



Conto Contado¹

Tarsila Guerra Otero²

Eliana Maria Garcia³

Jaqueline Borges⁴

Karina Alves de Souza⁵

Raquel Person Sanchez⁶

Renata Aparecida Genari⁷

Tamires Thais Alves de Melo⁸

Thiago Baradel⁹

Valéria Gama Matos¹⁰

Carlos Alberto Kerr Rodrigues¹¹

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

RESUMO

O projeto “Conto Contado” traz as lendas e mitos da cultura popular brasileira, adaptados a uma linguagem contemporânea, para a nova geração: crianças entre cinco e onze anos. O programa irá ao ar aos domingos pela Internet (site pretendido: TV Rá Tim Bum). A cada mês será produzida uma história diferente, dividida em quatro ou cinco capítulos (conforme quantidade de domingos no calendário do mês), com duração de seis e oito minutos cada. Em sua primeira história, três irmãos embarcarão em uma incrível jornada em: “O Resgate da Noite”. Suspense e aventura são os ingredientes principais que levarão as crianças a um mundo mágico, onde tudo pode acontecer, até mesmo o desaparecimento da noite.

PALAVRAS-CHAVE: lendas; mitos; criança; cultura; popular.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Programa laboratorial de rádio – entrevistas, variedades, musical, educativo, humorístico, esportivo etc. (conjunto/série).

² Aluna líder do grupo e Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Radialismo, email: tata_tgo@yahoo.com.br

³ Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Radialismo, email: elieilien@yahoo.com.br

⁴ Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Radialismo, email: jaquelinine@hotmail.com

⁵ Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Radialismo, email: contraste_9@yahoo.com.br

⁶ Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Radialismo, email: contraste_9@yahoo.com.br

⁷ Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Radialismo, email: contraste_9@yahoo.com.br

⁸ Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Radialismo, email: contraste_9@yahoo.com.br

⁹ Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Radialismo, email: thi_baradel@yahoo.com.br

¹⁰ Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Radialismo, email: contraste_9@yahoo.com.br

¹¹ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação Radialismo, email: cccom@uscs.edu.br



INTRODUÇÃO

O projeto “Conto Contado” surgiu da observação dos integrantes do grupo acerca das produções audiovisuais voltadas ao público infantil e da necessidade de transmitir a estes pequenos a riqueza da cultura brasileira, para formação de cidadãos que valorizem o que o Brasil tem de melhor, suas raízes, importantes para a formação do povo brasileiro.

Além disso, o crescente avanço tecnológico tem reflexos no comportamento de toda sociedade. Não podia ser diferente com as crianças, que incorporaram a tecnologia em suas brincadeiras do dia a dia.

Cada vez mais a mídia e tecnologias eletrônicas (televisão, internet, jogos, computador, telefone celular) fazem parte do nosso cotidiano e assumem um espaço relevante no dia-a-dia das nossas crianças. Mais do que assistir, jogar e usar, as crianças gostam e desejam estes recursos.
(Ana Lúcia Villela, presidente do Instituto Alana)

Com base no trinômio cultura popular¹² brasileira, criança e tecnologia, fundamos os alicerces do nosso projeto.

2 OBJETIVO

Diante dos constantes avanços tecnológicos do mundo moderno e globalizado, observa-se que a nova geração passa muitas horas em frente ao computador e outras mídias, tais como TV, videogame, celulares, câmeras digitais, MP3.

As crianças de hoje já nasceram na era da Internet. Para elas, ouvir mp3, enviar SMS, bater um papo no MSN e pesquisar no Google não são coisas novas ou tecnológicas – são o jeito que elas conhecem para interagir à distância, se divertindo e aprendendo.
(Arnaldo Rabelo, consultor de marketing infantil, disponível em http://www.administradores.com.br/artigos/a_crianca_conectada/25461/)

Tal fato contribui para afastar as crianças da cultura popular, que se torna um assunto pouco interessante em comparação com a quantidade de estímulos recebidos por essas mídias.

¹² Neste projeto, empregaremos o termo *cultura popular* como sinônimo de *folclore* – do ingl. *folklore*, de *folk*, povo + *lore*, conhecimento, ensinamento – ciência das tradições, usos, crenças, lendas, canções e literatura popular (Grande Enciclopédia Larousse Cultural, p. 2481). Portanto, onde se lê *cultura popular* leia-se *folclore*.



Por conta disso, o objetivo do projeto “Conto Contado” é resgatar e valorizar as lendas, mitos e contos nacionais, introduzindo, de forma construtiva e educativa, a cultura popular brasileira às crianças, não deixando nossa tradição se perder com os adventos tecnológicos.

Aliar a modernidade com a tradição, aguçando a inteligência e imaginação de meninos e meninas; atualizar a cultura popular, adaptando-a a realidade cotidiana destes cidadãos em formação, para reforçar o valor das manifestações genuinamente brasileiras. Esse é o objetivo e desafio do projeto.

Dinamismo e objetividade são elementos imprescindíveis à elaboração deste projeto, a fim de captar e prender a atenção das crianças ao nosso programa. Para isso, os roteiros serão elaborados de acordo com a compreensão do nosso público alvo, com personagens cativantes, riqueza de efeitos sonoros e trilha musical; todos os recursos necessários para atrair o interesse dos pequeninos pelo programa, para que eles queiram acompanhar a história até o fim, sem dispersar a atenção. Para tanto, disponibilizaremos dentro do site que será veiculado o projeto¹³, uma página dedicada ao programa, com atividades lúdicas sobre a história do mês, com enfoque no capítulo da semana, além da realização de concursos culturais, para manter o interesse das crianças durante a semana, antes da estreia do próximo capítulo.

Após a transmissão do programa no domingo, no horário determinado, a criança (ou responsável) poderá fazer o *download* da história, por meio do *link* disponível no próprio site da TV Rá Tim Bum. Assim, poderá ouvir, a qualquer momento, sua “historinha” favorita. Para expandir o projeto além do computador e Internet, lançaremos as histórias completas em CD, acompanhado por um livro didático, para pais e educadores adquirirem como opção e apoio para a educação das crianças nesta fase de desenvolvimento.

3 JUSTIFICATIVA

Na presente década, observa-se, na televisão brasileira, uma decadência na produção de programas infantis, principalmente do consagrado modelo dos anos 80, com apresentadora (geralmente loira), assistentes de palco, gincanas, plateia, além de desenhos.

Este formato foi substituído por uma programação composta, quase que exclusivamente, de desenhos animados. Quando há um apresentador, ele só serve para

¹³ Site pretendido: TV Rá Tim Bum – www.tvratimbum.com.br

introduzir, “chamar” os desenhos ou dar premiações, via telefone, aos espectadores. Esse declínio se deve ao alto custo de uma produção neste formato, devido à grande estrutura necessária, com palhaços, auditório, brincadeiras, apresentadoras “loiras” e demais aparatos, aliado à diminuição de recursos financeiros oriundos da publicidade.

A produção destes programas vem em crescente queda na TV aberta nacional, uma vez que encontramos um número reduzido de programas voltados a este segmento. Segundo José Carlos Aronchi de Souza¹⁴, em 1996, os principais canais da TV aberta dedicavam uma média de 14% de sua programação a programas infantis. Cultura, SBT, Globo, Record, Rede TV (antiga Manchete), Gazeta e Bandeirantes, em 1996, juntas, somavam cento e trinta e cinco horas e trinta minutos semanais de programas voltados às crianças. Em 2009, esta mesma soma, revelou a queda de horas dedicadas a programas infantis. Somente o SBT e a Cultura aumentaram essas horas; as demais emissoras reduziram ou retiraram o programa infantil de sua grade de programação. Abaixo, uma tabela compara o tempo semanal reservado a esse segmento de programas, em 1996 e em 2009:

Emissoras	1996*	2009*
Cultura	35h	37h
Sbt	32h	36h
Globo	21,5h	14,5h
Record	13,5h	2,5h
Rede tv	23.5h	11,5h
Gazeta	5h	0
Bandeirantes	5h	0
Total	135,5h	101,5h

*Tempo em horas semanais

Observa-se uma queda de trinta e quatro horas, por semana, de programas dedicados às crianças.

Atualmente, a programação infantil é basicamente composta por desenhos animados, que mantém a criançada em frente à TV.

¹⁴ Souza, José Carlos Aronchi de. *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo: Summus Editorial, 2004.



Esse panorama culminou na migração do público infantil para outras mídias, como a internet e a TV por assinatura. “As crianças com poder aquisitivo elevado estão deixando a TV aberta para se dedicar à internet, aos games e à TV paga” (Octávio Florisbal¹⁵).

Estes fatos mostram que há uma lacuna na produção de conteúdo educativo e lúdico para as crianças. É esse vazio que nosso projeto pretende preencher, com a elaboração de um programa de qualidade, que estimule a imaginação e inteligência do público infantil, em formato radiofônico, veiculado em uma mídia muito explorada pelos pequeninos, a internet.

Já é comum ver crianças em pré-escolas brasileiras, inclusive públicas, experimentando um pouco do mundo fantástico na internet. A partir dos quatro anos de idade, elas já estão aptas a explorar sites de entretenimento infantis e fantasiar em voz alta brincadeiras e imaginações, antes proferidas para bonecos, brinquedos e brincadeiras.
(Phelipe Janning, *Internet na infância*¹⁶, 2008)

Utilizar a Internet como meio de transmissão do nosso projeto é providencial para atrair a atenção das crianças para as lendas e mitos da cultura popular brasileira, introduzindo um conteúdo de qualidade, que contribui para o crescimento e desenvolvimento de cidadãos conscientes da cultura do nosso país, o que reflete na formação do caráter e na postura adotada na fase adulta.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto “Conto Contado” começou a ser desenvolvido em janeiro de 2009, com o interesse do grupo em realizar um programa voltado ao público infantil.

Primeiro, definimos o tema a ser abordado e a faixa etária abrangida: dos cinco aos onze anos. Depois, definimos a forma de veiculação. Optamos por inserir o projeto no site TV Rá Tim Bum, já que a Internet é um recurso muito utilizado nos dias de hoje. Desde pequena, a criança aprende a manusear o computador, sempre com a supervisão de seus pais ou responsáveis. “A Internet está se tornando o segundo principal meio de comunicação com a criança, logo após a TV e empata com as revistas”.¹⁷

¹⁵ Matéria de Julio Moreira, publicada no site Blue Bus, em 27/03/2008, disponível em http://www.bluebus.com.br/show/1/82785/tv_globo_quer_recuperar_o_interesse_das_crianças_da_classe_ab

¹⁶ Disponível em <http://www.overmundo.com.br/overblog/internet-na-infancia>

¹⁷ Arnaldo Rabelo – consultor de Marketing e professor de pós-graduação, especializado em Marketing Infantil e Estratégias de Marketing. <http://blogs.abril.com.br/marketinginfantil>



O interesse da criança pelo computador deve-se ao fato dela ser curiosa e ter vontade de “brincar na Internet”. Com base nesses elementos, o “Conto Contado” teve sua base sedimentada.

A seguir, buscamos conhecimento teórico sobre os assuntos abordados (crianças, cultura popular brasileira, Internet) para termos propriedade do que iríamos abordar.

O próximo passo foi desenvolver o enredo da primeira história a ser contada. Escolhemos algumas lendas, definimos os personagens e fizemos a sinopse, que deu origem ao roteiro, que passou por cerca de cinco tratamentos até chegar à versão da gravação.

Com o roteiro em mãos, selecionamos os atores, e partimos para as gravações. Concluída esta etapa, começou o processo de edição, com inserção dos efeitos sonoros e toda a ambientação. Estes elementos foram fundamentais para “dar vida” à nossa história, tornando-a o mais verossímil possível, porque só assim conseguiríamos alcançar o objetivo do projeto, de atrair e cativar o público infantil.

Por último, produzimos a vinheta de abertura. Escrevemos a letra e gravamos todos os instrumentos utilizados, bem como as vozes e o coral. Depois foi feita a edição e mixagem destes elementos. O resultado é uma vinheta divertida, que tem a “cara” do projeto “Conto Contado”.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

“Conto Contado” é um programa radiofônico, de gênero especial, formato infantil. É indicado para crianças entre cinco e onze anos. Contará uma história por mês, dividida em capítulos (conforme a quantidade de domingos presentes no calendário do mês), já que o projeto será veiculado aos domingos, pelo site www.tvratibum.com.br.

Sinopse da primeira história *O Resgate da Noite*

Nossa aventura começa em uma manhã muito especial para Pedro, dia em que ele e seus irmãos vão para um acampamento. Já com as malas prontas, os três irmãos Bruno, Gabi e Pedro embarcam em direção às férias inesquecíveis. Chegando ao acampamento, Gabi sente-se um pouco deslocada, pois adora a vida cercada por tecnologias.

Ao cair da noite, todos no acampamento se reúnem perto de uma enorme fogueira, onde são contadas as histórias mais incríveis sobre seres que habitam as redondezas do



acampamento Itapuã. Pedro, deslumbrado com tudo que ouviu, fica imaginando se tudo poderia ser real.

No meio da noite algo surreal acontece. Pedro acorda seu irmão, Bruno, mostrando seu relógio, que marcava dez horas da noite. Ao sair da barraca, Bruno e Pedro notam que está claro e resolvem procurar Gabi. Os três irmãos entram mata adentro para tentar desvendar este mistério, dando início a uma aventura para resgatar a noite.

Capítulos

No programa “Conto Contado”, a história *O Resgate da Noite* será dividida em quatro capítulos. Segue abaixo a sequência, conforme sua veiculação.

Capítulo I: Serão apresentados os personagens, mostrando ao ouvinte a chegada deles ao acampamento e a primeira noite, onde o guia contará histórias que assombram região. (duração média: seis minutos)

Capítulo II: Os jovens acordam e notam que tem algo de errado no ar e seguem em direção a mata. No caminho, encontram um índio que os leva até a aldeia. Lá, eles descobrem que a noite foi roubada. O cacique lhes designa a missão de trazer a noite de volta e lhes entrega as armas mágicas. Eles partem para a floresta e se deparam com o Curupira. (duração média: seis minutos)

Capítulo III: O Curupira conta para nossos heróis sobre o Saci e onde eles poderão encontrá-lo. Eles seguem pela mata e avistam seu primeiro inimigo, a Mula Sem Cabeça. Ao fugir dela, os três irmãos entram em uma caverna para atravessar a montanha. Lá, eles encontram os Tatus Brancos e utilizam uma das armas mágicas, para escapar dos perigos da caverna. (duração média: seis minutos)

Capítulo IV: Após muitos desafios, Bruno, Gabi e Pedro encontram o Saci junto com seu amiguinho, o Boitatá. Pedro utiliza a sua arma mágica, fazendo o Saci revelar todo o segredo sobre o sequestro da noite. Após a confissão do Saci, eles partem em direção ao rio, onde avistam a Iara, que confessa ter pedido ao Saci para roubar a noite. Gabi utiliza sua arma para chamar o Boto e resgatar o coco, onde a noite está aprisionada, nas profundezas do rio, para levá-la de volta para a aldeia. (duração média: sete minutos)



Veiculação

Por ser um programa focado na cultura popular brasileira, especificamente, nos contos e lendas, nada melhor que um site como o TV Rá Tim Bum (www.tvratibum.com.br), que valoriza o produto nacional, com a produção de um vasto conteúdo original, para veicular o “Conto Contado”.

Este é o site pretendido para hospedar o projeto, por possuir uma grade de programação voltada ao público infantil, que incentiva a educação e cultura, já que a política da TV Rá Tim Bum é: “Conteúdo com Inteligência é a nossa Missão”.

A faixa etária, focada pelo site, está entre quatro e doze anos de idade. Todos os materiais do site são revisados por uma equipe de psicólogos, pedagogos e profissionais na produção infantil.

“A estética visual e sonora da TV Rá Tim Bum é dinâmica, pulsante, vibrante, buscando a atenção e o interesse da criança em desenvolvimento”.¹⁸

Além de entreter, seu encanto tem também a função de despertar o interesse, a motivação para a descoberta e o estímulo à imaginação. Figuras simples convivem com sofisticadas animações em computação gráfica.¹⁹

Em três anos a TV Rá Tim Bum já lançou mais de 30 programas novos, todos produzidos no Brasil. Uma marca importante que demonstra o papel assumido pelo canal, de estimular a produção de conteúdo infantil no mercado brasileiro.²⁰

6 CONSIDERAÇÕES

Atingir o objetivo pretendido desde o começo da elaboração deste projeto foi uma conquista para todos que estiveram envolvidos na sua produção. Quando a primeira criança ouviu o programa, se identificou com a história e gostou do que ouviu, foi a concretização de todo o trabalho realizado ao longo de quase um ano de muita dedicação e empenho.

¹⁸ Fonte - Site TV Rá Tim Bum – www.tvratibum.com.br

¹⁹ *Ibidem.*

²⁰ *Ibidem.*



Principalmente porque não é fácil produzir conteúdo para o público infantil, cada vez mais criterioso e exigente em suas escolhas de entretenimento. Ainda mais quando tentamos inserir conteúdos sobre a cultura popular brasileira, lendas e mitos de maneira contemporânea para prender a atenção dos pequeninos e divertir. Tudo isso, usando como terreno a Internet, que tem conseguido abrir cada vez mais espaço entre as crianças.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ações de Pesquisa: Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular. Disponível em:
<http://www.cnfcp.gov.br/interna.php?ID_Secao=5> Acesso em: 12 mar. 2009

Arantes, Antonio Augusto. **O Que é Cultura Popular**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1981. 83p. (Primeiros Passos, 36).

Ateliê da Aurora – Criança, mídia e imaginação. Disponível em:
<<http://www.aurora.ufsc.br/>> Acesso em: 22 set. 2009

Barbosa Filho, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003

Brandão, Carlos Rodrigues. **O Que é Folclore**. 10.ed. São Paulo: Brasiliense, S.D. 111p. (Primeiros Passos, 60).

Brasil Folclore. Disponível em: <<http://www.brasilfolclore.hpg.ig.com.br/>
<http://www.culturapopular.com.br/>> Acesso em: 26 abr. 2009

coLab – colaboratorio digital da TVPuc São Paulo. Disponível em:
<<http://tv.pucsp.br/colab/2007/10/16/a-crianca-a-midia-e-as-novas-tecnologias/>> Acesso em: 25 mar. 2009

Crianças e Mídia. Disponível em: <<http://www.criancasemidias.blogspot.com>> Acesso em: 01 jul. 2009

Digestivo Cultural- Programas infantis na TV. Disponível em:
<<http://www.digestivocultural.com/blog/post.asp?codigo=1147>> Acesso em: 01 jun. 2009

Dionísio, Ana Carolina; Girardello, Gilka. A produção cultural infantil diante da tela: da TV à Internet. Disponível em:
<http://www.aurora.ufsc.br/artigos/artigo_crianca_internet.htm> Acesso em: 10 mar. 2009

Instituto Alana. Disponível em: <<http://www.alana.org.br/default.aspx>> Acesso em: 11 jul. 2009

JurisWay- O que é domínio publico. Disponível em:
<<http://www.jurisway.org.br/v2/pergunta.asp?pagina=1&idarea=38&idmodelo=2407>>
Acesso em: 09 set. 2009



Kodamo, Kátia (orgs.). **Folclore Brasileiro**. São Paulo: Copidart Editora, 2001.

Lendo & Relendo Gabi. Disponível em: <<http://www.lendorelendogabi.com.br>> Acesso em: 08 mar. 2009

Magalhães, Cláudio. A TV feita para crianças - Jornal O Tempo. Disponível em: <<http://www.autenticaeditora.com.br/noticias/item:/37>> Acesso em: 03 fev. 2009

Novas tecnologias são os brinquedos preferidos das crianças. Disponível em: <<http://www.avimodel.online.pt/novas-tecnologias-sao-os-brinquedos-preferidos-das-criancas>> Acesso em: 01 abr. 2009

Oliveira, Eliane Abel de; Silva, Daniel Marcelino da; Freitas, Rosiane Correia de. **Uso Responsável da Internet**. Copyright 2008. Democratização da Informática do Paraná e GVT.

Oliveira, Vera Barros de; Bossa, Nádia A. (orgs.). **Avaliação Psicopedagógica da Criança de Zero a Seis anos**. 15 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2007. (Coleção Psicopedagogia e Psicanálise).

_____. **Avaliação Psicopedagógica da Criança de sete a onze anos**. 17 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2008. (Coleção Psicopedagogia e Psicanálise).

Pellegrini Filho, Américo; Santos, Yolanda Lhullier dos. **Antropologia cultural e folclore**. São Paulo: Olimpika, 1989

Rabelo, Arnaldo. Disponível em: <<http://www.arnaldorabelo.com.br>> Acesso em: 10 mar. 2009

Sandino: Produção estrangeira domina programação infantil. Disponível em: <http://www.seresteros.com/sandino/archives/2005/10/producao_estran.html> Acesso em: 04 set. 2009

Santos, Theobaldo Miranda. *Lendas e Mitos do Brasil*. Companhia Editora Nacional. 12 ed. São Paulo. Editora Nacional, 1992.

Souza, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

TV Rá TIM Bum. Disponível em: <<http://www.tvratibum.com.br>> Acesso em: 10 mar. 2009