! O que você ouve no rádio?

P7: Thaeme e Thiago.

Pesquisadora: Eles são sertanejos? Você ouve música. E notícias?

P7: Não muito, em rádio não. Só em TV.

Pesquisadora: E lá na sua família, alguém ouve rádio?

P7: Não, acho que só meu vô mesmo.

Pesquisadora: Mas na sua casa?

P7: Não, na casa dele.

Pesquisadora: Na sua casa você não tem o costume de ligar o rádio?

P7: Não.

Pesquisadora: Mais alguém ouve rádio? Leonardo, né? O que você ouve lá?

P10: Música.

Pesquisadora: É? Quem é o artista que você ouve?

P3: Essa você não perguntou pra mim.

Pesquisadora: Você falou que não gosta de ouvir música.

P3: Música é só no computador.

Pesquisadora: Ah, então! Tem que ouvir música no rádio.

P3: Não no rádio.

Pesquisadora: Leonardo, quem você gosta de ouvir no rádio?

P10: Gustavo Lima e Hip Hop.

Pesquisadora: E notícia?

P10: Não, não gosto.

Pesquisadora: Você acha muito difícil?

P10: Não gosto.

Pesquisadora: E na sua casa? Alguém ouve rádio?

P10: Só minha mãe.

Pesquisadora: E ela ouve em casa ou no carro?

P10: Em casa.

Pesquisadora: Mas tem alguém aqui que não ouve rádio, mas o pai e a mãe ouvem rádio? Ou alguém da família?

P8: Minha mãe ouve rádio.

Pesquisadora: Vamos um de cada vez. A Brenda, ela ouve notícias ou só música?

P4: Ela ouve notícias e música.

Pesquisadora: Vamos falar com a Letícia. Sua mãe ouve rádio?

P8: Mas só música.

Pesquisadora: Programa assim de rádio você não ouve?

P8: Não. Quando ela tá limpando a casa ela ouve rádio.

Pesquisadora: Vamos falar assim num mundo perfeito. Já pensaram num mundo perfeito?

P1: Não tem briga, os filhos obedecem aos pais.

P5: Não tem poluição.

P9: Não ter briga e todo mundo ser amigo.

Pesquisadora: Legal, mas quem faz um mundo legal são vocês, né? São a nova geração, daí a pouco estão aí, né?

P10: Que tudo fosse de graça.

Pesquisadora: Então, Se a gente fosse criar um programa de rádio perfeito. Pra vocês ouvirem no rádio. Pra vocês acordarem de manhã que nem o P3, ligar o rádio.

P1: Ah, não! Aí não, tia!

Pesquisadora: Por que não?

P1: Sábado e domingo não.

Pesquisadora: Ah, então tá bom! Pra vocês acordarem depois do meio dia, pode ser?

P1: A gente vai almoçar.

Pesquisadora: A noite? tarde? Então vamos fazer assim, um mundo perfeito que não tem nada disso. Então vamos lá! Nós vamos criar um programa de rádio.

P1: Não tem no rádio que passa música? Também tem que passa notícia. Fala a oração.

Pesquisadora: O que seria legal pra você ouvir?

P1: Música infantil e evangélica.

Pesquisadora: E assim... E notícia? Você acha que seria legal ter um programa que explicasse as notícias para as crianças?

P1: É, mas também tem que ter um programa que passa música infantil e jornal porque tem mais música sertaneja, né?

Pesquisadora: Vamos esquecer a música, vamos falar do jornal. Você acha que seria legal ter um programa que explicasse pra você o que tá acontecendo no mundo?

P1: Sim.

Pesquisadora: E você acha que, por exemplo, seria legal ter criança no programa? Você ir lá e perguntar alguma coisa que você tem dúvida e a pessoa explicar?

P1: Sim!

Cynthia: Você ligar no rádio, fazer uma pergunta e eles te atenderem?

P: Tipo aquele negócio que pede a música.

Cynthia: Ele falou de usar o whatsapp. De você mandar mensagem e pedir.

Pesquisadora: Então vamos continuar. Vamos perguntar pro resto da galera. Quem aí acha que seria legal ter um programa que explicasse pra vocês o que está acontecendo no mundo. Por exemplo, vamos dar outro país aí. Onde fica os Estados Unidos? Onde fica?

P: Na América do Norte.

Pesquisadora: Na América do Norte? Vocês acham eu seria legal um programa que explicasse pra vocês o que tem lá?

P: É! De vários países.

Pesquisadora: De vários países, ou, por exemplo, o que tá acontecendo aqui em Bauru?

P9: Ou as crianças aprenderem todas as línguas.

Pesquisadora: Todas as línguas? Essa é legal, hein? Porque é assim! Eu tô fazendo essas entrevistas porque eu percebi que não tem programa de rádio pra criança. Você tem programa de TV pra criança, tem revista pra criança.

Alguém já viu revista pra criança? A revista Recreio. E no jornal, tem o JC Criança. Vocês já viram?

P9: Eu nunca quero ser grande.

Pesquisadora: Você nunca quer ser grande?

P1: A gente pode ir ao parquinho, fazer bagunça, quando a gente ficar grande não.

P9: Quando a gente for adulto, a gente tem que pagar conta.

Pesquisadora: E vocês acham que seria legal e a gente ligar o rádio e ter um programa assim pra criança? Vamos voltar pro mundo perfeito. No meu mundo perfeito só tem rádio. Não tem televisão.

P3: No meu tem televisão.

Pesquisadora: Mas a gente tá no meu, olha essa é minha roda. Nesse mundo aqui só tem rádio.

P10: No meu mundo só tem AngryBirds.

Pesquisadora: Quem gosta de história aqui? Tipo a da Chapeuzinho Vermelho?

(Todo mundo começa a falar ao mesmo tempo)

Pesquisadora: Vamos fazer um trato, quando eu fizer assim: ninguém fala. Olha, como vocês são educados! Que legal! Gostei de vocês! Então vamos ficar assim, a Cynthia vai explicar agora.

Cynthia: Quando alguém está contando uma historinha pra vocês, vocês ficam imaginando? Por exemplo, você escutou a historinha da Chapeuzinho Vermelho, vocês imaginam como ela deve ser? Agora imagina vocês lá na casa de vocês, ligam o rádio e está contando uma historinha e vocês começam e imaginar. Não seria legal ter uma coisa assim no rádio? Todo mundo gostaria? Olha a P7 até fechou o olho pra imaginar já.

(Todos dizem que sim)

Pesquisadora: E, por exemplo, um programa de jogos?

P5: Eu acharia bom um programa que fizesse pergunta pra uma pessoa.

Pesquisadora: Tipo um programa de entrevista?

P5: É!

Pesquisadora: Aí você entrevistaria quem? Por exemplo, se você tivesse um programa de rádio. P5 Show! Quem você entrevistaria?

P5: Atores.

Pesquisadora: Atores? Quem mais? Você gostaria de entrevistar, por exemplo, o nosso prefeito? Perguntar do buraco da rua?

P5: Eu acharia!

Pesquisadora: Vamos perguntar aqui pra P6, o que você acha que seria legal? Ter entrevista, por exemplo? Você acha que seria legal ter uma criança lá? Você falando no rádio, acha que seria legal? Sim? O que você iria falar pra todo mundo?

P6: Eu não sei.

Pesquisadora: Você não sabe? Nada que você gostaria de falar? Nada que você aprendeu na escola? Não? Mas você gostaria de saber alguma coisa? Por exemplo, de um artista que você gosta?

Cynthia: E se fosse assim um programa de curiosidades? Que vocês pudessem descobrir algo que não sabia?

Pesquisadora: Vamos falar assim, por exemplo, a revista Recreio. Se vocês pusessem, por exemplo, a revista Recreio no rádio? Todo mundo sabe ler e escrever aqui? Todo mundo? Tá aprendendo, né? Se a gente tivesse, por exemplo, a revista Recreio que contasse um monte de coisa pras pessoas no rádio. Um monte de criança que não sabe ler e escrever, ela poderia ouvir. Vocês, por exemplo, a hora que vocês estão fazendo a tarefa da escola, a hora que vocês estão prestando atenção na tarefa da escola, vocês poderiam ouvir o rádio e aprender mais um monte de coisa, além da tarefa.

P3: Ah, não!

P1: Meu pai não deixa!

P9: Se no rádio, eu pudesse falar uma coisa.

Pesquisadora: O que você falaria?

P9: Eu falaria uma tabuada para todo mundo saber.

P10: Eu queria que...

Pesquisadora: Você que seria legal um programa de animais, falando que é legal ter cachorro?

P10: Eu queria que os dinossauros existissem ainda e que sejam bonzinhos.

Pesquisadora: A gente pode criar, por exemplo, uma coisa que chama no rádio é radiodrama. Radiodrama é assim, você cria histórias que não existem e

you conta no rádio. Por exemplo, a história de dinossauro. Aí, o P10 vai contar que dinossauros não existem, mas ele ia criar uma história no rádio. Não seria muito legal?

P3: Eu queria ter um elefante em casa.

Pesquisadora: Você queria ter um elefante em casa? A gente precisa falar do rádio, vocês não estão falando do rádio. O que a gente colocaria no rádio? A gente poderia colocar o barulho do... Hã?

P3: Eu sei imitar passarinho.

P1: Sabe por quê? Então imita.

Pesquisadora: Então vamos contar outra história. Por exemplo, o P3 queria um elefante. No rádio a gente pode colocar os sons. Dos elefantes, dos dinossauros.

P1: Minha irmã tem um negócio de telefone que chama "bicharada", minha irmãzinha clica lá, ela tem dois anos, ela clica lá, ela sabe todos os animais.

Pesquisadora: Então vamos falar aqui, o que você acha que seria legal no rádio.

P4: Então, poderia imitar som de animais, aí teria um número pra se ligar e quem acertasse, ganharia um prêmio.

Pesquisadora: Um jogo, legal! Muito bom! Muito boa sua ideia, viu? E poderia ser um jogo, por exemplo, de curiosidades? De conhecimento? Você perguntar alguma coisa, a pessoa no rádio perguntar uma coisa e você responder? Legal?

P4: Sim!

Pesquisadora: E um programa que contasse histórias? Você acha que seria legal?

P4: Aí parasse no meio da história, aí ligasse e teria que terminar a história que você queria.

Pesquisadora: É! Participando! Isso seria muito legal. Como é seu nome mesmo? A P4 deu uma ideia da gente ter um programa no rádio que você ligasse e pudesse participar, por exemplo, a pessoa começava a contar uma história, você ligava e terminava a história. Ou a pessoa no rádio fazia algumas perguntas e você ligava e respondia. Ou com sons.

P: Mas tem isso naquele lá que forma uma palavra, mas está misturada.

Pesquisadora: Então, mas isso não tem pra criança. Não tem pra vocês ligarem e uma coisa relacionada a criança. Tem? No rádio, P3. Mas sabe qual é o legal do rádio? No rádio, é como a P7 fez, no rádio você pode fechar o olho e pode imaginar o que está acontecendo. Na TV você não pode fazer isso. Sabe por quê?

P1: Porque já tem a tela aparecendo.

Pesquisadora: Porque já tem a tela aparecendo. Entendeu? No rádio você pode imaginar.

P1: Por exemplo, a gente está lá escutando. Tá bom, a gente tá imaginando. Aí, na TV, às vezes tem jogos pra gente brincar. Aí no rádio é que nem a P4 falou: dá pra ligar e jogar. Desse “caça palavra” que o P10 falou, também dava pra ligar lá, aí se a gente terminasse o final da história, eles davam qualquer coisa pra gente que é tipo “Bom Dia e CIA”.

Pesquisadora: Tipo “Bom Dia e CIA”, mas seria no rádio. Seria diferente! Seria uma coisa além da TV. A P9 vai dar uma ideia de programa de rádio.

P9: Ensinar as crianças. Quem ainda não foi à escola.

Pesquisadora: E pra você? O que você acha que seria legal ensinar? Ensinar, por exemplo, vamos dar um exemplo...

P9: Inglês!

Pesquisadora: Inglês é legal! Podia criar um programa que ensinasse inglês.

P9: Português e matemática.

Pesquisadora: Matemática no rádio? Mas a gente pode ensinar, por exemplo, coisas diferentes. Que não ensina na escola. Entendeu? O que pode ser? Alguma coisa que você não sabe e que você pode aprender no rádio. Entendeu? Sobre outros países. Por exemplo, você gosta de inglês, a gente podia falar no rádio sobre a Inglaterra, que o lugar onde fala inglês. Você gostaria de participar desse programa?

P9: Gostaria!

Pesquisadora: Então vamos lá! Vamos ver quem mais tá aqui quietinho. P10, o que você gostaria de ter num programa de rádio? Pensando que não tem imagem, que não tem cheiro, não tem nada, só tem som.

P2: Ensinassem as línguas.

Pesquisadora: E você acha que podia ensinar, por exemplo: vocês estão vendo esse negócio de pagar imposto? Que o pai e a mãe estão tendo que pagar imposto? Vocês sabem o que é?

P3: Eu não!

Pesquisadora: Vou falar pra vocês, eu também não sei!

P3: E nem quero saber.

Pesquisadora: Mas você vai precisar saber, você vai ser um adulto um dia e você vai precisar saber. Sabe por quê? Por exemplo, se a gente tivesse um programa de rádio sobre imposto, vocês iam aprender que esse dinheiro ele pode fechar o buraco que tem na rua, ele pode arrumar escola. Que escola pública é dinheiro de imposto do governo.

P1: Oh, tia! Também tem aquelas escolas, por exemplo, escolas particulares, que não tem lanche lá, não tem merenda, né? Tem que levar lanche. Tem que pagar. E como essas escolas têm e lá não tem? O certo era não ter, né?

Pesquisadora: O certo era ter, né? É legal ter escola! É legal aprender a ler e escrever.

P3: Com o dinheiro que eles estão construindo o estádio da Copa, se eles colocassem médico nos hospitais, tava bom demais.

Pesquisadora: E você sabe quem que pode fazer isso?

P3: A Dilma!

Pesquisadora: Quem mais quer falar? A P8. O que vocês gostaria de aprender? Você acha que seria legal ter um programa da Monster High?

P8: Mais ou menos!

Pesquisadora: O que seria legal?

Cynthia: O que você gosta de aprender? O que você gosta de fazer?

P8: Eu gosto de escrever.

Pesquisadora: Mas você sabe que se você escrever histórias, por exemplo, no rádio você pode contar a história que você escreveu? Você acha que seria legal você escrever uma história e alguma pessoa contasse a sua história no rádio? Seria legal? É? Você ia gostar, né? Aí você podia, por exemplo, a pessoa está contando uma história com a voz e ela fazer um som. Entendeu? Você imaginou? Você criar umas histórias com sons? Você gostou dessa ideia, né?

P4: Que nem ela deu a ideia de escrever, então, pra algumas pessoas que não gostam de falar, também poderiam escrever a carta e mandar pra emissora. Aí fala o nome da pessoa que tá mandando, que não pode ligar e falam o que escreveu na carta.

Pesquisadora: É legal! Sabe o que é legal no rádio também? Você não precisa saber ler e escrever. É legal saber ler e escrever, ler uma revista, mas você pode, por exemplo, quem tem o irmãozinho de dois anos? Você? Eles não sabem ler e escrever. Se a gente criar um programa pra eles no rádio, eles podem ouvir o rádio e saber coisas do mundo que uma pessoa no jornal lê. Seria uma forma de conhecer mais, além da escola. Acho que tá bom, né? Vocês gostaram?

2. ESCOLA GBI

Pesquisadora: Como você chama? Quantos anos você tem? E quem mora com você?

P11: 8 anos, pai, mãe, irmão (mais velho).

P12: 7 anos, pai, mãe, irmã (mais nova).

P13: 7 anos, pai, mãe.

P14: 8 anos, pai, mãe.

P15: 9 anos, mãe.

P16: 9 anos, mãe, irmã (mais velha).

P17: 9 anos, pai, mãe, irmão (mais novo)

P18: 9 anos, mãe, pai.

Pesquisadora: P11, o que você ouve no rádio?

P11: Às vezes, piada, música.

Pesquisadora: Piada? É? Que horas vocês ouve rádio?

P11: Ah, 6 horas.

Pesquisadora: Antes de vir pra escola?

P11: Não, depois.

Pesquisadora: Ah, depois? À noite? Então, tá! Sua mãe ouve rádio, seu pai?

P11: Sim.

Pesquisadora: Eles ouvem rádio em casa, no carro?

P11: No carro.

Pesquisadora: Só no carro?

P11: É!

Pesquisadora: E o que eles ouvem? Música?

P11: Eles ouvem música, piada também.

Pesquisadora: Notícia?

P11: É, notícia.

Pesquisadora: E você gosta de ouvir notícia no rádio? Ficar sabendo das coisas? Gosta também? É? Então tá bom.

Pesquisadora: Você ouve rádio? Não ouve rádio? Por quê?

P12: Não sei!

Pesquisadora: E seus pais? Sua família?

P12: Eles ouvem no carro.

Pesquisadora: Eles ouvem no carro? Eles ouvem música?

P12: Uhum (positivo)!

Pesquisadora: Só música? Notícia não?

P12: Notícia também.

Pesquisadora: P13 ouve rádio? O que você ouve?

P13: Músicas e o jogo.

Pesquisadora: Você gosta de ouvir jogo?

P13: Aham (positivo)!

Pesquisadora: Qual foi o último jogo que você ouviu?

P13: O do São Paulo.

Pesquisadora: E o São Paulo ganhou?

P13: Aham.

Pesquisadora: Ganhou? Legal, hein? E lá na sua casa? Quem ouve rádio além de você?

P13: Todo mundo.

Pesquisadora: Todo mundo? E o que eles ouvem lá?

P13: A mesma coisa que eu.

Pesquisadora: Notícia, alguém ouve?

P13: Aham (positivo)

Pesquisadora: Quem ouve notícia na sua casa?

P13: Todo mundo.

Pesquisadora: E eles ouvem enquanto vocês estão em casa, ou no carro?

P13: No carro.

Pesquisadora: Em casa alguém liga o rádio pra ouvir?

P13: Uhum (negativo)

Pesquisadora: Só no carro?

P13: Só um dia que a gente foi ouvir o jogo do São Paulo no rádio porque não tinha na TV.

Pesquisadora: E o P14? O P14 ouve rádio. E o que você ouve?

P14: Piada e notícia.

Pesquisadora: E música? Você gosta de ouvir música? É? E lá na sua casa tem mais alguém que ouve, ou só você?

P14: Minha mãe.

Pesquisadora: É? E ela ouve em casa ou no carro?

P14: No carro também.

Pesquisadora: E em casa, ninguém liga o rádio pra ouvir?

P14: Não tem... na verdade tem rádio, mas ninguém ouve.

Pesquisadora: Só no carro? Aí quando você vem pra escola você ouve?

Quando você volta?

P14: É, tava ouvindo.

Pesquisadora: P15, ouve rádio?

P15: Ouço.

Pesquisadora: E o que você gosta de ouvir?

P15: Notícias, piada também e jogo.

Pesquisadora: E lá na sua casa? Mais alguém ouve?

P15: Minha mãe e meu pai.

Pesquisadora: O que eles gostam de ouvir?

P15: Notícia. Minha mãe gosta mais de música.

Pesquisadora: E eles ouvem na sua casa?

P15: Não, no carro.

Pesquisadora: Só no carro?

P15: Meu, às vezes, quando tá limpando a casa ele escuta no rádio lá de casa.

Pesquisadora: P16, você ouve rádio?

P16: Só no carro pra escutar música.

Pesquisadora: Notícia, essas coisas assim não ouve?

P16: Só de vez em quando na TV, mas no rádio não.

Pesquisadora: Mas sua família, alguém ouve?

P16: Minha avó e meu avô.

Pesquisadora: Eles gostam de ouvir notícia e música, ou só música?

P16: Só notícia mesmo.

Pesquisadora: P17, você ouve rádio? Sim? E o que você ouve no rádio?

P17: Eu escuto música, notícia.

Pesquisadora: Que mais? Só isso?

P17: É, por enquanto.

Pesquisadora: E lá na sua casa, alguém mais ouve?

P17: Minha mãe e meu pai.

Pesquisadora: E eles gostam de ouvir notícia?

P17: Notícia.

Pesquisadora: E música também?

P17: Uhum (positivo)

Pesquisadora: P18, você ouve rádio?

P18: Uhum (negativo)

Pesquisadora: Não? Nem pra ouvir música?

P18: Só, às vezes, música.

Pesquisadora: Você gosta de ouvir música, mas você ouve aonde? No computador?

P18: Mais no celular.

Pesquisadora: E lá na sua casa, alguém ouve rádio? Gosta de ouvir notícia?

P18: Não! Notícias minha mãe gosta, mas na TV.

Pesquisadora: Nem no carro, vindo pra escola?

P18: No carro, às vezes, meu pai liga.

Pesquisadora: E ele gosta de ouvir música ou só notícia?

P18: Música.

Pesquisadora: Muito bem! Galera gosta de rádio! É, deixa eu perguntar assim: Programas infantis, na TV, alguém gosta de assistir? (todos levantam a mão) Todo mundo gosta, né? (cada um diz um desenho diferente) Todo mundo gosta

de desenho, então? O P15 gosta de novela. Vamos pra outra pergunta: revista? Quem sabe ler aqui? (todos levantam a mão). Todo mundo sabe ler? Nossa que legal! Quem gosta de ler revista? O P5, o que você gosta de ler?

P15: Revista em quadrinho.

Pesquisadora: E o P14?

P14: Também revista em quadrinho.

Pesquisadora: E a P11?

P11: Quadrinho.

Pesquisadora: Ninguém gosta de, por exemplo, Revista Recreio? Sabe aquela revista de criança? P17, o que você gosta de ler?

P17: Leio de tudo, faz tempo que eu não leio, mas eu leio bastante.

Pesquisadora: Qual foi a última revista que você leu?

P17: Não lembro.

Pesquisadora: Jornal, quem lê jornal? O P15, o que você lê no jornal?

P15: Notícia.

Pesquisadora: Notícia? Você gosta de ler a matéria inteira?

P15: Às vezes, eu olho a folha e leio um pedaço da notícia.

Pesquisadora: Que legal! A P17?

P17: Eu leio esporte.

Pesquisadora: E a P11?

P11: Acidente de carro.

Pesquisadora: Você gosta de acidente de carro?

P11: É que meu pai é bombeiro. Aproveito pra ler.

Pesquisadora: E a P12? O que você gosta de ler?

P12: Esporte.

Cynthia: Qual esporte você mais gosta?

P12: Vôlei.

Pesquisadora: Mas ela está pronta pra Copa, olha a unha dela. Vamos a próxima pergunta. Vamos pensar assim que, vamos fazer uma brincadeira. Vamos pensar que todo mundo é jornalista. E se a gente fosse criar um programa de rádio. Só de rádio. O que teria no programa? Levanta a mão quem quer falar o que teria no programa.

P11: Muitas notícias e falando ao vivo, não passado.

Pesquisadora: Não gravado? Tá! E seria um programa só para crianças, tá? Só criança iria ouvir o programa. Vamos lá! Levanta a mão. P11, o que teria no nosso programa?

P11: De criança?

Pesquisadora: De criança. No rádio.

P11: No rádio?

Pesquisadora: Tem que lembrar que tem som, tem música. Mas não tem imagem.

P11: Música de criança.

Pesquisadora: Música de criança? Tá! E notícia? Você acha que seria legal, por exemplo, a gente ter umas notícias pra criança? Explicando, por exemplo, um acidente? Aquele que seu pai foi lá? Mas explicando pra você o que aconteceu? Você acha que seria legal?

P11: Sim.

Pesquisadora: E a P12? O que você acha que tinha que ter? Piada? Você acha que tinha que ter piada pra criança no rádio? É? Que mais? Que ia ser muito legal pra você ouvir?

P12: Brincadeira.

Pesquisadora: Brincadeira? Você acha que assim, por exemplo, se você ligasse no rádio pra fazer uma brincadeira, você acha que é legal? É? Que brincadeira você acha que seria legal?

P12: Pega-pega.

Pesquisadora: Mas no rádio não dá pra brincar de pega-pega.

P12: Dá sim!

Pesquisadora: Como dá pra brincar de pega-pega? Vamos criar um jogo. Como seria legal brincar de pega-pega no rádio?

P12: fica pensativa

Pesquisadora: Sabe o que seria legal pro rádio, por exemplo, a gente fazia umas perguntas, você liga, responde e ganha um prêmio. Não seria legal? Ou por exemplo, a gente conta uma história no rádio e a pessoa liga e dá o final da história. Vamos fazer assim, você vai pensar em outra brincadeira e a gente conversa depois. Brincadeira no rádio, só com som. No rádio você pode fazer qualquer som, sem imagem. Você pode fazer som de bicho, você pode de

explosão, tudo isso você pode fazer no rádio. Pensa numa brincadeira e eu vou voltar aqui. P13, o que seria legal no nosso programa de rádio? Não sabe? Então vamos fazer assim: o P13 vai pensar em um nome. Quer trocar? Então você (P12) pensa no nome e o P13 pensa na brincadeira. Só som!

P14: Se tivesse piada.

Pesquisadora: E que mais seria legal? Você acha que seria legal, por exemplo, como eu falei pra P11 de ter notícias? Mas notícias para criança?

P14: Seria legal também se tivesse notícia de jogo de futebol.

Pesquisadora: E jogo de video-game, seria legal ter a notícia?

P14: Que tá lançando Tony Hawk no PlayStation.

Pesquisadora: Seria legal, por exemplo, contar que vai ter uma peça de teatro pra criança no teatro Municipal? É? Legal, né?

Cynthia: Sobre o Sesc, quem vai no Sesc?

Algumas crianças se manifestam positivamente.

Pesquisadora: Vou continuar aqui com o P15. O que teria no nosso programa de rádio?

P15: Teria música, piada, jogo e só isso.

Pesquisadora: Só isso? Mas é um programa tão grande. Precisa ter mais coisas. Vamos pensar em mais coisa?

Cynthia: Ninguém aqui gosta de escutar historinha?

Pesquisadora: História seria legal, né P16? O que você acha legal? Você não acha legal nada?

P16: Não sei o que eu gostaria.

Pesquisadora: Tá bom, a hora que você pensar em alguma coisa, levanta a mão. P17: O que teria no rádio?

P17: Teria música para crianças, notícias infantis, algumas brincadeiras por som, poderia também ter historinhas.

Pesquisadora: P17 vai ser nossa editora. Você vai mandar em todo mundo aqui. Teve uma ideia muito boa. P18: O que seria legal?

P18: Bastantes músicas.

Pesquisadora: Eu tenho uma ideia: por exemplo, tem uma música em inglês, e se a gente tivesse alguma coisa que explicasse o que a música fala em inglês?

Seria legal? A P16 gostou da minha ideia. E se tivesse um programa que ensinasse outras línguas?

Algumas crianças se manifestam positivamente.

Pesquisadora: Que língua você gostaria de aprender P14?

P14: Japonês.

Pesquisadora: Nossa! Aí é difícil, hein?

P11: A gente aprende aqui na escola, eu não ia gostar não.

Pesquisadora: Mas aí você ia aprender com música, com som.

P11: Aí sim! Aí aprende rapidinho!

Pesquisadora: Se, por exemplo, lá no rádio a gente contasse uma história?

Vai, o P14 vai contar uma história. Não?

Cynthia: Imagina você contando a história do Patinho Feio, por exemplo? Aí você vai escutando o sonzinho do patinho. Da Chapeuzinho Vermelho. Você só imaginando como que ia ser a Chapeuzinho Vermelho.

Pesquisadora: Sabe por quê? Aí você ia pensar na Chapeuzinho Vermelho, na toquinha que ela tem, como seria a toquinha?

P11: Vermelha, né?

Pesquisadora: Mas como ela seria? Capuz?

P11: Capuz.

Cynthia: Ela teria cabelo cacheado ou liso, seria branquinha de olho verde ou moreninha de olhos castanhos.

P11: Olho verde.

Pesquisadora: E o cabelo?

P11: Cacheado.

Cynthia: Loiro ou preto?

P11: Preto.

Pesquisadora: Ah, que nem ela, olha! Não seria muito legal fazer uma história assim?

(Entra a coordenadora da escola)

Pesquisadora: Já estamos terminando. Ah! Acabaram as perguntas. Vamos ver se a P12 pensou num nome. Não sabe?

P14: Eu sei.

Pesquisadora: Fala, P14, um nome.

P14: Rádio Municipal para Crianças Kids.

Pesquisadora: E a nossa brincadeira, P13? No rádio.

P13: Futebol.

Pesquisadora: Futebol? Você acha que seria legal ligar no rádio e comentar sobre o jogo, por exemplo?

P14: Eu ia.

Pesquisadora: O P14 ia gostar olha!

Pesquisadora: Então tá bom! Acho que a gente já conseguiu bastante coisa aqui.

APÊNDICE B – ROTEIRO DO PROGRAMA

1

Locutor 1: Juliana
Locutor 2: Henrique
Editor: Tamira Ferreira
Assunto: Água
Programa: Abelhudo

Abertura: Está começando agora mais um Abelhudo!

Locutor 1: Olá! Está começando o programa ABELHUDO. Eu sou a JU ZANARDI e quem está comigo é o HENRIQUE SANTOS. Fala “oi” pro pessoal, HENRIQUE!

Locutor 2: Oi, galera! Eu sou o HENRIQUE e no programa de hoje iremos falar sobre...

(pausa) Sobre o que a gente vai falar hoje, JU?

(SOM: Bebendo água)

Locutor 1: Ai, HENRIQUE! Desculpa! Eu estava bebendo água. Qual é a sua pergunta?

Locutor 2: Sobre o que a gente vai falar no programa de hoje?

Locutor 1: Mas essa água tá muito boa, fresquinha.

Locutor 2: (bravo) JU, para de beber água e se concentra no programa!

Locutor 1: Nossa, HENRIQUE! Relaxa! Quer água?

(SOM: Música – Água Mineral – Timbalada)

Locutor 2: Eu não quero água, quero começar o programa.

Locutor 1: O programa! Foi mal, galerinha! É que eu estava aqui bebendo a minha AGUINHA. Sabe? Minha mãe disse que é muito importante beber água. HENRIQUE!
Já sei! A gente podia falar sobre a água no programa de hoje.

Locutor 1: Juliana
Locutor 2: Henrique
Editor: Tamira Ferreira
Assunto: Água
Programa: Abelhudo

2

87

Locutor 2: Ótima ideia, JU! Mas o que a gente vai falar sobre a água? Não tem muita coisa pra falar. A gente bebe água, toma banho e só.

Locutor 1: Só?! Lógico que não! Tem muita coisa pra falar sobre a água. Primeiro: HENRIQUE, o que é água?

Locutor 2: É! Hum... (pensativo) É aquilo que a gente bebe. Ah! Não sei!

Locutor 1: HENRIQUE, será que o pessoal de casa sabe o que é água?

Locutor 2: Vamos perguntar! Solta a nossa enquete, produção!

(SOM: Enquete abelhudo)

(Pergunta: O que é água?)

Sonora 1: Meu nome é Eduardo, eu tenho oito anos. Água é um negócio que a gente bebe! Não tem cor, não tem cheiro, não tem gosto.

Sonora 2: João, 9 anos. A água é a vida porque sem água a gente não consegue viver. O ser humano não consegue sobreviver mais de 5 dias sem água.

Locutor 1: Henrique, eu conheço um professor de química, ele chama Alexandre Campos. Vamos perguntar pra ele o que é água e ver se o pessoal de casa tava certo.

(Entrevista – Professor de Química)

Entrevistado 1: Olá, tudo bem? Hoje vamos falar sobre a água! O que é água? A água é um elemento composto por dois átomos de hidrogênio e um de oxigênio. Uma das substâncias mais abundantes em nosso planeta Terra. Em relação a água, de como surgir essa água, de que maneira essa água chegou ao nosso planeta, há diversas teorias.

Locutor 1: Juliana
Locutor 2: Henrique
Editor: Tamira Ferreira
Assunto: Água
Programa: Abelhudo

Entrevistado 1: Primeiro do surgimento dela junto com o Planeta Terra. Há bilhões de anos atrás, o interior da Terra tinha água e esse vapor de água foi expelido pelos vulcões, lançado à atmosfera que deu a característica à cada ponto de água hoje no nosso planeta. É uma das teorias! Outra teoria, que os asteroides e os cometas, que possui essa substância neles, há milhões de anos atrás, bombardearam nosso planeta deixando aqui rastros dessa substância por todos os lados e com o passar do tempo, dando característica aos locais que encontramos água hoje - como os rios, mares, lençóis freáticos – enfim, toda água da Terra.

Locutor 2: JU, eu aprendi na escola que a água pode ser líquida, que é aquela que a gente bebe. A água pode ser sólida, como o gelo; e a água pode ser gasosa, que é aquela fumacinha que sai da chaleira quando a minha mãe ferve água para fazer café.

Locutor 1: Isso mesmo, HENRIQUE! A água se transforma em gelo quando a temperatura está muuuuuito baixa, bem frio mesmo, sabe? Assim, zero grau. E pra ela virar vapor, precisa estar beeeeeeeem quente, mais de cem graus.

Locutor 2: Nossa, JU! A água parece um super-herói que fica mudando de forma para salvar o mundo. A SUPER-ÁGUA!

(SOM: Super Homem)

Locutor 1: Juliana
Locutor 2: Henrique
Editor: Tamira Ferreira
Assunto: Água
Programa: Abelhudo

4

Locutor 1: Olha, Henrique! A SUPER-ÁGUA é mesmo uma heroína. Ela é super importante para o mundo. Sem água, a gente nem existiria.

Locutor 2: Uau! Um viva para a SUPER ÁGUA, tema do programa Abelhudo de hoje!

(SOM: Palmas)

Loc 2: Mas por quê ela é tão importante, JU?

Locutor 1: Excelente pergunta, meu amigo Henrique! E a resposta virá no nosso MOMENTO ABELHUDO.

(SOM: Momento abelhudo)

Locutor 1: HENRIQUE, para você ter um noção de como a água é importante, a maior parte do seu corpo é composto por água, mais ou menos oitenta por cento são feitos de água.

Locutor 2: O quê?! A maior parte de mim é água?

Locutor 1: Sim! Mas não vá achando que você pode mudar de forma também como a SUPER ÁGUA.

Locutor 2: (desapontado) Ah!

Locutor 1: A água é importante para o nosso corpo porque ela é responsável em transportar alimentos, oxigênio e sais minerais. Além disso, ela faz está no nosso suor, lágrima, no sangue, no xixi e na pele. Ah! E nos nossos ossos.

Locutor 1: Juliana
Locutor 2: Henrique
Editor: Tamira Ferreira
Assunto: Água
Programa: Abelhudo

5

90

Locutor 2: Oh louco, meu!

Locutor 1: Pois é, FAUSTÃO! Quer dizer, HENRIQUE! A água também está nos nossos sistemas: o respiratório, o digestivo e o nervoso. Ou seja, tudo que faz o seu corpo funcionar precisa da água.

Locutor 2: Da água não! Da SUPER ÁGUA!

Locutor 1: Nossa, HENRIQUE! Me deu até uma sede agora. A gente devia ir beber água enquanto o pessoal de casa ouve uma música. O que você acha?

Locutor 2: Eu acho ótimo, JU! O pessoal de casa podia beber água também enquanto ouve a música.

Locutor 1: Mas o que a gente vai ouvir, HENRIQUE? Já sei! O PALAVRA CANTADA tem uma música super legal, chama A ÁGUA DO MEU FILTRO.

(SOM: Música – Água do Meu Filtro – Palavra Cantada)

Locutor 2: Ah, JU! Como é bom beber água! E essa música, hein? Deu até vontade de dançar.

Locutor 1: Eu estava morrendo de sede, HENRIQUE! Foi ótimo tomar uma água durante o intervalo musical do nosso programa, o Abelhudo.

Locutor 2: O Abelhudo, para quem não conhece, é um programa de rádio para crianças, gente como a gente, curiosa, inteligente e feliz! Mas, JU, água serve pra outras coisas, né?

Locutor 1: Juliana
Locutor 2: Henrique
Editor: Tamira Ferreira
Assunto: Água
Programa: Abelhudo

6

91

Locutor 1: Como o quê, HENRIQUE?

(SOM: Enquete abelhudo)

(PERGUNTA: O que dá pra fazer com a água, além de beber?)

Sonora 3: Meu nome é Geo Júnior, eu tenho 8 anos. Banho, escovar os dentes, lavar o carro, lavar a calçada.

Sonora 4: Meu nome é Amanda e eu tenho 6 anos. Escovar os dentes, lavar o chão e comida.

Locutor 1: Então, HENRIQUE, a gente pode tomar banho, lavar os alimentos, limpar a casa, entre muitas outras coisas. Porém, é preciso ter cuidado.

(SOM: Sirene de polícia)

Locutor 2: Cuidado com o quê, JU?

Locutor 1: Cuidado pra água não acabar, HENRIQUE. É assim! A maior parte da superfície do nosso planeta é coberta por água, mais ou menos setenta por cento da Terra. Porém, só um pouco dessa água é doce, mais ou menos três por cento.

Locutor 2: Água doce não significa que tem açúcar, né, JU?

Locutor 1: Isto mesmo, HENRIQUE! Água doce é a potável, aquela que a gente pode beber. O resto é água salgada, aquela do mar.

Locutor 2: Ah, sei! Aquela da praia, né?

Locutor 1: Isso mesmo! Essa água você não pode beber, só a doce.

Locutor 2: Mas, JU, três por cento de água do muuuuundo todo é bastante, não é?

Locutor 1: Juliana
Locutor 2: Henrique
Editor: Tamira Ferreira
Assunto: Água
Programa: Abelhudo

7

92

Locutor 1: Sim, mas a maior parte dessa água está em forma de gelo nas geleiras polares e em forma de neve, nas montanhas. A água disponível para a gente usar é pouca.

Locutor 2: E o que a gente pode fazer para não acabar a água?

Locutor 1: Acho que o pessoal de casa sabe essa. Vamos ouvir?

(SOM: Enquete abelhudo)

(PERGUNTA: O que fazer para economizar água?)

Sonora 6: Meu nome é Carol, tenho 10 anos. Reaproveitar? Tipo, pegar a água que você tá usando quando vai lavar roupa, não sobra água suja? Dá pra lavar quintal.

Sonora 7: Maria Fernanda, 10 anos. Ah, guardar a água da chuva, economizar mais água da piscina, dá pra pegar a água da piscina pra lavar a casa, pra lavar o carro, né?

Locutor 2: JU, além do que o pessoal de casa disse, eu estava olhando na internet e achei algumas dicas para economizar água.

Locutor 1: Conta aí, HENRIQUE!

Locutor 2: A gente pode fechar a torneira enquanto escova os dentes, não deixar a torneira pingando, fechar o chuveiro enquanto estiver se ensaboando. Ah! E reaproveitar o papel. Sabe, JU? É preciso usar muita água para fazer o papel. Mas só vale o papel que não está sujo com alimentos ou gordura.

Locutor 1: Juliana

Locutor 2: Henrique

Editor: Tamira Ferreira

Assunto: Água

Programa: Abelhudo

8

93

Locutor 1: HENRIQUE, lá em casa, meu pai só lava o quintal e o carro com a água que a máquina de lavar está jogando fora. Ele coloca essa água no balde pra depois lavar o carro e o chão. Meu pai me falou que assim ele reaproveita a água, evitando o desperdício.

Locutor 2: O que mais a gente pode fazer, JU?

Locutor 1: Para quem tem piscina, é melhor limpar a água que já está nela e não ficar trocando o tempo todo. Se perceber algum vazamento de água na rua, a gente pode avisar um adulto para ele entrar em contato com a empresa de água responsável ou a prefeitura. E, mais importante, não poluir a água. Jogar lixo nos rios, nas praias ou nos córregos é muito errado, assim como é errado jogar lixo na rua. Nós, crianças, precisamos nos unir para ajudar a preservação da água.

Locutor 2: JU, semana passada quebrou um cano de água na frente de casa. Foi água pra todo lado. Aí o DAE foi lá resolver.

Locutor 1: O que é o DAE?

Locutor 2: Então, JU, eu também não sei, foi meu pai quem falou.

Locutor 1: Já sei, HENRIQUE! A gente pode mandar a nossa Repórter Abelhuda, a TAMI, ir lá conversar com eles e perguntar isso. Ela já está lá, que rápida!

Locutor 2: É o mundo mágico do rádio.

(SOM: Repórter Abelhuda)

(ENTREVISTA: Representante do DAE)

Locutor 1: Juliana
Locutor 2: Henrique
Editor: Tamira Ferreira
Assunto: Água
Programa: Abelhudo

9

94

Repórter Abelhuda: Olá Ju e Henrique, eu estou aqui com a Carmen que é responsável pelo Centro Ambiental do DAE e ela vai explicar pra gente como o DAE funciona.

Entrevistado 2: Na verdade o DAE é o departamento de água e esgoto da cidade de Bauru. Então é responsável por levar água tratada para todos os munícipes, uma água de qualidade. Não só a água através do Rio Batalha, até mesmo porque o Rio Batalha não comporta a vazão da água dele, então não tem água suficiente para toda a cidade. Ele abastece trinta e oito por cento da cidade, o restante, sessenta e dois por cento, os munícipes recebem água através de poços que nós retiramos do aquífero guarani que passa por baixo de Bauru. E também coletar o esgoto das residências.

Repórter Abelhuda: Obrigada, Carmen! Tamira Ferreira por Abelhudo.

Locutor 2: Obrigado, TAMI! Agora já sei o que o DAE faz. Informação nunca é demais!

Locutor 1: (cantando) Economizar água!

Locutor 2: O que você está cantando, JU?

Locutor 1: Eu estava ouvindo uma música esses dias sobre economizar água, agora eu lembrei dela.

Locutor 2: Ah é? E quem canta essa música?

Locutor 1: A TURMA DA MÔNICA. Eu vou colocá-la pra você ouvir.

(SOM: Música – Água! Vamos Economizar! – Turma da Mônica).

Locutor 2: (cantando) Economizar água é bom!

Locutor 1: Demais essa música, né?

Locutor 1: Juliana

Locutor 2: Henrique

Editor: Tamira Ferreira

Assunto: Água

Programa: Abelhudo

10

95

Locutor 2: Eu já gostava de ler gibis da Turma da Mônica, agora eu vou gostar mais.

Locutor 1: Viu, HENRIQUE, como água é importante na nossa vida e como é fácil cuidar para que ela não acabe?

Locutor 2: Se eu soubesse que era fácil assim! Vou avisar todo mundo em casa sobre como a SUPER ÁGUA é importante e como a gente pode economizar.

(SOM: Despertador)

Locutor 1: Ah! Isso quer dizer que nosso programa ABELHUDO chegou ao fim.

Locutor 2: Ao fim?

Locutor 1: Sim, HENRIQUE! Mas semana que vem a gente volta!

Locutor 1: Esse foi o Abelhudo, eu sou a JU ZANARDI e a gente se encontra semana que vem.

Locutor 2: Eu sou o HENRIQUE SANTOS e a gente se encontra semana que vem nesse mesmo Bat-horário.

(SOM: Batman)

Locutor 1: Não HENRIQUE, sem bat-horário.

Locutor 2: Mas eu amo o Batman.

Locutor 1; Dá tchau pro pessoal, HENRIQUE!

Locutor 2: Tchau! E até semana que vem!

(Fechamento: Chegou a hora! Hora do Abelhudo ir embora! Até a próxima, pessoal!)

ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE**AUTORIZAÇÃO**

A Professora Mestra Daniela Pereira Bochembuzo vem solicitar a Sidney Machiori a autorização para realizar a Pesquisa **As crianças e o rádio: Um estudo de audiência infantil envolvendo crianças moradoras de Bauru** a ser desenvolvida na Escola GBI, localizada na rua Sebastião Pregolato, 7-40, Jardim Auri Verde, Bauru, no mês de abril de 2014, cujo objetivo é realizar um estudo exploratório qualitativo sobre audiência infantil no rádio. A pesquisa terá como pesquisadora a aluna Tamira Cristine de Souza Ferreira do curso de Jornalismo da Universidade Sagrado Coração.

Aproveitamos o ensejo para renovar nossos votos de estima e consideração.

Atenciosamente,


Profª Mª Daniela Pereira Bochembuzo
Pesquisadora Responsável


Tamira Cristine de Souza Ferreira
Aluna Orientada

De acordo:

Sr Sidney Machiori

Cargo: Diretor 

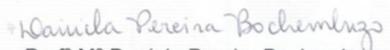
Bauru, de de 2014.

AUTORIZAÇÃO

A Professora Mestre Daniela Pereira Bochembuzo vem solicitar à Marcia Conceição Roversi Pozenatto a autorização para realizar a Pesquisa Crianças e o Rádio: Um estudo de audiência envolvendo crianças moradoras de Bauru, a ser desenvolvida na Escola Estadual Professor Joaquim de Micheli, localizada na rua Doutor Bernardino Tranches, 51, Jardim Cruzeiro do Sul, Bauru, em 2014, cujo objetivo é realizar um grupo focal para identificar a relação da criança com o meio rádio. Terá como pesquisadora a aluna Tamira Cristine de Souza Ferreira do curso de Jornalismo da Universidade Sagrado Coração.

Aproveitamos o ensejo, para renovar nossos votos de estima e consideração.

Atenciosamente,


Profª Mª Daniela Pereira Bochembuzo
Pesquisadora Responsável


Tamira Cristine de Souza Ferreira
Aluna Orientada

De acordo: 
Srª Marcia Conceição Roversi Pozenatto
Cargo: Diretora da E.E. Professor Joaquim de Micheli

Bauru, 24 de abril de 2014.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título do Projeto: *As crianças e o rádio.*
 Endereço completo e telefone: *Rua Lúcio de Góes Ribeiro 30-20 Bairro - SP (14) 981173676*
 Pesquisador responsável: *Larissa Lúcia de Souza Lereira*
 Local em que será desenvolvida a pesquisa: *Escola Professor Joaquim de Michel; telefone (14) 32032706.*
Resumo: Esta pesquisa é uma contribuição voluntária, livre de qualquer ônus aos participantes. Tem como objetivo entrevistar crianças de 7 à 10 anos de uma escola pública e uma particular sobre o rádio, detectando seu interesse pelo meio e como elas adquirem o hábito de ouvir o rádio. E se não ouvem, o motivo.

Eu *Márcia C. Roversi Paparatto* entendo que qualquer informação obtida sobre os estudantes dessa escola será confidencial. Eu também entendo que meus registros de pesquisa e dos alunos estão disponíveis para revisão dos pesquisadores. Esclareceram-me que minha identidade e a dos alunos não serão reveladas em nenhuma publicação desta pesquisa; por conseguinte, consinto na publicação para propósitos científicos.

Direito de Desistência

Eu entendo que estou livre para recusar minha participação neste estudo ou para desistir a qualquer momento e que a minha decisão não afetará adversamente meu tratamento na clínica ou causar perda de benefícios para os quais eu poderei ser indicado.

Consentimento Voluntário

Eu certifico que li ou foi-me lido o texto de consentimento e entendi seu conteúdo. Uma cópia deste formulário ser-me-á fornecida. Minha assinatura demonstra que concordei livremente em participar deste estudo.

Assinatura do participante da pesquisa: *Márcia C. Roversi Paparatto*

Data: *05/05/2019*

Eu certifico que expliquei a(o) Sr.(a) acima, a natureza, propósito, benefícios e possíveis riscos associados à sua participação nesta pesquisa, que respondi todas as questões que me foram feitas e testemunhei assinatura acima:

Assinatura do Pesquisador Responsável:

Data:

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título do Projeto: *crianças e o Rádio.*
Endereço completo e telefone: *Rua Cecílio Gomes Ribeiro 30-20. Bairro SP (14) 981133076*
Pesquisador responsável: *Lamira Cristine de Souza Ferreira*
Local em que será desenvolvida a pesquisa: *Escola GBJ - Telefone: (14) 32035567*

Resumo: Esta pesquisa é uma contribuição voluntária, livre de qualquer ônus aos participantes. Tem como objetivo entrevistar crianças de 7 à 10 anos de uma escola pública e uma particular sobre o rádio, detectando seu interesse pelo meio e como elas adquirem o hábito de ouvir o rádio. E se não ouvem, o motivo.

Eu *Lantel Cep. P. Marduar* entendo que qualquer informação obtida sobre os estudantes dessa escola será confidencial. Eu também entendo que meus registros de pesquisa e dos alunos estão disponíveis para revisão dos pesquisadores. Esclareceram-me que minha identidade e a dos alunos não serão reveladas em nenhuma publicação desta pesquisa; por conseguinte, consinto na publicação para propósitos científicos.

Direito de Desistência

Eu entendo que estou livre para recusar minha participação neste estudo ou para desistir a qualquer momento e que a minha decisão não afetará adversamente meu tratamento na clínica ou causar perda de benefícios para os quais eu poderei ser indicado.

Consentimento Voluntário

Eu certifico que li ou foi-me lido o texto de consentimento e entendi seu conteúdo. Uma cópia deste formulário ser-me-á fornecida. Minha assinatura demonstra que concordei livremente em participar deste estudo.

Assinatura do participante da pesquisa: *Lantel Cep. P. Marduar*
 Data: *28/05/2014*

Eu certifico que expliquei a(o) Sr.(a) *Lantel Cep. P. Marduar*, acima, a natureza, propósito, benefícios e possíveis riscos associados à sua participação nesta pesquisa, que respondi todas as questões que me foram feitas e testemunhei assinatura acima.

Assinatura do Pesquisador Responsável: *Lamira Cristine de Souza Ferreira*
 Data: *28/05/2014*

ANEXO B – PRODUTO RADIOFÔNICO