



Dia da Alegria⁵

Carlos Eduardo Ataíde Guilherme⁶

Rodrigo Freire Xavier⁷

Vinícius Felipe da Silva⁸

Luzia Cristina Lopes Almeida⁹

Lília Paraguassú¹⁰

Jefferson Flávio Honorato de França¹¹

Janinne Pinheiro Câmara de Paiva¹²

Marcelo Henrique Alves de Araújo¹³

Bruno Marques Carneiro¹⁴

Carlos Henrique Goes de Araújo¹⁵

Bruna Cruz Dias¹⁶

José Carlos Aronchi de Souza¹⁷

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

1 APRESENTAÇÃO

É fato que hoje a televisão brasileira tornou-se o veículo com maior alcance, pelo qual se podem acompanhar em tempo real as manifestações ocorridas no país e no mundo. Os dados estão na primeira Pesquisa de Informações Básicas Municipais, realizada no ano de 1999, pelo IBGE. De acordo com esta fonte, a conclusão é que as transmissões dos sinais de TV chegam a atingir 98% do território nacional, embora só exista geração de imagens em apenas 7% dos municípios brasileiros. O índice usado como referência para medir o alcance da televisão é o mesmo do número de cidades onde chega a transmissão da emissora nacional mais assistida, seguida pela segunda emissora, que conta com 88% de cobertura no país, e da terceira, a qual é responsável por 78%.

⁵ Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria A Audiovisual, modalidade produto de variedades, como representante da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

⁶ Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFRN, email: caduataide@interjato.com

⁷ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFRN, email: rodrigofrexa@yahoo.com.br

⁸ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFRN, email: viniciusjoselito@gmail.com

⁹ Estudante do 9º. Semestre do Curso de Radialismo da UFRN, email: kristina_ufrn@yahoo.com.br

¹⁰ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFRN, email: lilica_paraguassu@yahoo.com.br

¹¹ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFRN, email: jefferson_flavio@yahoo.com.br

¹² Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFRN, email: janinnejoulyhotmail.com

¹³ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFRN, email: marceloufrn@yahoo.com.br

¹⁴ Estudante do 9º. Semestre do Curso de Radialismo da UFRN, email: bruno.geu@gmail.com

¹⁵ Estudante do 9º. Semestre do Curso de Radialismo da UFRN.

¹⁶ Estudante do 9º. Semestre do Curso de Radialismo da UFRN.

¹⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFPF, email: souzam@ufpf.br



Apesar da popularidade da televisão, ainda há quem a encare como um meio nocivo para a formação das pessoas. Exemplos disso não faltam: Silviano Santiago cita, em seu capítulo do livro *Redes Imaginárias: Televisão e Democracia*, Antônio Cândido, que, já em 1973, “Quando alfabetizadas e absorvidas pelo processo de urbanização, [as grandes massas] passam para o domínio do rádio, da televisão, da história em quadrinhos, constituindo a base de uma cultura de massa”. E concluindo: “daí a alfabetização não aumentar proporcionalmente o número de leitores da literatura, como a concebemos aqui; mas atirar os alfabetizados, junto com os analfabetos, diretamente de fase folclórica para essa espécie de folclore urbano que é a cultura massificada”. Ora, se a educação das crianças se encontra em dificuldades, por que não utilizar a televisão como instrumento pedagógico por via do entretenimento.

Os métodos educativos, provavelmente, lograrão mais êxito quando aliados às novas tecnologias. “Sempre foi verdade que tudo o que agrada ensina mais eficientemente”, eis uma frase de Marshall McLuhan a qual deveria ser um lema recorrente dos pedagogos quando eles avaliarem os efeitos da TV nas crianças. Evidente que existem erros dos que produzem programas e publicidade com intuito de atingir os mais novos, porém eles não devem ser levados em conta em sua totalidade, desconsiderando os seus méritos.

Trabalhando com a hipótese de que através do devido uso da televisão as crianças também podem ter suas idéias ampliadas, foi formulado este “projeto experimental” que visa lapidar esta idéia pedagógica televisiva, para que crianças do estado Rio Grande do Norte acompanhem a transmissão de um programa dirigido para o público que se encontra na faixa etária até os 10(dez) anos de idade. A proposta de entreter os filhos da geração eletrônica, sem que haja uso da violência simbólica, recorrente em grande parte das produções infantis.

2 OBJETIVOS

Geral: Dar continuidade em casa, à relação de ensino-aprendizado, iniciada na escola, sobre o processo de crescimento intelectual e criativo através do entretenimento.

Específicos:

- Incentivar a leitura por meio de narrativas orais curtas;
- Revelar à criança a importância de cada campo profissional, gerando nela uma empatia pela profissão que por ventura espera exercer no futuro;



- Desenvolver brincadeiras lúdicas estimulando as crianças em forma de *games*.
- Abordar temas de conflitos entre pais e filhos, com especialistas em pedagogia e/ou psicologia;
- Apresentar esportes e suas regras com presença de um profissional especializado em certas modalidades;
- Apresentar trabalhos pedagógicos e criativos desenvolvidos nas escolas pelos alunos do ensino fundamental básico;
- Aproximar TV e Internet num mesmo programa.

3 JUSTIFICATIVA

Alguns jovens, que estão na faixa etária dos vinte aos vinte e cinco anos, podem até alegar que nunca foram telespectadores de programas de auditório para criança, do tipo que traziam consigo a presença de rostinhos cobertos com madeixas loiras e corpos vestidos de roupas coloridas e curtíssimas, mas daí a negá-los o mérito de terem alcançado audiência espetacular, com certa qualidade (mínima) de conteúdo, não é uma tarefa justa. Fato é que, desde a safra de “baixinhos” cultivada pela dupla Marlene Mattos e Xuxa, responsáveis pela criação e apresentação, respectivamente, do programa exibido nas manhãs globais- *Xou da Xuxa*- já não houve mais na televisão aberta do Brasil a preocupação de se criar e inovar a programação infantil.

Como as pessoas continuam assistindo à TV, e recebendo influências cada vez mais fortes deste meio, as crianças que agora já não contam, tanto, com desenhos menos violentos e uma programação que os façam ficar entretidos sem ter suas infâncias agredidas, são as maiores vítimas de um sistema comercial que despreza o respeito aos telespectadores. Programas infantis do nível de *Castelo Rá-Tim-Bum* e *Cocoricó* (TV Cultura) até tiveram seus momentos de glória, com audiência garantida e boas críticas de pedagogos, mas sucessivas repetições das temporadas desses programas afastaram logo a possibilidade das crianças tornarem-se um público fiel. Outros poucos tempos da televisão, ditos ocupados com o futuro da nação, não merecem sequer ser lembrados, pois não acrescentam absolutamente nada aos seus geradores de pontos na corrida do Ibope.

Faz-se de extrema valia observar o que as crianças próximas a nós estão vendo na máquina dos sonhos, a qual deixa-se expostas na sala ou em qualquer lugar de fácil

acesso e visibilidade, sejamos pais, educadores ou mesmo estudantes de comunicação social. Se a sociedade precisa deixar a TV ligada, como se fosse uma babá eletrônica, que cuida de proles alheias enquanto os pais trabalham, melhor então que venhamos a escolher o método “menos devastador de criancinhas”. Jamais impondo a elas ao que devem ou não prestar atenção, mas conversando e fortalecendo seus espíritos de crítica.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A abertura do programa “Dia da Alegria” conta com a animação gráfica do visual da lona de um circo girando com a presença dos apresentadores brincando entre si: com bolas representando o esporte; simulando leitura com um livro; uma representação de uma profissão; montando um quebra-cabeça entre outros.

No início do programa os apresentadores entram na arena montada no auditório interagindo com o público. Devido a limitação da locação, as arquibancadas onde estão sentadas as crianças participantes tendem a ficar mais próxima uma da outra e dos apresentadores, provocando no vídeo efeito de mais público presente. O estúdio, depois de pronto fica desta forma:



No primeiro bloco, os apresentadores dão boas-vindas ao convidados e telespectadores e faz uma escalada do programa, anunciando o tema dos blocos



seguintes. Os apresentadores já se apresentam como palhaços profissionais em Natal e demonstram ter habilidade com o público-alvo do Dia da Alegria.



O segundo bloco se iniciaria com o quadro “o que vou ser quando crescer”. Nele a criança terá oportunidade de conhecer mais sobre os diversas profissões dos adultos, apresentando suas principais características, além de revelar o que os profissionais esperavam ser quando crescessem. Logo em seguida será realizado uma *game*, os apresentadores anunciam, então, os comerciais.

No terceiro bloco o esporte entra em evidência com o “Meu esporte”, situação em que é apresentado os diversos esportes e suas regras sociais, úteis também para disciplinar as crianças. Dando seqüência, o apresentador interage com o público e apresenta mais um *game*.

No quarto e último bloco o apresentador chama VT externo. “Na minha escola”, após o VT ele comenta sobre o tema e logo em seguida faz a leitura dos e-mails enviados ao programa. Neste momento, abre-se a oportunidade do telespectador entrar em contato com o programa a através da *web*, carta e telefone. Os apresentadores fazem um *game* com o publico presente, e para finalizar as crianças participantes da arena dividem o centro do estúdio com os palhaços, marcando o encerramento do programa Dia da Alegria.



5 REFERÊNCIAS

Novaes, A. **Rede Imaginaria: Televisão e Democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.