



## 15. A rádio aos olhos das crianças: Reflexões em torno de uma experiência numa escola no Dia Mundial da Rádio 2013

Fábio Ribeiro & Luís António Santos

### Rotinas mediáticas das crianças com a rádio

A relação que as crianças desenvolvem com a rádio continua a não figurar na lista de preocupações dos investigadores em Ciências da Comunicação em Portugal. A inclinação reside num esforço de compreender o contexto mediático que envolve os jovens com a televisão (Pereira, 2009) ou com os meios digitais e internet, como é o caso do estudo europeu EU Kids Online, publicado em 2014, em que Portugal também está representado<sup>1</sup>. Em todo o caso, é possível encontrar alguns estudos sobre a programação infantil nos *media*, num cenário que também parece ameaçado pela pouca propensão mediática para conteúdos dirigidos especificamente a crianças, desde os canais generalistas de acesso público às rádios nacionais (Silva, 2010). De acordo com Balsebre *et al.* (2011), a maioria dos estudos sobre os *mass media* debruça-se nos meios visuais e os que se interessam pela rádio cedem a perspetivas educativas.

Tomando a categoria de 'jovens' como um todo nesta reflexão, dos mais novos aos adolescentes, especialmente os que estão inseridos em períodos escolares, assiste-se por vezes a um certo descrédito em relação ao potencial que os jovens podem oferecer aos próprios *media*. Pelo menos é essa a convicção que parte de um texto publicado no *site* da BBC, o especialista de *marketing* e marcas Martin Lindstrom explica algumas características dos jovens entre os oito e os 14 anos que os tornam especiais e francamente ativos no contexto tecnológico e mediático. Definindo-os como “a primeira geração digital da história”<sup>2</sup>, o escritor atribui-lhes uma capacidade para adquirir rapidamente competências técnicas e tecnológicas. Lindstrom defende até que os pais são, em 80% das ocasiões, fortemente influenciados pelos adolescentes no pro-

<sup>1</sup> Acedido através de <http://eprints.lse.ac.uk>, em 10/11/2014.

<sup>2</sup> Acedido através de <http://news.bbc.co.uk>, em 10/11/2014.

cesso de aquisição de serviços e bens, precisamente pela influência que a publicidade exerce nos jovens, com estratégias refinadas de *product placement*. Esta influência do *marketing* junto dos jovens foi também comprovada pela empresa de consultoria norte-americana Millward Brown que, em 2003, conduziu um estudo com mais de 2000 adolescentes, entre os oito e 14 anos, em 15 países, concluindo que 30% dos pais eram frequentemente influenciados pelos filhos no processo de compra (Balsebre *et al.*, 2011).

O relatório *Teens 2010*, da autoria da *Generalitat da Catalunya*, revela que os jovens dos 12 aos 19 anos, de países como Brasil, Espanha, EUA, França, Japão, México, Reino Unido e China, acreditam que, em 2020, vão estar mais ligados à internet, sobretudo para o contacto via *email* (83%), o estudo académico (81%), a compra de produtos (76%), a consulta de notícias (75%) ou navegar pelas redes sociais (73%). Neste caso, os jogos *online* e a escuta da rádio figuram entre os itens menos assinalados, a considerar em cenários futuros.

Neste quadro francamente hipermediatizado, um dos últimos estudos do grupo de investigação português Obercom, em 2009, revela que “cerca de metade dos inquiridos (46,9%) tem um computador em casa, ainda que a faixa etária mais jovem (entre os 8 e os 12 anos) seja aquela onde ainda não existe um computador por casa” (Silva, 2010: 19). Em Espanha, dados da Associação de Investigação de Meios de Comunicação (AIMC), referentes ao período de abril de 2013 a março de 2014 referem que, no caso específico de crianças e adolescentes, a rádio continua no segundo lugar em termos de penetração mediática<sup>3</sup>, com 61,3%, apenas superada pelos distantes 88,3% da televisão<sup>4</sup>.

Partindo deste pressuposto que, no fundo, se traduz no paradoxo de atribuir aos jovens uma importância decisiva num ambiente digitalmente mercantilizado e a ausência de estudos que reflitam sobre as suas rotinas com alguns meios de comunicação, podemos, ainda assim, recorrer a alguns dados de investigações internacionais realizadas neste sentido. No início dos anos 80, a maioria dos jovens ouvia, em média, três horas de rádio por dia, concluía o *Radio Advertising Bureau*, em 1982 (McClung *et al.*, 2007). Ao longo das décadas, este número foi diminuindo, pela mudança de hábitos e rotinas com os *media*, além da própria entrada em cena de outros meios de comunicação. Já

<sup>3</sup> A variável ‘penetração mediática’ mede a percentagem que a audiência representa em relação à população.

<sup>4</sup> Acedido através de [www.aimc.es, em 10-11-2014].

no início dos anos 2000, um estudo da *Edison Research* destacava já alguma alteração destas rotinas, assinalando a capacidade de *multitasking* dos jovens em relação à rádio. A rádio passaria, nessa altura, a desempenhar um importante 'tapete sonoro' enquanto os jovens utilizam videojogos e telemóveis.

Em Espanha, o grupo de investigação PUBLIRADIO, da Universidade Autónoma de Barcelona, publicou, em 2011, uma reflexão alargada sobre este tema, a partir de uma amostra com 212 crianças de cinco escolas da área metropolitana de Barcelona, sendo 120 delas com idades compreendidas entre os oito e nove anos e as restantes 92 entre os 12 e 13 anos (Balsebre *et al.*, 2011). Este estudo revela que todas as crianças inquiridas mostraram ter alguma familiaridade com a rádio. Quando a ela se referem, utilizam preferencialmente os termos 'objeto', 'meio', 'invenção', 'canal', 'máquina', 'lugar', 'caixa', 'estação' ou 'programa': 25% das crianças referiu-se à rádio como "algo que serve para ouvir música e notícias" (2011: 18). Sobre os hábitos de escuta, 61% disse ouvir rádio 'regularmente', a maioria na companhia dos pais e de outros familiares (avós e irmãos). O trajeto que efetuam entre casa e a escola assume-se, para a maior parte dos inquiridos, como o local privilegiado para ouvir rádio. Os investigadores concluíram também que os programas desportivos, ao fim-de-semana e à noite, constituem um importante formato radiofónico seguido por estes jovens. Ao citarem as suas estações de rádio preferidas, facilmente se concluiu igualmente que os conteúdos musicais dominam as preferências dos jovens (23%), seguido do desporto com 12,7% e as notícias apenas com 7,08%. Em termos gerais, as crianças demonstraram ter uma visão positiva da rádio.

## 2. Horizontes para possibilidades educativas a partir do som

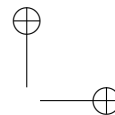
Num texto publicado no *Educational Research Bulletin*, em 1930, escrevia J. L. Clifton, sobre a experiência com a *Ohio School of the Air*, que os resultados evidenciaram uma maior predisposição dos alunos para uma escuta mais atenta. Os professores, por sua parte, testemunhavam que a instrução se revitalizava, que se acrescentava variedade aos programas escolares e que "os alunos apreendiam informação com muito mais velocidade do que se lessem apenas livros", ficando "mais conscientes de si mesmos enquanto parte

do mundo em que vivem” (1930: 199). O programa mais vasto das ‘Escolas do Ar’ norte-americanas, que teve uma existência consistente pelo menos até meados da década de 1970, viria a ser globalmente criticado pelo seu falhanço em ajudar a rádio a fixar audiências mas leituras historicamente mais distanciadas perceberam nele um espaço vital, complementar da instrução em sala de aula, “preenchendo uma necessidade de envolvimento ativo” dos alunos na sua aprendizagem (Bianchi, 2008: 43).

A discussão sobre a valia de uma envolvimento sonora na aprendizagem não começou na primeira metade do século passado nem terminou com ele. É, de certa forma, parceira inseparável da própria história e da evolução das metodologias de apreensão de conhecimento. Como nos relembra David Hendy, ela integra mesmo uma forma particular de entender a *timeline* da Humanidade, quando nos é apresentada como tendo tido um passado ‘oral’ (algo mágico) por contraponto a um presente ‘letrado’ (mais racional). Nesse entendimento, em que uma cultura do escutar deu lugar a uma cultura visual, a primeira é percebida como mais supersticiosa, mais próxima do rumor (‘Quem conta um conto acrescenta um ponto’) e de uma postura passiva e a segunda é entendida como mais abrangente e fiável (2013: xiii).

Esta é uma leitura incompleta e imprecisa – diz-nos ainda Hendy –, uma vez que o subestimar desse universo mágico que emana do sonoro é, de certa forma, uma negação da relevância da resposta emocional ao que nos rodeia. Numa outra dimensão, o som tem ainda – como se sugeriu na leitura da experiência norte-americana – uma capacidade enorme para equalizar relacionamentos sociais e relações de poder: “nunca traz poder absoluto a ninguém porque, pela sua própria natureza, é muito difícil que alguém o controle ou possua na totalidade” (2013: xiv).

Em 2014, o Ministério da Educação e Ciência aprova o Referencial de Educação para os *Média*, que reconhece, no contexto português, a importância da adoção de contextos de aprendizagem envolvendo o som, não apenas enquanto espaço que se explica mas, de forma significativa, um espaço que se constrói. Com efeito, diz-se na introdução ao documento que a Educação para os *Média* “implica fazer dos *media* – não apenas dos ‘tradicionais’, mas também dos novos *media* – objeto de estudo, de reflexão e de prática. E isto para se ser mais esclarecido no seu uso; para compreender criticamente as suas linguagens, mensagens e modos de funcionamento; para desvendar o mundo que



os ecrãs ocultam, quais biombos entre nós e os profissionais, as empresas, as tecnologias” (Pereira *et al.*, 2014: 3).

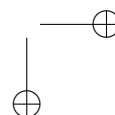
Ao longo de todo o documento está presente um espírito de aproximação dos mais jovens ao universo sonoro, nomeadamente através de propostas de incremento da discussão e debate sobre a produção radiofónica, os profissionais e as empresas, mas também – como se sugere no subtema ‘Participar nos/pelos Média; Produzir conteúdos/Mensagens’ – a experimentação concreta com a agregação, construção, montagem e difusão de produtos radiofónicos/sonoros (2013: 41-42).

### 3. Descrição da atividade na escola

Motivados pela anterior reflexão que combinou a questão das rotinas das crianças com a rádio e a necessidade de repensar sobre o som e o seu poder criativo e educativo numa sociedade eminentemente visual e icónica, pensou-se na possibilidade de levar algumas destas questões para o contexto escolar. Neste sentido, a atividade desenvolvida pela equipa do projeto de investigação ‘Estação NET: moldar a rádio para o ambiente web’<sup>5</sup> na escola não teve uma vocação eminentemente académica, de investigação de práticas, sistematizando dados de um modo mais comum academicamente. A intenção passou, então, pela possibilidade de promover uma oportunidade de contacto dos jovens com a rádio e o som, através da escuta de determinados conteúdos nobres da rádio (Ilustração 1).

A 13 de Fevereiro de 2014, os investigadores juntaram-se às iniciativas levadas a cabo pelo Dia Mundial da Rádio, uma efeméride celebrada desde 2011 pela UNESCO, que pretende dedicar um dia à reflexão em torno do impacto e da importância da rádio na vida quotidiana. Ao longo da manhã, os investigadores começaram por levar, literalmente, a rádio à Escola E.B. 1 de S. Pedro D’Este, em Braga. Numa pequena sala perto do refeitório, instalou-se um estúdio de rádio, onde algumas crianças do 1º ao 4º anos tiveram a possibilidade de participar numa emissão dinamizada por alguns deles. Ao lado, um refeitório amplo concentrava todos os alunos da escola que iam acompanhando a emissão através de um rádio e de um emissor FM.

<sup>5</sup> Com referência PTDC/CCI-COM/122384/2010, financiado pela FCT e por fundos estruturais COMPETE e QREN. [Site: [www.lasics.uminho.pt](http://www.lasics.uminho.pt)].



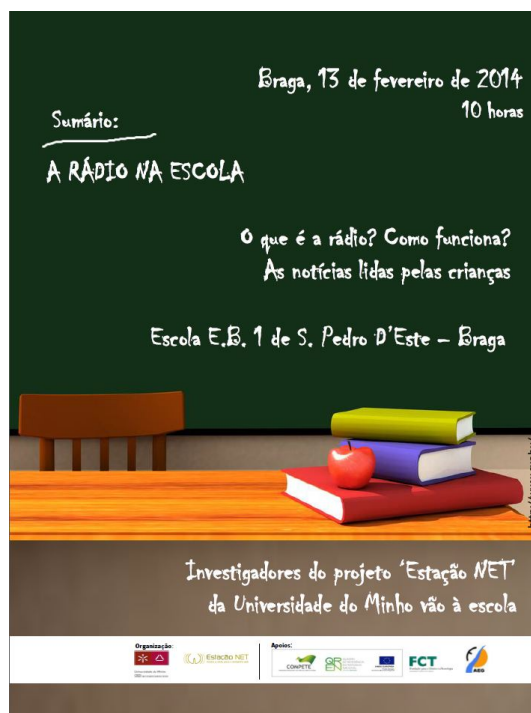


Ilustração 1 – Cartaz informativo da iniciativa.

Pedro Portela, um dos investigadores da equipa, conduziu toda a emissão a partir do estúdio e apresentou a iniciativa aos alunos<sup>6</sup>, dando a conhecer o plano de atividades previsto para aquela manhã. Ao longo da emissão, as crianças acompanharam diversos formatos radiofónicos, como por exemplo um noticiário, escrito e lido em antena pelos alunos do 4.º ano, sobre alguns aspetos quotidianos da escola. Posteriormente, dinamizou-se um espaço de entretenimento, porque, tal como se explicou durante a emissão, a rádio vive destes momentos. Em primeiro lugar, e em articulação com uma preparação prévia com alguns professores da escola, escolheram-se alguns alunos para uma encenação dramática de um conto infantil. Em segundo, depois de se explicar ao microfone que ouvir rádio significa, muitas vezes, criar imagens na nossa

<sup>6</sup> Consultar em [www.soundcloud.com].

mente, os alunos sentados no refeitório foram desafiados a tentar desenhar num papel branco as sensações ou imagens lhes eram suscitadas enquanto escutavam uma determinada música na rádio<sup>7</sup>. As seguintes ilustrações revelam algumas dessas representações:

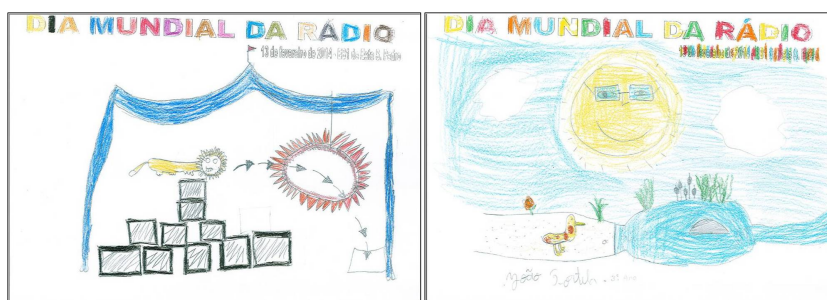


Ilustração 2 – Desenhos de crianças sobre o que uma música ouvida através da rádio lhes sugeria (Imagem 1 e Imagem 2).

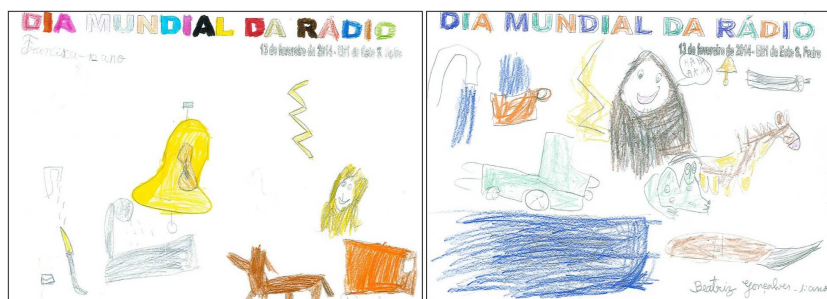


Ilustração 3 – Desenhos de crianças sobre o que uma música ouvida através da rádio lhes sugeria (Imagem 3 e Imagem 4).

<sup>7</sup> Consultar em [<https://soundcloud.com>].

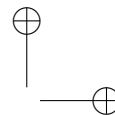


Ilustração 4 – Desenhos de crianças sobre o que uma música ouvida através da rádio lhes sugeria (Imagem 5, Imagem 6 e Imagem 7).

Ainda que estas sete imagens não permitam um trabalho cuidadoso sobre as representações mentais das crianças relativamente à música que ouviram através da rádio, parece-nos que podemos ensaiar algumas sugestões a este respeito. Todas as figuras acabam por apelar a noções do quotidiano, o que nos parece indicar que os jovens inserem a noção de rádio e de música como parte integrante das suas rotinas familiares e caseiras. Caso contrário, observaríamos cenários futuristas, representações oblíquas, eventualmente. Neste contexto, vemos, por exemplo, nas Imagens 6 e 7 ambientes imaginários que refletem a ideia de música com a dimensão física de instrumentos e objetos musicais. Esta quotidianidade pode revelar-se na presença de animais (Imagens 1, 2, 3 e 6), do sol, céu e rostos sorridentes (Imagens 2, 3 e 4), o que em teoria poderá corroborar a ideia positiva que as crianças têm da rádio, tal como sugeriam estudos referidos anteriormente.

Depois de uma hora de contacto próximo com a rádio, as crianças pareciam estar satisfeitas com esta experiência. Eram visíveis os sorrisos, a alegria





e a animação que este contacto proporcionou, numa manhã diferente. Já com a sala arrumada, alguns deles conversaram com os investigadores do projeto sobre a relação que têm com a rádio. Sobre os formatos radiofónicos que ouvem com maior frequência, a generalidade deles apontou conteúdos humorísticos (*Mixórdia de Temáticas* e *O Homem que Mordeu o Cão*, ambos da Rádio Comercial) e musicais: “ouço músicas clássicas, populares... só músicas de que gosto muito e conheço”, referiu um dos alunos<sup>8</sup>.

No contexto familiar e doméstico, a maioria das respostas sublinharam um enquadramento relativamente expectável: “ouço sempre a caminho da escola, é o meu pai que põe a rádio que dá no carro”, dizia um deles, o que pode intuir que as preferências radiofónicas dos pais influenciam decisivamente neste processo de escuta da rádio. “Ouço rádio com a minha família e às vezes antes de ir tomar banho, enquanto a água aquece, ouço rádio e danço”, referiu entusiasticamente uma das crianças.

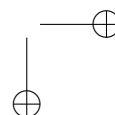
O coordenador pedagógico da escola, José Teles, fez um balanço positivo da experiência, salientando a animação que o anúncio da iniciativa gerou na escola: “as crianças ficaram muito entusiasmadas com a ideia de simularmos um estúdio de rádio aqui na escola. Ficaram muito curiosas. É sempre uma surpresa agradável termos uma atividade muito participada”. Questionado sobre algumas das ideias que os alunos partilham sobre o meio radiofónico, o docente do 1º ano referiu que, para os mais novos, a música continua a ser o elemento definidor da rádio: “eles dizem que é uma caixa que dá música”, sublinha. Nos dias que antecederam a atividade, os docentes da escola fizeram algum trabalho exploratório com os estudantes, explicando em que consiste um estúdio ou uma emissão. “Estamos ainda numa fase muito primária para os meninos, mas há sempre alguma ideia que fica”, constatou José Teles<sup>9</sup>.

#### 4. Notas conclusivas

Embora pouca ambiciosa na abrangência de meios técnicos a que reportou, e da amostra de alunos que considerou, esta pequena experiência adensou, no seio da equipa de investigação, o debate sobre algumas das matérias fraturantes que aqui se assinalaram brevemente, que fundamentalmente se concre-

<sup>8</sup> Consultar o áudio completo das declarações em [<https://soundcloud.com>].

<sup>9</sup> Consultar o áudio completo das declarações em [<https://soundcloud.com>].



tizam em duas grandes questões: a necessidade imperiosa de considerar as crianças como audiência real dos meios de comunicação, conhecendo as suas rotinas mediáticas e experiências, dando também voz àquelas que são as suas representações sobre o meio, as virtudes e debilidades que encontram possivelmente no universo da rádio; depois, promover uma reflexão mais alargada teórica e empiricamente, que se concretiza na reflexão sobre o som na vida das crianças, criando condições práticas para que os jovens considerem e experimentem o imaginário sonoro. Pinto (1994, cit. por Silva, 2010) considera que nada substitui as relações diretas que permitem diluir, amortecer, filtrar e atribuir significado às mensagens recebidas, através do diálogo, da conversa e do tempo que nisso se investe<sup>10</sup>.

A proliferação de novos *media*, um terreno sedutor para investigações recentes, não pode continuar a marginalizar a rádio como meio francamente auspicioso na interação humana e na distinção do som como elemento eterno da sua atividade. Parece até pouco compreensível perceber que, no seio de amplas discussões sobre a adequação e adaptação da rádio ao contexto *web* e *mobile*, as propostas de investigação não explorem com a devida profundidade as questões que se relacionam com a estética do ouvir, ou uma educação para o ouvir.

## Referências

- Balsebre, A.; Perona, J.; Fajula, A. & Barbeito, M. (2011). The hidden radio audience in Spain: Study on children's relationship with the radio". *Journal of Radio & Audio Media*, 18(2): 212-230.
- Bianchi, W. (2008). Education by radio: America's Schools of the Air. *Tech Trends*, March/April, 52(2): 36-44.
- Clifton, J.L. (1930). Education by radio. *Educational Research Bulletin*, 9 (7), April 2: 199-201.
- Generalitat de Catalunya; ESADE (2010). Teens 2010, Com són els adoles-

<sup>10</sup> Fotogaleria completa da atividade 'A Rádio na Escola' em [www.facebook.com].  
Produção a cargo de Luís António Santos.

cents d'avui i como evolucionaran els seus hàbits de consum. Barcelona: Creafutur.

Hendy, D. (2013). *Noise – A human history of sound and listening*. Londres: Profile Books.

Mariotti, S.L. (2013). Adorno on the radio: Democratic leadership as democratic pedagogy”. *Political Theory*, XX(X): 1-28.

McClung, S.; Pompper, D. & Kinnally, W. (2007). The functions of radio for teens: Where radio fits among youth media choices”. *Atlantic Journal of Communication*, 15(2): 103-119.

Pereira, S.; Pinto, M.; Madureira, E.; Pombo, T. & Guedes, M. (2014). *Referencial de educação para os média para a educação pré-escolar, o ensino básico e o ensino secundário*. Lisboa: Ministério da Educação e Ciência.

Pereira, S. (coord.) (2009). *A televisão e as crianças. Um ano de programação na RTP 1, RTP2, SIC e TVI*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Silva, A. (2010). *A programação infantil nas rádios portuguesas: Dos primeiros ensaios ao desafio online*. Dissertação de Mestrado, Covilhã: Universidade da Beira Interior, Faculdade de Artes e Letras, Departamento de Comunicação e Artes.

### **Referências online**

<http://eprints.lse.ac.uk>, publicado em 15/11/2014 e acedido em 20/11/2014.

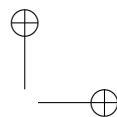
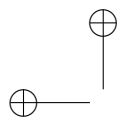
<http://news.bbc.co.uk>, publicado em 19/03/2003 e acedido em 10/11/2014.

[www.aimc.es](http://www.aimc.es), publicado em 2/12/2014 e acedido em 10-11-2014.

[www.facebook.com](http://www.facebook.com), publicado e acedido em 3/03/2014.

[www.soundcloud.com](http://www.soundcloud.com), publicado e acedido em 3/03/2014.

[www.soundcloud.com](http://www.soundcloud.com), publicado e acedido em 3/03/2014.



[www.soundcloud.com](http://www.soundcloud.com), publicado e acedido em 3/03/2014.

[www.soundcloud.com](http://www.soundcloud.com), publicado e acedido em 3/03/2014.

