

## **Rádio infantil: brincadeiras e narrativas como estímulo dos sentidos e da criatividade<sup>1</sup>**

Ana Catarina SANTILLI<sup>2</sup>

Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, SP

### **Resumo**

Hoje praticamente não existem rádios brasileiras que mostram interesse em fazer uma programação infantil. De acordo com os estudos de Knobbe em relação aos sentidos humanos; de Wulf em relação ao ouvido; de Benjamin em relação ao brinquedo; e de Meneses em relação ao rádio, é possível notar que o rádio pode ser um meio valioso ao conversar com as crianças, levando-a a imaginar e sentir o mundo através dos sons. Mesmo com tais vantagens, não se conhece nenhum modelo radiôfonico que faça sucesso entre as crianças atualmente. Usando como parâmetro os estudos dos autores citados, o artigo busca fazer uma análise de como as atuais rádios infantis têm explorado seu meio para construir uma narrativa para seu público. Para tal foram escolhidas três amostras, cada uma presente em um ambiente distinto do rádio: rádio pública, rádio comercial e web rádio.

### **Palavras-chave**

rádio; criança; narrativa; jogo; brinquedo

### **Introdução**

Ao falar em um programa de rádio voltado ao público infantil, muitos diriam que não funciona “Oras, crianças não ouvem rádio!”. Mas será que crianças não ouvem, ou *não existe* programa de rádio com qualidade destinado a elas? Ao procurar por conteúdo infantil nas rádios brasileiras, é possível encontrar alguns programas produzidos para esse público, porém não existe nenhum que seja muito conhecido ou faça sucesso.

O jornalista Douglas Leandro Rieger Fortes<sup>3</sup>, que escreveu um artigo sobre rádio infantil, cita algumas rádios infantis entre a década de 20 e 30, como o “Quarto de Hora da Criança”, transmitido na Sociedade Educadora de São Paulo e “A Escolinha”, veiculado na rádio Record e na Rádio Cultura. Porém elas tinham um cunho muito educativo e pedagógico, o que não atraía o público visado. Dóris Fagundes Haussen, que fez um estudo sobre ausência de rádio infantil em Porto Alegre (1988)<sup>4</sup>, conta que entre a década de 50 e 60, na época de ouro do rádio, surgiram rádios infantis que fizeram sucesso, como o “Clube

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Rádio e TV da USCS email: [anacatsantilli@gmail.com](mailto:anacatsantilli@gmail.com)

<sup>3</sup> Jornalista, mestre em Comunicação, UnC, SC

<sup>4</sup> Escreveu dissertação sobre “Rádio e Criança: Um estudo sobre a ausência de programa infantil nas emissoras de Porto Alegre” (1988)

do Guri” e ”História do mestre estrela”. Todas tinham patrocínio, tendo um cunho comercial, e não tanto educativo. Costumavam ser produzidas em auditórios, com histórias narradas e crianças cantando, dançando, e sempre criavam situações para vender doces e brinquedos. Porém, com o sucesso e a migração da publicidade para TV, na década de 60, o rádio deixou de se interessar em produzir para as crianças e a TV adquiriu tal função.

Hoje são raros os programas de rádio infantil, tanto na rádio tradicional, quanto na internet. Segundo o estudo de Haussen, as crianças têm interesse em escutar uma rádio que converse com elas e as divirtam. Porém nenhuma rádio produz conteúdo infantil, porque exigiria grande investimento; as agências de publicidade só investiriam em conteúdo infantil no rádio já testado e levaria tempo para as crianças criarem o costume de escutar rádio, sem retorno financeiro imediato. Para Haussen, é necessária uma rádio que experimente fazer um modelo de rádio infantil, para outras se espelharem. A questão é que existem algumas rádios que produzem para criança, só que nenhuma faz sucesso para que outras deem continuidade. Esse artigo visa analisar como algumas dessas rádios infantis têm trabalhado seu conteúdo para conversar com as crianças.

Para tal análise, será levada em questão a forma da criança se relacionar com o mundo, como ela tenta senti-lo e explorá-lo, a maneira que tenta imitá-lo e mimetizá-lo nas brincadeiras. Também será considerada capacidade do rádio em construir uma narrativa que leva seu ouvinte a sentir e mimetizar o mundo através dos sons. O artigo busca entender como algumas rádios infantis têm explorado o meio radiofônico para produzir conteúdos com os quais a criança possa se identificar e a ajudá-la se relacionar ao mundo.

## **1. Os sentidos**

O bebê começa a sentir o mundo desde o útero materno, dependendo da mãe para sentir e escutar o mundo externo. De acordo com a jornalista e assistente social Margarida Maria Knobbe, em seu artigo “A palavra da pele” (2004), quando a criança nasce, ela começa a se individualizar, começa a *sentir* por conta própria. E ela depende dos seus cinco sentidos para entender e se conectar ao mundo. Aqui é possível fazer uma classificação desses sentidos: a visão é um sentido de distanciamento. O tato, o olfato e o paladar são sentidos de proximidade. Já o sentido da audição ocupa uma posição intermediária, como explica o artigo “O ouvido” (2007), de Christoph Wulf, pesquisador do Centro de Antropologia Histórica de Berlim. Knobbe ainda classifica um sexto sentido: a palavra, que é um sentido de distanciamento tanto quanto a visão.

Para Knobbe, a visão é o sentido mais sedutor e o mais valorizado atualmente, porém é distante. A palavra, o sexto sentido, também muito usada e valorizada, é ausente de emoções e, muitas vezes, contradiz o que o corpo fala. A palavra pode ser manipulada, assim como a visão, distanciando a pessoa do mundo, como mera espectadora. Agora o tato, para Knobbe, é o sentido mais íntimo, que permite a pessoa sentir o mundo externo dentro de si. Como explica, a pele sente os estímulos sensoriais e o transmite por estímulos nervosos até o cérebro, que compreende o mundo externo. A pele conhece o mundo. Ela também sente vibrações sonoras, logo, escuta. Aqui se pode comparar a pele com o ouvido: os dois captam vibrações externas, trazendo-as para dentro do ser humano. Ao estar no colo da mãe, a criança sente com a pele uma ternura e um conforto parecidos com que sente ao escutar a voz doce da mãe cantando uma canção de ninar. Wülf fala do ouvido às vezes de forma parecida que Knobbe fala da pele. Para Wülf, o ouvido não recebe apenas palavras, mas também conhece o locutor que as pronuncia, que transmite emoção, intenção, através da vibração da voz, da tonalidade, da articulação. Para Wulf, o ouvido conhece o mundo externo, ao trazê-lo para dentro do corpo. “Sonoridades, tonalidades e timbres recorrentes criam a intimidade da pequena criança com o seu meio.” (WULF, 2007, p.59).

Desse modo os autores classificam o tato e a audição como os sentidos mais importantes para a criança conhecer e se conectar ao mundo. A criança pequena, recém-chegada a um mundo novo, quer explorá-lo, conhecê-lo, senti-lo. Ela quer tocar tudo: tatear os rostos dos pais, colocar objetos estranhos na boca para sentir o gosto, andar descalça na grama para senti-la em seus pés, ouvir o som do chocalho e da canção de ninar. Busca a voz, o colo e o peito da mãe para senti-la próxima. E quando a mãe não está por perto, abraça a um travesseiro ou a um bicho de pelúcia para substituir a ausência do corpo materno. Knobbe diz que a criança depende do tato, do contato, do afeto, ela tem carência por *sentir*, ela nasce preparada para tocar o mundo, sem se limitar as paredes de seu corpo.

## **2. O brinquedo**

Ao sentir, conhecer o mundo, a criança quer entender e pertencer a ele, imitando-o. É o que costuma fazer quando brinca: mimetiza a realidade, recriando um mundo próprio. Ela brinca de faz de conta: finge que trabalha, fala no celular, dirige, cozinha, como os pais; ou que é um personagem, um cachorro, uma princesa, ou um herói que gosta da TV. A criança reconstrói seu mundo a partir do que vive e do que a cerca, normalmente imitando a família, a escola ou mesmo a TV. De acordo Roger Cailloi no livro “Os Jogos e os

Homens” (1990) é no momento do jogo, da brincadeira, que a criança aprende. O jogo, ao mimetizar a realidade, traz ensinamentos sobre o mundo, sobre formas de se comportar, por mais absurda que possa ser a brincadeira, pois é criada a partir do universo da criança, que consegue encarar a brincadeira como se estivesse acontecendo de verdade. Como Haussen inclusive fala, a criança consegue ver no bichinho de pelúcia um ser vivo que sente e pensa.

É na brincadeira que a criança consegue explorar e entender o mundo externo, vivendo-o como se realmente acontecesse com ela. Para tal, é importante que a criança esteja livre para recriar seu mundo, vivenciar o que quiser, criar as situações que desejar, pois, por mais que a criança crie elementos absurdos, ela vai criá-los a partir do que vive e sente no dia-a-dia, moldado-o à sua mente interna e íntima. Portanto é importante dar a liberdade para a criança imaginar e inventar, sem podar sua imaginação.

Um meio eficiente ao dar essa liberdade para a criança criar, que se assemelha a brincadeira, é o rádio. Ao oferecer apenas sons externos, ausentes da imagem distante e concreta, o ouvinte tem a capacidade de criar cenários mentais, imagens endógenas<sup>5</sup>, criadas em sua mente, baseadas em experiências acumuladas, como explica José de Oliveira Menezes no livro “Rádio e Cidade” (2007). Isso torna a imagem mais íntima do ouvinte, pois é única, diferente da dos outros, tornando a experiência compartilhada, que antes era distante, mais vívida, mais íntima para ele.

Essa liberdade de criar, de imaginar que o rádio oferece se assemelha com o que Walter Benjamin diz sobre os brinquedos (1994). Para ele, os melhores brinquedos são os mais primitivos, como: pedaço de madeira, argila, massinha, papel, até mesmo a peteca, a bola, que dão a liberdade para a criança imitar o mundo como desejar. Pois esses materiais são indistintos, podendo assumir as mais diversas formas para a criança, que tem a liberdade de dar significados próprios a cada objeto. Como Benjamin diz, não é o brinquedo que determina a brincadeira da criança, mas sim o contrário. Com esses brinquedos, a criança constrói seu próprio mundo, que não é igual ao dos adultos.

O rádio se assemelha com esses brinquedos primitivos, pois não dá imagens prontas para a criança, apenas oferece sons para ela criar e moldar o seu mundo. Já a TV se parece mais com a boneca com traços perfeitos, que ri e que chora, muito realista, mas que lapida a imaginação da criança. A criança deve ter a liberdade de fingir que um pedaço de madeira é um carrinho e depois fazê-lo voar como uma nave espacial se quiser. O rádio traz essa

---

<sup>5</sup> Imagens inexistentes no mundo externo, imagens que cada indivíduo constrói dentro de si a partir de experiências acumuladas durante a vida.

possibilidade de inventar. Segundo Menezes, o rádio leva a pessoa a confluir realidade com fantasia, envolve ficção com realidade, ao abstrair a imagem do seu conteúdo. O rádio não dá uma imagem pronta para consumir, como a TV o faz, ele oferece subsídios para imaginar. Aí a criança tem a possibilidade de participar e interagir do conteúdo do rádio.

### **3. A narrativa**

Se a brincadeira oferece a possibilidade da criança mimetizar o mundo, sentir e recriar situações que presenciou e viveu, entender como lidar e se relacionar com as pessoas e com a vida, a narrativa não tem uma proposta muito diferente. Para Benjamin, a narrativa tem a função de compartilhar experiências e dar conselhos. O narrador é alguém que vive suas experiências, escuta as que os outros lhe contam, acumula todas elas e as compartilha, ao contar uma história. O narrador é um homem sábio, alguém que sabe dar conselhos.

A história contada para a criança deve trazer ensinamentos e conselhos, isso não quer dizer que deva ser didática ou moralista. Quando o conteúdo é totalmente acadêmico, a criança repugna, como diz Benjamin, que se mostra contra aqueles livros e canções infantis que tentam ser totalmente moralistas ou tratam as crianças como bobas. Benjamin critica o fato dos adultos tratarem as crianças como seres diferentes, a parte da sociedade. Para ele, a criança tem a capacidade de aceitar perfeitamente assuntos sérios, desde que sejam honestos e espontâneos com ela. Então conteúdos, obras infantis precisam representar o mundo real, sem moralismos excessivos, mas deixando a criança livre para brincar e recriar seu mundo.

Assim, para Benjamin, a melhor forma de contar uma história é fazendo-a de forma natural, para o ouvinte assimilá-la e memorizá-la com facilidade. Narrar é diferente de informar. Ao contar uma história, o narrador não deve encher seu ouvinte de dados e descrições, impondo detalhes miraculosos. A narrativa deve fazer o ouvinte mergulhar dentro da história, envolvê-lo, levá-lo a sentir as experiências compartilhadas. Diferente da informação, o ouvinte deve ter a liberdade para interpretar a história como quiser, refletindo por conta própria sobre os conselhos narrados. Ao sentir, conhecer experiências alheias, o ouvinte aprende sobre a vida e sobre o mundo, como em uma brincadeira.

E o rádio é um dos meios mais eficazes ao compartilhar experiências, pois tem a capacidade de trazer, não só palavras e vozes, mas também ruídos, sons, que retratam um ambiente, uma história. Como Wülf diz em seu artigo, as imagens são distantes e oferecem uma impressão do mundo em duas dimensões, enquanto o som manifesta o aspecto tridimensional do espaço. “Enquanto a vista percebe apenas objetos que estão ‘diante’ dela, a

orelha percebe sonoridades, tonalidades e timbres que se encontram atrás dela. Através do ouvido se desenvolvem *o sentido e a consciência do espaço*”. (WULF, 2007, p.60)

A partir daí, não há melhor método de colocar uma criança dentro de uma história, do que reproduzindo o ambiente sonoro do espaço e das ações presentes nela. Com isso, o rádio não precisa encher o seu ouvinte de detalhes, de informações, descrições, como Benjamin aconselha não fazer nas narrações. Rudolf Arnheim (2005) inclusive diz que o rádio não deve descrever aquilo que deve ser visto. O conteúdo do rádio deve ser feito para se ouvir. Aquilo que é feito para ser visto se torna pobre ao ser transmitido no rádio, como um texto que foi escrito para ser lido silenciosamente, perde sua força, fica ausente de emoção, ao ser lido em voz alto no rádio. Para Arnheim, um conteúdo bem produzido para o rádio é capaz de transportar o ouvinte e fazê-lo sentir eventos distantes apenas com os sons. Como Menezes defende, através do rádio, o ouvinte conhece pessoas, lugares, culturas, vidas que antes eram desconhecidas. Ele traz sons e vibrações, que permitem a criança sentir, conhecer e se conectar ao mundo. Aqui o rádio tem a capacidade de suprir aquela carência, mencionada por Knobbe, que a criança tem por *sentir*.

O rádio pode contar histórias de forma que a criança não seja só uma espectadora, mas sim uma participante da história, criando e brincando, ao mesmo tempo em que explora e se conecta ao mundo. A criança pode relacionar as experiências compartilhadas pelo rádio com as suas, ao criar suas imagens endógenas. Aqui se deve lembrar que de fato pode-se criar uma narrativa fantástica, com seres fabulosos, com situações fictícias. Mas tudo deve reconstruir experiências reais, que retrate pessoas reais, por mais que seja através de animais humanizados no mundo das fadas, pois é isso que vai criar a convicção da história e levar a criança a entender, pensar, conhecer, refletir e pertencer ao mundo. Como Benjamin insiste, as crianças não querem aquilo que é “bonitinho” e que não diz a verdade. A criança aceita assuntos sérios, e quer conhecer e explorar a realidade, que pode muito bem ser retratada através da fabulação e da ficção, em um faz de conta, como na brincadeira infantil.

#### **4. Rádios Infantis**

Como foi analisado no decorrer do artigo, é interessante produzir conteúdos no rádio para as crianças, que pode aproximá-las do mundo de lugares, de culturas distantes, e que, ao mesmo tempo pode lhe dar liberdade de criar, de imaginar, de associar o mundo externo com o seu mundo interno, como na brincadeira. Como Haussen aponta em sua dissertação, um programa de rádio infantil que fez muito sucesso em Porto Alegre foi a “História do

mestre estrela”, que recorria ao lúdico e ao humor. Só que isso não significa que se deva fazer um conteúdo “infantilizador”, como diz Haussen. O rádio pode ser um meio vantajoso ao construir uma narrativa infantil, desde que se saiba explorar seu potencial e conversar com as crianças. Agora a intenção é analisar como os atuais programas infantis de rádio têm trabalhado seu conteúdo. Para tal escolheu-se três amostras de rádio infantil, cada uma presente em um ambiente distinto do rádio: a rádio web, a rádio pública e a rádio comercial.

#### 4.1. Webkids

Ao pesquisar por rádio infantil na web, não é possível encontrar uma variedade grande de resultados. É possível encontrar podcasts com músicas infantis, como é o caso da Rádio Rá Tim Bum<sup>6</sup>, que disponibiliza músicas dos programas infantis da TV Cultura e da TV Rá Tim Bum, e alguns outros que chegam a trabalhar com uma programação simples. Uma rádio web que trabalha com programação radiofônica voltada às crianças é a rádio Webkids<sup>7</sup>, do grupo Sergito Show<sup>8</sup>, que possui três canais: de hits, de histórias e de cantigas.

O Canal Hits toca apenas música com temas infantis. São canções de diversos estilos, desde evangélicas, de programas de televisão (como do Castelo Ra Tim Bum), de filmes (como do Sherek), ou cantigas de roda, de festividade, marchinhas de carnaval, ou mesmo canções de artistas famosos que se dedicam ao público infantil (como Balão Mágico). Algumas músicas são capazes de interagir com a criança, criando uma narrativa que a leve reconstruir um mundo de faz de conta em sua cabeça, como a música “A casa” de Vinicius de Moraes. Essa canção, que fala sobre uma casa que não tem teto, nem chão, nem parede e nem nada, recorre ao lúdico, ao levar a criança a imaginar, entrar nessa casa, e refletir sobre que casa seria aquela. O arquiteto e mestre Gilfranco Medeiros Alves<sup>9</sup>, escreveu um artigo analisando a letra de “A casa”, e afirma que a canção leva a criança a pensar sobre arquitetura, sobre as funções da casa, podendo imaginar diversas opções de como poderia ser essa casa, através de uma melodia simples e uma letra aparentemente inocente.

A questão é que essa canção, que pode trazer um jogo de reflexões para a criança, não chega a ser explorada no rádio. Não existem locutores que interliguem as canções, que

---

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://www.tvratimbum.com.br/secoes/radiortb/>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.webkids.radio.br/>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://www.sergito.com.br/clubinho/midia-infantil/>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

<sup>9</sup> Graduado em Arquitetura e Urbanismo pela UFPEL/RS (1994), Especialista em Design de Interiores pela UNIDERP/MS (2006) e Mestrando em Estudos de Linguagens e Semiótica pela UFMS.

falem e reflitam sobre elas, ou incentivem a criança a entrar na narrativa, a pensar sobre cada canção, levando-a a sonhar e pensar nos significados que podem existir em cada uma. As canções são simplesmente tocadas em ordem aleatória, sem uma se relacionar com a próxima. Misturam-se canções em inglês, que não são compreendidas pela maioria das crianças; músicas de filmes infantis que algumas vezes dependem da história e das imagens para serem entendidas; músicas com lições de moral, mas que nem sempre refletem e mimetizam o mundo. Nesse quesito a rádio se assemelha com algumas rádios FM's, que também tocam músicas uma atrás da outra apenas para entreter o ouvinte, sem conectá-lo ao universo da música, levá-lo a sentir culturas e vidas distantes, a imaginar e a refletir sobre as canções. De acordo com o site Webkids, o Canal Hits é para a criança escutar no dia-a-dia, durante as brincadeiras. Portanto, o canal tem função de animar e entreter a criança, que pode escutá-lo enquanto realiza outra atividade, sem se criar proximidade.

O Canal Cantigas, assim como o Canal Hits, transmite só música em ordem aleatória, sem locução. Porém transmite músicas mais calmas e melódicas, como músicas clássicas e canções de ninar. São músicas que transmitem a sensação de tranquilidade e de sono, algumas com letras que falam para a criança descansar e dormir, outras instrumentais, com o ritmo calmo e com o som leve dos instrumentos. A palavra das canções aqui nem é tão importante, a vibração calma das melodias é que transmite a sensação desejada. A função primordial desse canal não é explorar a imaginação, a mimese ou o jogo. Segundo o site Webkids, o Canal Cantigas serve para relaxar, para escutar na hora do repouso. É eficaz ao compartilhar a sensação de conforto e de tranquilidade desejada, só que, como o Canal Hits, não interliga ou explora o sentido de cada música.

Agora, o Canal Estórias toca apenas histórias infantis. A maioria são contos narrados da mesma forma daqueles livros infantis que vêm acompanhados de fita K7 ou CD, em que há alguém contando a história, com vozes interpretadas para pronunciar as falas e com efeitos sonoros para acompanhar o enredo. Alguns contos são capazes de trazer mais reflexões que outros. Mas o que é interessante analisar nesse canal é a forma da narrativa. O narrador descreve todas as ações. A principal ferramenta para contar a história é a palavra, o sexto sentido, que, de acordo com Knobbe, é distante como os olhos. Com palavras descrevendo todas as ações, a narração da história se assemelha com a de um livro, e como Arnheim critica, conteúdos feitos para serem vistos, para serem lidos, perdem sua força no rádio. A entonação certa que o narrador coloca nas falas e os efeitos sonoros certamente ajudam a criança a entrar na história mais facilmente do que se fosse apenas lido

exatamente como está escrito. Porém, ao usar a palavra para descrever praticamente todas as ações da história, ele enche o ouvinte de informações, sendo que, se usasse apenas os sons ambientes e as falas das personagens, ele levaria a criança a sentir a história, a situação, o ambiente, a experiência, como se fosse sua, como se estivesse lá, vivendo cada tempo da narrativa, brincando. Ao contar quase toda a história com palavras, a criança se distancia, virando uma espectadora e não uma participante da história.

O Canal Estórias também chega a transmitir o som de filmes infantis, como “A Pequena Sereia” da Disney. Não há um narrador descrevendo cada ação, porém muito conteúdo é perdido nessa transmissão, pois foi feito pensando na imagem. Uma cena de luta entre a bruxa e a sereia, que foi feita para ser vista, não consegue ser compreendida e sentida com êxito ao ser ouvida apenas. Há grande perda para a compreensão da história.

Como os outros dois canais, o Canal Estórias, transmite suas histórias, sem haver locução e comentários entre elas, sem relação entre uma história e a próxima a ser tocada. Cada uma transmite conselhos e experiências sozinha, sem relação com o conto seguinte.

A programação da Webkids é feita de forma simples, tocando músicas e histórias já gravadas, que se repetem várias vezes, sem existir lógica, ou um porquê da ordem em que são transmitidas. Os três canais não chegam a explorar o rádio em sua plenitude para criar um universo infantil que leve a criança a explorar, conhecer o mundo externo, a sentir histórias, lugares e pessoas distantes. Ainda assim a Webkids é uma das únicas rádios web que transmite uma programação direta para as crianças em três canais diferentes.

## **4.2. Estação Brincadeira**

A Estação Brincadeira é a Faixa Infantil da rádio MEC AM, rádio pública do Rio de Janeiro, como explica o blog do programa<sup>10</sup>. Ela é transmitida aos sábados, das 9h até o meio dia, contendo três programas: Café com Som, Carro-céu e a Rádio Maluca. Este último é um programa de auditório, ao vivo, transmitido às 11h, e é praticamente independente da Estação Brincadeira, tanto que sua página no site da rádio MEC é separada do da Estação Brincadeira<sup>11</sup>. Por isso e por ser um programa ao vivo, com uma dinâmica diferente dos demais, a Estação Brincadeira será analisada como separada da Rádio Maluca.

Em toda edição, a Estação Brincadeira estipula um assunto principal para tratar, como sustentabilidade, bichos, folclore, muitas vezes relacionados a uma data

---

<sup>10</sup> Disponível em: <<http://estacaobrincadeira.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 13 jun. 2012.

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://radiomec.com.br/estacaobrincadeira/>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

comemorativa próxima, como carnaval, dia das mães, dia do índio. O programa tem diversos quadros: de música, entrevista, jogo e de histórias, que tendem a tratar do assunto estipulado. Para conversar com as crianças, o programa opta por tratar de temas infantis, tocando músicas infantis, entrevistando artistas que trabalham com conteúdos infantis, contando histórias infantis, e, inclusive, a primeira parte do programa é apresentada por crianças: Ana Luiza, Luiz Eduardo e Bia Zeltzer. O problema é que para tratar de tais temas, a Estação Brincadeira segue um modelo de um programa de variedades de uma rádio AM. Por exemplo, o programa é iniciado com o “Café do Som”, com um quadro que toca músicas, com os locutores fazendo comentários, como em uma rádio adulta. A diferença de um programa adulto é que as músicas são infantis e os locutores, crianças. A questão é que tanto as músicas, quanto o tema do programa são claramente escolhidos por adultos, que também criam as locuções dos apresentadores. É nítido que as três crianças repetem textos escritos por pessoas mais velhas, soando um tanto artificial. Ao serem pré-determinadas, as locuções não transmitem a visão espontânea de uma criança, com naturalidade, apenas uma curiosidade, que nem sempre ajuda o ouvinte a interagir e a entrar na narrativa da canção.

O quadro “Álbum de Figurinhas”, que sempre fala de uma artista ou banda infantil, também é narrado por uma criança que recita um texto que aparenta ser decorado ou lido. Alguns quadros de entrevista também chegam a ser conduzidos por crianças, como o “Ping-Pong”, que entrevista um artista, ou “O que você vai ser”, em que um adulto fala sobre sua profissão, já levando a criança a pensar sobre “o que será quando crescer”. Nesses quadros também se torna claro que são adultos que escolhem os convidados e estipulam as perguntas. As entrevistas seguem um rumo parecido com o de uma rádio AM, normalmente com perguntas sobre o entrevistado e seu trabalho, sem se aprofundar muito ou criar-se um jogo, uma brincadeira entre o convidado e as crianças que o entrevistam ou mesmo as que o ouvem pelo rádio. As crianças não fazem perguntas e interagem com os convidados da maneira que desejarem. Elas seguem o texto, as perguntas e a lógica pré-estabelecida. São crianças presas a um texto, a um quadro feito por um adulto. Aqui, não existem crianças brincando de rádio livremente, mas crianças fazendo o que os adultos falam pra fazer, são crianças brincando com a boneca mais realística possível, que ri e que chora, que já pré-determina a brincadeira, sem deixar a criança livre para criar sua fantasia.

O programa “Carro-céu” já é apresentado por adultos: Jujuba e Ana Nogueira. Um quadro que eles apresentam é o “É o quê, é o quê”, que faz um jogo de charadas e trava-líguas. A premissa desse quadro é interessante, ao pensar que um jogo costuma ser

espontâneo, cria situações que estimula a criança a pensar, a tentar adivinhar a charada, trabalhando o raciocínio, imaginando e ligando realidade com ficção. Porém o texto e as piadas aparentam ser planejados, decorados, e deixam de ter a espontaneidade que um jogo deveria ter para fazer o público participar e entrar no jogo.

O “Pipocontos” tem sempre um conto narrado por um contador de história infantil. O problema dele é o mesmo do Canal Estórias do Webkids. Por mais que o conto possa trazer experiências e conselhos, o contador descreve grande parte das ações, com alguns efeitos sonoros, sem a criança viver as experiências narradas como se estivesse lá, sentindo o ambiente e as personagens apenas com os sons, no momento da narrativa, como em uma brincadeira, para que possa compreender os conselhos passados com mais profundidade.

Já “As aventuras do carro-céu” conta uma história sem um locutor descrevendo as ações. A narrativa recorre apenas à paisagem sonora e às falas de personagens, o que levaria as crianças a participar da história, não sendo meras espectadoras. A forma de contar a história chega a explorar melhor o meio radiofônico. O quadro narra a história da turma do Carro-céu e do vilão Sr. Malvadeza e seu sobrinho Pirraça, que, em cada episódio, têm um plano do mal contra o planeta e o meio-ambiente e a turma do Carro-céu consegue impedi-los. O quadro quer passar uma moral sustentável, porém faz isso criando situações e personagens que não chegam a mimetizar a realidade, através de uma fantasia. Como por exemplo, o Sr. Malvadeza quer fazer mal ao planeta, sem que se conheça o motivo, o que não soa tão natural e convincente. Desse modo se torna difícil a criança entrar na narrativa.

A Estação Brincadeira abre um bom espaço para conteúdos infantis na rádio tradicional. Ela investe programação com músicas, locutores e convidados, com três horas de duração (junto com a Rádio Maluca), destinada às crianças. Porém não chega a produzir um universo que crie uma identificação com a criança, fazendo uma programação baseada em uma rádio adulta AM, com conteúdos, falas e perguntas pré-estabelecidos, muitas vezes deixando de soar natural e espontâneo. Ainda assim, por ser uma rádio pública, a Rádio MEC consegue produzir um conteúdo para criança sem vínculos comerciais, sem se preocupar em lhe vender produtos, sem enxergá-la como consumidora. O problema que ainda enfrenta é às vezes tratar o público infantil da mesma que o público adulto.

### **4.3. Rádio Disney FM**

Ao tratar de rádio comercial, o que chegaria mais próximo de uma rádio infantil seria a Rádio Disney FM. Porém, ao ouvi-la, fica claro que ela não se dirige ao público

infantil. O próprio presidente do Grupo Disney do Brasil, Marcos Rosset, afirma em um depoimento concedido ao Portal Imprensa<sup>12</sup>, que a rádio se dirige a um público pré-adolescente. Porém é interessante indagar sobre o motivo de uma rádio que pertence a um grupo que tem a tradição de trabalhar com o público infantil, optar por trabalhar com os pré-adolescentes ao invés do seu público tradicional, que são as crianças.

A Walt Disney Company surgiu na década de 20 se dirigindo às crianças, produzindo animações infantis. Com seu sucesso, hoje se tornou o maior conglomerado de mídia e entretenimento do mundo, segundo o site [Midiainteressante.com](http://Midiainteressante.com)<sup>13</sup>, que publicou uma matéria listando os maiores conglomerados de comunicação do mundo. “A Disney tem canais de televisão, rádios, milhares de publicações, filmes, teatros, além de ser proprietária de 14 parques temáticos”. A Disney estendeu sua atuação sob diversas plataformas e deixou de conversar apenas com as crianças, abrangendo um público maior, produzindo conteúdos adolescentes e adultos, tanto que comprou o ESPN e a Marvel, para alcançar novos públicos. Inclusive o canal de TV Disney Channel passou a se dirigir aos adolescentes, enquanto a Disney Júnior ficou encarregada de conversar com as crianças.

A Rádio Disney é mais uma forma da Disney alcançar uma nova plataforma midiática e atingir a um de seus novos públicos alvo: os jovens. Sua programação segue o mesmo padrão das rádios populares e jovens, como Rádio Mix, Metropolitana, Rádio 89. Toca longas faixas horárias só de músicas de sucesso, às vezes fazendo entrevista com um artista famoso, intercalando com locuções com uma linguagem jovial, fazendo promoções, propagandas, tocando listas de músicas top, com as músicas mais pedidas.

A rádio serve para entreter com conteúdo dinâmico, com locutores fazendo comentários rápidos sobre o álbum e a banda entre as canções, com entrevistas com perguntas básicas sobre show, lançamento de disco e um pouco da carreira de um artista. A rádio não exige que o ouvinte participe do conteúdo criando imagens e significados em sua cabeça. Não exige que o ouvinte explore e reflita sobre as emoções, as ideias, a cultura e as experiências que uma canção possa compartilhar. Não leva o jovem a vivenciar, a sentir a narrativa que possa existir em uma música e refletir a respeito. Alguns jovens podem chegar a procurar saber mais sobre um determinado artista ou canção tocada na rádio. Porém a rádio não instiga o ouvinte a pensar, a entrar e a interagir com a música. Não há uma

---

<sup>12</sup> Disponível em: <[http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas\\_noticias/2010/11/08/imprensa39118.shtml](http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/11/08/imprensa39118.shtml)>. Acesso em: 1 jun. 2012.

<sup>13</sup> Disponível em: <<http://www.midiainteressante.com/2011/11/quais-os-maiores-conglomerados-de-midia.html>>. Acesso em: 16 jun. 2012.

brincadeira que explore a imaginação, em que se crie algo único na mente de cada um. Ao contrário, incentiva um consumo padronizado de músicas, que já são tocadas em diversas rádios jovens e outras mídias, como em telenovelas e programas de auditório.

A Disney FM não busca se aprofundar no conteúdo que transmite, mas sim divulgá-lo de forma rápida. Seu intuito é entreter, além de divulgar, tornar popular e estimular os jovens a cultivarem gostos por determinadas bandas, artistas e gêneros musicais. O objetivo é vender espaço publicitário, ao divulgar lançamentos de CDs, shows, eventos de artistas e bandas que tocam na rádio. Desse modo, a Rádio Disney também pode divulgar seus artistas, shows, eventos, cruzeiros, parques, viagens, e vários dos produtos Disney.

A principal preocupação da Rádio Disney é, como qualquer rádio comercial, conquistar mercado, como demonstra o site Tudo Rádio.com<sup>14</sup>, ao falar das estratégias da rádio de conquistar audiência, tentando adaptar o conteúdo, as músicas, os textos, a linguagem para se alinhar ao público jovem. A Rádio Disney também tenta investir em interação, tanto que seu slogan é “A rádio que te toca”. Ela faz isso recebendo ligações de ouvintes, tocando as músicas mais pedidas pelo site, fazendo promoções em que um ouvinte é sorteado para se encontrar com seu ídolo, como conta o diretor geral da emissora, Marco Vicca, em uma matéria do jornal Folha<sup>15</sup>. Porém a rádio deixa de criar a interação mais simples que é capaz de alcançar qualquer pessoa que está escutando a rádio no exato momento, sem precisar do telefone ou da internet, ou sair de casa. A rádio não estimula o ouvinte a sentir que participa do conteúdo, não faz o ouvinte confluir a realidade de pessoas distantes com sua fantasia interna, não o leva a refletir, a sentir e a criar dentro de si significados, emoções, experiências que a rádio poderia transmitir.

A Rádio Disney segue um padrão comum, e não investe em algo diferencial feito para as crianças. Ela não arrisca produzir um conteúdo infantil, pois, afinal, não existe nenhuma rádio infantil que fez sucesso, garantindo que as crianças ouçam rádio. Essa rádio serve como exemplo a respeito do que Dóris Haussen diz sobre nenhuma rádio fazer conteúdo para a criança enquanto não ver nela um público em potencial, já que precisam vender espaço publicitário. Assim é mais seguro e interessante para a Rádio Disney seguir um modelo e formato existente, que saiba ter mercado, tocando músicas de sucesso que atraíam o público, podendo divulgar seus artistas, seus eventos e seu nome.

---

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://www.tudoradio.com/noticias.php?noticia=6941&q=disney>>. Acesso em: 16 jun. 2012.

<sup>15</sup> Disponível em: <<http://oradio.com.br/noticias/132/radio+disney+estreia+no+brasil+e+investe+na+interacao+com+o+publico+jovem.html>>. Acesso em: 16 jun. 2012.

## **Considerações Finais**

As crianças são pessoas que querem conhecer e explorar o mundo. E a melhor forma de fazer isso, é sentindo-o na pele, vivendo e passando por novas experiências. Ela pode fazer isso na brincando de faz de conta ou entrando em um conto de fadas, desde que pareça natural. O rádio tem a capacidade de criar uma narrativa que leve a criança a explorar e sentir o mundo através das vibrações sonoras, de fazê-la sentir experiências, imaginar e ir para lugares distantes, vivendo situações fictícias, como em uma brincadeira. Porém não existe uma rádio infantil que faça sucesso.

Hoje as rádios comerciais não produzem para as crianças, sem ter certeza que elas possam ser um público alvo em potencial para vender algum produto. Algumas rádios web ou pública se atrevem a produzir conteúdo para a criança. Só que a tendência, na web, é produzir algo simples sem grande investimento, disponibilizando músicas e histórias gravadas, em podcasts ou em uma programação simples. Quando a rádio é tradicional e pública, a programação tende ser mais elaborada, contudo há dificuldade em produzir algo espontâneo para a criança se identificar, entrar na narrativa e sentir as experiências compartilhadas pelo rádio de forma natural. Chega a ter algo planejado, sem improvisado e liberdade de criar na hora do programa, e o costume é produzir uma programação baseada em um programa de variedade adulto já existente, ao qual já se está acostumados.

É perceptível a dificuldade em compreender o público infantil. Ou as rádios têm medo em ousar a falar com esse público, ou, quando falam, têm dificuldade em tratá-las naturalmente, como crianças e não como adultas. Não existe ainda uma rádio que se adapte ao universo infantil e que faça sucesso. Não existe ainda um modelo ideal de rádio infantil que se possa seguir. Apesar disso, por maior que seja a dificuldade, é possível encontrar alguns grupos que tentam experimentar conteúdos para se comunicar com as crianças através dos sons do rádio, que possam envolvê-la pelo ouvido e pelas vibrações sonoras.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ALVES, Gilfranco Medeiros. “A casa de Vinícius: Arquitetura na música?” In: *Travessias*. Ed. 03. Educação, Cultura, Linguagem e Arte, Unioeste.

ARHEIN, Rudolf. O diferencial da cegueira: Estar além dos limites dos corpos. In: *Teorias do Rádio: Textos e contextos*. Trad. Org. MEDITSCH, Eduardo. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

BENJAMIN, Walter. Trad. ROUANET, Sérgio Paulo. “O narrador: Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”. In: *Magia e técnica, arte e política*. Obras Escolhidas. Vol. 1, Ed. 7. São Paulo: Brasiliense, 1994.

\_\_\_\_\_. “Livros infantis, antigos e esquecidos”. In: *Magia e técnica, arte e política*. Obras Escolhidas. Vol. 1, 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

\_\_\_\_\_. “História cultural do brinquedo”. In: *Magia e técnica, arte e política*. Obras Escolhidas. Vol. 1, 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CAILLOIS, Roger. Trad. PALHA, José Garcez. *Os jogos e os homens: A máscara e a vertigem*. Lisboa: Edições Cotovia, 1990.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. “*Rádio e Criança: um estudo sobre a ausência de programação infantil nas emissoras de Porto Alegre*”. Dissertação (Mestrado de Ciências da Comunicação). São Paulo: Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 1988.

FORTES, Leandro Rieger Fortes; JURATTI, Odete; MAZOCCO, José Alberto. “O rádio enquanto veículo de comunicação e o universo infantil”. In: *UNIrevista*. Vol. 1, nº 3. UNC – SC, jul. 2006.

KNOBBE, Margarida Maria. “A palavra da pele”. In: *Revista FAMECOS*. Nº 25. Porto Alegre: PUC-RS, dez. 2004

MENEZES, José de Oliveira. *Rádio e cidade: vínculos sonoros*. Ed. 1. São Paulo: Annablume, 2007.

WULF, Christoph. “O ouvido”. In: *Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia*. Nº 9. São Paulo, mar. 2007.

## REFERÊNCIAS NA INTERNET

CMAIS. *Rádio Rá Tim Bum*. Disponível em: <<http://www.tvratibum.com.br/secoes/radiortb/>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

DISNEY. Disponível em: <<http://www.disney.com.br/pt/index.jsp>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

FOLHA. Rádio Disney estreia no Brasil e investe na interação com o público jovem. *O Radio.com.br*, 16 nov. 2011. Disponível em: <<http://oradio.com.br/noticias/132/radio+disney+estrela+no+brasil+e+investe+na+interacao+com+o+publico+jovem.html>>. Acesso em: 16 jun. 2012.

MÍDIA ONLINE. *Quais os maiores conglomerados de mídia no mundo?* Mídiainteressante.com. 07 nov. 2011. Disponível em: <<http://www.midiainteressante.com/2011/11/quais-os-maiores-conglomerados-de-midia.html>>. Acesso em: 16 jun. 2012.

PORTAL IMPRENSA. *Grupo Walt Disney estreia emissora de rádio para público jovem em São Paulo.* UOL. 8 nov. 2012. Disponível em: <[http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas\\_noticias/2010/11/08/imprensa39118.shtml](http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/11/08/imprensa39118.shtml)>. Acesso em: 01 jun. 2012.

RÁDIO DISNEY. Disponível em: <<http://radiodisney.disney.com.br/>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

RÁDIO MEC AM. *Estação Brincadeira.* Disponível em: <<http://radiomec.com.br/estacaobrincadeira/>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

SERGITO SHOW. *Mídia Infantil.* Disponível em: < <http://www.sergito.com.br/clubinho/midia-infantil/>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

STARCK, Daniel. *Panorama: Disney FM vai para o terceiro mês sob nova direção.* Tudo Rádio.com, 02 mar. 2012. Disponível em: < <http://www.tudoradio.com/noticias.php?noticia=6941&q=disney>>. Acesso em: 16 jun. 2012.

WEBKIDS. Disponível em: <<http://www.webkids.radio.br/>>. Acesso em: 17 jun. 2012.