

PERCEÇÃO DAS CRIANÇAS SOBRE A RÁDIO E O PODCAST: UMA APROXIMAÇÃO AOS SEUS HÁBITOS DE CONSUMO ONLINE

Lucía Abarrategui Amado, Universidade de Santiago de Compostela (USC)
Laboratorio de Radio, lu.aba@hotmail.com

Maria José Araújo, Escola Superior de Educação P.Porto, CIPEM-Inet-md,
mjose@ese.ipp.pt

Resumo

Neste texto apresentamos um estudo exploratório sobre o consumo de rádio e de podcast com crianças entre os 8 e os 10 anos de idade, que frequentavam o Ensino Básico numa escola portuguesa. O objetivo era compreender os seus hábitos de consumo e de como esses hábitos poderiam influenciar, positivamente, as suas aprendizagens escolares. Tendo como ponto de partida a nossa experiência em emissões da rádio escolar com alunos/as, consideramos a hipótese de que as crianças não gostam de ouvir a rádio, mas gostam de participar e fazer. Os dados recolhidos mostram que, de uma maneira geral, as crianças não têm o hábito de ouvir a rádio, mas quando ouvem é, quase sempre, mediado pelos adultos, o que pode contribuir para uma imagem negativa da própria rádio. O podcast – tendo imensas possibilidades educativas - ainda não tem um consumo concreto e, portanto, continua a ser desconhecido para muitas crianças, embora partilhe a linguagem com a rádio e ofereça novas possibilidades.

Palavras-chave: crianças; hábitos de consumo; podcast; rádio

Abstract

In this text we show an exploratory study on radio and podcast consumption with children between 8 and 10 years old, who attended Basic Education in a Portuguese school. The objective was to understand their consumption habits and how these habits could positively influence their school learning. Starting from our experience in broadcasting school radio with students, we consider the hypothesis that children do not like listening to the radio, rather participate and do it. The result of our study shows that, in general, children do not have the habit of listening to the radio, but when they do, it is almost always mediated by adults, which can contribute to a negative image of the radio itself. The podcast - having immense educational possibilities - still has no concrete consumption and, therefore, remains unknown to many children, although it shares the language with the radio and offers new possibilities.

Keywords: children; consumption habits; podcast; radio

ENQUADRAMENTO TEÓRICO

O podcast tem tido diferentes definições nos últimos anos. Algumas afastam-no da noção radiofónica e, como efeito, abrangem sob o seu nome conteúdos de origem videográfica. Assim, autoras como Solano e Sánchez (2010, p.1) falam de arquivos de vídeo ou áudio digitais distribuídos pela internet. Quer isto dizer que os conteúdos serão consumidos quando os ouvintes decidirem e não submetidos a uma emissão efémera que exige a comparência do ouvinte àquela hora na que está a passar a emissão. Ou seja, o podcast, ao contrário da rádio tradicional (fugaz e efémera), outorga liberdade de escolha aos ouvintes. É o/a ouvinte que decide quando quer ouvir. Na rádio ao vivo a emissão é uma vez e, no podcast, o ouvinte pode assistir tantas vezes quantas quiser. Percebemos que este facto é típico da geração do podcast, o que nos leva ao termo de podcasting, referente a um jeito de distribuição por subscrição através do feed RSS (sistema de descarregamento automático).

Embora possa ser uma forma de distribuição e possa abranger também conteúdos em que se usam outras linguagens/ficheiros multimédia, como por exemplo o vídeo, convém diferenciarmos a maneira como as mensagens chegam ao consumidor (podcasting) das linguagens usadas para a construção desses conteúdos. Neste sentido, a própria prática do podcast tem desafiado os limites marcados da sua definição original pois, quando nasceu, era sinónimo de áudio mas, depois, foi ampliando os seus domínios para a multimédia, onde se inseriu o vídeo.

Para ajudar nessa distinção, adotamos o uso dos termos podcast (referido a áudio) e vodcast (conteúdos de vídeo), já assinalado por autores como Díaz (2011, p.167), para diferenciarmos a linguagem usada (som e som e imagem) através de um mesmo sistema de distribuição (podcasting). De igual modo, a importante expansão das tecnologias de informação e comunicação no âmbito da educação tem colocado a necessidade de uma reconceptualização do termo. Na verdade, quer do ponto de vista metodológico, quer didático, têm vindo a ser utilizados nas práticas educativas diferentes dispositivos e ambientes colaborativos em podcasts vídeo e áudio (Pinheiro-Otero 2012, p.3), abrangendo a grande diversidade de conteúdos sonoros distribuídos através de diversos canais digitais. Para esta autora, cada vez mais professores/as e alunos/as criam e transmitem conteúdos por meio de webquest, blogs, wikis, podcasts nas redes sociais ou outras plataformas disponíveis na web.

Nesta ordem de ideias, o podcast traz mais-valias ao ecossistema digital (Berry, 2016, p.1) nomeadamente ao nível de distribuição, mas também relativamente à democratização da criação de conteúdos sonoros, em três aspetos: simplificação dos conhecimentos técnicos, baixo custo e concessão de maior poder de decisão do/a ouvinte. Porém, o podcast não deixa de ser rádio e considerado como a oferta mais específica e diversificada, disponibilizada pelos canais usuais/atuais. Defendemos que a linguagem usada é essencial na conceção de qualquer conteúdo e o podcast está a apropriar-se de muitos elementos da rádio tradicional (Primo, 2005, p.2) o que faz com que a rádio e o podcast estejam mais perto do que aparentemente parece.

Na realidade, ainda que se tenha destacado a oportunidade que fornece o podcast desde a perspetiva do acesso, e reiterando que é um dos seus valores em termos de acessibilidade, a rádio continua a ser um exemplo no uso das tecnologias de informação e comunicação, para as pessoas que moram em lugares isolados. De facto, "pelo menos 75% dos lugares dos países em vias de desenvolvimento, têm acesso a um aparelho de rádio" (UNESCO, 2012, p.284). Este facto, e o seu uso ainda vigente para a transmissão de conhecimentos, dá-nos argumentos para pensar a rádio como um dos meios de comunicação social mais democráticos no acesso a informação e comunicação, de acordo com Herrera (2003, p.8).

Para além das semelhanças e diferenças que possam existir entre a rádio e o podcast, nomeadamente em termos de estudos de audiências, parece possível dizer que a rádio está mais explorada que o podcast, por este se tratar de uma realidade emergente que ainda não está tão considerada ou consolidada em Portugal, como poderia em comparação, por exemplo, com os Estados Unidos de América. Quando pesquisamos sobre a rádio ou podcast, percebemos que uma das principais dificuldades para conhecer a exposição que as crianças têm a estes meios é que, tradicionalmente, nos estudos de hábitos de audiências, ignoram-se os menores de 14 anos, o que significa que as crianças não existem para a rádio a não ser como fonte (como notícia), sendo uma possível explicação para a ausência de oferta adaptada, em geral, para eles nas rádios convencionais. As crianças não se revêm na forma como são tratadas e referem:

(...) Lemos e ouvimos notícias do que aconteceu às crianças (morreu não sei onde, tem insucesso, etc),

mas não das coisas que interessam verdadeiramente às crianças e

muito menos dos seus pontos de vista. (...) nós estamos esquecidos nos

meios de **comunicação social e quando somos lembrados é para "dizer mal"**¹

O desinteresse na elaboração de uma oferta mediática mais apelativa para os mais jovens também é consequência da ausência de atrativo que os publicistas encontram nas crianças, tal como referiu o locutor Rui Pêgo (Antena 1) numa entrevista feita por Ângela Daniela Jesus Silva (2002, p.81).

Os estudos, alguns dos quais damos conta neste texto, sobre o consumo de conteúdos sonoros por crianças são escassos e estão muito espalhados pelo mundo, não parecendo existir uma investigação sistematizada em Portugal que permita trazer conclusões definitivas sobre o interesse das crianças pela rádio. Muito embora os estudos de Maropo (2008), sobre a construção de uma agenda mediática para a infância, mostrem já essa preocupação. No entanto, podemos refletir sobre a necessidade de escutar as crianças e fazer delas parceiras – com o mesmo estatuto que os adultos - nos assuntos que lhes interessam. Relativamente a isto, García e Pereira (2010, p. 94) têm uma explicação: a causa pode radicar na dificuldade que envolve as representações sobre a infância e o próprio estatuto das crianças: não tratamos as crianças como tratamos os adultos, nem sequer no que respeita a conteúdos mais fáceis, como, por exemplo, as notícias do quotidiano. Também é possível que não existam profissionais realmente preparados para realizar estes espaços, capazes de respeitar a criatividade das crianças e potenciar as suas competências e, ainda, dispostos a reconhecer o seu protagonismo, criando os instrumentos suficientes de participação.

Também Monteiro e Araújo (2017) referem a dificuldade de reconhecer as crianças como agentes competentes nos assuntos da escola e da cidade, ouvindo-as, implicando-as e reconhecendo-lhes o direito de participação.

Neste sentido, mesmo reconhecendo que os estudos sobre a infância na área da sociologia, psicologia, filosofia e comunicação têm tido alguma expressão na divulgação da preocupação de ouvir e respeitar a infância e os seus contextos, justamente através das suas vozes e interesses, os programas de rádio (e da comunicação social em geral) não mostram esta preocupação. Isto pode ter a ver com o facto de "as crianças não ouvirem – intencionalmente – a rádio e as empresas radiofónicas não os terem em consideração na sua programação e definição de estratégias (Sánchez e Pérez, 2013). Porém, a chegada do podcast é uma oportunidade para a

¹ Frases das crianças, Araújo et. Al (2004).

participação e a educação, mas também para oferecer conteúdos de interesse para o público jovem e para os envolver nos contextos onde vivem quotidianamente, como é o caso da escola.

A maior quantidade de dados que possuímos, em termos de práticas de consumo de meios, têm a ver com adolescentes ou adultos. Assim, em Portugal, o estudo publicado em 2016 pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), afirma que neste país "o meio rádio é escutado, regularmente, por 73% dos inquiridos", para os quais o autorrádio é o dispositivo mais utilizado embora dos "(...) escalões mais jovens, dos 15 aos 34 anos, são já mais de 20% os que escutam rádio pelo computador". Além dessa focalização em faixas etárias mais altas, nos últimos anos tem-se explorado com mais regularidade o uso dos meios eletrónicos por crianças, como é o caso do estudo pioneiro feito no 2017 "Crescendo entre Ecrãs. Usos de Meios Eletrónicos por Crianças (3-8 anos)". Noutros países como Espanha, há estudos como o AIMC Niñas, cuja versão mais recente recolhe os novos hábitos de consumo com uma amostra de 6 a 13 anos. Assim, este estudo revela que 34% das crianças inquiridas ouvem rádio (2018, p.9).

Portanto, à luz dos dados recolhidos, há uma relação entre as crianças e a rádio, embora seja pequena, relacionada com a prática de consumo dos adultos e pouco estudada. É curioso que apesar deste meio não se focar nas crianças, tendo perdido assim um jeito de emitir conteúdos educativos, a educação escolar e não escolar tem tirado, e está a tirar, proveito do seu uso. A rádio está ligada à educação desde o seu aparecimento e, ao longo da história, essa relação foi evoluindo. Segundo Sevillano (2012, p.18) o sentido da rádio educativa passou, desde os anos 1950, por diferentes etapas. Na primeira, a rádio funcionou como complemento da educação formal e como substituta das aulas presenciais. Numa segunda fase, a rádio educativa teve uma função de denúncia nos movimentos sociais e um terceiro período foi usada nos contextos educativos não formais e comunitários. Portanto, a rádio e a educação têm estado ligadas e ao serviço da população desde sempre. No início, a rádio foi usada como transmissor de conteúdos onde o professor era o protagonista e, progressivamente, chegou a ser um canal de expressão em que a comunidade passou a ser protagonista. A nível escolar, essa posição dos alunos, de escuta e aprendizagem dos conteúdos emitidos pelas ondas, mudou e eles passaram a ser o centro da sua aprendizagem, criando conteúdos. Há muitos exemplos que mostram o valor da rádio para dar voz aos alunos e gerar espaços dialógicos e colaborativos onde se desenvolvem processos criativos e significativos para o currículo e para a vida.

CONTEXTUALIZAÇÃO E DADOS

NOTA METODOLÓGICA

Tratou-se de um estudo exploratório, qualitativo, com características da investigação, numa ação participativa que envolveu dois grupos de crianças entre os 8 e os 10 anos de idade (num total de 22 crianças de ambos os sexos), que frequentavam o 1º Ciclo do Ensino Básico, numa escola do centro urbano do Porto, Portugal.

Objetivos do estudo: i) abordar os hábitos de consumo de conteúdos sonoros que as crianças têm; ii) compreender como esses hábitos e a utilização da rádio se podem constituir como um recurso na escola e como podem influenciar positivamente a aprendizagem escolar.

Técnicas de recolha de dados: pesquisa bibliográfica; observação participante; conversas informais; inquérito por questionário; workshop (2). O trabalho desenvolvido no workshop, assim como todos os dados, foram recolhidos com o consentimento das crianças e respetivos encarregados de educação e submetidos a uma análise de conteúdo. A recolha foi registada, gravada a nível sonoro e transcrita sob consentimento quer das crianças, quer das professoras e direção da escola, quer dos pais/encarregados de educação. Para garantir o anonimato das pessoas participantes, substituímos os nomes por códigos.

Para além da disponibilidade e implicação das crianças, que se mostraram muito curiosas e interessadas em desenvolver a atividade, e da disponibilidade e interesse da escola e das professoras que com elas trabalhavam, os critérios para trabalhar com estes grupos foram o facto de se tratar de crianças que não ouviam rádio com frequência (não fazia parte dos seus hábitos) e nunca tinham trabalhado com o podcast.

Procedimento

A intervenção nesta escola portuguesa teve como objetivo:

- i) criar a possibilidade de dar às crianças uma primeira aproximação à linguagem radiofónica através do podcast;
- ii) oferecer às crianças, no seu papel de alunas/os, um espaço de exploração do trabalho em podcast;
- iii) compreender os usos e processos criativos das crianças face a uma experiência que nunca tinham tido na escola, nem fora dela;
- iv) compreender como reagiam a esta experiência e se conseguiam pensar no podcast em função do trabalho escolar ou somente como possibilidade de atividade de lazer.

Com esse fim, organizamos dois workshops de rádio, de hora e meia cada um, que depois se repetiram. Os dois começaram com dinâmicas focadas na linguagem radiofónica: **voz, música, efeitos de som e silêncio**. A seguir, as crianças aplicaram o que tinham aprendido nessas dinâmicas através da criação dum podcast que envolveu: no primeiro grupo - conteúdos ligados aos conteúdos escolares e à própria dinâmica da escola; no segundo grupo - criação de histórias de sua autoria.

De modo a compreendermos que representação as crianças tinham sobre a rádio e sobre a forma como esta experiência prática, com este meio, poderia contribuir para a mudança das suas perceções e representações, recolhemos dados antes e depois do workshop.

Contudo, também quisemos perceber o conceito que as crianças tinham relativamente ao podcast em comparação com a rádio. Para atingir estes objetivos, delineamos um conjunto de questões que se aproximam do que consideramos conversas informais e fomos dialogando com as crianças. As conversas informais desenrolaram-se em função dos interesses e das características dos grupos:

- *o que é o podcast?*
- *o que é a rádio?*
- *quais são os ingredientes da linguagem radiofónica?*
- *ouvem rádio?*
- *gostam da rádio?*

No final do workshop, a pergunta escolhida esteve orientada para compreender se teria havido uma mudança de perceção em relação à rádio. Assim a questão colocada foi: *depois de ter experimentado a rádio, gostaram?*

ANÁLISE DE DADOS

As respostas obtidas foram submetidas a uma análise de conteúdo para que se retirassem as unidades de registo, como referem Amado, Costa e Crusoé (2014), e classificaram-se através de unidades das categorias: definição do podcast, definição da rádio, prática de consumo e opinião sobre a intervenção. Convém assinalar que na categoria prática de consumo, se selecionaram todas aquelas unidades de registo relativas ao facto de as crianças ouvirem e terem consciência de que estavam a ouvir rádio, onde e com quem. Relativamente à categoria "opinião sobre a intervenção", foram selecionadas as afirmações das crianças que exprimiam se gostaram ou não da atividade e também aquelas que referenciavam a possível mudança, ou não, em relação à imagem negativa que muitos tinham da rádio.

1 - DEFINIÇÃO DO PODCAST

Relativamente aos resultados dos dados obtidos, podemos afirmar que 50% das crianças que participaram no workshop **não sabiam o que era o *podcast*** e os outros 50%, associaram **o *podcast* com a imagem** como se mostra nestas declarações:

"É filmar" (A1), "É filmar uma coisa para uma televisão" (A10),

"Um vídeo informativo sobre alguma coisa" (A8),

"Uma filmagem" (A11), "Um vídeo que fala sobre coisas" (A3).

Além disso, outros exemplos que decorreram das conversas informais com as crianças mostram que associam o podcast a um conteúdo informativo:

"É como se fossem as notícias" (A17),

"Para contar as notícias que estão fora no mundo" (A6).

Contudo, uma criança relacionou podcast e rádio:

"É uma coisa a fingir, é tipo fingir que estamos na rádio, a fingir" (A18).

2 - DEFINIÇÃO DA RÁDIO

Relativamente à definição de rádio, **todos os discentes responderam a esta questão** e relacionaram a rádio com **a música e a informação**:

"uma coisa que nos informa (...)" (A1)

"É algo que nos diz o que está a acontecer, a notícia" (A13),

"É notícias e músicas" (A5), "É informação" (A14),

"É tipo para ouvir as notícias e a música (...)" (A9).

De igual modo, a rádio **aparece ligada a uma questão arcaica** nalgum discurso como se exprime das seguintes afirmações:

"para ouvir coisas antigas quando não havia televisão" (A2),

"É uma caixa que podemos ligar" (A10).

Neste sentido, em relação à linguagem radiofónica, **não identificam os elementos** (música, efeitos de som, silêncio e voz) e entendem que a linguagem da rádio são só os meios técnicos e "criatividade".

3 - PRÁTICA DE CONSUMO DA RÁDIO

Relativamente aos hábitos de consumo, a maior parte das crianças inquiridas afirmaram **Já ter ouvido rádio e não ter gostado**, como podemos observar através destes exemplos:

"Ouvi rádio e não gosto porque vou ficar dormindo" (A9),

"Não gosto de rádio, parece mais para idosos" (A13)

"Não gosto de ouvir rádio" (A1), "Eu não gosto" (A18),

"Falam muito e não estou com paciência" (A19).

Ao mesmo tempo, verificamos que as crianças que já tinham ouvido rádio e não gostaram, justificaram a sua resposta apelando a **algo aborrecido** para o que se precisa de paciência e que tem a ver com **pessoas mais velhas**.

Contudo, **outros alunos disseram não ter ouvido nunca** e, apesar deste facto, manifestaram não gostar por considerar que é algo que **aborrece e está ligado aos mais velhos** como podemos constatar nas seguintes referências:

"Não gosto de rádio e não ouço nada" (A15),

"Nunca ouvi rádio e não gosto porque é uma seca" (A20),

"Não gosto e não ouço nada de rádio porque não é interessante, é mais para adultos (A15)".

São uma minoria os alunos que apesar de **não ter ouvido, acharam que podem gostar**:

"Nunca ouvi rádio, mas deve ser fixe" (A1),

"Nunca ouvi rádio e acho que posso gostar mais ou menos" (A10)

Em relação ao lugar e ao motivo da audição, a maioria dos discentes disseram ouvir rádio **nomeadamente com um familiar em casa ou no carro**, como podemos confirmar através das seguintes unidades de registo:

"(...) ouço rádio às vezes com minha avó" (A2),

"(...) ouço no carro" (A11),

"(...) ouço no carro também" (A12),

"(...) ouço em casa e no carro (A18)"

e só uma criança afirmou pôr a rádio por iniciativa própria:

"Sou eu que ligo a rádio" (A16).

Porém, algumas crianças mostraram que gostam de ouvir rádio **nomeadamente no carro** como se exprime nas seguintes frases:

"Gosto de ouvir rádio no carro, rádio comercial" (A14),

"Gosto de rádio e gosto de ouvir rádio no carro" (A5).

Se reparamos nas afirmações que fazem em relação à sua adesão à rádio, só dois alunos utilizam verbos que envolvem um sentimento mais marcante: **adorar e odiar**:

"Adoro rádio e sempre que posso, ouço" (A16)

"Odeio rádio porque não tem nada que sirva" (A20).

(Sendo A16 ouvinte e A20 não).

4 - OPINIÃO DA INTERVENÇÃO

Depois de ter experimentado a rádio, o total dos alunos afirmaram que gostaram, mas isso não mudou as suas expectativas em relação ao consumo de rádio. De facto, alguns assinalaram:

"Gostei de fazer isto, mas não gosto de ouvir rádio"(A20),

"Ainda não gosto" (A3)

e apenas um aluno disse:

"Agora gosto um bocadinho mais" (A22).

Contudo, é importante assinalar a limitação do nosso estudo, já que a duração da intervenção não permitiu um acompanhamento do trabalho das crianças relativamente à evolução, ou não, dos valores negativos que uma parte importante atribuiu à rádio. Portanto, este estudo pode ser um ponto de partida para analisar como a prática direta dos discentes com a rádio, estendida no tempo, poderia ajudar a melhorar a imagem que têm do meio e se o contacto com este possibilita a adesão de novos ouvintes.

5 - RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados que obtivemos apoiam-se nas unidades de registo do trabalho com as crianças, mas também confrontando os dados com estudos de referência, que salientamos na bibliografia e também da revisão da literatura.

Pelo que podemos compreender, à altura do estudo em análise, o podcast é uma realidade ainda muito pouco explorada em termos comerciais, sobretudo se procuramos conteúdos para crianças. Neste sentido, não tem proliferado muita produção científica que mencione a audiência do podcast e muito menos que se debruce sobre os jovens, como reconhecem Pedrero-Esteban, Barrios-Rubio e Medina-Ávila (2019, p.105), razão pela que nos parece estar a surgir como interesse na investigação. Além disso, este artigo pressupõe uma aproximação a um contexto escolar português onde nunca tinha sido explorada a rádio e, embora existam escolas que já estão a fazer podcast, não temos encontrado uma produção científica sistemática e abundante que acompanhe essas práticas e, muito menos, que as relacione aos hábitos de consumo das crianças (faixa etária das que correspondem ao nosso estudo).

Nesta ordem de ideias, este estudo exploratório constituiu-se como a possibilidade de dar um contributo para a valorização da relação das crianças com a rádio e o podcast e salientar as potencialidades destes meios em termos educativos e socioculturais. Por um lado, podemos dizer que estes grupos de crianças entre os 8 e os 10 anos de idade, que frequentam o ensino básico, estão afastados do podcast já que, ou não conseguiram verbalizar o que é, ou o consideraram como uma filmagem. Relativamente à rádio, as crianças dão uma definição revelando que conhecem o meio de comunicação social, embora só consigam relacioná-lo com conteúdos informativos ou musicais, o que impede que apreciem as diferentes possibilidades criativas. Pelos dados recolhidos, podemos afirmar que esta percepção limitada, quanto a géneros da rádio (programas), tem a ver com o facto de só ouvirem quando mediados pelos adultos, que a ligam no carro, como já foi salientado noutros trabalhos de investigação como o de Neto (2014, p.70). De igual modo, se analisarmos as grelhas de programação poderemos ver como, efetivamente, a rádio convencional emite informação, música e desportos virando-se de costas ao seu potencial criativo e, desde logo, esquecendo as crianças. Já no ano 2009, Perona advertia que embora tenhamos ganho com a modalidade educativa da rádio, onde o aluno é produtor de conteúdos, assistimos ao "(...) desaparecimento de espaços destinados à audiência infantil que apresentavam conteúdos radiofónicos com um alto valor didáctico" (2009, p.114).

Por outro lado, este autor chama à atenção para o facto de que, tendo nascido o podcast do universo digital, não seja mais conhecido **pelas crianças como a rádio é. Estes dados permitem que pensemos que, ainda que o podcast possa criar "janelas" de interesse para** as crianças relativamente a conteúdos e acessibilidade, elas ainda não teriam compreendido isso sozinhas. Esta interpretação coincide com os resultados obtidos por Pedrero-Esteban, Barrios-Rubio e Medina-Ávila (2019) relativamente à faixa de 13 a 19 anos. Não obstante, no nosso caso, referente a crianças que desconheciam o podcast, teríamos de compreender os hábitos de consumo dos pais e encarregados de educação, os quais ainda não teriam introduzido na sua rotina mediática o podcast. Paralelamente a este facto, de acordo com o Instituto Federal de Comunicações, temos de ter em conta a "(...) alta influência por parte dos adultos em torno do consumo de programação que realizam os miúdos" (2017, p.120).

Ao termos em conta que as crianças desconhecem o podcast e, na sua maioria, só ouvem rádio quando um adulto a liga, percebemos porque é que os/as alunos/as consideraram que a rádio é "aborrecida" e "coisa de adultos". No entanto, é de salientar que as crianças que afirmaram não terem ouvido rádio têm a mesma percepção deste meio de comunicação social, que os que já tinham

ouvido, e acabam por exprimir frases como esta: " Não gosto e não ouço nada de rádio porque não é interessante, é mais para adultos" (A15) o que indica que têm um estigma sobre este dispositivo. Uma outra questão prende-se com as reações do grupo que não foram positivas nem negativas. Apenas duas crianças empregaram verbos intensos como "odiar" ou "adorar". Isto pode significar, novamente, que a rádio é um dispositivo (um meio), inexplorado para estas crianças pois, quando nós temos contacto com uma realidade e esta tem um impacto em nós, vai gerar um sentimento marcante, mais expressivo e não somente que gostamos ou não gostamos. Só dois alunos ouviram rádio e não gostaram, ou seja, uma minoria. Outros dois afirmaram não ouvir e abriram a possibilidade a poder gostar: "Nunca ouvi rádio, mas deve ser fixe"(A1), "Nunca ouvi rádio e acho que posso gostar mais ou menos" (A10).

Foi interessante compreender que os grupos, ao não conhecer o que é o podcast, não conseguem relacioná-lo com a rádio e assumem que a rádio "É uma caixa que podemos ligar" (A10) ou aquele aparelho que está no carro, mas não o associam a um tablet ou um telefone. Além disso, é um paradoxo, pois as crianças foram perentórias em afirmar que gostaram de fazer rádio mesmo não gostando de ouvir: "Gostei de fazer isto, mas não gosto de ouvir rádio"(A20), "Ainda não gosto" (A3) e apenas um aluno disse "Agora gosto um bocadinho mais" (A7). Isto poderia fazer-nos pensar que a prática radiofónica não permite mudar a imagem negativa que existe sobre a rádio, nem incentiva a ouvir conteúdos sonoros. Similarmente, um estudo, baseado numa amostra maior - alunos de diversos cursos - que fizeram rádio ao longo de vários anos, mostra que só 5% começaram a ouvir rádio depois de fazerem rádio (Abarrategui, 2016, p.69). De qualquer modo, os dados do nosso estudo relativamente a esta questão não são suficientes, já que a pergunta foi feita depois de um primeiro contacto das crianças com o dispositivo (meio) o que, como já foi dito, se considera como principal limitação deste estudo.

Em todo caso, esta realidade - de gostar de fazer mas não de ouvir - pode ter a ver com o facto de que, na prática, estiveram em contacto todos os elementos da linguagem radiofónica: voz, música, efeitos e silêncio e tiveram liberdade para criar os conteúdos que desejaram, falar quando a rádio emite sem pensar neles e, ultimamente, tem afastado a criatividade "(...) em favor de uma informação de atualidade apresentada da forma mais singela e, se pode ser, sempre em direto, é dizer de forma mais económica e **fácil possível**" (Rodero, 2005, p.134). No entanto, ainda que as emissoras comerciais em muitos casos não o estejam a mostrar, a rádio é um meio criativo que se torna motivador para as crianças no seu papel de alunos/as. Assim, de acordo com Mariana Neto, em termos educativos, a rádio "(...)revela contribuições no que toca às condições do digital, que conferem aos jovens uma estrutura mais acessível e dinâmica para o desenvolvimento de projetos, face a outros meios" (2014, p.72).

O facto de não ser o meio mais procurado pelas crianças não nos pode fazer pensar que não carece de interesse educativo e que pode ser uma ferramenta motivadora para a aprendizagem das crianças. De facto, os benefícios da prática radiofónica na escola já foram muito estudados (Durán, 2002; Catalán, 2015; Araya-Rivera, 2017; Piñón, 2017; Abarrategui, 2019; Mourão e Pereira, 2020). Ao estarmos a viver na era da imagem, a rádio envolve possibilidades inimagináveis, desde logo como meio de comunicação que permite o exercício de uma cidadania ativa, crítica, criativa e reflexiva.

EM SÍNTESE

O estudo realizado com as crianças evidencia um modelo de trabalho pedagógico caracterizado pela possibilidade de exploração e implicação das crianças em ambientes socioculturais que podem ser potenciadores de um trabalho educativo diversificado que valorize o desenvolvimento da oralidade e das suas capacidades de comunicação. Os meios auditivos, como é o caso do podcast, enquanto versão emergente e de essência digital, podem criar janelas de interesse na atividade escolar atendendo, até, que a cultura digital faz parte das suas culturas e interesses (Araújo, 2018). Todas as crianças mostraram estar familiarizadas com a rádio, embora de forma condicionada, uma vez que o consumo que fazem de rádio é consequência da atitude e rotinas dos adultos. Na verdade, a representação que mostraram ter da rádio é a de um meio tradicional para pessoas adultas, que só emite música e informação. Isto, somado ao facto de as crianças desconhecerem a linguagem radiofónica, mostra um desconhecimento das possibilidades criativas que oferece, levando a considerar a rádio como algo "aborrecido". Não sendo do âmbito deste estudo comparar com outros recursos multimédia – tão do agrado dos jovens –, valeria a pena compreender se estes recursos não poderiam ser uma mais-valia quer do ponto de vista pedagógico, quer didático, com grande potencial para a organização e desenvolvimento do currículo escolar.

A rádio comercial não se interessa pelos mais novos e isso tem como consequência criar desinteresse por este meio de comunicação social, já que tanto os alunos que já tinham ouvido rádio e não gostaram como os que nunca ouviram e afirmaram não gostar dão a mesma justificação para não a apreciar. Neste sentido podemos dizer que não é a rádio que é aborrecida, mas sim os programas que a rádio emite e que se afastam dos seus interesses culturais. Por outro lado, a rádio compete com os dispositivos multimédia e tem sido mais incentivada a jovens de ciclos de estudo mais avançados, como mostra este estudo. Assim, o preconceito em relação a este dispositivo está sobretudo ligado com a incapacidade da oferta radiofónica para responder às expectativas das crianças do que com o dispositivo em si.

Face ao exposto, consideramos que a rádio e/ou o podcast têm potencialidades como recurso educativo e de investigação mas, também, como atividade de lazer para as crianças mais novas.

AGRADECIMENTOS

Este artigo teve a colaboração da professora Marlene Magalhães e da Direcção do Agrupamento de Escolas do Viso, a quem as autoras agradecem a disponibilidade.

Referências

- [1] Abarrategui, L. (2016). Radio Itinerante Creativa: el sentido de la radio en la escuela del s.XXI (dissertação de mestrado). Universidade de Santiago de Compostela.
- [2] Abarrategui, L. (2019). Radio escolar: estudo evaluativo de una experiencia intergeracional. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 12 (2), 32-49. Recuperado de: <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/6426>
- [3] AIMC (2018). AIMC Niñ@s. Recuperado de: https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/11/ninos2018_informe_principales_resultados.pdf
- [4] Amado, J., Costa, A., e Crusoé, N. (2014). A Técnica de Análise de Conteúdo. Em J. Amado (Ed.), *Manual de Investigação Qualitativa em Educação* (2a ed, pp. 301–350). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- [5] Araújo, M. J. & Lopes, H. (2004). Organização dos diálogos sobre o vivido “Reflexão sobre a experiência de participação na elaboração de um jornal escolar” in *Revista Educação Sociedade & Culturas* n. 22. Porto: Edições Afrontamento. <https://www.fpce.up.pt/ciie/revistaesc/ESC22/22-dialogos.pdf>
- [6] Araújo, M. J. (2017). A importância do Tempo Livre para as Crianças, in *Revista Diversidades*, n.o 51., 22-27.
- [7] Araújo, M. J. & Monteiro, H. (2018). Crianças de todo o mundo, Uni-vos! *Educação & Ambiente - Revista de Educação e Ambiental*. V23, n3,
- [8] Araya-Rivera, C. (2017). La radio estudiantil como estrategia didáctica innovadora.3,17. Recuperado de: <https://www.scielo.sa.cr/pdf/aie/v17n3/1409-4703-aie-17-03-00135.pdf>
- [9] Catalán, M. (2015). La radio escolar digital y su aporte al aprendizaje en la asignatura de Lenguaje y Comunicación en el contexto educativo chileno. *Comunicación y Medios*, (32), 101 - 117.
- [10] Díaz, G. (2011). Podcasts y vodcasts: recursos para el desarrollo curricular. *Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa (JUTE)*, Sevilla. Recuperado de: gumersindodiaz.es/artic_ed_TIC/jute_11.pdf
- [11] Durán, G. (2002.) De la escuela en la radio a la radio en la escuela. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 3 (1), 1 -11.
- [12] Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2016) . *Estudo As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal*. Portugal, ERC. Recuperado de: <https://cutt.ly/me2t>
- [13] Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2017). *Estudo Crescendo entre Ecrãs. Usos de meios eletrónicos por crianças (3-8 anos)*. Portugal, ERC.
- [14] García, A. e Pereira, R. (2010). La programación infantil en la radio. El caso de Plis-Plas (Radio Galega). En I. Blanco e M. Römer (coords.), *Los niños frente a las pantallas*(pp.93-106) Recuperado de: <https://cutt.ly/Apjkmlu>
- [15] Hernández, R., Fernández, C. e Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6 ed., págs. 88-101). México: McGraw-Hill.
- [16] Herrera, D. (2003). Rasgos diferenciales de la radio como medio para la participación. *Revista de comunicación*, 1, 25 -40. Recuperado de: <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2003/Art025-40.pdf>
- [17] Instituto Federal de telecomunicaciones (2017). *Apropiación de contenidos de radio y televisión en audiencias infantiles. Estudio Cualitativo*. Agosto 2017. http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/est.cualitativoinfantil-apropiaciondecontenidos_2.pdf
- [18] Jesus, A. (2010). A programação infantil nas rádios portuguesas: dos primeiros ensaios ao desafio online (dissertação de mestrado). Universidade da Beira Interior Faculdade de Artes e Letras. Recuperado de: <https://cutt.ly/4e2rNAQ>
- [19] Marôpo, L. (2008). *A Construção da Agenda Mediática da Infância*. Lisboa: Livros Horizonte
- [20] Monteiro, H. & Araújo, M. J. (2017). "Crianças à Espera? Um ensaio sobre participação na cidade" in *Sensos*, vol. VI, n.o 1, 71-82.
- [21] Mourão, M. e Pereira, S. (2020). La radio y la promoción de los derechos de los niños: propuesta para un taller escolar. *Aularia. Revista Digital de Comunicación*, 1. Recuperado de: <https://n9.cl/ej3e>

- [22] Neto, M. (2014). As potencialidades educativas da rádio para crianças e jovens. Lisboa, Faculdade de ciencias sociais e humanas. Recuperado de: <https://run.unl.pt/bitstream/10362/13280/1/tese%20entrega%20final%20Bcapa.pdf>
- [23] Pedrero, M.; Barrios, A. e Medina, V. (2019). Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify. *Comunicar*, 28 (60), 103-111. Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=60&articulo=60-2019-10>
- [24] Perona (2009). Edu-webs radiofónicas: experiencias españolas de educación en medios. *Comunicar*, 17 (33). Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=33&articulo=33-2009-13>
- [25] Pinheiro-Otero, T. (2012). Los podcats en la educación superior. Hacia un paradigma de formación intersticial. *Revista Iberoamericana De Educación*, 58 (1), 1-12. Recuperado de: <https://doi.org/https://doi.org/10.35362/rie5811462>
- [26] Piñón, M., y Manriquez, M. (2017). Podcast para el desarrollo de habilidades lectoras y verbales. En Ruiz-Palmero, J., Sánchez-Rodríguez, J. y SánchezRivas, E. (Edit.). *Innovación docente y uso de las TIC en educación*. Málaga: UMA Editorial. Recuperado de: http://www.enriquesanchezrivas.es/congresotic/archivos/Form_Compet_metodos/Pinon_Manriquez_1.pdf
- [27] Primo, A. (2005). Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. *Intexto*, Porto Alegre, (13). Recuperado de: <http://www.ufrgs.br/lihc/PDFs/podcasting.pdf>
- [28] Richar, B. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the world 'radio'. *The Radio Journal International Studies in Broadcast and Audio Media*, 14 (1), pp.7-22. Recuperado de: <https://sure.sunderland.ac.uk/id/eprint/6523/>
- [29] Rodero, E. (2005). Recuperar la creatividad radiofónica. *Análisi*, 32, 133-146. <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n32/02112175n32p133.pdf>
- [30] Sánchez e Pérez (13 de setembro de 2013). Gorka Zumeta. [Blog]. ¡Radio, los niños no existen!. Recuperado de: <http://www.gorkazumeta.com/2013/09/radio-los-ninos-existen.html>
- [31] Sevillano, M. (2012). La radio aliada de la educación. Hachetepe. *Revista Científica de Educación y Comunicación*. (5), 13-27. Recuperado de: https://www.joaquimontaner.net/Saco/hachetepe_n5.pdf
- [32] Solano, M^a e Sánchez, M^a (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*. (36), 125-139. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/368/36815128010.pdf>
- [33] UNESCO (2012). Los Jóvenes y las competencias: trabajar con la educación, informe de seguimiento de la EPT en el mundo. Francia, Ediciones UNE