



## **PROGRAMA DE RÁDIO ADOLETA<sup>1</sup>**

Aroldo da SILVA<sup>2</sup>

Gisele VIZZOTTO<sup>3</sup>

Isabel Cristina MULLER<sup>4</sup>

Keli FERNANDES<sup>5</sup>

Silvana Gabriela TOLDO<sup>6</sup>

Rafael Sbeghen HOFF<sup>7</sup>

Universidade do Oeste de Santa Catarina, São Miguel do Oeste, SC

### **APRESENTAÇÃO**

O programa Adoleta foi criado com o objetivo de atender um público especial, as crianças entre cinco e dez anos. Todas as outras faixas etárias, adolescentes e adultos, já são, de alguma forma, atendidos pela mídia, em especial a radiofônica. Com brincadeiras, músicas e muita interatividade, os apresentadores do Adoleta, levam alegria e um pouco de conhecimento às crianças que estão na fase de formação da personalidade.

### **2 OBJETIVOS**

#### **2.1 Geral**

Atender ao público infantil, entre cinco e dez anos, que muitas vezes é esquecido pelas rádios da região Extremo-oeste de Santa Catarina, com um programa interativo que contribui com o resgate da cultura das brincadeiras infantis para o crescimento intelectual e emocional da criança.

#### **2.2 Específicos**

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao IX Expocom, na categoria A Audiovisual, modalidade produto Variedade, como representante da Unoesc – São Miguel do Oeste.

<sup>2</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc – São Miguel do Oeste, email: aroldo@unoescsmo.edu.br.

<sup>3</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc – São Miguel do Oeste, email: gisa@uhull.com.br.

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc – São Miguel do Oeste, email: belinhamh@yahoo.com.br.

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc – São Miguel do Oeste, email: kelifernan@bol.com.br.

<sup>6</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso, email: silvanatoldo@yahoo.com.br.

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Unoesc – São Miguel do Oeste, email: rafael.hoff@yahoo.com.br.



- Apresentar brincadeiras infantis que eram muito populares antigamente e que hoje foram esquecidas devido à era tecnológica;
- Ensinar brincadeiras para que o público possa brincar junto com os apresentadores fazendo com que elas sejam difundidas para as demais crianças;
- Fazer com que o público dance e se divirta com músicas específicas para suas idades;
- Trazer elementos do passado de forma criativa, com cantigas, músicas e brincadeiras;
- Tratar as crianças como conhecidas, fazendo assim, com que se sintam bem ouvindo o programa;
- Trabalhar o imaginário e a fantasia das crianças com histórias infantis;
- Resgatar o hábito de contar histórias infantis, já que nos dias atuais os pais não têm muito tempo de manter esta prática;
- Complementar a educação da sala de aula, com ensinamento de cultura e brincadeiras;
- Suprir a demanda regional que está carente de ações voltadas à cultura infantil;

### **3 JUSTIFICATIVA**

Por ser o rádio o meio mais democrático de informação, pois não é necessário ser alfabetizado para compreender o que está sendo repassado e nem pagar para obter informação, criamos um programa para um público esquecido por este meio, porém que o escuta diariamente. O rádio pode se tornar uma companhia para a criança, uma babá eletrônica que passa informação, trabalha com o lúdico e resgata a cultura.

Com a correria do dia-a-dia muitos pais deixaram de contar histórias e ensinar as brincadeiras de roda, muito utilizadas quando eram crianças. Hoje o público infantil desconhece que pode brincar diretamente com seus amiguinhos e sem precisar de meios tecnológicos para que esta brincadeira seja divertida. Com a tecnologia fica mais fácil ter um computador ou vídeo game para ser utilizado como babá eletrônica enquanto se dedica a outros afazeres. Na televisão os desenhos animados, em sua maioria, trazem a



tragédia e brigas ao cotidiano, o que pode contribuir de forma prejudicial para a educação da criança.

Na região Extremo-oeste de Santa Catarina não há programação voltada para as crianças, porém, muitas comentam na escola que escutam rádio, inclusive saem cantando essas músicas que muitas vezes relatam pornografias e ações que não são pertinentes a idade. Por isso, o Adoleta vem para suprir a demanda regional que está carente de ações voltadas à cultura infantil trazendo um programa diferenciado e atrativo para as crianças.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

É na infância que a criança cria sua personalidade por meio da educação que, por sua vez, vem da escola, família, sociedade e hoje já podemos considerar um outro fator, a mídia. Douglas Leandro Rieger Fortes, Odete Juratti e José Alberto Mazocco em seu artigo "O rádio enquanto veículo de comunicação e o universo infantil" dizem que é nessa esfera que será moldada a educação da criança e também do adolescente. Segundo eles:

Se assim concebemos o processo de aprendizagem, então perguntamos: Por que os meios de comunicação, neste caso, o rádio que traz o emblema de maior veículo de comunicação de massa, não é explorado neste contexto? De outra parte se é fato que programas infantis estimulam a imaginação da criança, então, diante desta pesquisa, outro questionamento se faz necessário: Por que a criança foi ignorada? Estamos convencidos que, um programa infantil no rádio também pode auxiliar a criança no desenvolvimento de sua capacidade crítica, além de situá-la no seu contexto social, cultural e principalmente local, característica na qual o rádio é imbatível (FORTES, JURATTI, MAZOCCO, p. 3, 2006).

A idéia do programa infantil surgiu com a elaboração de um trabalho para a disciplina de Radiojornalismo III, no primeiro semestre de 2007. Todas as outras faixas etárias, adolescentes e adultos, já são de alguma forma, atendidos pela mídia, em especial a radiofônica. Já o público infantil é esquecido em meio a tanta programação para outras idades. CAVALCANTE (2006) comenta o compromisso com o atendimento a esse público que ainda é parcial:

O rádio, além da grande audiência reiteradamente comprovada junto a população com idade superior a 10 anos, reúne em torno de si uma faixa considerável de ouvintes situados a baixo dos 10 anos. Pesquisa realizada pelo Instituto MultiFocus indica que 86,5% das crianças de seis a 11 anos, das classes A, B e C, escutam rádio regularmente. (...) Mesmo assim, as programações de rádio refletem compromisso com atendimento, ainda que parcial, das expectativas desse público. Desse modo, são os mesmos



programas dirigidos ao público em geral ou a segmentos situados além desse público que chegam a crianças abaixo dos 10 anos, o que parece ser um aspecto problemático das programações, cujas razões precisariam ser analisadas (CAVALCANTE, 2006, p. 47).

Pensamos em um programa totalmente imaginário, no qual as crianças possam se sentir a vontade. E por isso a escolha do rádio para ser o veículo do Adoleta. O rádio é um instrumento fundamental e eficiente para este trabalho da mente da criança. A televisão, por exemplo, entregaria o produto de forma pronta, sem exercitar a capacidade imaginária do público. Greenfiel (1988) deixa isso claro:

A crença é de que o ouvinte participa igualmente com o locutor porque tem de contribuir com uma imagem mental do jogo à medida que este se desenrola, uma imagem que envolva memória, sendo própria a cada ouvinte. Esta análise implica que o rádio estimularia a imaginação, mais do que a televisão, simplesmente porque requer mais a imaginação (p. 78).

Para a criação do programa ouvimos, também, algumas programações infantis, e outros trabalhos acadêmicos. Tendo esses como base é que percebemos que a maioria não utiliza uma linguagem atrativa para as crianças. Utilizam músicas, histórias, dicas e outras coisas que o Adoleta também tem, mas não tratam as crianças como conhecidas, não se tornam amigas delas como elas gostariam.

Pensando nisso montamos um grupo com quatro “amiguinhas” das crianças e um “tio” divertido para passar uma segurança. Chamar o público de “amiguinhos”, “criançada”, “galerinha”, “turminha” atrai a atenção dos ouvintes. Estamos falando com crianças, e por isso, precisamos tratá-las como tal, numa linguagem divertida, que elas gostam e entendem. CESAR (2005) nos esclarece uma das funções do radialista:

O radialista do setor de locução deve desenvolver uma postura extrovertida, com facilidade em verbalizar e em processar de maneira ágil suas idéias (improvisado). É importante aprimorar a sensibilidade e a intuição para o mínimo estímulo verbal (...) Deve desenvolver ainda a capacidade de mudanças rápidas no que se refere ao comportamento de voz e fala”. (CESAR, 2005, p. 141).

O motivo de usarmos cinco apresentadores, cinco vozes, foi para que o programa pudesse ter esse diferencial a mais, criativo e divertido. Foi uma das formas que encontramos de deixar o Adoleta mais atrativo para o público, conseguindo realizar as brincadeiras e descontrações de forma mais eficiente. Temos consciência de que em uma rádio, principalmente na região Extremo-oeste, ficaria difícil ter a disponibilidade de trabalhar com tantos radialistas, mas a idéia está lançada e a aceitação iria depender do meio.



Cada personagem tem sua marca. O “tio Dodô”, é um amigo mais velho das crianças, divertido e que traz músicas, brincadeiras e conhecimento do aspecto cultural para elas. A “Gisa”, sempre traz novidades para o programa como as dicas de cinema e curiosidades que aprende na casa dela, com sua família. A “Keli”, é quem faz a parte dos parabéns do programa, adora crianças e brincadeiras. A “Bela”, gosta de cantar e é muito curiosa. E a “Sil” é a contadora de histórias, trazendo sempre novidades do mundo da imaginação. Dessa forma as crianças conseguem diferenciar cada personagem e se integrar no programa.

A linguagem radiojornalística foi o item mais explorado no Adoleta. Não é a toa que o rádio é o meio de comunicação de massa mais popular e abrangente. CESAR (2005) diz que a linguagem do rádio tem suas bases em quatro elementos: a palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio. Como e onde usar esses elementos é independente do seu tempo de duração, formato, tipo de texto ou conteúdo, mas sim deve ser baseado no resultado que se quer obter.

A radio dramaturgia do programa utiliza a palavra em, praticamente, todo seu tempo, a música em suas devidas partes, todas com a intenção de facilitar a imaginação da criança e os efeitos sonoros, principalmente na história, que é o que mais precisa de ajuda para a interpretação do público. Sobre esses elementos CESAR (2005) diz:

*Palavra:* A voz é o elemento primordial na comunicação radiofônica. Rica nas variações, nuances e tons, fornece ao texto falado sentido e entendimento. A redação do roteiro é feita dentro das normas aplicadas a qualquer espécie de redação radiofônica. O Essencial é que se utilize a linguagem clara, objetiva e coloquial do rádio para a construção dos diálogos ou qualquer tipo de fala.

*Música:* Proporciona dinâmica e ritmo ao texto. Variações na velocidade complementam o emolduramento necessário ao conteúdo. Quanto aos temas musicais, sejam de personagens, trilhas sonoras, sejam de conteúdos distintos, deve-se levar em conta a estética do que representam.

*Efeitos sonoros:* Criam a ambiência e dão contornos ao entendimento do diálogo. O elemento cena no áudio necessita de complementos externos do ambiente para que o ouvinte crie a imagem na mente. Os cenários – que no rádio não são vistos, mas sentidos/ouvidos – são transmitidos aos ouvintes também por meio de falas (narrações ou explicações do personagem), mas principalmente pelos efeitos sonoros e pelas músicas (CESAR, 2005, p. 144).

Os efeitos sonoros foram aplicados na história para instigar a imaginação das crianças. Isso ajuda para que a criança vivencie e imagine cada parte da história. Vidros quebrados, portas abrindo, gritos, beijos, dentre outros efeitos chamam a atenção dos ouvintes para entrarem na magia do conto.



A locução da história também foi feita de forma diferente, interpretando um pouco o som das cantigas durante o conto. Assim, a criança sabe de onde saiu a tal “Terezinha de Jesus”, o “Sanbalelé” e outros personagens. Por meio deste diferencial é possível despertar a curiosidade do público para que fiquem atentos até o final da trama. CESAR (2005) explica o efeito das técnicas utilizadas no rádio:

“O rádio possui uma característica toda própria para converter, na mente do ouvinte, idéias, palavras e ações em imagens auditivas. Mediante o emprego de técnicas podemos criar uma tela na mente da pessoa, levando-a a imaginar o sentido daquilo que queremos criar” (CESAR, 2005, p. 141).

A escolha das músicas para a primeira edição apresentada foi feita numa reunião onde lembramos de canções que nós, integrantes do grupo, quando crianças, gostávamos. Não tínhamos como deixar de fora as músicas da “*Rainha dos Baixinhos*” e nem as do antigo programa de TV o “Balão Mágico” que foi apresentado entre 1983 e 1986. Músicas como “Estátua” da Xuxa fazem as crianças brincarem e cantarem trazendo interesse de continuar a ouvir o programa.

A intenção do Adoleta, nas músicas, é um resgate cultural infantil e, pensando nisso, foi que escolhemos trilhas que lembram velhas brincadeiras e cantigas que estimulam o raciocínio e a imaginação do público. Todas elas levam a criança a realizar alguma atividade divertida como dançar, cantar e utilizar seu corpo como peça da brincadeira além de interagir com o programa.

Uma outra forma de aproximação com o público, que o Adoleta optou, é a participação das crianças por meio de cartas onde ela comunica a data de aniversário, pede músicas e manda recados para seus amigos e familiares. Na primeira edição, o programa lembrou dos aniversariantes com “A Hora dos Parabéns”. Essa parte do Adoleta instiga o ouvinte a prestar atenção, pra ver se seu nome, ou o de algum amigo está participando do programa. A opção das cartas foi para que o público possa ter acesso a esse meio de comunicação pouco utilizado hoje em dia. Pedir ajuda de seus familiares

Não é só de músicas e brincadeiras que as crianças gostam e lembrando disso foi que inserimos as dicas de cinema com o “Adocinema”. Essa parte do programa radiofônico traz novidades de filmes lançados para as crianças e que são sucessos de bilheteria. Com isso, conseguimos trazer o interesse do público por filmes específicos para suas idades.



Numa segunda edição, a idéia foi repensada e trazida para a realidade da região que não tem cinema. Pensamos então, em além de instigar a criança a esperar os filmes das grandes telas cheguem a locadora, ou a ir até a um centro maior que disponha de cinema, dar também a dica de outro filme que já esteja disponível na cidade. Isso facilitaria a aceitação do quadro pelo público.

Partes extrovertidas também foram pensadas como forma de diferenciar o programa. Uma delas é o momento em que, na primeira edição, o “tio Dodô” chega atrasado ao estúdio. Entra correndo, interrompendo a música que está sendo cantada e conversa com as apresentadoras e logo depois continuam o programa “felizes” com a chegada do “tio Dodô”. Outra parte, é no início do programa, quando a “Gisa” está brincando de adoleta e nem percebe que o programa está começando. Esses trechos são detalhes que fazem do Adoleta um programa realmente infantil com brincadeiras e descontrações.

O público e o programa foram escolhidos devido a falta de programações nas rádios para as idades mencionadas. Vemos atrações para jovens, adultos, alemães, italianos e muitos outros, mas para a criançada, a nossa região deixa a desejar. A interatividade dos apresentadores com as crianças ouvintes é o que o grupo mais acredita dar certo para alcançar seu objetivo de atrair as crianças com músicas, história e brincadeiras, num programa diferenciado.

## REFERÊNCIAS

GREENFIELD, Patricia Marks. **O desenvolvimento do raciocínio na era da eletrônica – os efeitos da tv, computadores e videogames**. São Paulo, Summus, 1988.

FORTES, Douglas Leandro Rieger; JURATTI, Odete; MAZOCCO, José Alberto. **O rádio enquanto veículo de comunicação e o universo infantil**. 2006. Disponível em: [http://www.unirevista.unisinos.br/\\_pdf/UNIrev\\_Fortes.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Fortes.PDF). Acesso em: 17 de março de 2008.

CESAR, Cyro. **Rádio: a mídia da emoção**. São Paulo: Summus, 2005. 229 p. ISBN 8532308678

SAMPAIO, Inês S. V. (Org.) ; CAVALCANTE, Andréa Pinheiro Paiva (Org.) ; ALCÂNTARA, Alessandra Carlos (Org.) . **Mídia de Chocolate: Estudos sobre a relação infância, adolescência e comunicação**. 1a. ed. Rio de Janeiro: e-papers, 2006. v. 1. 210 p.