

NÓS DA ESCOLA

RIO

PREFEITURA

EDUCAÇÃO MULTIRIO

PODER

JUVENTUDE

SUCESSO

**Discurso
publicitário**

FELICIDADE

ISSN 1676-5141



9 771676 514009



00052

Cesar Maia

Prefeito

Sonia Mograbi

Secretária Municipal de Educação

Regina de Assis

Presidente da MULTIRIO

Marcos Ozorio

Diretor de Mídia e Educação

Maria Inês Delorme

Diretora do Núcleo de Publicações e Impressos e jornalista responsável (MTb. RJ22.642JP)

Marcelo Salerno

Diretor do Núcleo de Tecnologia da Informação

Katia Chalita

Diretora do Núcleo de Televisão, Rádio e Cinema

Élida Vaz

Assessora de Comunicação e Ouvidora

CONSELHO EDITORIAL

Élida Vaz (Assessora de Comunicação/MULTIRIO) • **Leny Datrino** (Diretora do Departamento Geral de Educação/SME) • **Marcos Ozorio** (Diretor da Diretoria de Mídia e Educação/MULTIRIO) • **Maria Inês Delorme** (Diretora do Núcleo de Publicações e Impressos/MULTIRIO) • **Martha Neiva Moreira** (Editora/NPI-MULTIRIO) • **Rita Ribes** (Professora do Departamento de Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro) • **Silvy Rosalem** (Assessora Especial do Gabinete da Secretária /SME)

CONSELHO DE COLABORADORES

Cláudia Reis (4ª CRE) • **Cristina Campos** (Núcleo de Publicações e Impressos/MULTIRIO) • **Cristina Salvadora Ferreira** (5ª CRE) • **Guilherme F. De A. Degou** (9ª CRE) • **Irinéia Simone Cortes Tourinho** (Assessoria de Integração/MULTIRIO) • **Joelma de Souza Vieira** (8ª CRE) • **Letícia Carvalho Monteiro** (6ª CRE) • **Marcia Elizabeth N. M. Vicent** (7ª CRE) • **Maria Alice Oliveira da Silva** (DGED/SME) • **Maria Teresa L. M. Coelho** (Diretoria de Mídia e Educação/MULTIRIO) • **Marize Peixoto** (1ª CRE) • **Norma Suely B. de Santana** (10ª CRE) • **Rosilene Adriano Mattos** (2ª CRE) • **Solange Maria Campos** (3ª CRE)

EQUIPE DE PRODUÇÃO

GERÊNCIA PEDAGÓGICA: **Cristina Campos e Joanna Miranda**GERÊNCIA DE JORNALISMO: **Martha Neiva Moreira** (editora) •**Renata Petrocelli** (subeditora) • **Fábio Aranha, Carolina Bessa e Bete Nogueira** (reportagem) •**César Garcia** (copidesque e revisão) • **Jorge Eduardo Machado e Ana Lúcia Richa** (revisão)GERÊNCIA DE ARTES GRÁFICAS: **Flavio Carvalho** (gerência) • **Cláudio Gil** (coordenação),**Adriana Simeone, Aline Carneiro, David Macedo e Gustavo Cadar** (designers) •**Vivian Ribeiro** (produção gráfica)**Alberto Jacob Filho** (fotografia)Impressão: **Cidade América Artes Gráfica**Tiragem: **36.500 exemplares**

EMPRESA MUNICIPAL DE MULTIMEIOS LTDA.

Largo dos Leões, 15 - 9º andar - Humaitá - Rio de Janeiro - RJ - CEP 22260-210

www.multirio.rj.gov.br ouvidoriamultirio@pcrj.rj.gov.br

Central de atendimento: (21) 2528-8282 - Fax: (21) 2537-1212





Desenho do aluno Gerson Brito da Silva Soares, 10 anos
E. M. Rostham Pedro de Farias, Cavalcante (5ª CRE)

4 editorial

5 cartas

6 ponto e contraponto

Vida levada (nada) a sério

9 pan 2007

Os senhores do tempo

12 carioca

Acordes ao ritmo da corte

15 século XX1

Inclusão digital pela internet

17 parceria

O ofício que traz dignidade

19 olho mágico

22 rede fala

Propondo jogos não-competitivos

23 professor on line

Mídia das Américas em pauta

24 caleidoscópio

Ações em nome da diversidade

26 capa

Nossos comerciais, por favor

33 artigo

Criança e publicidade:
uma reflexão necessária

34 atualidade

A vida através do monitor

37 presente do futuro

Assunto sem mistério

40 pé na estrada

Mitologia grega no Andaraí
Pacto pelo meio ambiente

44 foi assim

Trilhos que fizeram época

47 perfil

O ninja das águas da praia

49 tudoteca

50 MULTIRIO na TV

Discurso publicitário

Esta edição aborda o discurso publicitário, que, ao contrário de outros, atinge a todos nós, nas mais diversas situações. Para conhecer melhor as características desse tipo de discurso, NÓS DA ESCOLA ouviu profissionais que estudam os anúncios publicitários. Além das principais especificidades desses anúncios e de sua influência

na vida e no comportamento dos indivíduos, a matéria trata das novas normas do Conar – a entidade que regulamenta a atividade dos publicitários e inibe a veiculação de propaganda enganosa ou abusiva – para proteger a criança e o adolescente.

Na seção *Ponto e contraponto*, o ator e roteirista Bruno Mazzeo fala das peculiaridades do texto de humor. Responsável pela redação final da *sitcom A diarista*, da TV Globo, Bruno comenta o humor na TV, seu forte apelo junto ao público e o seu papel no mundo atual.

Na seção *Carioca* falamos sobre a produção musical brasileira no período de D. João VI. Os saraus realizados pelos membros da corte inspiraram, por exemplo, o projeto Música nas Igrejas.

Em *Foi assim*, um pouco da história dos bondes, que marcaram época no Rio de Janeiro. Seu surgimento, as principais curiosidades e influências na vida dos cariocas e a progressiva substituição pelos ônibus fazem parte do cenário retratado pela matéria.

Voltando para o presente e, aproveitando a nova febre da internet, falamos, na seção *Atualidade*, sobre os sites onde os internautas vivem verdadeiras vidas paralelas no mundo virtual.

Este também será um dos assuntos a serem discutidos no Encontro Internacional Rio Mídia, entre os dias 17 e 19 de outubro, no Planetário da Gávea, sob o tema Midiamérica: Indicada para Crianças e Adolescentes?, conforme relatado na seção *Professor on line*.

O trabalho desenvolvido nas creches não foi esquecido nesta edição. Pensando nas questões encontradas pelas recreadoras das creches municipais, na seção *Presente do futuro*, falamos de um tema com o qual muitas vezes é difícil lidar: as primeiras manifestações da sexualidade das crianças. Ouvimos profissionais, como um terapeuta e uma educadora da SME, para discorrer sobre o assunto.

Na seção *Pan 2007*, falamos sobre os maias. Este povo, que habitou o México, Belize, Guatemala e Honduras, tinha conhecimentos profundos de astronomia e criou um calendário próprio. Uma de suas heranças é a Pirâmide de Chichén Itzá, eleita uma das novas sete maravilhas do mundo, em concurso que também elegeu o nosso Cristo Redentor. Essas novas sete maravilhas são também o tema do cartaz dessa edição. Vale a pena ler.



Sônia Mograbi
Secretária municipal
de Educação

Alegri

9 de dezembro é o Dia Internacional da Criança na Mídia.

O tema deste ano é “Que mundo nós queremos?”



Projetos

Parabenizo a todos da MULTIRIO pelo excelente nível de qualidade de suas produções. Gostaria de submeter à avaliação de vocês um projeto bem-sucedido de nossa escola para possível publicação na revista NÓS DA ESCOLA.

Mariluci de Sousa Costa

Diretora da E. M. César Augusto Soares, Jacaré, 3ª CRE

- Os projetos podem ser enviados por *e-mail* ou para o nosso endereço, ambos registrados ao final desta página.

Fortes e fortalezas

Aproveitando a matéria “Cultura nacional em guarda”, da edição nº 50, que trata dos fortes e fortalezas da cidade do Rio de Janeiro, resolvi explorar com minha turma do período inicial do 2º ciclo o tema abordado, pois recentemente visitamos o Forte Duque de Caxias. Os alunos logo identificaram o local visitado, porém discordaram da legenda de uma das fotos, que diz tratar-se de

um canhão, quando na verdade se trata de um obuseiro. A legenda dizia: “Os canhões do Forte Duque de Caxias podiam atirar a uma altura superior à do Pão de Açúcar”. Mas os canhões têm o campo de tiro vertical limitado, o que impossibilitaria a transposição do Pão de Açúcar. Já os obuseiros atiram para o alto. Esta revista tem sido uma ferramenta de grande utilidade em sala de aula, por isso senti-me à vontade para esta observação.

Mônica dos Santos Reis de Sant’Anna

E. M. Iva Gomes Ribeiro, Inhoaíba, 9ª CRE

- NÓS DA ESCOLA agradece a observação e a cuidadosa leitura realizada pela turma.

Parceria pela educação

É um privilégio poder contar mensalmente com uma publicação como NÓS DA ESCOLA e com a programação diária da MULTIRIO na TV. Já que a revista é aberta a sugestões e a críticas (até mesmo

às anônimas, como a publicada na edição 48), gostaria de sugerir uma seção que tratasse das parcerias de escolas da Rede com empresas, ONGs e outras instituições públicas e privadas que contribuem para a elevação da qualidade do ensino e para a formação continuada de professores, além de oferecerem cursos aos estudantes e promoverem visitas a suas instalações. Como exemplo, cito Furnas, Caminho Aéreo Pão de Açúcar, Coca-Cola, Alerj, SuperVia e Rio-Ônibus. Furnas, além de receber os estudantes da Rede, visita as escolas com o Circuito da Energia e com a Patrulha da Energia. A empresa também recebe os professores para capacitações como a prevista no projeto Natureza da Paisagem, com atividades diretamente relacionadas à preservação ambiental e a aspectos da produção e do consumo responsável da energia elétrica. Além dos parceiros e suas ações, penso que seria interessante a revista desvendar os caminhos, limites, implicações e possibilidades das relações nas parcerias para as partes envolvidas. Para os professores interessados, na subestação do Pau-da-Fome, em Jacarepaguá, o contato é Valéria, tel.: 2446-9382.

José Luís da Silva Santos

E. M. Juan Montalvo, Taquara, 7ª CRE

- NÓS DA ESCOLA agradece os elogios e a sugestão. Vamos avaliar a possibilidade de abordar essas parcerias em uma das seções da revista.

ESCREVA PARA O NÚCLEO DE PUBLICAÇÕES E IMPRESSOS DA MULTIRIO

Largo dos Leões, 15 - 9º andar, sala 908 - Humaitá - CEP 22260 210 - Rio de Janeiro - ou mande *e-mail* para multirio_dpub@rio.rj.gov.br

Para colaborar com a seção Rede Fala envie-nos seu artigo. O texto deve ser digitado em fonte Arial, corpo 12, e ter, no máximo, 6 mil caracteres. Todos os artigos serão submetidos a avaliação e publicados de acordo com a programação da revista. A MULTIRIO não se responsabiliza pelos conceitos emitidos nos artigos e se reserva o direito de, sem alterar o conteúdo, resumir e adaptar os textos.

Visite nosso *site*: www.multirio.rj.gov.br



Vida levada (nada) a sério

Quem vê a lista de trabalhos dos quais Bruno Mazzeo já participou custa a acreditar que ele tenha apenas 30 anos de idade. Só na TV Globo, seu talento de roteirista já esteve a serviço de programas como *A diarista*, *Sai de baixo*, *Chico total* e *Escolinha do professor Raimundo*, além dos quadros “Papo irado” e “Vida ao vivo show”, do *Fantástico*. No canal a cabo Multishow, ele é também ator em *Cilada*, programa que idealizou, escreve e que estréia a sua segunda temporada em setembro. No teatro, seu nome aparece relacionado a outros tantos espetáculos, o mais recente *Enfim, nós*, que está rodando o Brasil. E no cinema, para finalizar, Bruno tem dois projetos em andamento. O traço comum a tanta atividade é o humor, que está, literalmente, no sangue. Bruno é filho de Chico Anysio e não nega a influência do pai na escolha que norteia a sua vida profissional. Em artigo escrito para a *Revista O Globo*, Bruno rememora a infância vivida em companhia de personagens como seu Wilson, Dilma, Carlinhos Quero-Quero, Bené e Jacaré, que encontrava todas as segundas e terças-feiras nos estúdios da Cinédia, onde era gravado o *Chico Anysio show*. É deles que ele se lembra ainda hoje quando se senta para escrever ou se prepara para atuar, como no conturbado mês de julho, dedicado inteiramente às gravações da nova temporada do *Cilada*. “A cada pincelada de verniz que a maquiadora me passa antes de colar um bigode vem um novo *flash*. Um novo velho *flash*. E cai a ficha, sem nenhum sacrifício, de que foi por causa desses tempos, desses dias inesquecíveis, do prazer de assistir às pessoas trabalharem e criarem com tanto prazer, que eu resolvi usar a comédia como meu ganha-pão (com ovo)”, escreve Bruno. A lição foi aprendida na íntegra. Pelo menos, Bruno não disfarça o prazer com que faz humor, escrevendo ou atuando. E o prazer que é oferecer ao público, seja ele do teatro, da TV ou do cinema, o prazer do riso.

No humor, a inspiração em temas do cotidiano ajuda a criar identificação com o público. No caso do *Cilada* fica bem clara a intenção de trabalhar com situações que podem acontecer com qualquer um. Elas são sempre as suas principais fontes de inspiração?

A pessoa só acha graça daquilo que entende. É por isso que este humor de identificação funciona tanto. Há vários casos de identificação. Pode ser com situações, com tipos, com comportamentos... No caso do *Cilada*, a identificação é com situações corriqueiras do nosso cotidiano. Gosto muito de buscar inspiração olhando em volta, o dia-a-dia, as pessoas...

Há pelo menos duas vertentes bem claras no humor que se faz na TV: uma baseada em situações e outra em tipos. Você tem suas preferências entre elas?

Eu não diria que são só estas duas vertentes. Na verdade, o humor tem várias vertentes diferentes. Há uma vertente mais visual, a política, a social, a de esquetes. São variantes inesgotáveis. O que une todas elas, e que é absolutamente essencial, é partir do princípio de ser engraçado. Eu não tenho preferências no que diz respeito a trabalho. O que me agrada, sempre, é fazer bons trabalhos. Sempre tento me adequar ao que o trabalho exige. Se passei um tempão escrevendo *A diarista* e o *Cilada* juntos tinha que ter claro na minha cabeça que estava fazendo dois trabalhos diferentes, para dois públicos diferentes, partindo de dois briefings diferentes. Posso dizer que há uma diferença na hora de escrever, porque são coisas distintas. Mas não tenho preferências.

No momento em que escreve, você costuma imaginar a reação do público?

Pode parecer chavão, mas não é: na hora de escrever, não penso diretamente no público, penso sempre no meu gosto. E confio que o meu gosto, somado à minha experiência neste meio, vai bater com o que o público gosta. Tenho acertado, mas muitas vezes isso não acontece. E faz parte. A graça é justamente essa, a expectativa, o "será que vão gostar?". Na hora H, na hora de entrar em cena ou começar a escrever um programa, a insegurança é sempre a mesma.

Na sua opinião, qual é o papel do humor no mundo atual?

Divertir, entreter e, algumas vezes, cutucar a ferida. Acho legal quando toca na ferida, quando faz crítica, quando toca na questão social. Mas o dever básico é entreter. Hoje os programas de crítica política e social são bem mais escassos [do] que antigamente.

Mas você não diria que, quando se faz humor com o cotidiano, está sempre implícita uma crítica? Humor e sarcasmo não andam juntos em certa medida?

Não sou muito de teorias. Há momentos em que se pode pesar a mão no sarcasmo, sim. Mas o meu objetivo é nunca perder a mão, nunca ultrapassar essa linhazinha tênue e esbarrar no grotesco.

E como você costuma estabelecer seus próprios limites?

Acho que o limite está justamente no que esbarra no grotesco, no agressivo, no escatológico, no ofensivo. O princípio básico é tentar não desagradar. Há coisas que vejo na TV, no teatro ou no cinema e me incomodam profundamente. Quando vejo este tipo de coisas, penso sempre que não quero provocar este tipo de sentimento nos outros. Penso sempre que não quero que sintam aquilo que estou sentindo. Então é muito importante saber com o que se pode brincar.

Depois de 15 anos trabalhando com o riso, o que você acha que diferencia o olhar de quem enxerga a vida pelas lentes do humor?

No dia-a-dia acho que não muda muita coisa. Eu me irrita mais ou menos com as mesmas coisas que irritam todo mundo. A diferença é que depois eu posso usar isso para fazer minhas piadas, meus textos, meu trabalho. Às vezes penso também que o humorista é um cara naturalmente do contra, meio de esquerda. É do contra desde as grandes coisas, que realmente importam, até as coisas bobas, como os operadores de telemarketing, por exemplo.

Você escreve para teatro, para TV e agora também para o cinema. Quais as principais diferenças entre os três? ►

TEXTO

RENATA PETROCELLI

FOTOS

DIVULGAÇÃO



Mais uma vez, digo que o que me atrai são bons trabalhos. O veículo em que eles vão estar inseridos não importa. É claro que cada trabalho é diferente, varia não só o veículo mas também o trabalho em si. O texto de *A diarista* não pode e não deve ser igual ao do *Cilada*. São objetivos diferentes.

Com o *Cilada*, você vive também a possibilidade de participar mais ativamente de outras etapas do trabalho, atuando, participando da produção...

É, me sinto com o controle total. Na TV a cabo tenho uma liberdade maior, o que não significa que na Globo eu não tenha liberdade. Mas, sem dúvida alguma, dos meus trabalhos, o *Cilada* é o que, no fim, o resultado está mais próximo do texto, que é o começo de tudo. Não que isso seja melhor ou pior. O normal é que depois do texto enviado eu só veja o resultado junto com o público.

E você costuma se surpreender muito com os resultados?

Ah, sempre. Mas agora, depois de tanto tempo, já estou vacinado contra isso. No começo ficava muito triste, decepcionado mesmo, porque o que ia para a tela muitas vezes era completamente diferente do que eu tinha imaginado. Nem sempre a mudança é para pior. Às vezes muda para melhor também. Sei que no *set* de filmagem surgem coisas, o ator dá a colaboração dele,

o diretor também, as coisas mudam mesmo. É normal e é bom que seja assim.

Você já se definiu como “um autor que atua, e não um ator que escreve”. Você começou muito jovem, e a convivência com o trabalho de seu pai poderia incentivar tanto uma quanto a outra faceta. A que você atribui a preferência pela escrita?

Eu não diria que é uma preferência. Escrever sempre fez parte da minha vida. Atuar veio depois. As coisas na minha vida têm acontecido assim, aos poucos. Uma coisa leva à outra. Quando eu comecei a escrever, meu pai me incentivou muito. Quando, mais tarde, resolvi atuar, ele continuou me incentivando. Acho que se tivesse optado por ser contador, ou qualquer outra profissão, ele teria me incentivado da mesma maneira.

E qual é a sensação de atuar com um texto escrito por você próprio?

É muito legal, porque o texto já vem na minha embocadura. Mas não é fundamental. Até hoje, já trabalhei como ator em muito mais textos meus [do] que dos outros, mas isso tem acontecido porque sou pouco chamado para trabalhar como ator. Quando atuo com texto dos outros, tenho que me policiar para saber qual é o meu lugar, para não ficar dando palpite. Às vezes é muito difícil, porque estou acostumado a mexer com texto o tempo inteiro. Mas eu consigo. Faz parte do trabalho. ■

Os senhores do tempo

Conhecedores de astronomia e matemática, os maias desenvolveram um calendário até 2012

Profundos conhecedores da astronomia e da matemática, os maias foram a civilização pré-colombiana com maior desenvolvimento científico. Inclusive, foram capazes de desenvolver um calendário cíclico bastante preciso. Suas construções monumentais serviram tanto à ciência quanto à religião. Entre as mais conhecidas, destacam-se o observatório astronômico El Caracol e a pirâmide Kukulcán, ambos na cidade arqueológica de Chichén Itzá, eleita este ano uma das sete maravilhas do mundo moderno.

A civilização maia viveu em uma região em que hoje estão os estados de Tabasco, Campeche, Yucatán, Quintana Roo e Chiapas, no México; em parte da Guatemala, de Honduras e de Belize, no período de 2.500 a.C. até 1697, quando a região central da península de Yucatán sucumbiu à conquista espanhola. Em seu vasto território, havia espaço para uma densa floresta tropical povoada por jaguares, um dos animais mais retratados na cultura maia, e aves, como garças e colibris, que tiveram suas penas usadas para fazer magníficos adornos. Havia também

regiões extremamente secas, como a metade norte da península de Yucatán.

De acordo com a arqueóloga e parecerista do Ministério da Cultura Aparecida Açucena Coelho, a água usada por várias cidades maias era obtida com o auxílio de cenotes, cavidades ocas formadas por correntes de água subterrâneas. Como essas fendas eram muito grandes, o teto cedia e formava uma espécie de poço natural. Desse lugar, os maias tiravam a água necessária para a subsistência. A importância dos cenotes era tanta que muitos foram considerados sagrados. Assim como a água e a terra, os astros também eram considerados divindades.

O milho era sua principal fonte de alimentação e, segundo Aparecida, também era cultuado como sagrado. “Assim como na Bíblia se fala que o homem veio do barro, há uma crença maia que diz que a humanidade foi feita de massa de milho e com ela havia se conseguido fazer o homem mais perfeito”, explica a arqueóloga. A base da economia maia era a agricultura primitiva praticada nas milpas, unidades de produção agrária. ▶

TEXTO

CAROLINA BESSA

IMAGEM

WIKIMEDIA/CREATIVE COMMONS



A cidade de Palenque foi fundada no século IV

Eles cultivavam, ainda, feijão, abóbora, vários tubérculos, cacau, mamão, abacate, algodão e tabaco. Os excedentes agrícolas se destinavam ao comércio, que era feito na base do escambo. Os maias também eram talentosos caçadores e pescadores e domesticavam animais. Para capturar suas presas, usavam arco e flecha e faziam armadilhas.

Organização política - Diferentemente dos incas, que possuíam um império, a civilização maia organizou-se em cidades-estados independentes, que às vezes entravam em guerra entre si e eram dominadas umas pelas outras. No século IV, a partir de Uaxactún e Tikal, os maias fundaram Palenque, Piedras Negras e Copán. Do século X ao XII, destacaram-se as cidades de Chichén Itzá, Uxmal e Mayapán. Alguns historiadores acreditam que essa tripla aliança chegou a constituir um império, mas a arqueóloga Aparecida Coelho discorda: “A civilização maia me lembra muito a Grécia, tinha cidades, mas sem uma organização central. Ocorriam intercâmbios e, em determinados momentos, entravam em guerra. Portanto, não havia reis, mas chefes. Inclusive, em Palenque chegou a existir uma sociedade matriarcal”, argumenta Aparecida.

Como se vê, cada cidade tinha uma autoridade máxima, de caráter hereditário, que era assistida por um grupo de notáveis, composto por sacerdotes e guerreiros de alta patente. As outras classes sociais eram constituídas de artesãos, que trabalhavam com metais e pedras semipreciosas, e camponeses, além de escravos. Os sacerdotes eram os detentores do saber, porque eram eles que interpretavam as vontades dos deuses. Inclusive, seus conhe-

cimentos científicos eram de causar inveja a qualquer europeu.

A ciência se misturava com a religião em vários aspectos. “Por viverem em territórios áridos ou com muitas precipitações, ameaçados pela fome, eles trataram de compreender cientificamente o Sol, o máximo deus. Esse conhecimento revolucionou a física, a matemática, a astronomia e todas as ferramentas que lhes permitiram visualizar o sistema solar como nenhuma outra sociedade da época”, afirma o professor de história da América da Universidade Federal do Ceará Gerson Ledezma.

Aliás, por temer o deus Sol ou Kinich Ahau, os maias sacrificaram muitas vidas humanas. Em épocas de muita chuva ou seca, acreditavam que tinham despertado a ira e a vingança do astro rei, por isso usavam o método para agradar esse e outros deuses, como Chac, o deus da chuva; Kukulcan, o deus do vento; e Ixchel, a deusa lua. Segundo a arqueóloga Aparecida Coelho, eles não só matavam outras pessoas como também se autoflagelavam. Esse tipo de prática e outros costumes estão presentes nas pinturas deixadas em seus monumentos. Um auto-sacrifício bastante cruel está representado no umbral de Yaxchilan (cidade arqueológica localizada em Chiapas, no México), onde a figura de um homem passa uma corda por uma ferida aberta em sua língua.

Calendário - O estudo avançado dos astros permitiu que os maias se tornassem os “senhores do tempo”, passando a medi-lo com grande exatidão. O calendário maia tinha quatro sistemas de medição, cada um com um propósito. O primeiro era o tolkin, período de vinte trezenas, ou seja, 260 dias, usado para adivinhar o futuro das pessoas e para saber quando era a festa de cada deus. Tratava-se de um calendário religioso.

Havia também um calendário agrícola, que era regido pelo tempo que a Terra demora para dar uma volta ao redor do Sol. Este ciclo constava de 18 meses de 20 dias e mais cinco dias extras, que contabilizavam 365. Além disso, a cada quatro anos se agregava um dia para corrigir as seis horas que atrasavam cada ano. Assim, eles combinavam os ciclos de 260 x 360, que produzem um novo ciclo de 52 anos. Uma curiosidade é que o calendário maia vai até 2.012, quando acabaria um dos ciclos magnéticos da Terra.



O templo de Caana é a maior construção de El Caracol

A arquitetura maia também está relacionada, em grande parte, à ciência e à religião. Construções notáveis são os observatórios astronômicos, como El Caracol, em Chichén Itzá, e os templos decorados com murais e símbolos esculpidos e construídos sobre pirâmides. Uma escadaria central em um dos lados da construção conduzia o sacerdote ao interior do santuário, enquanto o povo permanecia na base do monumento. Alguns templos chegam a ter mais de 70 metros de altura, como El Mirador, encontrado no sítio arqueológico de Uaxactún, no norte da Guatemala. Outras construções interessantes que contam um pouco da história maia são as quadras para disputa de um jogo de bola, com regras pouco conhecidas. Geralmente esses espaços situavam-se no centro das cidades. Eram amplos e ficavam entre duas laterais de plataformas ou rampas escalonadas paralelas em forma de L maiúsculo direcionado para uma plataforma cerimonial ou templo menor.

As esculturas eram relacionadas à arquitetura como fator decorativo, mas também traziam ricas pistas de como a sociedade maia vivia. Feitas de pedras, estuque e madeira, elas decoravam lápides, umbrais e escadarias. Algumas eram colocadas ao ar livre em estelas (monólitos de proporções consideráveis, chamados pelos maias de tetún ou três pedras) com relevos decorativos. Nesses restos arqueológicos estão gravados caracteres hieroglíficos, que têm desafiado a inteligência de muitos arqueólogos pelo mundo. Segundo Aparecida Coelho, muitos cientistas acreditam que já traduziram a escrita maia, mas, na verdade, a maioria não foi decifrada. Acredita-se que, através dessa herança entalhada, pode se saber sobre os governantes da época, os costumes, os feitos de guerra e outros eventos maias. Um desses monumentos, conhecido como tabuleiro dos escravos, é procedente de Palenque.

Na pintura, destacam-se os murais coloridos sobre temas religiosos ou históricos, como vimos anteriormente. Além disso, as tintas serviam para decorar a cerâmica e ilustrar os códices. Murais de grande valor foram encontrados em Bonampak e Chichén Itzá. Fala-se, inclusive, que algumas decifrações da escrita maia permitem perceber que essa civilização foi uma das poucas em que os artistas escreviam o nome em suas obras.



Vaso que retrata uma cena da corte real maia

Conquista - O auge da cultura maia se deu entre o início da era cristã e a chegada dos conquistadores espanhóis, no século XVI. Acredita-se em várias hipóteses para a decadência desse povo, antes mesmo da chegada dos exploradores: uma delas seria a guerra entre as cidades; outra, o esgotamento das terras agrícolas e a seca ou, ainda, a combinação desses fatores. “Com as guerras podem ter vindo pestes, fome, mortes. Além da perda da credibilidade nos soberanos, especialmente nos sacerdotes. Muitos trabalhos arqueológicos apontam para o abandono das cidades e retorno à selva por causa dos conflitos entre si”, afirma o professor Gerson Ledezma.

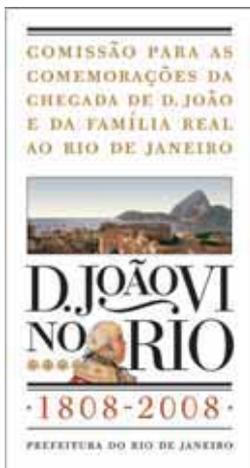
Diferentemente dos incas, que foram dominados massivamente por Francisco Pizarro, e os astecas, por Hernán Cortéz, os maias não tiveram uma luta que culminou na sua derrota. Eles foram sendo subjugados pelos espanhóis à medida que Cortéz avançava pelo território asteca, incluindo as regiões pertencentes anteriormente aos maias. Mas os territórios de influência maia só foram totalmente ocupados pelos europeus em 1520. Pedro de Alvarado conquistou a Guatemala em 1525 e Francisco de Montejo subjugou Yucatán em 1527. Por fim, a região central da península foi dominada por Martín de Ursúa em 1697. ■

SAIBA MAIS

- GENDROP, PAUL. *A civilização maia*. Jorge Zahar Editor.
- *Apocalypto*, filme dirigido por Mel Gibson, conta a história da civilização maia pouco antes da chegada dos espanhóis.
- A Revista NÓS DA ESCOLA número 50 fala da civilização inca e a 51, dos astecas.

Acordes ao ritmo da corte

Produção musical no período em que D. João VI esteve no Brasil é tema de livro de Vasco Mariz



Andam a todo fôlego os preparativos para as comemorações dos 200 anos da chegada da família real portuguesa ao Brasil. E nada melhor do que celebrar com música, justamente da forma como D. João VI e sua corte foram recebidos ao desembarcarem na Praça XV, no Rio de Janeiro, em 1808. Um verdadeiro cortejo acompanhou os membros da família real em caminhada pela Rua 1º de Março até a igreja do Rosário, na esquina com a Avenida Rio Branco. No caminho, colchas e tapeçarias nas janelas e varandas e pétalas de flores no chão saudavam os recém-chegados, ao som dos sinos das igrejas. Na chegada à então catedral, a recepção ficou por conta de um grupo de músicos dirigidos pelo sacerdote José Maurício Nunes Garcia (1767-1830), um dos principais nomes da música brasileira no período, cravista e regente das atividades musicais na igreja do Rosário. Quem conta os detalhes é o embaixador Vasco Mariz, autor do livro *A música no Rio de Janeiro no tempo de D. João VI*, cujo lançamento é um dos eventos previstos nas comemorações do ano que vem.

Imaginar a atmosfera desse e de inúmeros outros concertos nas igrejas da época ficou mais fácil depois da criação do projeto Música nas Igrejas, que desde 1993 leva a diferentes regiões da cidade obras de compositores como o padre José Maurício, o músico português Marcos Portugal (1762-1830) e o compositor, pianista e organista austríaco Sigismund Neukomm (1778-1858) (*leia no quadro*). Já para saber mais sobre esses personagens e suas histórias, nada melhor que uma boa conversa com o embaixador Vasco. Depois de atuar como cantor de câmara na juventude, Vasco se afastou das apresentações em função da carreira diplomática. Mas não da música, sobre o que já escreveu vários livros, entre eles a biografia *Villa-Lobos*, com 12 edições, sendo seis no exterior, e *História da música no Brasil*, que lhe rendeu o prêmio da Associação Paulista dos Críticos de Arte (APCA) em 2000. A música que se fazia no período de D. João VI no Brasil está

entre suas preferidas. “Foram 10 anos de um fausto extraordinário. A encenação de óperas e os concertos sinfônicos e corais da Capela Real eram de altíssima qualidade. Os visitantes estrangeiros costumavam dizer que a orquestra da Capela Real era tão boa quanto a de Paris ou a de Londres”, ressalta.

Quando a corte portuguesa chegou ao Brasil, a música que aqui se fazia era essencialmente sacra. Como o padre José Maurício, havia outros mestres de capela, que orientavam meninos e meninas em aulas de canto, aritmética, línguas e outras disciplinas importantes à época e, assim, formaram inúmeros músicos. Vasco lembra que em cidades de Minas Gerais, no auge do ciclo do ouro, as famílias ricas tinham também pequenas orquestras em casa, formadas por negros escravos, e ofereciam concertos regulares para os amigos. “Eles mandavam buscar os instrumentos e partituras em Lisboa ou Viena. Levavam os órgãos desmontados em lombo de burro – uma viagem de seis meses do Rio até Ouro Preto ou Mariana”, explica.

No Rio de Janeiro, D. João ficou muito bem impressionado com o trabalho do padre José Maurício. Mas a simplicidade da igreja do Rosário levou-o a transferir as atividades para a igreja do Carmo, que se transformou na Capela Real Portuguesa e Catedral do Rio de Janeiro. Lá o padre José Maurício comandou todas as apresentações musicais da corte entre os anos de 1808 e 1810. Além dos músicos com quem já trabalhava, chegaram novos cantores e instrumentistas, vindos de Portugal, que interpretavam obras do próprio José Maurício e de outros mestres. Calcula-se, segundo Vasco, que aconteciam cerca de 100 funções anuais na Capela Real do Rio de Janeiro.

O repertório de José Maurício, antes clássico e conservador, foi se transformando para se adaptar ao gosto do novo público – nas palavras de Vasco, uma elite “nova, rica e ávida de diversões”. “José Maurício teve de abastardar a sua obra. Passou a apresentar uma música

TEXTO

RENATA PETROCELLI

FOTOS

ALBERTO JACOB FILHO

E DIVULGAÇÃO

brilhante, apropriada para lisonjear a vaidade dos cantores e o mau gosto do público, o que obviamente perturbava o clima do ofício divino”, avalia Vasco. Como as atividades eram muito numerosas, em 1810 D. João mandou vir de terras portuguesas o compositor de óperas Marcos Portugal, que passou a ocupar o posto de mestre de capela da Capela Real. Marcos tinha óperas encenadas em várias cidades européias e era o mais importante músico português. Com ele, a música produzida na corte de D. João se afastou ainda mais da religiosidade, sofrendo influências da ópera napolitana, à época preponderante em Portugal, e rendendo-se a um estilo cômico e entremeadado por partes recitadas.

O maior teatro das Américas – Segundo Vasco, foi Marcos quem convenceu D. João a construir um teatro que fosse “digno de sua glória”. Depois de dois anos de obras, entre 1811 e 1813, ergueu-se o Real Teatro de São João, localizado na área onde hoje fica a Praça Tiradentes. O teatro, com capacidade aproximada para 1.600 pessoas, era o maior das Américas e se transformou no novo centro da música da corte. Foi então que começaram a ser encenadas por aqui as primeiras óperas. D. João mandou vir da Europa novos músicos e *castrati* italianos, cantores que eram castrados para manter o timbre infantil e interpretar as vozes femininas das obras. Mas também se destacavam cantores brasileiros, como João dos Reis.

O Teatro São João contava com um calendário permanente de óperas. “Elas estreavam na Europa e meses depois já estavam aqui, o que era uma coisa meio impensável, porque era preciso trazer partituras, cenários, numa viagem que levava até dois meses e meio. Foi um período em que se gastava uma fortuna com as óperas”, comenta Vasco, lembrando que há relatos de vários viajantes europeus que louvam a qualidade da produção musical aqui apresentada na época, tanto no Teatro São João quanto na Capela Real. A fase de ouro das óperas, no entanto, não foi além de 1824. Em março daquele ano, o Real Teatro São João sofreu um incêndio e foi completamente destruído. Em seu lugar, D. Pedro I, já sem recursos para manter a exuberante movimentação cultural, mandou construir o pequenino Teatro São Pedro de Alcântara, que não comportava a encenação de grandes obras.



O embaixador Vasco Mariz é um estudioso da música que se ouvia no Rio no período joanino

Vasco Mariz destaca ainda um último personagem no cenário musical brasileiro à época de D. João VI. É Sigismund Neukomm, compositor, pianista e organista austríaco que veio para o Brasil junto com a missão artística francesa, grupo de artistas que aqui aportou em 1816. Logo ao chegar, transformou-se em professor de música de D. Pedro I e de seus filhos e se apresentou diversas vezes na Capela Real. Ele influenciou o panorama das apresentações de ópera no Teatro São João ao trazer da Europa partituras de grandes compositores, como Mozart e Beethoven. “Sua presença foi importante porque ele trouxe o que havia de melhor de música na Europa, e não aquela coisa vulgar da ópera cômica”, opina Vasco.

Com a volta de D. João para Portugal, em 1821, a produção musical perdeu um pouco de seu fôlego. Mesmo D. Pedro, que era músico, compositor e foi aluno de Marcos Portugal e ►

Sigismund Neukomm, não tinha mais tempo para a música depois da Independência, em 1822. Mas as sementes do trabalho realizado durante o período permaneceram por aqui e certamente influenciaram a formação de novos músicos e o reflorescimento da produção musical, a partir de meados de 1840, quando as exportações do café já tinham trazido mais recursos ao país, então sob o comando de D. Pedro II. “O que pa-

rece digno de nota é que todas as atividades da Capela Real do Rio de Janeiro, dos dois teatros e dos concertos criaram um público seletivo que manteve o interesse pelas atividades musicais após a partida de D. João VI para Lisboa e de D. Pedro I para a França. As finanças oficiais estavam em precário estado, mas os particulares continuaram a encorajar as atividades musicais”, conclui Vasco Mariz. ■

Como nos tempos de D. João

Duzentos anos depois, é possível ouvir a música de José Maurício Nunes Garcia, Marcos Portugal e Sigismund Neukomm em várias igrejas do Rio de Janeiro, graças ao projeto Música nas Igrejas, idealizado pela cravista Rosana Lanzelotte, com o apoio da Prefeitura do Rio de Janeiro. Desde 1993, já foram realizadas cerca de 300 apresentações, reunindo um público

estimado de 150 mil pessoas em igrejas de 20 bairros da cidade, como Bangu, Rocinha e Rocha Miranda. “Igrejas são espaços democráticos e existem em todos os lugares. O público de vários estratos sociais pode se beneficiar do projeto, porque os concertos acontecem em locais de fácil acesso e com entrada franca. As classes menos favorecidas são um público maravilhoso, que emociona os artistas e se emociona com a música”, justifica Rosana.

Além do público presente às apresentações, a amplitude do projeto é valorizada com a filmagem dos concertos pela TVE, que os exibe no programa *A grande música*. Com uma média de 20 concertos por ano, o projeto privilegia obras escritas para a igreja, por compositores brasileiros ou ligados ao Brasil.

É justamente este o caso de José Maurício, Marcos e Sigismund, que terão destaque na nova temporada do projeto, que se inicia em outubro, antecipando as comemorações pela chegada de D. João ao Brasil. Os interessados podem encontrar informações sobre a programação no site www.musicanasigrejas.com.br



Desde 1993, o projeto já reuniu um público de 150 mil pessoas

Inclusão digital pela internet

Hoje o portador de alguma deficiência já faz parte do mercado de trabalho e consome via 'web'

Quando recebi a pauta para a atualização do Almanaque sobre acessibilidade na *web*, me vi com um tema, para mim, totalmente desconhecido. Confesso nunca ter ouvido falar sobre esta questão, mesmo tendo mais de duas décadas de jornalismo e, curioso, sendo portador de necessidades especiais.

Sim. Tive poliomielite aos dois anos de idade, apesar de vacinado com a Salk¹. Consequência: seqüela de pólio no membro inferior direito. Jornalista e deficiente físico seriam razões mais que suficientes para conhecer os porões da falta de acessibilidade, fato esse que exclui milhões de brasileiros de participarem como cidadãos de tudo aquilo que um não-portador realiza sem nenhum tipo de dificuldade: ir às compras, visitar museus e bibliotecas, conhecer novas pessoas ou simplesmente ler um jornal.

De acordo com o dicionário *Novo Aurélio*, acessibilidade, do latim tardio *accessibilitate* (substantivo feminino), significa qualidade de acessível; facilidade na aproximação, no trato ou na obtenção; e, na educação especial, condição de acesso aos serviços de informação, documentação e comunicação por parte de portador de necessidades especiais. Foi nesta parte do verbete que tomei consciência (e pude realmente dimensionar) do pouco que se faz para gerar a tão propalada inclusão digital em nosso país. Tive vergonha. Pois, até então, nunca havia pensado nesse imenso universo dos excluídos digitais/sociais, desses subcidadãos, infracidadãos, não-cidadãos, ou ainda qualquer outro neologismo que possa retratar fielmente o descaso com que todos tratam essa delicada questão.

Apesar do Decreto N° 5.296, de 2 de dezembro de 2004, que "regula as Leis N° 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e N° 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos



para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida", quase nada foi realizado para que possamos, de fato, fazer parte da sociedade do conhecimento, fenômeno que passa pela educação e pela inclusão digital.

Neste ponto, me cabe uma reflexão. Se eu, jornalista e deficiente, nada sabia sobre acessibilidade na *web*, fico a imaginar o quanto conhece o empresário, preocupado em saldar dívidas; o político, prenhe de desejo pelas urnas; os artistas e suas agendas; os atletas em busca de pódio e o cidadão que luta pela sobrevivência. É por isso que é responsabilidade do Estado, em suas múltiplas facetas, a ação de gerar e fiscalizar, para que esse *gap* digital seja reduzido. Em um mundo globalizado, a competitividade depende cada vez mais da qualidade da mão-de-obra, traduzida por educação e conhecimento – um campo para o qual as novas tecnologias digitais podem muito contribuir.

Porém, nem tudo são espinhos. Ao longo da maturação e execução da referida pauta – por ►

TEXTO

LUÍS ALBERTO PRADO,
REDATOR-EDITOR DE
JORNALISMO DO PROGRAMA
SÉCULO XX1

ILUSTRAÇÃO

EDSON RUFINO

1 A Salk é uma vacina (injetável, com vírus inativado) contra a poliomielite ou paralisia infantil, descoberta pelo bacteriologista estadunidense Jonas Salk, em 1954.

SAIBA MAIS

Confira no *site* do programa Séclo XX1 (www.multirio.rj.gov.br/seculo21), em *Almanaque*, uma série de reportagens sobre acessibilidade na *web*.

meio de pesquisa, entrevistas e redação final –, conheci pessoas envolvidas com a questão da acessibilidade na *web*, como o professor José Antonio dos Santos Borges, mestre em informática pela Coppe-UFRJ, responsável pela idéia de se desenvolver um sistema para microcomputadores da linha PC que se comunicasse com o usuário através de síntese de voz, para viabilizar o uso de computadores por deficientes visuais, o DOSVOX. Outro exemplo é o estudante de jornalismo Lucas de Abreu Maia, cego de nascença e usuário desta ferramenta que, segundo ele, lhe proporcionou “a conquista da liberdade”.

Outro que me fez entender um pouco melhor a alma do ser humano foi Edson Rufino, responsável pela definição de Metodologias para Avaliação e Desenvolvimento de Novos Projetos, na Gerência de Artes Gráficas do Núcleo de Tecnologia da Informação da MULTIRIO, que participou ativamente do processo de adaptação

Acessibilidade e a SME

O Instituto Helena Antipoff (IHA), responsável pela educação especial da Secretaria Municipal de Educação, pesquisa e produz recursos multissensoriais que possibilitam o desenvolvimento e a aprendizagem dos alunos portadores de necessidades especiais há quase 31 anos.

Em oficinas, pesquisadores e professores estudam e criam materiais, recursos e metodologias que trazem benefícios para os alunos, em relação ao seu conforto, autonomia e inclusão.

Há aproximadamente 10 anos, o IHA investiga e desenvolve atividades para capacitar professores e atender a alunos com o sistema DOSVOX, em parceria com a UFRJ, que permite a utilização do computador por crianças e jovens cegos ou com baixa visão, inclusive nas escolas. Hoje, a rede de ensino conta com 17 escolas equipadas com o sistema.

Manter intercâmbio com outras instituições de estudos e pesquisas afins é uma das competências estabelecidas pelo IHA.

CRISTINA CAMPOS

do novo *site* do Programa Séclo XX1. Edson, entre outras atividades, é membro da Comissão de Estudos de Acessibilidade (CE04) da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), que estabelecerá as normas brasileiras para a acessibilidade na *web*. Além disso, atuou no desenvolvimento do novo portal da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), respondendo, ainda, pelo *design* de telas com foco na acessibilidade e usabilidade.

Pelo caminho também encontrei *sites* que compreendem bem a questão de acessibilidade. Um deles é o Bengala Legal (<http://www.bengalalegal.com>), página pessoal de Marco Antonio de Queiroz, mais conhecido como MAQ. Nesse espaço, podemos ter informações, serviços e *links* sobre o tema.

Há de haver outros cidadãos preocupados com a questão da acessibilidade na *web*, como a *galera* do Acessibilidade Brasil (<http://www.aces-sobrasil.org.br>), que tem por “finalidade exercer atividades de filantropia, educação e investimento social para a promoção da defesa dos direitos de pessoas portadoras de necessidades especiais, deficientes físicos, crianças e adolescentes para o desenvolvimento humano”.

Com essas pessoas e instituições, aprendi muito mais do que imaginei a princípio. Tanto no plano técnico quanto no humanístico. Pude desmistificar assuntos, palavras e ações dentro desse terreno tão árido quanto sujeito a atos demagógicos.

Esse aprendizado, creio, será para a vida toda. De minha vergonha inicial, passei pelo susto do total desconhecimento, indo ao encontro do orgulho em ter contribuído minimamente para se esclarecer o que, realmente, é acessibilidade na *web*.

Abri meu coração de maneira sincera, tentando eliminar o tom de piedade que a questão do portador de deficiências especiais ou a sua exploração ideologizada possam gerar. A verdade é que alguma coisa já foi feita, mesmo sendo mínima. Hoje o brasileiro portador de alguma deficiência poderá fazer parte do mercado de trabalho e ainda se tornar um consumidor de produtos via internet, aprender ou desenvolver alguma habilitação, porque alguém pensou ser possível viver com limitações, porém fazendo uso de ferramentas que nos incluem digital e socialmente. ■

O ofício que traz dignidade

Escola de Hotelaria e Casa Bráulio Pedroso oferecem capacitação profissional no setor turístico



No curso para *barman*, que exige idade mínima de 18 anos, os alunos aprendem a combinar as bebidas e a preparar *drinks* bonitos e saborosos

Cidade conhecida pelas belezas naturais e pela simpatia de seu povo, o Rio de Janeiro tem no turismo uma de suas grandes forças econômicas. A eleição do Cristo Redentor como uma das novas sete maravilhas do mundo deve reforçar ainda mais a atividade turística na cidade – autoridades ligadas ao turismo prevêem a geração de 150 mil novos empregos no setor de hotelaria. Graças ao Programa Casas de Capacitação Profissional, vinculado à Obra Social da Cidade e à Prefeitura do Rio, inúmeros jovens já estão preparados para ingressar neste promissor mercado, conciliando trabalho, renda e dignidade. A avaliação de quem já passou pelos cursos não poderia ser melhor. “É muito bom! Com toda comodidade, qualidade, segurança, ótimos professores... Eles transformam

todos os alunos em profissionais prontos para o mercado de trabalho”, afirma com convicção Herbster de Souza Ferreira, aluno do curso de *barman* da Escola de Hotelaria.

Os cursos são oferecidos em dois diferentes pólos na cidade do Rio de Janeiro: a Escola de Hotelaria do Centro de Cidadania Rinaldo De Lamare, em São Conrado, e a Casa Bráulio Pedroso, em Copacabana (ver endereços no box). Desde 2004, já foram capacitados 2.174 alunos, nos cursos de camareira, barista, mensageiro de hotel, garçom e *barman*. Os cursos permitem a geração de renda imediata, seja através da absorção da mão-de-obra por empresas já estabelecidas, seja por meio do trabalho autônomo ou cooperativado. Algumas empresas que precisam de profissionais ►

TEXTO
IVONE BARROS E
EQUIPE DA OBRA SOCIAL
FOTOS
DIVULGAÇÃO

qualificados vêm solicitando alunos para contratação imediata.

As salas de aula reproduzem os ambientes de trabalho – cozinhas, restaurantes, bares,



As salas de aula reproduzem os ambientes de trabalho

quartos de hotéis – e contam com todo o material necessário ao aprendizado, para que os alunos possam vivenciar na prática o dia-a-dia de um profissional de alto gabarito. Nela, convivem alunos a partir dos 16 anos. A única exceção é o curso de *barman*, que exige a idade mínima de 18 anos. “O curso simula bem as situações vividas no hotel. Oferece estágio e levantou minha auto-estima”, conta Leonardo Barros, aluno do curso de mensageiro.

Além das aulas, são oferecidas atividades extras, como palestras. Na palestra Capacitação em Vinhos, por exemplo, os futuros garçons tomam contato com detalhes que vão desde a elaboração da carta até o aconselhamento aos clientes, passando pela manutenção do vinho na adega e pelo serviço à mesa. Já Hotelaria Embarcada oferece conhecimentos dos requisitos necessários para quem deseja trabalhar em navios.

Os alunos recebem noções de inglês para hotelaria, realizam visitas técnicas aos hotéis e alambiques e estágio supervisionado. “Fiquei surpreendida com a qualidade do curso”, diz Monalisa Guerra, ex-aluna do curso de barista, que hoje domina a arte de preparar um bom café expresso, *drinks* e bebidas à base de café e está feliz com seu novo trabalho. ■

SERVIÇO

Os cursos são oferecidos na Escola de Hotelaria do Centro de Cidadania Rinaldo De Lamare, na Av. Niemeyer, 776, 16º andar, em São Conrado, telefone 3111-1160, e na Casa Bráulio Pedroso, na Rua Saint Roman, 172, em Copacabana, telefone 2267-5898. As próximas inscrições para Copacabana serão em 1º de outubro e para São Conrado, em 3 de outubro.



Os aspirantes a garçons aprendem desde a montagem da carta de vinhos até a forma correta de servir a bebida à mesa

NÓS DA ESCOLA prossegue a publicação do sumário de suas edições a partir da revista nº 15.



Revista nº 15/2003

• Ponto e Contraponto

– O desafio de exercitar a autoridade. Relação professor-aluno. Lucia Rabello de Castro (UFRJ), Renata Alves de Paula Monteiro (Nipiac)

- **Zoom** – Aliado na rotina profissional
- **Atualidade** – Juventude armada, uma realidade brutal
- **Pé na Estrada** – Inclusão: refletindo valores, repensando conceitos (E. M. Marcílio Dias)
- **Matéria de Capa** – Planejar, a previsão possível
- **Artigo** – Planejamento, avaliação e acompanhamento. Paulo Roberto Padilha (USP)
- **Professor On Line** – Tira-dúvidas sobre piolho
- **Carioca** – Uma saudável parceria. Programa de Saúde Escolar
- **Olho Mágico** – Um outro olhar sobre a TV
- **Especial Século XXI** – Oficina ensina como elaborar projeto na escola
- **Caleidoscópio** – As crianças perguntam; Um sonho de criança e *Pedro e o lobo*
- **Rede Fala** – Por uma prática educativa mais consciente. Leila Ferreira de Salles (E. M. Zilda Nunes da Costa)
- **Cartaz** – Calendário 2004 (jul.-dez.)
- **Giramundo** – Jogo dramático

Revista nº 16/2003

• Ponto e Contraponto

– Tapetes que contam histórias. Terezinha Amorim (professora e contadora de histórias)

- **Pé na Estrada** – Experiência resgata sucesso escolar (E. M. Maria Izabel Bivar)
- **Box** – Quando a imaginação é a alma do negócio. Ana Elisabete Lopes (PUC-Rio)
- **Zoom** – Trabalho árduo e de longo prazo
- **Rede Fala** – Prática docente e pluralidade cultural. Cláudia Lino Piccinini (E. M. República do Peru)



- **Matéria de Capa** – Práticas pedagógicas: desafios e soluções
- **Carioca** – Segunda Guerra deu origem à Defesa Civil
- **Atualidade** – Lembranças que não deixam saudades. *Bullying*
- **Box** – O que você faz com o que vê na TV x O que a TV pode fazer com você. Maria Inês de Carvalho Delorme (MULTIRIO)
- **Professor On Line** – Novo guia reunirá teses de professores. Guia de mestres
- **Caleidoscópio** – Visões do esporte; Ecovideo; Índios do Brasil
- **Olho Mágico** – Equipe multiprofissional para cúpula de mídia
- **Homenagem** – Homenagem do Núcleo de Publicações aos professores
- **Cartaz** – *O curupira*, da série Juro que Vi
- **Giramundo** – Reciclagem

Revista nº 17/2003

• Ponto e Contraponto

– Um exercício do olhar. Jussara Hoffmann (UFRGS)

- **Pé na Estrada** – Cada projeto, uma atração. Feira de Ciências da 2ª CRE
- **Zoom** – Criatividade para uma vida melhor
- **Rede Fala** – A etnomatemática na sala de aula. Márcio Albuquerque Vianna (E. M. Ramiz Galvão)
- **Matéria de Capa** – O desafio de conhecer para superar. Instrumentos de avaliação
- **Artigo** – Recuperação paralela: utopia possível. Marly de Abreu Costa (Uerj)
- **Atualidade** – Meio século de conquista. A história da Petrobras
- **Professor On Line** – Calculando o seu período aquisitivo
- **Caleidoscópio** – *O curupira*
- **Carioca** – Rio: Cidade da Música
- **Olho Mágico** – O menor caminho entre nós e você
- **Cartaz** – Um dia de leitura na minha vida
- **Giramundo** – Educação no trânsito ▶



Revista nº 18/2004

• Ponto e Contraponto

– Profissão desejo. Pedro Benjamim Garcia (UFRJ)

• Zoom

– Terra, planeta água

• Atualidade

– Aids: alerta vermelho

• Pé na Estrada

– Século XX1 premia projeto em mídia

• Matéria de Capa

– Ser professor: uma decisão acertada

• Artigo

– A mulher e o ofício de professor. Isabel Lelis (PUC-Rio)

• Olho Mágico

– Por dentro das CREs – 1ª CRE

• Professor On Line

– Benefícios em menos tempo

• Carioca

– Banca mais que bacana

• Rede Fala

– Educação, trabalho e tecnologia. Irinéa Simone Cortes Tourinho (E. M. Tagore)

• Caleidoscópio

– Criatividade

• Especial

– Seminário reuniu 3.600 pessoas no Riocentro. I Seminário Integrado da DEF

• Cartaz

– Diversões cariocas

• Giramundo

– Voz do professor



Revista nº 19/2004

• Ponto e Contraponto

– Crianças e super-heróis. Raquel Salgado (PUC-Rio)

• Zoom

– Túnel do tempo

• Atualidade

– Rio (cada vez mais) 40 graus

• Pé na Estrada

– O valor da ousadia (E. M. Joaquim Nabuco)

• Matéria de Capa

– Mídia e educação: desafio do milênio

• Box

– Bate-papo com Cao Hamburger

• Artigo

– Uma nova legislação para uma nova infância. Renata Lacombe (PUC-Rio)

• Olho Mágico

– Entre a floresta e o mar (2ª CRE)

• Carioca

– Leitura e informação para todos

• Caleidoscópio

– Kit DCN e Click TV

• Professor On Line

– Prefeitura já tem plano de saúde

• Cartaz

– Ilustração Sereia (parte integrante do livro *Conversa de crianças*)

• Giramundo

– Horta

Revista nº 20/2004

• Ponto e Contraponto

– A força da imagem nos livros infantis. Ninfa Parreiras (FNLIJ)

• Zoom

– Torre de Babel

• Professor On Line

– Programa legal. Projeto Rio ônibus criança

• Rede Fala #1

– A linha é o contexto. André Luís Alves Feliciano (Ciep Dr. Nelson Hungria)

• Rede Fala #2

– Softwares educacionais. Simone da Silva Salgado (E. M. Alagoas)

• Matéria de capa

– De onde vêm suas imagens?

• Artigo

– Narrativas multicoloridas: o fascínio pela palavra escrita. Paulo Bernardo Vaz (UFMG)

• Atualidade #1

– O Rio na rota da tocha

• Atualidade #2

– A luta contra o tabagismo

• Caleidoscópio #1

– Site Século XX1

• Caleidoscópio #2

– II Mostra Trocando Idéias com o Século XX1

• Especial

– Centenário de Pablo Neruda

• Cartaz

– Ode ao Rio de Janeiro, por Pablo Neruda

• Giramundo

– Trabalho de casa



Revista nº 21/2004

• Ponto e Contraponto

– Criador e criatura. Roger Silverstone (London School of Economics and Political Science)

• Zoom

– Juventude antenada

• Atualidade

– Revolução digital

• Pé na Estrada #1

– Papo de gente grande. O papel da mídia na educação

• Pé na Estrada #2

– Quando navegar é preciso (E. M. Pereira Passos)

• Matéria de capa

– A qualidade em pauta. 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes

• Entrevista

– Infância de bastidores. Inês Vitorino Sampaio (Universidade de Fortaleza)

• Especial

– Debates sem fronteiras

- **Caleidoscópio** – Mídia de todos, mídia para todos
- **Cartaz** – Carta do Rio (4ª CMMCA)
- **Giramundo** – Jogos coletivos

Revista nº 22/2004

• **Ponto e Contraponto**

– Faces da mesma moeda. João Batista Freire (Universidade de Santa Catarina)

• **Atualidade #1**

– É hora de comer bem

• **Atualidade #2**

– Longe do pódio

• **Pé na Estrada**

– Inspiração que vem do século XXI

• **Zoom**

– Ídolos de hoje e sempre

• **Matéria de capa**

– Esporte na educação: ponto de interseção

• **Artigo**

– A paixão feminina pela bola – do preconceito ao reconhecimento mundial.

René Simões

• **Caleidoscópio**

– *Aventuras cariocas*

• **Olho Mágico #1**

– Interação e inclusão social (3ª CRE)

• **Olho Mágico #2**

– Diversidade na 4ª CRE

• **Especial**

– Quanta saudade

• **Rede Fala**

– Educação física e mídia. Giâne Moreira dos Santos Pereira (E. M. Júlio Verne)

• **Cartaz**

– 12 passos para uma alimentação saudável

• **Giramundo**

– Pipa



Revista nº 23/2004

• **Ponto e Contraponto**

– O universo criativo da escrita “teclada”. Maria Thereza Freitas (UFJF)

• **Atualidade #1** – Memória viva da luta contra o racismo

• **Atualidade #2**

– A prevenção entra em cena

• **Pé na Estrada**

– Brincando (e aprendendo) com lendas e mitos (E. M. George Summer)

• **Zoom**

– Mitos da nossa imaginação

• **Matéria de capa**

– Regionalizar para universalizar



• **Artigo** – O conhecimento invisível produzido na escola. Elaine Deccache Porto e Albuquerque (PUC-Rio)

• **Carioca**

– O ônibus que traz tranquilidade

• **Caleidoscópio**

– *O boto*

• **Olho Mágico #1**

– Creches reformadas em 2005 (5ª CRE)

• **Olho Mágico #2**

– Descompasso com a violência (6ª CRE)

• **Rede Fala**

– Por um projeto interdisciplinar. Ronaldo Gomes da Silva e Aldair José de Oliveira (E. M. Charles Anderson Weaver)

• **Cartaz**

– Dia da criança na mídia

• **Giramundo**

– Voluntariado

Revista nº 24/2005

• **Ponto e Contraponto**

– Desconstruindo o sexo. Zico Góes (MTV Brasil)

• **Atualidade #1**

– Células-tronco: esperança e polêmica

• **Atualidade #2**

– Parcerias público-privadas

• **Pé na Estrada**

– Histórias muito especiais (E. M. Prof. Maria Therezinha de Carvalho Machado)

• **Zoom**

– Por alguma forma de controle

• **Matéria De Capa**

– Corpo que fala

• **Artigo #1**

– Estereótipos. Bernardo Jablonski (PUC-Rio)

• **Artigo #2**

– Adolescência. Ruth Helena Pinto Cohen (UFRJ)

• **Carioca**

– Cultura, esporte e muita diversão

• **Professor On Line**

– O lugar da juventude na prefeitura

• **Caleidoscópio**

– Maria Clara Machado – a bruxa que ainda é boa

• **Olho Mágico #1**

– Todas as dimensões da 7ª CRE

• **Olho Mágico #2**

– 8ª CRE: união e cooperação

• **Rede Fala**

– O desenho na educação infantil. Viviane Bomfim de Sousa (E. M. Professora Sônia Mota Molisani)

• **Cartaz**

– Calendário 2005 (jan.-jun.)

• **Giramundo**

– Adaptação escolar ■



Propondo jogos não-competitivos

A educação brasileira está passando por mudanças profundas, tanto estruturais quanto pedagógicas. Na Prefeitura do Rio de Janeiro, seguimos esse caminho, com a proposta da Multieducação e dos Ciclos de Formação, que concebem as ações de ensinar e aprender como parte de um processo da convivência social. A educação física (EF) acompanha esse processo com propostas teórico-metodológicas que promovem a co-educação, a cooperação e a inclusão.

A partir de 1980, a EF passou por questionamentos, o principal deles sobre o paradigma da aptidão e do rendimento, que estabelecia o esporte como conteúdo exclusivo de suas aulas. As críticas surtiram efeito positivo, pois propostas como a co-educação, a psicomotricidade e os jogos cooperativos ganharam espaço e estão modificando aulas e projetos de muitos professores.

Quem participou de cursos e seminários de EF promovidos na nossa Rede ou do Enfele (Encontro Fluminense de Educação Física Escolar) observou que o esporte, os torneios e as competições tradicionais cederam espaço a outros conteúdos e eventos com uma perspectiva não-desportiva e não-competitiva. Professores estão adotando atividades circenses, dança e jogos populares e promovendo caminhadas, passeios ciclísticos, piqueniques e outras atividades para integrar e motivar a escola.

Apesar desse novo olhar sobre a EF, muitos professores ainda acreditam na visão ultrapassada da escola como reveladora de futuros talentos desportivos. Esquecem-se de que a EF conquistou um papel social muito mais relevante.

Não propomos o fim dos jogos escolares, mas a criação e a destinação de recursos para eventos não-competitivos que também fazem parte do projeto pedagógico da EF. Propostas que vão diretamente ao encontro das concepções cooperativas, inclusivas e co-educativas expressas nos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) e no Multieducação, as principais referências para a educação nacional e municipal.

Nos regulamentos de alguns jogos escolares vemos a formação de relações humanas, cooperativas, fraternas, solidárias e éticas como objetivos específicos. Por outro lado, essas competições não alcançam a todos. Se computarmos os números, veremos que a participação e a inclusão ficam restritas a um número muito pequeno de escolas, professores e alunos.

Repetimos: não queremos acabar com esses eventos. Queremos apenas mostrar que a EF pode alcançar os mesmos objetivos com eventos não-competitivos. Não faltam exemplos concretizados. Baseado nos princípios da co-educação, da co-responsabilidade e da cooperação, o professor Manoel Tubino alterou, em 1989, as regras e a forma de premiação dos JEBs (Jogos Escolares Brasileiros). Na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Vitor Melo e Marcos Avelar transformaram as Olimpíadas Internas em Jogos de Confraternização. Em nossa Rede, o professor Sílvio Teles e outros colegas realizaram, no ano passado, na 4ª CRE, o Festival Inclusivo, permitindo a participação co-educativa entre alunos portadores de necessidades especiais (PNEs) e não-PNEs nas mesmas atividades. Pessoalmente, temos procurado fazer adaptações aos interesses dos alunos e aos projetos da escola utilizando a teoria dos jogos cooperativos.

Nosso objetivo é sensibilizar três grupos de professores: o primeiro, aquele que enxerga o esporte e a competição como as únicas expressões culturais da EF; o segundo, o que ainda não identificou a importância de viabilizar esforços e recursos para as propostas não-competitivas. A reflexão desses grupos contemplaria um terceiro, também significativo em nossa Rede: os professores que já compartilham de nossa proposta, mas que encontram oportunidade para todos os seus alunos nos Jogos Estudantis.

Elvira S. Lima atribui um importante papel à EF nos Ciclos de Formação. Portanto, refletir sobre tais questões específicas da EF significa repensar também outras práticas tradicionais da escola que ainda se fundamentam no modelo da *performance*, do rendimento e da classificação. ■



Marcos Miranda

Professor de educação física da E. M. Professor Augusto Cony (Taquara, 7ª CRE). Mestre em educação. Mestrando em ciências da atividade física. Especialista em educação física escolar.

Mídia das Américas em pauta

Terceiro Encontro Riomídia discutirá programas dirigidos a crianças e adolescentes do continente

A realização dos Jogos Pan-americanos no Rio de Janeiro em 2007 suscitou reflexões sobre a diversidade cultural, política, ética e estética – o que une e separa os países americanos. Aproveitando o momento propício, o Riomídia (Centro de Referência em Mídia para Crianças e Adolescentes) resolveu trazer para esse contexto a discussão sobre a mídia produzida para crianças e adolescentes em nosso continente. Por isso, Mídiamérica: Indicada para Crianças e Adolescentes? será tema do 3º Encontro Internacional Riomídia, promovido pela MULTIRIO e pelo Riomídia, entre os dias 17 e 19 de outubro, no Planetário da Gávea.

O objetivo do evento é debater a mídia produzida para crianças e adolescentes nas Américas, considerando a perspectiva de nossas diversas identidades no tempo, no espaço e nas transformações pelas quais passamos e passaremos.

As linguagens das mídias que contribuem para a constituição das identidades de nossas crianças e adolescentes geram memórias e transitam pelos campos da ética, da estética e da política. Assim, conceito e formato deste terceiro Riomídia repercutem os elementos articuladores do Núcleo Curricular Básico Multieducação, orientador das práticas pedagógicas nas escolas da Prefeitura do Rio na perspectiva pan-americana.

Com esse enfoque, o evento foi organizado com três subtemas, um para cada dia. Na quarta-feira, 17/10, o assunto será Linguagens da Mídia, Identidade e Memória nas Américas (eixo: tempo, dimensão: ética). Já na quinta-feira, 18/10, serão discutidas as Linguagens da Mídia e a Diversidade no Continente (eixo: espaço, dimensão: estética). Por último, na sexta-feira, 19/10, o tema será Linguagem e Identidade numa América em Transformação (eixos: tempo e espaço, dimensão: política).

Troca de conhecimentos – Para a presidente da MULTIRIO, Regina de Assis, o Riomídia é uma importante oportunidade de democratização de

conhecimentos entre professores e profissionais de mídia. “É uma troca muito frutífera, porque nós juntamos quem está na ponta da linha, dentro da sala de aula nas escolas da Prefeitura do Rio, com criadores, produtores e pesquisadores, criando um diálogo muito fértil. Dessa forma, podemos trocar impressões, experiências e propostas que possam fazer com que esse trabalho avance de maneira cada vez mais positiva e produtiva para a nossa infância, adolescência, juventude e seus mestres, sobretudo, dentro de um sistema escolarizado”, ressalta.

Regina acrescenta que o tema do encontro busca também uma provocação sobre o papel e a importância da classificação indicativa no Brasil. “Nestes três dias, vamos não só discutir questões relativas à pesquisa, criação, produção, fomento e distribuição de produtos de mídia, mas também queremos avançar a discussão sobre o direito que têm crianças, adolescentes, suas famílias e educadores brasileiros de opinar sobre a qualidade do que é veiculado pela televisão, pelo rádio, pela publicidade, sobretudo, em horário nobre”, comenta.

Uma novidade é que este ano o Riomídia será realizado em conjunto com o I Colóquio Mídia e Agenda Social: Desafios para a Formação de Estudantes e Profissionais de Comunicação, promovido pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi). Está agendada, inclusive, uma cerimônia de abertura conjunta dos dois encontros no dia 16, no Palácio da Cidade, na Rua São Clemente, em Botafogo.

Como o evento da Andi acontecerá pela manhã no Planetário (Rua Vice-Governador Rubens Berardo, 100), as conferências e mesas-redondas do Riomídia serão realizadas à tarde, entre 13h45 e 17h30. Como nas outras edições, haverá uma sessão todos os dias (entre 15h e 16h) em que serão apresentados produtos das parcerias entre a MULTIRIO e a Rede, como *UniDuniTV*, *Aventuras cariocas*, *Cartas animadas para a paz*, Juro que vi: *Matinta Pereira*, *Monitomania* e *Mostra Século XXI*. ■

TEXTO

FÁBIO ARANHA

A apropriação dos conhecimentos escolares é fruto de um trabalho intencional e sistemático. Ao considerá-la como espaço de encontro de diferentes identidades culturais, o professor vê a sua sala de aula marcada pela diversidade.

Dessa forma, ao organizar as atividades de ensino, o professor, considerando as singularidades de seu grupo, busca realizar várias ações que possibilitem o atendimento das necessidades educacionais de seus alunos, promovendo, assim, a aprendizagem dos conhecimentos escolares por todos. É a busca de uma escola realmente inclusiva.

Na escola, em cada sala de aula, existem alunos que necessitam de atividades diferenciadas para que possam vencer as dificuldades apresentadas no processo de aprendizagem; outros podem ser agrupados para ampliar seus conhecimentos; e outros ainda por apresentarem um ritmo diferenciado no seu processo de aprendizagem. Os objetivos que o professor tem para os diferentes alunos ou grupos é que vão definir a proposta de trabalho a ser desenvolvida.

Buscando atender à função social da escola, no sentido de que os alunos se apropriem dos conhecimentos e valores organizados e legitimados socialmente, e, ainda, considerando os períodos de desenvolvimento e os traços culturais que constituem os alunos nos três ciclos de formação (infância, pré-adolescência e adolescência), apresentamos algumas possibilidades de reorganização do tempo e do espaço escolar:

Ações em nome

Como organizar o espaço da sala de aula para atender às

- trabalho diversificado;
- trabalho com monitoria;
- recuperação paralela.

Trabalho diversificado – É uma ação pedagógica que tem como pressuposto que nenhuma turma é homogênea e que é preciso ensinar considerando sempre essa diversidade. Cada aluno sente, vê e interage com o mundo de forma diferente. Podemos dizer que o objetivo maior de se realizar, em sala de aula, o trabalho diversificado é respeitar os diferentes processos de constituição de conhecimentos e valores dos alunos.

O trabalho diversificado pode ser organizado em grupos ou até com proposta de atendimento individual, para garantir a aprendizagem de todos. O fato de dividir os alunos em grupos não necessariamente significa atender à diversidade. Se a proposta do professor for coletiva, igual para todos, mesmo sentados em grupos, não estamos realizando o trabalho diversificado (o que não significa que momentos de atividades coletivas não ocorrerão em sala de aula).

A partir de um processo sistemático de acompanhamento e avaliação do processo de desenvolvimento e aprendizagem dos alunos, o professor planeja ações adequadas, sendo o trabalho diversificado uma estratégia possível de organização do espaço escolar. É preciso ter intencionalidade na organização dos grupos. A partir do trabalho diversificado, realizado em grupo, os alunos desenvolvem habilidades como saber conviver com o outro, saber ouvir, respeitar e auxiliar o colega, entre outras, que contribuem com a formação do indivíduo.

O processo de apropriação de conhecimentos e valores ocorre, segundo Vygotsky, a

da diversidade

necessidades educacionais dos alunos

partir das relações que se estabelecem entre os indivíduos, da interação, do diálogo e da qualidade da mediação que acontece nos diferentes grupos sociais em que estamos inseridos.

Nesta perspectiva, a partir da atividade desenvolvida, o professor pode assumir o papel de mediador do grupo ou, dependendo da atividade proposta, esse papel pode ser assumido por um aluno.

Trabalho com monitoria – É uma forma também de valorizar os alunos em suas potencialidades. É importante que todos os alunos percebam que podem ser monitores de alguma atividade e que existem determinados conhecimentos que eles podem socializar com os colegas por já terem se apropriado deles.

Trabalhar em grupo, diversificar o trabalho lançando mão da monitoria deve ter sempre a orientação do professor, pois é ele quem planeja a ação e tem a intenção clara de onde quer chegar com essa proposta.

A intencionalidade do professor deve estar clara em qualquer trabalho que seja realizado em sala de aula, principalmente nos momentos em que a turma está dividida em grupos. O professor pode trabalhar em grupo com atividades bem diferentes que contribuirão para uma produção final como montar uma peça de teatro, onde cada grupo executa uma atividade específica: escrita do roteiro da peça, desenho do cenário, confecção de roupas etc. O que dará o caráter de diversificação e atenderá às necessidades dos alunos serão as propostas de atividades direcionadas para cada grupo e a mediação do professor. Exemplo: um grupo de alunos que tem dificuldade na escrita pode ser escolhido como redator do texto e ter o apoio do professor enquanto os outros alunos

TEXTO

MARIA TERESA LACERDA
(MULTIRIO), MARIA ALICE OLIVEIRA
DA SILVA (ASSISTENTE DO E/DGED),
MARIA DE FÁTIMA G. DA CUNHA
(DIRETORA DO E/DGED/ DEF),
NUVIMAR PALMIERI (ASSESSORA
DO E/DGED)

ARTE

DAVID MACEDO

desenvolvem suas tarefas com monitores. Esses monitores devem ser orientados pelo professor em suas ações com os colegas.

Recuperação paralela – A recuperação paralela (RP) é destinada aos alunos que apresentam dificuldades no processo de aprendizagem e que não foram superadas no dia-a-dia, tendo dúvidas e necessitando de um trabalho mais direcionado e individualizado. Não são apenas os alunos com conceito R que vão para a recuperação paralela. Um aluno B pode necessitar em algum momento desse trabalho. É uma proposta de ensino diferenciada para que o aluno aprenda um conteúdo já trabalhado pelo professor em sala de aula.

Outras estratégias que também levam em conta a diversidade da sala de aula e as necessidades educacionais dos alunos são o Centro de Estudos do Aluno (Cest) e o Reagrupamento Flexível, que serão abordados na próxima edição de **NÓS DA ESCOLA**.

As ações aqui propostas podem ocorrer de forma concomitante. Um professor pode planejar o trabalho diversificado e trabalhar alguns grupos com a monitoria e ao mesmo tempo atender a um grupo específico com o objetivo de realizar a recuperação paralela.

Todas as ações descritas revelam a intenção que a escola deve ter no sentido de atender às necessidades dos alunos e aos objetivos de ensino, organizando-se em tempos e espaços diferenciados. Essa é uma característica básica em escolas organizadas por ciclos. ■



Nossos comerciais, por favor

Humor, magia, eufemismos, trocadilhos, bordões e apelidos. Os recursos utilizados pela publicidade são muitos para vender um produto ou serviço, ou reforçar e vender uma marca. E mais: o discurso publicitário registra o comportamento de uma época ou de um grupo, ajudando a contar a história de um país e do mundo. Apesar de ser uma forma de comunicação que faz parte da vida das pessoas e que às vezes até lança modismos, o mundo da propaganda costuma ser visto pelos leigos como algo que tem um fim. Mas a sua função vai muito além. E os publicitários vão além da imaginação.

TEXTO

BETE NOGUEIRA

FOTOS

ALBERTO JACOB FILHO

ARTE

CLAUDIO GIL

FLAVIO CARVALHO

Para começar a desmistificação, consumo de anúncios não significa consumo de produtos. O antropólogo Everardo Rocha, professor do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, explica a diferença: “O anúncio publicitário é muito mais consumido do que os produtos, porque, mesmo que não compre, você vê os anúncios. É inevitável: consumimos muito mais mídia do que o que é anunciado”. E o discurso publicitário narra a vida contemporânea: “Como está vinculado à experiência cotidiana, ainda que alegórico, ele conta a história da sociedade. Se um arqueólogo no futuro achar em uma escavação um DVD de anúncios, terá uma boa noção de como a sociedade vivia em determinado período”, exemplifica Rocha, que estuda há quase 30 anos a antropologia do consumo. O sociólogo canadense Marshall McLuhan, ao analisar esse tipo de discurso, também já afirmou que “os anúncios de nossa época constituem o mais rico e fiel reflexo cotidiano que uma sociedade jamais forneceu de toda uma gama de atividades.”

Mas se as propagandas contam a história de uma determinada sociedade, o que pode ter mudado com a globalização? Se os meios de comunicação de massa transformaram o mundo em uma aldeia global, como também afirmou McLuhan¹, para Everardo Rocha a publicidade é a ponta-de-lança dessa globalização, e por isso não houve uma mudança

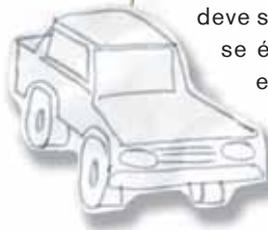
drástica como em outros setores. Afinal, há diversos produtos de empresas multinacionais que há décadas já fazem parte da vida dos brasileiros. Além disso, as primeiras agências de propaganda daqui eram filiais das norte-americanas.

Para José Guilherme Vereza, publicitário há mais de 30 anos, que já atuou como redator e diretor de criação e que hoje é escritor e professor da PUC e da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), apesar desse caráter “globalizado” que a propaganda tem, o modo como um povo vê o mundo vai ter uma influência direta no trabalho das agências. Vereza cita, por exemplo, o humor inglês como uma característica forte na propaganda britânica, e de como, às vezes, é mais difícil compreender a lógica de algumas campanhas feitas no Japão. “A globalização não é tão absoluta. Ela pode ser o reflexo cultural de um país.”

Produção de desejo – O discurso publicitário pode se articular por diferentes linguagens, verbais ou não. “Ele tem um ▶

O título desta matéria é um bordão cunhado pelo apresentador Flavio Cavalcanti na década de 1970.

¹ Marshall McLuhan criou o conceito de “aldeia global” ao escrever sobre as transformações sociais provocadas pela revolução tecnológica, no fim dos anos 60.



deslocamento do produto, inserindo no indivíduo o desejo de um modo de vida”, explica Fred Tavares, doutor em psicossociologia pela UFRJ, professor das Faculdades Integradas Hélio Alonso (Facha) e da Universidade Castelo Branco, publicitário e consultor. E esse “passeio” pelas linguagens dá à propaganda uma liberdade para se comunicar, com a “capacidade de produzir o discurso usando diferentes apelos, principalmente na produção de desejo, ou seja, intervém nos processos de subjetividade”, completa.

É uma linguagem que mistura elementos reais com mágicos, ao colocar animais falando, pessoas flutuando ou provocando fenômenos da natureza, juntamente com a informação sobre o que quer vender. Cria-se um *glamour* para despertar o desejo de consumir determinado produto ou serviço. Essa mistura de fantasia/realidade deve ser vista com bom senso, pois, se é uma linguagem que permite essa liberdade, não pode haver radicalismos e se considerar que é uma propaganda enganosa. “É um pensamento mágico. Se levarmos ao pé da letra, enlouquecemos”, comenta Rocha.

E o que seduz é isso: a publicidade mexe com a cabeça das pessoas, usa e abusa da brincadeira, do duplo sentido, é provocativa. É a arte de inventar novas formas de dizer uma coisa. Ou de encarar uma situação. Para Tavares, ela pode alertar para um problema na medida em que é um espaço que permite às pessoas viverem um pouco melhor, minimizando suas angústias porque permite a brincadeira e ajuda a construir o cotidiano de forma leve.

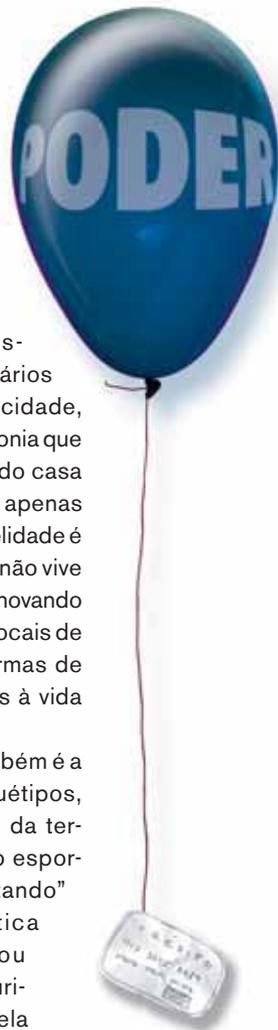
A mensagem da propaganda tem outra característica: é efêmera, descartável, acompanhando as transformações contínuas da sociedade. “A publicidade reabsorve e devolve esse mundo de mudança que, na realidade,

não tem plenitude. Novos modos de viver são construídos, já que a sociedade é líquida”, explica o consultor. Como trabalha com o sonho e está sempre atenta aos anseios das pessoas, ela pode tentar criar um sentido para o imaginário.

Esse jogo de imagens e idéias que ultrapassa o produto, no entanto, não deve levar a uma demonização. Tal tipo de crítica à publicidade, para os especialistas, é uma visão ultrapassada. Pensar em um mundo sem propaganda, então, seria mais que utópico. Se não houvesse publicidade para dar vazão à produção, não existiria a sociedade moderna. A despeito do que muitas vezes o senso comum acredita, ela não gera excesso de consumo: ela vende idéias e modos de viver pelos quais as pessoas já ansiavam.

Como a sociedade está sempre mudando, ou as marcas acompanham isso ou implodem. Nessa maré, são criados novos apelos, estendendo a marca a vários ambientes. Na nossa cidade, vemos empresa de telefonia que foi atuar no lazer, abrindo casa de show, para lembrar apenas de um caso. É que a fidelidade é efêmera, a publicidade não vive em um terreno estático, inovando sempre na linguagem, locais de divulgação e novas formas de associar seus produtos à vida das pessoas.

A propaganda também é a arte de subverter arquétipos, como mostrar alguém da terceira idade praticando esportes radicais, “esquentando” com uma carga erótica algumas situações ou uma criança com maturidade incomum. “Mas ela não pode ser acusada de mudar a realidade: há um conflito



² A campanha United Colors of Benetton, veiculada nos anos 80 e 90 e assinada pelo fotógrafo italiano Oliviero Toscani, mostrava contrastes e diversidades incomuns na propaganda até então, como casais compostos por pessoas de origens étnicas distintas, crianças simbolizando idéias contrárias (anjinho/diabinho) e até uma imagem erotizada de pessoas com trajas religiosos.

de valores típico da sociedade pós-moderna que se reflete nos anúncios, de uma forma criativa. A erotização, por exemplo, acontece por diversos meios. Há uma naturalização do erótico, mas as pessoas têm freios”, ressalva Tavares.

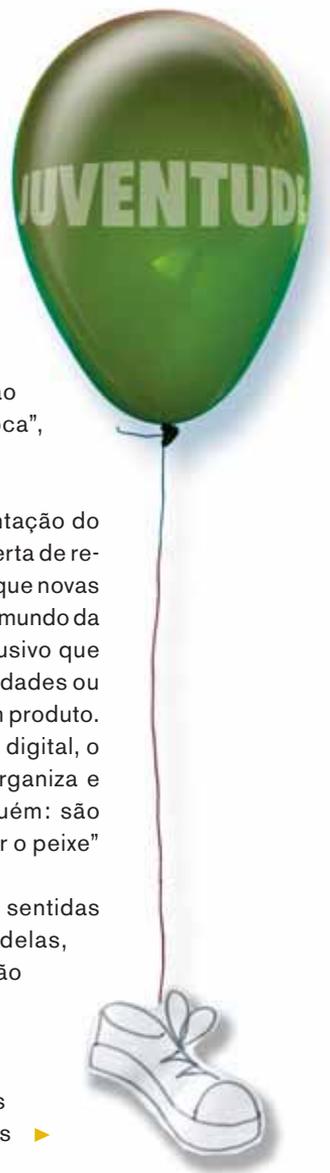
Diálogos – A linguagem, sintética e sedutora, tem que brincar com responsabilidade: passar a mensagem rápida, provocar um sorriso sem cair no mau gosto. Ela tenta influenciar, mas não tem o poder de obrigar alguém a comprar isto ou aquilo – é o senso crítico de cada um que determina o que se quer consumir, usar.

E o diálogo não é só com a sociedade: ele se dá também entre anunciantes. A campanha “Pela real beleza”, criada pelo sabonete Dove, é um exemplo disso. O padrão feminino sempre apresentado nos anúncios, de mulher alta, magra, cabelos domados e traços perfeitos, deu lugar a mulheres mais próximas da realidade, com toda a sua diversidade de estilos e belezas. Mas ela é tão revolucionária assim? Ela representa mesmo, pela primeira vez, os diversos tipos existentes no sexo feminino? Percebe-se que também não. A

sua originalidade está em outro aspecto. “A Dove está dialogando com o que foi construído pelas outras campanhas. O jogo discursivo se dá entre os anúncios, como há alguns anos aconteceu com a campanha da Benetton², que foi revolucionária em relação ao discurso publicitário da época”, relembra Rocha.

Novos tempos – A fragmentação do universo criado pela maior oferta de recursos tecnológicos faz com que novas mídias sejam incorporadas ao mundo da propaganda: é um meio inclusivo que não dispensa novas oportunidades ou formas originais de vender um produto. A cada novidade, como a TV digital, o mercado publicitário se reorganiza e se molda, sem excluir ninguém: são novas alternativas de “vender o peixe” de sempre.

Outras mudanças foram sentidas a partir dos anos 90. Uma delas, que também tem uma ligação com as facilidades tecnológicas, é a “publicitarização” no jornalismo. Isto significa que, além da notícia, alguns veículos, especialmente as



Novas regras no Conar

O Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar) é um órgão que permite à publicidade definir os próprios parâmetros, mas não tem força jurídica. Ele estabelece algumas normas para evitar excessos dos anunciantes e a divulgação de mensagens danosas à sociedade, garantindo, assim, a boa qualidade do discurso publicitário no Brasil. A partir deste mês, começam a valer as novas normas éticas determinadas pelo Conselho com relação às crianças e adolescentes. A partir de agora, anúncios dirigidos ao público de zero a 18 anos de idade não podem conter certas situações:

- crianças e adolescentes recomendando o produto a outros menores;
- provocar discriminação das crianças que não são consumidoras de determinado produto;
- utilizar o formato jornalístico;
- induzir o medo;
- criar a noção de que consumir determinado produto proporciona superioridade e, na falta dele, a inferioridade;
- situações de constrangimento aos pais ou responsáveis;
- desmerecer valores sociais positivos, como família, escola, amizade, honestidade, generosidade e respeito.

revistas semanais, transformaram suas capas em uma quase-propaganda: para ficarem mais chamativas, elas substituíram um simples retrato da realidade por uma imagem produzida, estudada, com efeitos gráficos, como se fosse um outdoor. Nas duas últimas décadas, o mundo fundiu muitos valores e o jornalismo acompanhou isso. E que o tempo se encarregue de mostrar os prós e contras dessa mutação.

Na mesma época, ocorreu outra mudança. Houve um deslocamento de foco, do produto para a marca – transformando esta última em um grande empreendimento. Essa intervenção no mercado foi fundamental para ela se expandir. A marca amplia as redes de consumo, central nas relações sociais e na

construção de valores. Um exemplo clássico é a Coca-Cola. Hoje, sua marca vale US\$ 72 bilhões, segundo pesquisa recente. Isso significa dez vezes os ativos da empresa Coca-Cola: a marca suplanta o produto, o palpável. “As pessoas consomem marcas porque se apóiam nos valores associados a elas”, explica Tavares. A marca também atua a longo prazo: quando o público é atingido por uma marca, cria-se uma identificação para um consumo futuro, mesmo que leve anos para isso.

A propaganda pode, sim, criar uma sensação de pertencimento, ao associar o produto a determinados estilos de vida. Mas tudo isso faz parte do que já foi citado: são desejos que as pessoas carregam e acham que, de algu-

Glossário

No mundo da propaganda, muitos termos ainda são mantidos no original em inglês, mas são tão presentes no nosso cotidiano que constam até nos dicionários de língua portuguesa. Em alguns casos, ouvimos a expressão, mas não sabemos que vem das agências.

• **Campanha** – Todo o esforço para se divulgar ou reforçar um produto, serviço, marca ou idéia. Formada pelas peças publicitárias que vão para os diversos veículos (rádio, TV, *outdoor*, revista etc.), repetindo o *slogan* e a concepção visual criada para tal produto.

• **Brainstorm** – Em inglês, “tempestade cerebral”. Reunião com pessoas de diferentes setores da agência, onde as idéias que surgem são expostas livremente, sem censura ou crítica, para propiciar soluções originais que vão nortear a nova campanha.

• **Design** – É o projeto do produto. A estética é definida de acordo com a funcionalidade.

• **Diretor de criação** – Supervisiona o trabalho da dupla de criação, composta pelo redator (responsável pelos textos) e pelo diretor de arte (que responde pela concepção estética da campanha).

• **Jingle** – Música criada para a publicidade.

• **Logotipo** – Representação visual do nome

da marca, podendo ser composto por letras e símbolos.

• **Marca** – É a representação nominal de um produto ou empresa.

• **Marketing** – Estratégia para otimizar os lucros, através da adequação de produto e oferta. Para isso, recorre a pesquisa de mercado, estuda o *design* do produto e às vezes planeja um atendimento pós-venda.

• **Outdoor** – Anúncios em forma de cartaz em grandes dimensões, colocados nas ruas, muito comum nas metrópoles e em estradas.

• **Propaganda** – Difusão de mensagem de conteúdo informativo e persuasivo. Grosso modo, pode ser usada como sinônimo de publicidade.

• **Publicidade** – Técnica de tornar algo ou alguém conhecido nos seus melhores aspectos, para ser aceito pelo público.

• **Público-alvo** – O grupo de pessoas que se deseja atingir com a propaganda. Alguns usam o termo *target*, que significa alvo em inglês.

• **Símbolo** – É o elemento visual que identifica uma instituição ou produto.

• **Slogan** – No original, significa o grito de guerra entre os antigos clãs escoceses. Também chamado de bordão, é uma palavra ou expressão concisa, de fácil assimilação, usada em publicidade para fixar um produto ou marca.

SAIBA MAIS

- Representações do consumo – estudos sobre a narrativa publicitária, de Everardo Rocha. Rio de Janeiro, PUC-Rio/Mauad.
- O meio é a mensagem, de Marshall McLuhan. Rio de Janeiro, Record.
- Discurso publicitário e consumo – uma análise crítica, de Fred Tavares. Através do site www.fredtavares.com.br
- A publicidade é um cadáver que nos sorri, de Oliviero Toscani. Rio de Janeiro, Ediouro
- www.multirio.rj.gov.br/riomidia
- www.conar.org.br

ma forma, ao adquirir determinado produto, terão essa vontade satisfeita, sentindo-se parte de um certo ideal, um mundo particular. Por exemplo, produtos que apregoam suas preocupações com o meio ambiente atraem pessoas que querem se sentir dentro de um grupo considerado ecologicamente consciente. Mas isso se desconstrói rapidamente, e novos meios de vida são sugeridos.

Cuidados especiais – Apesar de não terem poder de compra, crianças e adolescentes têm poder de decisão junto aos responsáveis. Por isso, os pais jovens são um público-alvo importante para o mercado. Nem por isso existe fórmula pronta para lhes dirigir uma mensagem. Com a criança, há cuidados especiais para que a propaganda não ultrapasse os limites éticos (leia no quadro). Para o adolescente, obviamente, também. Além disso, por sua natureza contestadora, é preciso criar uma linguagem que não o faça reagir contra a mensagem. Esse cuidado é tomado até em casos de campanhas institucionais, como as de prevenção ao uso de drogas. Pela natureza delicada do assunto, ela tem que atingir seu objetivo dosando tudo muito bem, para não formar uma ação reativa, nem estigmatizar o usuário. Por isso, é importante que a população esteja atenta às campanhas de governos, avaliando e opinando sobre sua eficácia.

Refletir sobre o discurso publicitário, no entanto, não pode ser ensejo para algum tipo de censura. Assim como as outras formas de expressão, é preciso liberdade para criar e difundir idéias nesse campo. Com a auto-regulamentação do setor, cada profissional arca com suas responsabilidades em caso de excessos.

Algumas lembranças – A publicidade é tão fortemente absorvida pela sociedade que músicas, frases e personagens criados em agências atravessam gerações. Por exemplo, a “Lei de Gerson”. Usada como sinônimo de “levar vantagem em tudo”, surgiu de uma propaganda de cigarro que apregoava a vantagem de juntar qualidade e preço baixo. Acabou virando uma expressão negativa, ligada ao espertalhão, a despeito de seu garoto-propaganda ter sido um dos tricampeões da Copa de 1970 de futebol. ►

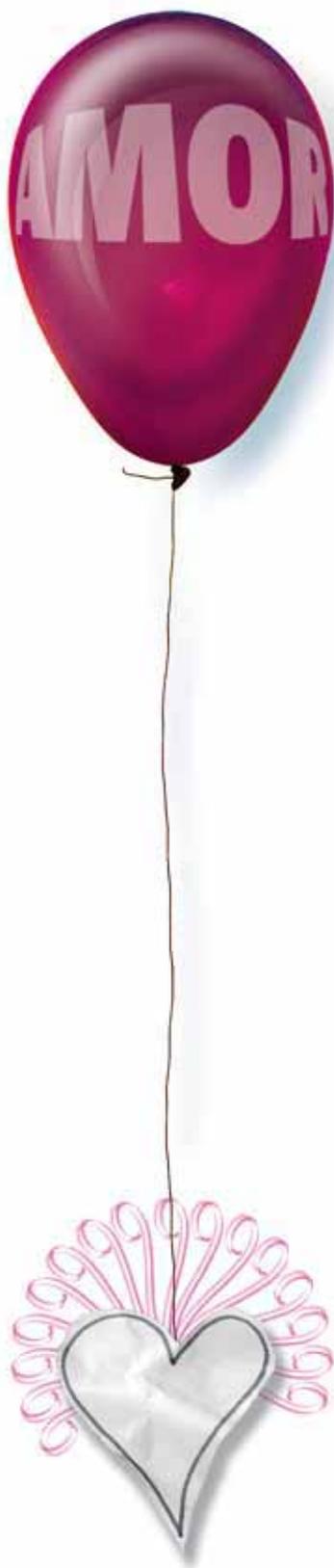
Você se lembra?

Frases, *slogans* e *jingles* de comerciais que ficaram gravados na memória pela repetição ou pela irreverência. Você lembra que produto eles anunciavam?

01. Liberdade é uma calça velha azul e desbotada
02. Imagem não é nada, sede é tudo
03. O primeiro sutiã a gente nunca esquece
04. Minha voz continua a mesma, mas os meus cabelos... quanta diferença!
05. Vale por um bifinho
06. Energia que dá gosto
07. Sempre cabe mais um
08. Dê férias para o seu pé
09. Banho de alegria num mundo de água quente
10. Sabor que alimenta
11. Abuse e use
12. É um pouco mais caro, mas é muito melhor
13. Estrela brasileira no céu azul, iluminando de Norte a Sul...
14. É fresquinho porque vende mais ou vende mais porque é fresquinho?
15. Nunca é muito cedo, nunca é muito tarde
16. É impossível comer um só
17. O melhor plano de saúde é viver
18. Quero ver você não chorar, não olhar pra trás, nem se arrepender do que faz...
19. O sabonete das estrelas
20. Porque você merece

Respostas

01. Jeans US Top
02. Sprite
03. Valisère
04. Xampu Colorama
05. Danoninho
06. Nescau
07. Rexona
08. Rider
09. Duchas Corona
10. Toddy
11. C&A
12. Insetisan
13. Varig
14. Tostines
15. Leite de Rosas
16. Elma Chips
17. Unimed
18. Banco Nacional
19. Lux Luxo
20. L’Oreal



Na década de 50, o sabonete Cinta Azul era anunciado como o único que tirava o cheiro de corpo ou, resumindo, CC, dando origem à gíria “cecê” quando se quer falar de cheiro forte de suor – o que virou propaganda negativa. Afinal, usar Cinta Azul significava que a pessoa tinha “cecê”.

Mais feliz foi uma propaganda criada para o governo federal, há três décadas. Com o slogan “O leão é manso, mas não é bobo”, o personagem que simboliza o imposto de renda foi uma sacada dos publicitários para dissociar a imagem do IR dos responsáveis pela receita federal naquela época. E suas mordidas são temidas até hoje.

Verde e amarela – Se a propaganda é uma técnica de venda que utiliza a criatividade, mexe com os sonhos das pessoas e tenta dar leveza ao dia-a-dia, elementos que encontramos em qualquer sociedade, por que alguns países se destacam em detrimento de outros? Falando da propaganda brasileira especificamente, tão premiada em festivais internacionais, qual é o segredo? É que ela segue a nossa cultura, muito propícia à comunicação. “É uma cultura muito relacional, de pessoas que gostam de conversar, de tocar no interlocutor, ficar horas admirando uma paisagem, gostam de falação. Desde pequenos, somos acostumados a ver, ouvir, falar, sem medo de nos expressarmos”, analisa Vereza. E que esse discurso tão rico seja cada vez mais objeto de estudo para conhecermos a cultura brasileira contemporânea.

Tomando como pano de fundo a sociedade, pode-se dizer que os publicitários “captam no ar” os modismos, as novas formas de pensar que vão surgindo nas ruas e fazem uso do melhor que a nossa língua pode oferecer. Afinal, a palavra é o último elo de ligação entre o anunciante e o consumidor. A imagem tem que ter o apoio da palavra, mesmo que ela não esteja visível. Os símbolos sempre são decodificados como a palavra: cruz, coração, estrela etc. “Ela tem a função legal de criar cultura, fortalecendo o que já está aí”, acredita o publicitário, que vê a boa propaganda como um exemplo de linguagem atraente para exercícios em língua portuguesa. ■

Criança e a publicidade: uma reflexão necessária

JOÃO OSVALDO SCHIAVON MATTA*

Passeando pelas diversas salas do Museo del Prado na agradável Madri, há alguns anos, deparei-me com a magnífica obra de Velázquez: *Las meninas*¹. O quadro traz como atores principais algumas figuras notórias da época retratada, inclusive o próprio pintor que se retrata pintando outro quadro com o espectador como modelo. Outra figura de destaque é a pequena princesa Margarida, filha do rei Felipe IV e de sua esposa Mariana. Essa menina trajava um “amplo vestido cinza e rosa” que exibia “grandes folhos”, conforme analisa Michel Foucault no primeiro capítulo de seu livro *As palavras e as coisas*². Vendo mais de perto, podemos imaginar que o vestido de Margarida não parece ser confortável para uma criança fazer uma das coisas de que mais parece gostar: de brincar.

Não estaríamos errados em concluir que as crianças do século XVII, período retratado no quadro do pintor espanhol, tiveram um papel social diferente do que têm os pequenos de hoje. Vemos no quadro a princesa envolta de serviçais e com uma pose imponente de pequena adulta que, apesar das exigências impostas pela sua posição de nobre, mostra uma postura de verdadeira miniatura de uma princesa com mais idade.

Este tipo de postura caracterizava a criança daquela época, segundo alguns historiadores. Um indivíduo do século XVII dificilmente imaginaria que um dia uma criança³ pudesse vir a ter um papel social como tem em nossos tempos: ser consumidora de produtos e serviços, além de importante influenciadora nas compras dos adultos. Carros, imóveis, celulares, entre outros produtos, têm em alguns casos o seu processo de compra influenciado por uma criança. Talvez alguém daquele século descrevesse uma criança como um adulto em miniatura que estava apenas esperando crescer para poder trabalhar. A criança consumidora e influenciadora de hoje nos parece mesmo ser uma invenção de nossos tempos.

A nossa criança compra, guarda dinheiro, ganha mesada, influencia e é fidelizada por marcas. É público-alvo de campanhas de publicidade. Campanhas de produtos criados diretamente para elas e também de produtos destinados aos adultos. Entendemos que o papel da publicidade em nossa sociedade pertence a um fórum de discussão que vai além do

consumo infantil. Entretanto, o fragmento dessa discussão, que engloba questões como a qualidade e a adequação do conteúdo que a publicidade disponibiliza aos pequenos é importante objeto de análise e reflexão.

Nossa sociedade vem bem aos poucos tentando encontrar uma forma de discutir este assunto para além do fundamentalismo que só quer proibir ou liberar totalmente. Proibir toda publicidade infantil não nos parece a melhor medida, assim como liberá-la totalmente. Ambas as decisões são derrotas e não vitórias. Estrangulam qualquer reflexão. Parecem ser um sono em que a sociedade entra quando se vê diante de uma situação mais profunda. Sabemos que a publicidade não tem um papel tão determinístico na influência do consumo das crianças, como querem crer alguns.

Se assim fosse, seria fácil educar um pequeno. Bastaria-nos veicular na TV algumas regras de conduta e de higiene. E pronto. Em um passe de mágica teríamos meninos e meninas supereducados e bem nutridos. Todos realmente iguais. Assim como não temos em um passe de mágica a total sedução de uma criança por uma marca quando ela vê apenas televisão. O processo de desejo de um produto é mais complexo e profundo. Envolve questões que estão além de estratégias publicitárias. São as questões sociais e culturais que contextualizam o seu consumo. Pais, mães, tios, amigos, professores e outros influenciam tanto ou mais que a publicidade. Discutir o consumo é diferente de discutir a publicidade. Ambos precisam ser refletidos.

As questões que envolvem a publicidade e podem estar até relacionadas a um possível consumismo, que é diferente de consumo, estão ainda engatinhando entre os fóruns devidos. Esses pontos merecem atenção especial das autoridades no assunto. Nossa vontade é ver o tema da publicidade infantil sair do ponto em que se fixou há algum tempo: ser a favor ou contra ela. Não acreditamos que seja o caso dessa bipolaridade. Trata-se de uma discussão sem fim. Seria, sim, o caso de uma construção conjunta de uma análise social desse processo, com reflexões profundas e reais contribuições para nossos pequenos grandes consumidores.

¹ Fonte eletrônica: <http://museoprado.mcu.es/meni.html>

² Foucault, Michel. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. São Paulo, Martins Fontes, 1999.

³ Estamos considerando neste texto criança como um indivíduo de 0 a 12 anos de idade.

*Professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo (ESPM-SP), mestrando em Comunicação e Práticas de Consumo na mesma escola. Obteve o MBA em Gestão de Negócios pelo ITA/ESPM e pós-graduação em Comunicação Mercadológica pela ESPM.



A vida através do monitor

Universos virtuais, como o Second Life, já reúnem alguns milhões de usuários em todo o mundo

TEXTO
FABIO ARANHA
ILUSTRAÇÕES
REPRODUÇÃO

Imagine que você está se divertindo na boate da moda, dançando e batendo um papo animado com seus amigos e conhecendo outros frequentadores do badalado local. Ou então, comprando roupas novas numa loja de departamentos. Ou, ainda, comprando um terreno, onde você pretende construir uma linda casa com um quintal grande e florido e colocar um carro esporte na garagem. Imagine agora que nada disso é real. Tudo é vivido através da tela do computador em um mundo virtual. Eis o Second Life. Trata-se da mais nova febre da Internet, que conta com 8,5 milhões de usuários cadastrados em todo o mundo e que cresce em ritmo alucinante. Desse total, 2 milhões se registraram apenas nos últimos dois meses. Cada vez mais populares, os universos virtuais permitem que seus usuários realizem on-line atividades do mundo real.

Os mundos virtuais atraem um número maior de pessoas a cada dia. A maior parte é composta por jogos, como o World of Warcraft, RPG medieval que reúne 6 milhões de jogadores. Em 2003, o EverQuest, da Sony, outro RPG, conseguiu reunir cerca de 400 mil jogadores simultaneamente em um evento on-line.

Há, ainda, universos virtuais direcionados para crianças e adolescentes. Um dos prin-

cipais é o Habbo Hotel, recomendado para adolescentes a partir dos 13 anos. Trata-se de um complexo hoteleiro em que o usuário ganha um quarto ao se inscrever. Lá acontecem festas, reuniões, são criados ambientes novos, e os usuários podem visitar espaços públicos e os quartos de outras pessoas, que são enfeitados de acordo com o gosto de seus residentes. O Habbo Hotel tem um tráfego mensal de 7,5 milhões de usuários.

Esses sites são uma alternativa para pais que receiam que seus filhos acessem páginas com conteúdo mais adulto, como o Second Life. Esses universos têm em comum um monitoramento mais rígido, sobretudo em relação à linguagem e à temática das conversas dos usuários. Outro exemplo é o Penguin Club, voltado para crianças a partir de oito anos. Os usuários são representados por pingüins coloridos que passeiam pelo mundo virtual, que inclui iglus criados por cada usuário.

A imaginação é o limite - O Second Life foi criado em 2001 pelo programador de software norte-americano Philip Rosendale como um cenário tridimensional digital no qual *designers* gráficos pudessem criar modelos virtuais de itens

do mundo real, como casas, carros ou qualquer outra coisa. Mas foi crescendo e hoje existem diversas ilhas que abrigam os mais variados temas e freqüentadores. Há, inclusive, uma ilha brasileira, onde tudo está em português. A empresa Linden Lab supervisiona a vida digital dos participantes e regula a distribuição e venda de espaço virtual.

Diferentemente de jogos on-line, o Second Life não tem um caminho a ser seguido ou objetivos preestabelecidos. O que se faz lá dentro depende apenas da imaginação dos seus usuários. Tudo que existe nesse mundo foi criado por eles. O Second Life foi criado com um *software* que opera em múltiplos servidores, portanto pode acomodar uma comunidade bastante grande e proveniente de diversas partes do mundo. Os usuários podem se reunir e criar microcomunidades baseadas em interesses comuns.

Ao entrar no mundo virtual, os internautas criam representações de si próprios, chamadas avatares, cujas características são escolhidas pelo próprio usuário. Aliás, o avatar não precisa nem ser humano: alguns usuários optam por avatares alienígenas ou animais. Uma vez criado o personagem, aprendem-se comandos básicos para se movimentar – andar, correr, voar – ,vestir o avatar e se comunicar com os outros freqüentadores do Second Life.

Existem regras mínimas de conduta, mas, dentro das comunidades, os usuários podem impor seus próprios códigos. “Você pode, por exemplo, criar uma ilha em que só entra quem você quiser. Você organiza uma comunidade e pode expulsar ou impedir a entrada de quem não se adapta às regras que você criou. É um micromundo dentro do mundo virtual”, explica o professor de cultura de games da Faculdade Senac, de São Paulo, Roger Tavares.

Um dos grandes atrativos desse mundo é sua liberdade social. Existem diversos eventos, como shows de música, festas em clubes noturnos, além de lojas, supermercados e até praias. Usuários podem se comunicar através do *software* de áudio de internet Skype ou por programas de *streaming* de vídeo e áudio.

Negócios virtuais e reais - Há também oportunidades de negócios, que permitem aos indivíduos ganharem dinheiro de verdade. A

economia do Second Life é movimentada principalmente pelo crescente mercado imobiliário virtual. Isso porque é possível comprar terrenos pagando uma assinatura de US\$ 9,95 por mês mais preços que variam de acordo com o tamanho das propriedades. Os proprietários podem construir prédios, casas ou o que for e vender para outros usuários. Também é possível montar seu próprio negócio, como, por exemplo, uma loja de roupas para avatares ou uma empresa que compra terrenos e os revende com uma infraestrutura pronta. “O Second Life confere grande liberdade para criar. Existem vários tutoriais para as pessoas encherem o universo de coisas. E se você não tiver aptidão ou conhecimento para desenhar um objeto 3D, você pode comprá-lo”, comenta Roger Tavares.

As empresas do mundo real também estão no Second Life. Existem lojas de departamentos e bancos que atendem clientes no mundo virtual. Existe até uma moeda específica, chamada de linden dólares, que pode ser convertida em dinheiro real. Para se ter uma idéia, em 2006 foram convertidos cinco bilhões de linden dólares em US\$ 19 milhões. Em 2007, esse número já chega a US\$ 37 milhões. Roger Tavares vê positivamente a presença de empresas no Second Life. “Eu acho importante as pessoas comprarem e venderem no Second Life, pois isso vai ajudar na sua sobrevivência e no seu desenvolvimento. Foi o que aconteceu com a internet, que mudou a partir da entrada das empresas. Mas elas terão que oferecer algo extra em relação às lojas virtuais tradicionais”, ressalta.

Mas não há só oportunidades de diversão e comércio. A educação também tem vez no mundo virtual. Em 2006, a Universidade de Harvard foi a primeira a criar um curso dentro do Second Life, de Direito Eletrônico. No horário da aula, o professor e seus alunos, cada um em seu lugar, entram no computador e reúnem seus avatares em um cenário de sala de aula. Um professor de arquitetura da Universidade do Estado de Montana, também nos Estados Unidos, montou curso que é ministrado na “ilha universitária”, um campus projetado por seus pupilos, que constroem réplicas interativas de projetos da vida real e as expõem.

No Brasil, o Second Life também vem fazendo sucesso. Existem hoje 600 mil ►



usuários brasileiros. Em abril, nos tornamos o primeiro país a ter sua própria porta de entrada para esse universo virtual. Os residentes podem criar suas contas e acessar o Second Life em português, além de adquirirem lindos dólares pagando em real e usando cartões de crédito nacionais ou boleto bancário. A Kaizen Games, empresa que trouxe o Second Life para o Brasil, calcula que o número de

usuários nacionais pode chegar a 2 milhões no início de 2008.

A fórmula do sucesso - O diretor de Marketing do Second Life Brasil, Emiliano de Castro, afirma que o sucesso do metaverso – que é como ele o define, ou seja, um universo virtual dentro de um universo real – se deve ao fato de ele potencializar tendências encontradas em outras ferramentas da internet. A primeira é a criação do conteúdo pelos usuários, o que está permitindo que o Second Life ganhe dimensões gigantescas, assim como aconteceu com o site de vídeos YouTube e a enciclopédia on-line Wikipedia.

Outro fator é a criação da economia virtual. Permite-se vender diretamente para o usuário e ganhar dinheiro real. “No Second Life, você gera uma nova economia. Se você quiser fazer uma festa, por exemplo, você pode contratar um DJ, seguranças e outras pessoas para trabalhar no evento”, destaca Castro. Além disso, o compartilhamento da experiência em redes de relacionamento também auxilia a crescente popularidade do site. “A navegação na internet é uma experiência solitária. Você não fala com ninguém. No Second Life, além de poder conversar com as pessoas, você está representado naquele universo. Ele juntou todas essas tendências e uma potencializa a outra”, complementa.

Roger Tavares também credita o sucesso do Second Life no Brasil à sociabilidade do brasileiro. “O brasileiro é muito comunicativo, expressivo, gosta de narrativas, como, por exemplo, as novelas da televisão. Por isso, esses meios de comunicação interativos fazem tanto sucesso. O YouTube explodiu no Brasil em cerca de três meses apenas. Perto de 70% dos inscritos no Orkut são brasileiros. Meios de comunicação como o Second Life são uma oportunidade de interagir com outras pessoas, contar e ouvir histórias diferentes”, afirma.

O êxito do Second Life já está resultando na criação de concorrentes. O Multiverse – universo com características semelhantes, criado por ex-executivos da Netscape – acaba de sair da fase de testes e ganhar sua versão 1.0. A Virgin, conglomerado do mundo da música, anunciou recentemente planos para criar seu próprio mundo 3D, chamado A World of My Own. ■



Assunto sem mistério

Observar e conversar: a chave para tratar com naturalidade nas creches a sexualidade infantil

Hora do banho, hora de brincar, hora de dormir, hora de se alimentar. Até aí, as profissionais de creche sempre sabem como desempenhar seus papéis da forma mais eficiente. Mas manifestações da sexualidade infantil podem causar algum desconforto e até dúvidas sobre a melhor forma de agir – a tênue linha entre educar e reprimir.

Para início de conversa, é importante esclarecer o que é sexualidade. “Como conceito, a sexualidade norteia os atributos de vontade inerentes à espontaneidade da criança”, explica Luiz Gustavo Vasconcellos, terapeuta psicomotricista e professor de Educação Física. O termo sexualidade infantil foi empregado a partir de 1917 pelo médico Sigmund Freud, fundador da Psicanálise, e significa a busca pelo prazer que a criança sente na descoberta do corpo. Não é um prazer restrito aos órgãos sexuais: é uma pulsação, que busca esta satisfação associada a tudo, inclusive, à comida. As necessidades básicas incluem diálogo, asseio, movimento, alimentação. Compreender as manifestações desses conceitos é a chave para não cair em erros como inibir a criança ou embotá-la, intimidá-la. Isso contribuiria negativamente para a formação da imagem da criança, sua compreensão de mundo e até a própria aprendizagem. Resumindo, a sexualidade é a busca incansável por um lugar no mundo. Por isso, nada de se intimidar quando perceber a criança manifestando curiosidades com o seu próprio corpo ou procurando novas sensações: faz parte de suas descobertas.

Isso significa que é importante estar atento para os movimentos de cada criança. Quando ela tem algum comportamento obsessivo com relação ao corpo, às sensações, criando um constrangimento no ambiente, é hora de prestar uma atenção especial para avaliar o que pode estar ocorrendo. A recreadora precisa ter a capacidade de observar e trocar informações com os outros profissionais da creche. E, se for o caso, chamar os pais ou responsáveis para uma conversa. “A profissional de creche é muito mais educadora do que imagina. Através desse acolhimento, vai ajudar na estruturação do psiquismo e do corpo dos alunos: ela tem que ser alguém que possibilite a espontaneidade dos pequenos”, diz Vasconcellos.

A criança percebe que o corpo pode lhe dar prazer quando, por exemplo, ela chupa o dedo, faz xixi ou passa a mão em determinadas partes. Na primeira infância, eles não têm censura, não sentem vergonha de mexer no corpo para sentirem essas sensações. Nessa fase, elas podem sentir curiosidade sobre as diferenças entre meninos e meninas, isso é comum, não representa nenhum tipo de desvio. Tudo isso faz parte do desenvolvimento da sexualidade, e a profissional de creche não deve reagir de forma horrorizada a um comportamento que é comum nessa fase da vida. “Inibir erroneamente a criança pode gerar uma atitude de omissão. A criança pode ficar menos corajosa quando se tratar de valorizar sua diferença, o que não é uma postura saudável diante do mundo”, explica o terapeuta. ▶

TEXTO

BETE NOGUEIRA

ILUSTRAÇÕES

ESCULTURAS DE

GUSTAVO CADAR,

ADRIANA SIMEONE E

ALINE CARNEIRO



A hiperatividade também pode estar associada a um tipo de repressão que faz com que a criança não se sinta reconhecida. “O excesso de agitação pode ser o efeito de não conseguir identificar o lugar dentro dos lugares que ela ocupa, gerando uma inquietação constante. Ninguém gosta de ser rejeitado. E a resposta vem disfarçada em velocidade”, explica o psicomotricista. A criança pode desenvolver um desconforto, um sentimento negativo, acreditando que nunca será aceita pelo outro. E como elas têm uma intensidade corporal maior que o adulto, ela vai deslocando o problema e provocando um “efeito dominó” em sua vida.

Dia-a-dia - O tema sexualidade não deve ser considerado um tabu, ter qualquer conotação negativa ou restrição religiosa. É preciso, antes de tudo, avaliar o nível de atenção que a criança dá a isso. Quando a educadora perceber que certos contatos com o corpo estão exagerados, virando um hábito, deve interceder. Por mais que a sexualidade seja uma coisa normal, em caso de excesso, como tudo na vida, deve ser dado um limite. E a forma de dar limites não é, em hipótese alguma, constrangendo a criança: deve-se desviar o foco de interesse dela. À medida que ela for chamada para prestar a atenção em outra coisa, como uma nova brincadeira, uma nova atividade, ela naturalmente vai deixando os excessos de lado sem se sentir “culpada” ou “suja”, conceitos que às vezes os adultos, por suas formações morais, impõem aos pequenos sem se darem conta de que eles não

têm o mesmo discernimento. Como dizer que tal comportamento é “pecado”, “feio” ou “sujo”? A criança automaticamente vai associar essas palavras ao seu corpo e às sensações que ela está descobrindo.

Vasconcellos chama a atenção para a forma como a recreadora deve manter sua autoridade: impondo o respeito sem criar uma relação de submissão. E isso só se consegue quando, no dia-a-dia, a criança tem certeza de que aquela pessoa responsável por cuidar dela quer o seu bem. Dessa forma, é mais fácil determinar os limites, fazer a criança obedecer sem se sentir submissa ou revoltada. “É preciso perceber a individualidade da criança e perceber como agir”.

As reuniões regulares na creche também são uma boa oportunidade de trocar experiências entre as educadoras e chegar à orientação de como agir em casos mais difíceis. Quanto mais lucidez, mais fácil ela vai conseguir lidar com essas situações.

Essa é a fase mais complexa da criança. É quando ela desenvolve a racionalidade, a espontaneidade. Depois, a criança fica mais controlada. Por isso, vale a pena procurar a orientação de um profissional como psicólogo, pedagogo ou psicomotricista para ajudar na formação dos pequenos. E o “clima” da creche reflete diretamente. “Ter confiança nas ações, criar um ambiente de interação dos adultos para compreenderem e darem apoio, acreditar no que está fazendo: tudo isso refletirá positivamente nos alunos”, diz o terapeuta. Afinal, a saúde mental de um espaço é coletivo. ■

Fique atento

Gêneros - É comum que educadores planejem atividades diferenciadas para meninos e meninas, como colocar os garotos para jogar bola e elas, para brincar de boneca. É preciso repensar essa estrutura, levando a uma educação democrática e inclusiva. Os jogos e brincadeiras na creche precisam ser diversificados, para que todas as crianças participem sem que sejam direcionadas para as “coisas de meninos” ou “coisas de meninas”.

Caso sério - Quando tocado, o corpo guarda muitas sensações, como prazer, dor, acolhimento ou repulsa. O educador deve estar atento: o que o corpo da criança está “falando”? O desejo exagerado de toque nas partes

genitais, sinais de medo como choro e tremor, ferimentos nos órgãos genitais ou marcas como “chupões” podem ser indícios de abuso sexual. Até nesse caso a palavra de ordem é: tranquilidade. Observe a criança sem perguntar de forma constrangedora e discuta com os responsáveis da sua creche como encaminhar as ações perante a CRE. Denunciar o abuso sexual é dever de todo cidadão, mas é preciso ter certeza de que está ocorrendo o problema. Uma má interpretação pode deixar, desnecessariamente, marcas profundas na criança. Em resumo, em todos os casos, a chave é procurar conhecer cada criança, tentar entender o seu mundo, acolhê-la e ajudá-la prontamente quando surgir algum problema.

Mitologia grega no Andaraí



Ao lado das professoras, alunos da E. M. Affonso Penna exibem alguns dos trabalhos que produziram sobre a Grécia antiga e seus principais personagens mitológicos

TEXTO As histórias dos deuses da mitologia grega fascinam a humanidade há séculos. Há cinco anos, os alunos da 5ª série da E. M. Affonso Penna, no Andaraí (2ª CRE), também entraram nesse universo fantástico de aventuras e tragédias, graças à iniciativa de três professoras que se empenham em trazer a eles os mitos da Grécia antiga. Durante o ano, a professora de história

FÁBIO ARANHA

FOTOS

ALBERTO JACOB FILHO

Celina Dias Reis intercala os conteúdos de sua disciplina com um tempo dedicado à narração de mitos, como os de Ícaro, de Narciso, e epo-

péias como a da Guerra de Tróia, por exemplo. “Sou uma contadora de histórias nata. Por isso, aproveito essa minha habilidade para narrar a antigüidade grega para eles”, afirma.

Acabada a contação, os alunos reproduzem e ilustram a parte que mais gostam das histórias, individualmente ou em grupo. A atividade continua na sala de leitura, onde eles pesquisam sobre os mitos. “Meu papel é promover a leitura. Procuo trazer novidades sobre a mitologia grega para incentivar o gosto por ela. A importância de

ler fica mais clara quando os alunos escutam histórias contadas pelo professor”, ressalta Elisabeta Lo Bianco dos Santos, professora da sala de leitura.

Quando chega o mês de setembro, é hora de pôr em prática tudo o que foi aprendido. A garotada escreve, ilustra e produz livros com histórias que envolvem os personagens mitológicos. O processo demora cerca de dois meses, já que são desenvolvidas em sala de aula todas as etapas de produção de um livro, como capa, quarta-capa, dedicatória, créditos e até arte-final. E tudo isso sob supervisão da professora da sala de leitura, que os orienta no passo-a-passo das atividades. Quando o texto fica pronto, a professora de língua portuguesa Marta Maria de Oliveira Alves entra em ação e faz com os alunos as correções necessárias.

“Eles aprendem a dividir tarefas, a trabalhar em grupo e a ter responsabilidade, pois assumem o compromisso de entregar os livros prontos dentro de um prazo estipulado. Além de favorecer o aprendizado da escrita, a atividade é também um grande incentivo à leitura. E isso é estendido aos familiares, porque os alunos mostram os trabalhos e contam as histórias que aprenderam quando chegam em casa. Nós dividimos o conhecimento com eles ao narrar as histórias e eles o multiplicam na medida em que fazem os livros e os deixam como legado para os colegas”, complementa Elisabeta.

Deuses visitam o Rio – Os livros têm como tema a visita dos deuses gregos ao Rio de Janeiro. Dessa forma, os alunos relacionam os mitos com o seu cotidiano. As produções do ano passado, por exemplo, renderam histórias interessantes. Os jovens escritores produziram livros sobre deuses participando dos Jogos Pan-americanos no Rio, apaixonando-se pela natureza carioca, visitando áreas carentes da cidade e até conhecendo um baile *funk*. Um aluno narrou como Poseidon, deus dos mares, se enfureceu com a poluição das praias cariocas e castigou os habitantes com uma tsunami. Outro retratou Hermes, o deus mensageiro, como um carteiro dos Correios.

“Eles ficam entusiasmados. Para a maioria, mitologia é uma novidade que os fascina. Nas pesquisas, muitas vezes eles vão além

do que foi pedido. Também é bom ver como, mesmo depois de terminadas as atividades, eles continuam interessados. Vêm à sala de leitura e pedem para ler livros sobre o tema. Até alunos que já estão mais adiantados voltam para pedir emprestado os livros. Eles buscam conhecimento por conta própria e até perdem o medo de livros espessos”, destaca a professora Celina.

No final do ano, os livros são lançados em um sarau na escola, com direito a coquetel e exposição da obra já produzida em outros anos na escola. Terminada a festa, os livros vão para a sala de leitura e ficam disponíveis para empréstimo. “Eles ficam muito orgulhosos porque outras pessoas vêm conhecer os livros que escreveram. Isso deixa a auto-estima deles lá em cima”, acrescenta Celina.

Elisabeta conta que em uma mostra organizada pela 2ª CRE, no Parque Lage, um menino que freqüentava um curso de artes no local chorou porque queria levar um livro sobre mitologia grega feito na Affonso Penna e que não estava à venda. “Acabamos dando o livro para ele. Foi muito bom ver que o trabalho dos nossos alunos interessa também a outras crianças, inclusive, de escolas particulares, com realidades diferentes da de nossos alunos”, explica. Como tem dupla regência, Celina também tomou a iniciativa de levar esse trabalho para suas turmas em outras escolas. Elisabeta fez o mesmo com seus alunos de Centro de Estudos do Aluno (Cest).

O bem-sucedido trabalho com a mitologia grega inspirou as professoras a trabalhar com a 6ª série a mitologia africana, sobretudo, a história dos orixás, já que os alunos têm aulas de cultura negra. Na opinião de ambas, é uma forma de quebrar o preconceito e de acabar com o estereótipo contra as religiões e a cultura afro-brasileira. “Os alunos passam a ver a história da África com outro olhar. Eles descobrem que ela é rica, que existem histórias de reis. Muitos aprendem a valorizar a si próprios. E o nosso enfoque não é o da religião. Eles precisam conhecer os deuses da mitologia africana, assim como conhecem os deuses da mitologia grega”, explica Celina. Os livros sobre os mitos e deuses africanos também viram livro no final do ano e são apresentados no fim dos projetos. ■

Pacto pelo meio ambiente

TEXTO

RENATA PETROCELLI

FOTOS

ALBERTO JACOB FILHO

Estratégias contínuas de avaliação devem fazer parte do planejamento do sucesso de qualquer escola, mas adquirem papel ainda mais crucial em uma estrutura ciclada. É preciso avaliar não apenas o progresso dos alunos, mas também a eficiência das metodologias empregadas e das escolhas pedagógicas realizadas por professores, coordenadores pedagógicos e diretores. Pensando em esquentar o debate em torno do tema, a 9ª CRE desenvolveu o projeto Cidadão Carioca de Oito Anos, dividido em duas etapas: uma avaliação escrita, à qual serão submetidos todos os alunos com 8 anos completos até o dia 30 de junho de 2007; e um fórum de discussão. A escolha do público-alvo foi inspirada por uma portaria normativa baixada pelo governo federal em 24 de abril deste ano, que institui a chamada Provinha Brasil e coloca o aluno de 8 anos como alvo de avaliação. "A participação dos municípios é voluntária, mas preferimos nos antecipar e provocar esta reflexão na escola, na família, nos alunos e nos profissionais responsáveis pelo

trabalho que vem sendo desenvolvido", explica Guilherme Degou, assistente da Divisão de Educação (DED) da 9ª CRE.

Para contextualizar o trabalho, foi eleito o tema Meio ambiente e qualidade de vida. A escolha deveu-se à observação do que vem mobilizando as discussões e os projetos nas escolas. Um bom termômetro foi a maciça participação na última edição do evento Tudo ao Mesmo Tempo no Rio. Guilherme ressalta que todas as escolas da 9ª CRE apresentaram trabalhos. "O envolvimento e a qualidade dos trabalhos provam que o tema já vinha sendo amplamente discutido", argumenta. As atividades da Escola Municipal Atenas, em Inhoaíba, corroboram a conclusão de Guilherme. A coordenadora pedagógica Ana Clara Chain Chaia lembra que o meio ambiente é assunto sempre em pauta. "Mesmo que não exista um projeto específico, a questão aparece sempre, em qualquer atividade. É um tema atual e de importância gritante", justifica.

Membros da equipe da DED e coordenadores pedagógicos de escolas da 9ª CRE têm se reunido desde o mês de maio para planejar o projeto Cidadão Carioca de Oito Anos



Informações para gestores*

Ana Clara faz parte da comissão montada pela 9ª CRE para planejar e acompanhar o desenvolvimento do projeto. O grupo, formado por oito coordenadores pedagógicos e integrantes da equipe da DED, começou a se reunir em maio. Das reuniões saiu o teste aplicado no dia 9 de agosto em todas as escolas da CRE, com questões de múltipla escolha e produção de um texto discursivo. “O teste foi elaborado nos moldes dos que têm sido usados em avaliações como a Prova Brasil e o Sistema de Avaliação da Educação Básica (Saeb), mas sempre associado ao tipo de trabalho previsto no currículo da Multieducação e suas atualizações”, ressalta Guilherme.

Foram avaliadas habilidades como interpretação, raciocínio lógico-matemático e expressão, itens previstos no currículo do primeiro ciclo. Mais do que aferir o desempenho individual de cada aluno, a intenção é criar um movimento de reflexão sobre a trajetória da própria escola e das escolhas pedagógicas que vêm sendo feitas por seus profissionais. Como salienta Guilherme, “não há aprovados ou reprovados” e o êxito será medido pela capacidade de a escola se repensar e ampliar seus instrumentos de avaliação. “É mais um instrumento, não é o único. Temos uma consciência grande sobre avaliação e vamos poder repensar nosso trabalho”, enfatiza Ana Clara.

Consciência e compromisso – Depois do teste, é a vez de as crianças se expressarem mais livremente. Para isso, foram planejadas duas etapas de um fórum sobre meio ambiente e qualidade de vida. A primeira etapa, realizada nas escolas, aconteceu no dia 16 de agosto, com a eleição de dois delegados por unidade escolar. Eles foram os representantes de cada escola na segunda etapa do fórum, realizada na CRE no dia 23 de agosto. O resultado do trabalho é um documento intitulado *Compromisso do cidadão carioca de oito anos*, que reúne as reflexões e propostas do grupo. Para facilitar a discussão, o enfoque foi dividido em cinco itens: água, ar, terra, biodiversidade e ambiente social. Como ressalta Ana Gonçalves, coordenadora pedagógica da Escola Municipal Presidente Nereu Ramos, de Campo Grande, e também integrante da comissão organizadora, o projeto veio ratificar um esforço que a escola já realiza há tempos. “Um dos temas do nosso projeto político-pedagógico é criar uma identidade para esta escola, para

A Prova Brasil foi idealizada para produzir informações sobre o ensino oferecido por município e escola, individualmente, com o objetivo de auxiliar os governantes nas decisões e no direcionamento de recursos técnicos e financeiros, assim como a comunidade escolar no estabelecimento de metas e implantação de ações pedagógicas e administrativas, visando à melhoria da qualidade do ensino.

Como avaliação que compõe o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Básica (Saeb), a Prova Brasil é desenvolvida e realizada pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), autarquia do Ministério da Educação (MEC).

Sua primeira edição ocorreu em novembro de 2005, em parceria com as secretarias estaduais e municipais de Educação, que mobilizaram mais de 20 mil colaboradores para atuar na execução dos trabalhos.

Foram aplicadas provas de Língua Portuguesa (com foco em leitura) e Matemática, com questões elaboradas a partir do que está previsto para as séries avaliadas nos currículos de todas as unidades da Federação e, ainda, nas recomendações dos Parâmetros Curriculares Nacionais.

Além das provas, os alunos responderam a um questionário que coletou informações sobre seu contexto social, econômico e cultural.

Prova Brasil e Saeb 2007 serão aplicados no período de 5 a 20 de novembro, em todo o país.

*Fonte: www.inep.gov.br/basica/saeb/prova_brasil/

esta comunidade. Nossa escola fica em uma área bonita, arborizada, mas que vem sofrendo ocupação irregular e degradação. É importante que os alunos entendam meio ambiente como algo amplo e se sintam capazes de interferir em sua realidade”, argumenta.

O trabalho não acaba com a criação do documento. Na Nereu Ramos, por exemplo, a equipe pretende continuar atuando com relação ao meio ambiente, como já vinha fazendo. Já entre a equipe da DED, a idéia é acompanhar esse “cidadão de oito anos” em sua passagem pela escola municipal. “Nossa intenção é que ele assuma um compromisso até a sua maioridade, o que extrapola um pouco a nossa atuação. Mas queremos acompanhar o trabalho feito pelo aluno, a trajetória dele. Se a idéia ficar bem plantada, ele leva para sempre”, argumenta Guilherme. E, como avaliação é a palavra-chave, todo o projeto é tema da primeira sessão do Centro de Estudos realizada após a aplicação dos testes e a realização dos fóruns. “Nossa ação de agora em diante depende da avaliação que as escolas vão fazer, para corrigir o que for preciso e propor os possíveis desdobramentos”, conclui. ■

Trilhos que fizeram época

Batalhas de confetes, marchinhas e romances embalaram a passagem dos bondes pela cidade

TEXTO
CAROLINA BESSA

FOTOS
ARQUIVO FOTOGRAFICO DA
LIGHT

Os bondes não desapareceram – pelo menos não da memória de quem viveu seus áureos tempos no Rio de Janeiro. A relação deles com o cotidiano do carioca inspirou marchinhas de carnaval, como *Seu condutor*, de Murilo Alvarenga e Herivelto Martins, e *O bonde São Januário*, de Wilson Batista e Ataulfo Alves. Até hoje, não há quem descreva aqueles tempos sem falar de um romance iniciado em um bonde, de uma batalha de confetes, ou até mesmo de um tombo ao descer do veículo em movimento.

Os bondes elétricos apareceram pela primeira vez no Rio de Janeiro em 1892. Mas os modelos puxados a burros já circulavam na cidade desde 1859, ligando o Largo do Rocio (atual Praça Tiradentes) a um local próximo à Usina, na Tijuca. O trajeto era de sete quilômetros. Em 1862, os animais foram substituídos por tração a vapor. Cinco anos depois, foi inaugurado o primeiro trecho da linha de bondes a cargo da The Botanical Garden Railroad Company, que ia da Rua do Ouvidor ao Largo do Machado. Em 1870, foi criada a companhia Rio de Janeiro Street Railway, que reabriu a linha da Tijuca e voltou a usar tração animal.

Em 1891, a linha entre o Centro e a Tijuca se estendeu até o Alto da Boa Vista, mas, como era impossível utilizar animais no trajeto, a Companhia Estrada de Ferro da Tijuca começou a construir, no início da subida do Alto, uma usina de eletricidade para ser usada na tração dos veículos. O lugar passou a ser conhecido por Usina. Com a suspensão das obras, no ano seguinte, coube à The Botanical Garden Railroad Company pôr em circulação o primeiro bonde elétrico da América Latina, que inaugurou uma linha até o Flamengo. O episódio despertou a curiosidade do público.

“Quando o bonde elétrico começou a circular, as pessoas se surpreenderam, porque não entendiam como ele conseguia se movimentar sem ser puxado por burros. Muitas delas o rodeavam para descobrir o que o poderia

estar fazendo andar”, comenta a museóloga e analista de Patrimônio Histórico do Centro Cultural da Light Rossana Libanio. O mesmo encantamento teve o escritor Machado de Assis quando, em 1883, viu um bonde pela primeira vez, chegando até a elaborar dez regras bem-humoradas de como se comportar dentro do veículo (leia no quadro).

Energia – A The Rio de Janeiro Tramway, Light and Power Limited, hoje conhecida apenas como Light, foi autorizada a funcionar na cidade em 1905, para produzir energia elétrica para iluminação e para fins industriais. Entretanto, em 1907, a empresa estendeu seu controle acionário às principais companhias que operavam os bondes, eletrificando as linhas que ainda usavam tração animal. Curiosamente, segundo Rossana, no início as pessoas ficavam com tanto medo de o bonde dar choque que foi preciso a Light promover uma campanha de esclarecimento para mostrar que a eletricidade não causava danos à saúde. Com isso, o público aderiu em massa, e os trilhos instalados pela companhia se espalharam rapidamente pelas ruas do Rio, permitindo a criação de novos bairros. Com o aumento da utilização dos bondes, a Light passou a investir na Zona Norte, em bairros como Tijuca, Andaraí, Engenho Novo e Méier.

No início, os bondes tinham apenas um carro; depois foi preciso adicionar um outro a reboque. De 1920 a 1940, a malha de trilhos chegou a 400 quilômetros. Em 1938, a empresa possuía 980 bondes, que transportavam um milhão de passageiros por dia. De acordo com a analista de Patrimônio Histórico do Centro Cultural da Light, a integração das linhas se fazia na antiga Galeria Cruzeiro, no Hotel Avenida, onde se situa hoje o Edifício Avenida Central, na Avenida Rio Branco. As pessoas vinham de bonde da Zona Sul e lá pegavam um outro para a Zona Norte.

No carnaval, bondes superlotados faziam a alegria dos foliões nos subúrbios do Rio.



Os bondes serviam de cenário a batalhas de confete e fizeram a alegria dos foliões cariocas durante vários carnavais, como mostra este registro, de 1963

Rossana conta que a brincadeira começou em 1928, quando os passageiros habituais do bonde São Januário resolveram promover uma batalha de confetes em homenagem ao veterano motorneiro Ivo Costa (naquela época, não havia motorista e cobrador como hoje, nos ônibus, mas motorneiro e condutor). Foi nessa época que surgiu a frase: “Na vida tudo é passageiro, menos o condutor e o motorneiro.”

No início dos anos 30, as batalhas de confete chegaram às linhas André Cavalcanti, Taquara, Penha, São Cristóvão, Aguiar Fábrica e Caju. Durante os festejos, os foliões transitavam com enormes máscaras de papelão. Havia faixas e estandes com os nomes dos organizadores da folia, e os passageiros, em pé nos bancos e estribos ou concentrados nos fundos do bonde, promoviam uma farra ao som de instrumentos musicais improvisados. Ao cruzar com outro bonde repleto de foliões, surgiam acaloradas manifestações.

Sem pagar – Os famosos calotes de passagem começaram justamente na época do carnaval. Segundo Rossana, todo o mundo vinha fantasiado, era uma bagunça geral, e por isso ficava mais difícil o condutor saber quem havia pago a passagem – a situação ficava fora de controle. Além de terem virado tema de sambas e marchinhas carnavalescas, os bondes serviram

de cenário a muitas histórias. De acordo com a museóloga, nos jornais da época se contavam situações de pessoas que começaram a namorar no bonde e acabaram casando.

Nos anos 50, o serviço dos bondes começou a entrar em declínio. Isso porque já não atendia à demanda de passageiros e não tinha a velocidade que a cidade exigia. Os ônibus começaram a surgir e se impuseram como meio de transporte coletivo. Com a coexistência dos dois tipos de transporte e o crescimento do número de automóveis, os bondes, por serem mais lentos, começaram a dificultar o tráfego no Centro da cidade. Além disso, de acordo com Rossana, a Light passou a ter mais interesse em investir na geração de eletricidade do que em transporte.

A despedida simbólica dos bondes aconteceu em 1º de março de 1963, com uma solenidade em um carro da linha 13 (Ipanema), em sua última viagem. Ao som de *Cidade maravilhosa*, tocada pela banda do 5º Batalhão de Infantaria da Polícia Militar, intelectuais, artistas e boêmios da Zona Sul participaram da comemoração, que terminou com um jantar em um restaurante de Ipanema. Em uma tentativa frustrada de substituir os bondes, aproveitando os cabos de energia aéreos, os trólebus (ônibus elétricos) passaram a circular alguns anos pela Zona Sul. ▶

Na Zona Norte, a agonia dos bondes durou um pouco mais. A CTC (Companhia Estadual de Transportes Coletivos), aproveitando o sucesso que os bondes faziam com os turistas e motivada pelos 400 anos da “cidade-estado”, inaugurou, em 24 de janeiro de 1965, um serviço turístico de bondes entre a Praça da Bandeira e o Alto da Boa Vista. Os dez carros transformados, com bancos longitudinais, pintados

de prateado e azul, ficaram conhecidos como Rita Pavone, uma menção aos suspensórios da cantora italiana de muito sucesso na época. Em 21 de dezembro, após muitas interrupções e reaberturas, a linha do Alto da Boa Vista foi extinta, justamente a primeira a ser instalada, em 1891. A partir daí, o único bonde a circular no Rio de Janeiro passou a ser o de Santa Teresa, que existe até hoje. ■

Balas de estalo

MACHADO DE ASSIS

“Ocorreu-me compôr umas certas regras para uso dos que frequentam os bonds. O desenvolvimento que tem tido entre nós este meio de locomoção, essencialmente democratico, exige que elle não seja deixado ao puro capricho dos passageiros. Não posso dar aqui mais do que alguns extractos do meu trabalho; basta saber que tem nada menos de setenta artigos. Vão apenas dez.

Art. I – Dos encatarrhoados – Os encatarrhoados podem entrar nos bonds, com a condição de não tossirem mais de trez vezes dentro de uma hora, e no caso de pigarro, quatro. Quando a tosse for tão teimosa que não permita esta limitação, os encatarrhoados têm dous alvitres: – ou irem a pé, que é bom exercicio, ou metterem-se na cama. Também podem ir tossir para o diabo que os carregue. Os encatarrhoados que estiverem nas extremidades dos bancos devem escarrar para o lado da rua, em vez de o fazerem no proprio bond, salvo caso de aposta, preceito religioso ou maçónico, vocação, etc e etc.

Art. II – Da posição das pernas – As pernas devem trazer-se de modo que não constranjam os passageiros do mesmo banco. Não se prohibem formalmente as pernas abertas, mas com condição de pagar os outros lugares, e fazel-os occupar por meninas pobres ou viuvas desvalidas mediante uma pequena gratificação.

Art. III – Da leitura dos jornaes – Cada vez que um passageiro abrir a folha que estiver lendo, terá o cuidado de não roçar as ventas dos vizinhos, nem levar-lhes os chapéos; também não é bonito encostal-o no passageiro da frente.

Art. IV – Dos quebra-queixos – É permitido o uso de quebra-queixos em duas circumstancias: – a primeira quando não for ninguem no bond, e a segunda ao descer.

Art. V – Dos amoladores – Toda pessoa que sentir necessidade de contar os seus negocios intimos, sem interesse para ninguem, deve primeiro indagar do passageiro escolhido para uma tal confidencia, se elle é assaz christão e resignado. No caso affirmativo, perguntar-lhe-ha se prefere a narração ou uma descarga

de ponta-pés: a pessoa deve immediatamente pespegal-os. No caso, aliás extraordinario e quasi absurdo, de que o passageiro prefira a narração, o proponente deve fazel-a minuciosamente, carregando muito nas circumstancias mais triviaes, repetindo os dictos, pisando e repisando as cousas, de modo que o paciente jure aos seus deuses não cair em outra.

Art. VI – Dos perdigotos – Reserva-se o banco da frente para a emissão dos perdigotos, salvo as occasiões em que a chuva obriga a mudar a posição do banco. Também podem emittir-se na plataforma de traz, indo o passageiro ao pé do conductor, e a cara voltada para a rua.

Art. VII – Das conversas – Quando duas pessoas, sentadas a distancia, quizerem dizer alguma cousa em voz alta, terão cuidado de não gastar mais de quinze ou vinte palavras, e, em todo o caso, sem allusões maliciosas, principalmente se houver senhoras.

Art. VIII – Das pessoas com morrinha – As pessoas que tiverem morrinha podem picipar dos bonds indirectamente: ficando na calçada, e vendo-os passar de um lado para outro. Será melhor que morem em rua por onde elles passem, porque então podem vel-os mesmo da janella.

Art. IX – Da passagem às senhoras – Quando alguma senhora entrar, deve o passageiro da ponta levantar-se e dar passagem, não só porque é incommodo para elle ficar sentado, apertando as pernas, porque é uma grande má criação.

Art. X – Do pagamento – Quando o passageiro estiver ao pé de um conhecido, e, ao vir o conductor receber as passagens, notar que o conhecido procura o dinheiro com vagareza ou difficuldade, deve immediatamente pagar por elle: é evidente que, se elle quizesse pagar, teria tirado o dinheiro mais depressa.”

Texto de 1883 – publicado posteriormente em *Obra completa, volume III*, sob o título de *Balas de estalo*. Organizado por Afrânio Coutinho, Editora Nova Aguilar, 1973.

O ninja das águas da praia

Guarda-vidas, o carioca Alexandre Albuquerque aproveita os momentos de folga no mar, surfando



Guarda-vidas, surfista e animador de festas infantis. Três faces de um personagem que acredita ter a missão de salvar pessoas, mas que gosta também de diverti-las. Esse é o sargento Alexandre Albuquerque, de 37 anos, do G-Mar de Copacabana, mais conhecido como *Ninja* pelas crianças e pelos colegas de corporação. O ingresso na profissão aconteceu por acaso, quando pensava fazer concurso para o Exército. Soube de uma prova para o Corpo de Bombeiros, passou na seleção e hoje não se vê fazendo outra coisa.

Albuquerque era pára-quedista do Exército, mas do dia para a noite perdeu sua vaga, porque não concluiu um curso necessário para completar a formação. Para recuperar a oportunidade, ia fazer prova para a Escola de Sargento das Armas (EsSA), mas viu no jornal que haveria também concurso para o Corpo de Bombeiros. Optou pela segunda alternativa. “Eu não tinha nem dinheiro para a inscrição. Foi um primo que me emprestou. Tentei a vaga para guarda-vidas e acabei passando”, comemora.

Depois disso, já se passaram 13 anos e muitas histórias para contar.

O sargento diz que sempre amou o mar, mas essa relação de proximidade se estreitou na adolescência. Aos 14 anos começou a surfar e nunca mais dispensou a companhia das ondas. Hoje, tem herdeiros para dividir essa paixão. O filho Davi, de dois anos e meio, já fala que quer ser surfista. “Surfo até hoje no Arpoador, Grumari, Prainha e Recreio. Nasci em Magalhães Bastos, me criei em Padre Miguel e atualmente sou apaixonado pelo Arpoador, lugar que conheci apenas como guarda-vidas”, afirma.

Estar na água dá prazer ao sargento, mas ele sabe que é preciso respeitar os limites, já que os perigos são constantes. Um dos seus primeiros sustos foi quando, ainda garoto, caiu da prancha e o estepe (corda que prende a prancha ao corpo do surfista) enrolou no seu pescoço. Depois, como guarda-vidas, enfrentou momentos ainda mais dramáticos. Em um deles teve que resgatar sozinho quatro pessoas que se afogavam em um dia de ressaca na Praia de Copacabana. ►

TEXTO

CAROLINA BESSA

FOTOS

ALBERTO JACOB FILHO

Milagre – O acidente aconteceu na terça-feira de carnaval, em 1992. O mar estava tranqüilo, mas de repente as ondas começaram a crescer. De longe, avistou uma pessoa mergulhando e tentou alertá-la do perigo, mas já era tarde. Imediatamente ele correu para socorrer a vítima, uma professora. No minuto seguinte, um casal de estrangeiros precisou do seu socorro e, em seguida, um homem também chegou até ele. “Segurei a moça no braço esquerdo, a turista nas costas e o seu companheiro no braço direito. O último a resgatar precisei empurrá-lo com a perna e jogá-lo para cima, para que não afundasse. Fiquei exausto e cheguei a sentir gosto de sangue na boca. Pensei que morreria ali. Foi um milagre, porque logo depois chegaram colegas e um helicóptero. *Distribuí os afogados para cada um deles e todo mundo se salvou*”, orgulha-se.

Segundo Albuquerque, muitas situações semelhantes acontecem quando começa a soprar o vento sudoeste, porque o mar vira e pega muita gente de surpresa. Geralmente, isso acontece em dias nublados e, de uma hora para a outra, uma série de ondas faz com que as pessoas sejam arrastadas e caiam em valões. “Foi em um dia assim que socorri um surfista que perdeu a prancha. Não tinha nem areia na praia, o mar estava de ressaca e tive que encarar de frente ondas de dois metros e meio. Mergulhei e orei. Mas não foi fácil, porque o rapaz era orgulhoso e a princípio não queria minha ajuda”, relembra.

Evangélico, ele acredita ter saído ileso de situações como essa por ajuda divina. “Fico feliz em salvar vidas, porque me sinto um instrumento de Deus”, complementa. Um

dos seus últimos feitos marcantes aconteceu durante os Jogos Pan-americanos. Ele tirou da água um atleta boliviano que desistiu de completar a prova de triatlo. “Acho que foi psicológico. Acostumado a treinar em lago ou piscina, ele deve ter se assustado com o mar de Copacabana”, acredita Albuquerque. Segundo ele, no início da carreira contava mais com a resistência física; hoje é a experiência que o faz ter sucesso no resgate. No início afirma que era afoito, hoje aprendeu a ser mais ponderado e procura passar um pouco do que sabe para os colegas mais jovens.

Paí de duas crianças, o guarda-vidas diz que tem uma forte identificação com a garotada. Tanto é que atua no Projeto Botinho, uma colônia de férias organizada pelo G-Mar, no mês de janeiro, com crianças de várias idades. Nas horas vagas também se dedica a crianças, animando festas infantis. Albuquerque se veste de palhaço e faz a alegria da molecada. “Eu sei fazer graça para as crianças. *Me amarro nelas*”, afirma.

É conhecido pelos meninos e meninas como Tio Ninja. Aliás, o apelido veio de uma travessura da época do recrutamento para o Corpo de Bombeiros, quando sorrateiramente cutucava os amigos que tiravam um cochilo depois do almoço. “O pessoal dormia em barracas e eu mexia com todo mundo com um pedaço de pau. Ninguém conseguia descobrir que era eu, e rapidamente se espalhou a notícia de que tinha um ninja perturbando o sono de muita gente. Comecei a me empolgar com a brincadeira e até touca eu passei a usar. Só que um dia *armaram* para mim e me cercaram. Mas até hoje me chamam assim”, diverte-se. ■

Em foco



Alexandre Barreto de Albuquerque

- Casado, é pai de uma menina de nove anos e de um menino de dois anos e meio.
- Não gosta de ver televisão, porque acha que se ensinam valores errados para as crianças. Assiste apenas à programação educativa.
- Já chegou a fazer 38 resgates de afogados em um dia.
- Um dos seus filmes preferidos é *Anjos da vida: mais bravos que o mar*, em que Kevin Costner é um salva-vidas da guarda costeira ainda abalado com um salvamento malsucedido que resultou na morte de toda a sua equipe.
- Não troca nenhuma comida sofisticada por um bom prato de macarrão.

Neste número a *Tudoteca* brinda os leitores com a lista dos 33 melhores livros infantis do ano, na categoria Criança do concurso Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ). Confira.

Livros

- 1974 – *O rei de quase tudo* – Eliardo França
- 1975 – *Angélica* – Lygia Bojunga
- 1976 – *A bolsa amarela* – Lygia Bojunga
- 1977 – *Pedro* – Bartolomeu • Campos de Queirós
- 1978 – *Coleção Gato e Rato* – Mary França
- 1979 – *Raul da ferrugem azul* – Ana Maria Machado
- 1980 – *O curumim que virou gigante* – Joel Rufino dos Santos
- 1981 – *O que os olhos não vêem* – Ruth Rocha
- 1982 – *Uni, duni e tê* – Angela Lago
- 1983 – *Os bichos que tive* – Sylvia Orthof
- 1984 – *É isso aí* – José Paulo Paes
- 1985 – *Uxa, ora fada, ora bruxa* – Sylvia Orthof
- 1986 – *O menino marrom* – Ziraldo
- 1987 – *Uma ilha lá longe* – Cora Rónai
- 1988 – *A mãe da mãe da minha mãe* – Terezinha Alvarenga
- 1989 – *As viagens de Raoni* – Pedro Veludo
- 1990 – *Sua alteza a adivinha* – Angela Lago
- 1991 – *O menino de olho d'água* – José Paulo Paes
- 1992 – *Eu e minha luneta* – Cláudio Martins
- 1993 – *Asas de papel* – Marcelo Xavier
- 1994 – *Coleção Assim é se lhe parece* – Angela Carneiro, Lia Neiva, Sylvia Orthof

Curta



'Matinta Perera' ganha prêmio

O curta-metragem de animação *Matinta Perera* foi o grande vencedor da 6ª Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis. O curta foi eleito por um júri mirim entre outras 38 produções de todo o país. É também um dos finalistas da 19ª edição do Prix Danube Festival of Television Programmes for Children and Youth, de 19 a 25 de setembro, na Eslováquia. O desenho concorrerá na categoria de animação com 33 produções de países como Reino Unido e Alemanha. A lenda brasileira ainda vai encantar platéias em Buenos Aires, onde acaba de ser selecionada para a competição oficial do 6º Festival Internacional de Cinema para a Infância e Juventude, da Associação Nueva Mirada, de 6 a 12 de setembro. Produzido pela MULTIRIO, com a colaboração de alunos da Prefeitura do Rio, *Matinta Perera* conta a aventura de uma menina que descobre o mistério de Matinta, um misto de bruxa e pássaro que passa pelos vilarejos do país em busca de prendas.

- 1995 – *A cristaleira* – Graziela Bozano Hetzel
- 1996 – *Menino do rio doce* – Ziraldo
- 1997 – *Minhas memórias de Lobato* – Luciana Sandroni
- 1998 – *Dez sacizinhos* – Tatiana Belinky
- 1999 – *Ludi na Revolta da Vacina: uma odisséia no Rio Antigo* – Luciana Sandroni
- 2000 – *Chica e João* – Nelson Cruz
- 2001 – *Mania de explicação* – Adriana Falcão
- 2002 – *A princesinha medrosa* – Odilon Moraes
- 2003 – *O segredo da chuva* – Daniel Munduruku
- 2004 – *Pero e Lua* – Odilon Moraes
- 2005 – *Murucutu a coruja grande da noite* – Marcos Bagno
- 2006 – *O menino, o cachorro* – Simone Bibian ■

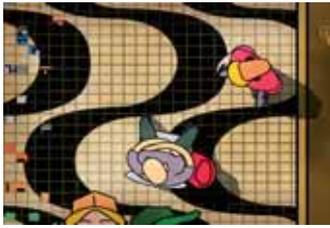
	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO
BandRio							
14h-14h30	Crônicas da minha escola Educação em vários países Acervo MULTIRIO Tons e sons	Br@nché (Língua Francesa) Gerúndio e Cacófato Tempo e clima	Nós da Escola Temas: Ariano Suassuna: 80 anos, Viva o livro, entre outros.	Encontros com a Mídia Convidados: Pedro Lessa, Zico Góes, entre outros.	Aqui no meu país É tempo de diversão As formas do invisível	9h-9h30 Cara de Criança* Programas infantis: Lucas e Lucinda Meu pequeno planeta Museu mutante	Ecce Homo Expressão e organização das sociedades humanas
14h30-15h	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	9h30-10h Shakespeare: histórias animadas Clássicos literários adaptados para animação	

Net - canal 14

7h30-8h	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Documentário especial Papagaios amarelos (dia 2) A civilização do cacau (9) Brasil em movimento – A guerra civil (16) Brasil em movimento – Assalto ao poder, parte 1 (23) Brasil em movimento – Assalto ao poder, parte 2 (30)
8h-8h30	Séries e documentários O mundo secreto dos jardins Aqui no meu país É tempo de diversão Contos de fadas poloneses	Cara de Criança Programas infantis: Lucas e Lucinda Meu pequeno planeta Museu mutante Contos de fadas poloneses Vamos brincar	Séries e documentários Shakespeare: histórias animadas Contos de fadas poloneses Rua do Zoo 64	Séries e documentários Ecce homo Viajantes da História	Cantos do Rio MPB Encontros com a Mídia Convidados: Pedro Lessa, Zico Góes, entre outros.	Cara de Criança Programas infantis: Lucas e Lucinda Meu pequeno planeta Museu mutante Contos de fadas poloneses Vamos brincar	Atletas do Rio Gerúndio e Cacófato Memórias cariocas Aventuras cariocas
8h30-9h	Contos de fadas poloneses Rua do Zoo 64	Como a arte moldou o mundo Poder da imagem nas sociedades humanas	Abrindo o Verbo Temas: Planetas, futebol, entre outros.	Nós da Escola Temas: Ariano Suassuna: 80 anos, Viva o livro, entre outros.	Crônicas da minha escola Educação em vários países	Como a arte moldou o mundo Poder da imagem nas sociedades humanas	Abrindo o Verbo Temas: Planetas, futebol, entre outros.
9h-9h30	Documentário especial A civilização do cacau (dia 3) Brasil em movimento – A guerra civil (10) Brasil em movimento – Assalto ao poder, parte 1 (17) Brasil em movimento – Assalto ao poder, parte 2 (24)	Noah e Saskia Série australiana	Aqui no meu país Série sobre curiosidades culturais	Shakespeare: histórias animadas Clássicos literários adaptados para animação	Viajantes da História Série que faz um passeio pela História	Como a arte moldou o mundo Poder da imagem nas sociedades humanas	Nós da Escola Temas: Ariano Suassuna: 80 anos, Viva o livro, entre outros.
9h30-10h	Documentário especial A civilização do cacau (dia 3) Brasil em movimento – A guerra civil (10) Brasil em movimento – Assalto ao poder, parte 1 (17) Brasil em movimento – Assalto ao poder, parte 2 (24)	Noah e Saskia Série australiana	Atletas do Rio Gerúndio e Cacófato Memórias cariocas Aventuras cariocas	Cantos do Rio MPB	O mundo secreto dos jardins Série sobre os habitantes desse ambiente	Noah e Saskia Série australiana	Cantos do Rio MPB
10h-10h30	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Encontros com a Mídia Convidados: Pedro Lessa, Zico Góes, entre outros.
10h30-11h	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Acervo MULTIRIO O melhor da programação	Encontros com a Mídia Convidados: Pedro Lessa, Zico Góes, entre outros.
11h-11h30	Videoteca Séries e documentários para gravar Tempo e clima Geografia física e meteorologia	Videoteca Séries e documentários para gravar Tempo e clima Geografia física e meteorologia	Videoteca Séries e documentários para gravar Tempo e clima Geografia física e meteorologia	Videoteca Séries e documentários para gravar Tempo e clima Geografia física e meteorologia	Videoteca Séries e documentários para gravar Tempo e clima Geografia física e meteorologia	Videoteca Séries e documentários para gravar	O mundo secreto dos jardins Série sobre os habitantes desse ambiente

Net Educação

12h-12h30	Reflets Curso de Francês Gerúndio e Cacófato	Reflets Curso de Francês As formas do invisível	Reflets Curso de Francês Gerúndio e Cacófato	Reflets Curso de Francês As formas do invisível	Br@nché (Língua Francesa) Gerúndio e Cacófato	As séries <i>Rua do Zoo 64</i> e <i>Vamos brincar</i> são as novas atrações na programação da MULTIRIO que vai ao ar no canal 14 da Net. Veja na grade dias e horários e divirta-se.
12h30-13h	Shakespeare: histórias animadas Clássicos literários adaptados para animação	Ecce Homo Expressão e organização das sociedades humanas	Viajantes da História Série que faz um passeio pela História	Documentário especial A civilização do cacau (dia 6) Brasil em movimento – A guerra civil (13) Brasil em movimento – Assalto ao poder, parte 1 (20) Brasil em movimento – Assalto ao poder, parte 2 (27)	Aqui no meu país Série sobre curiosidades culturais	
13h-13h30	Encontros com a Mídia Convidados: Pedro Lessa, Zico Góes, entre outros.	O mundo secreto dos jardins Série sobre os habitantes desse ambiente	Crônicas da minha escola Educação em vários países	Nós da Escola Temas: Ariano Suassuna: 80 anos, Viva o livro, entre outros.		
13h30-14h	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	Rio, a Cidade! Programa de entrevistas com temas variados	



Passeie pelos bairros do Rio e descubra um pouco mais da nossa cidade.



Novos episódios, com muita informação e curiosidades para você.

Pré-estréia dia 27 de agosto, às 14h, na BandRio

RIO





NÓS DA ESCOLA

No próximo número: **Narrativa jornalística**