

**CRIAÇÃO MUSICAL &  
TEORIAS DA  
COMUNICAÇÃO (um  
relato sobre o  
aprendizado crítico e  
lúdico através da  
música)**

MUSICAL CREATION &  
COMMUNICATION THEORIES (a  
report about critical and playful  
learning through music)

CREACIÓN MUSICAL & TEORÍAS  
DE LA COMUNICACIÓN (un  
informe acerca del aprendizaje  
crítico y lúdico a través de la  
música )

**Adriana Schryver Kurtz<sup>1, 2</sup>**

## RESUMO

O texto resgata a experiência com a utilização da Aprendizagem Baseada em Projeto (ABP) para a Disciplina de Teorias da Comunicação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul), que resultou na criação por parte dos estudantes de músicas originais, versões ou paródias críticas acerca das teorias, numa combinação de resgate conceitual e teórico e esforço autoral. Como resultado desta estratégia, os alunos realizaram trabalhos bastante criativos,

<sup>1</sup> Doutora e Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Jornalista e Professora dos cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul). Coordenadora do Núcleo de Estudos em Jornalismo (NEJOR-ESPM-Sul) e líder do grupo de pesquisa Teoria e Prática no Jornalismo, cadastrado no diretório do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). E-mail: [akurtz@espm.br](mailto:akurtz@espm.br).

<sup>2</sup> Endereço de contato com a autora (por correio): Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul). Rua Guilherme Schell, 350. CEP: 90640-040. Bairro Santo Antonio. Porto Alegre. Rio Grande do Sul. Brasil..

mergulhando em vários estilos da Música Popular Brasileira e em composições próprias, num movimento que não deixa de ser auto-reflexivo ao transitar pelo universo da Cultura de Massa – ou da Indústria Cultural –, temas componentes das próprias teorias estudadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Teorias da Comunicação; Metodologias Ativas; Criação Musical.

#### **ABSTRACT**

The text recaptures the experience with the use of Project-Based Learning in the Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul) Communication Theory Discipline, which resulted in the students' creation of original songs, critical versions or parodies about theories, in a combination of conceptual and theoretical rescue and author effort. As a result of this strategy, the students carried out very creative works, immersing themselves in various styles of Brazilian Popular Music and in their own compositions, in a movement that is still self-reflexive while transiting through the universe of Mass Culture - or Cultural Industry- themes of the studied theories themselves.

**KEYWORDS:** Communication Theories; Active Methodologies; Musical Creation.

#### **RESUMEN**

El texto recuerda la experiencia con el uso del aprendizaje basado en proyectos (ABP) para la disciplina de Teoría de la Comunicación de la Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul), lo que resultó en la creación de canciones originales, versiones o parodias críticas acerca de las teorías por parte de los estudiantes, en una combinación de rescate conceptual y teórico y de esfuerzo autoral. Como resultado de esta estrategia, los estudiantes realizaron un trabajo muy creativo, profundizando en diversos estilos de la música popular brasileña y en sus propias composiciones, en un movimiento que no deja de ser auto-reflexivo mientras transita por el universo de la Cultura de Masas - o Industria Cultural - componentes de las propias teorías estudiadas.



ISSN nº 2447-4266

Vol. 4, n. 2, Abril-Junho. 2018

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n2p820>

**PALABRAS CLAVE:** Teorías de la Comunicación; Metodologías Activas; Creación Musical.

Recebido em: 01.10.2017. Aceito em: 16.12.2017. Publicado em: 01.04.2018.

### **Uma pequena digressão sobre a aprendizagem**

Numa carta que escreveu no ano de 1934 a uma ex-aluna, a filósofa Simone Weil (1909-1943) diria o que talvez seja uma das mais belas frases acerca da pedagogia e suas lições: "Você tem o reino ilimitado dos livros; não é tudo, é claro, mas é muito, principalmente como preparação para uma vida mais concreta. Gostaria também de ver você se interessando por seu trabalho de aula. Aí você pode aprender muito mais do que pensa" (WEIL apud BOSI, 1979 : 70). Simone Weil, que neste momento está trabalhando voluntariamente numa fábrica francesa em condições pouco humanas – as mulheres, ela diz, são metidas num trabalho inteiramente maquinal, no qual a rapidez exigida impede qualquer tipo de sonho ou reflexão –, abrija mão de sua brilhante carreira como professora em busca de "um contato com a vida real" ao lado da classe operária, num ano de "férias" em que ela se dedica a "estudos pessoais" (WEIL apud BOSI, 1979: 67).

Conhecida por sua fragilidade física e gestos inábeis em contraste com uma inteligência e vigor intelectuais impressionantes, Simone Weil tinha as mãos e os punhos pequenos demais para o corpo: mãos que desde pequena inchavam e a impediam de cumprir tarefas escolares de geografia e desenho. Mãos que também dificultarão sua incursão – já na fase adulta - pelo mundo do trabalho operário, tema filosófico sem dúvida incomum que, no entanto, vivenciou na prática em sua plenitude e sobre o qual refletiu como ninguém de sua conturbada geração.

São estas mesmas mãos que escrevem a carta à ex-aluna, não sem notar que tal (simples) atividade exige dela "um esforço excessivamente

penoso” depois de um dia exaustivo de trabalho repetitivo, maquinal e esgotante na fábrica. Mas a carta segue e Simone faz questão de pontuar o que sua aluna deveria aprender em seus trabalhos de aula: primeiro, a *trabalhar*, pois sem capacidade para um trabalho contínuo “a gente não presta para nada em nenhum setor”; depois, para *formar o [seu] espírito*. Fazendo menção à Geometria e à Física – que entendemos não ser as disciplinas preferidas da aluna – Simone sugere o desenvolvimento de uma capacidade crítica que consiga “separar o que está bem raciocinado do que não está”. Assim, diz a filósofa, a aluna acharia uma quantidade surpreendente de raciocínios. “Nesse jogo tudo é divertido e extremamente instrutivo; a lição se grava na memória muitas vezes sem que se tenha reparado”, garante Weil.

Já sobre a História e Geografia, campos que naquele momento se caracterizam, segundo Simone Weil, por “conceitos falsos de tão esquematizados que estão”, a antiga professora aconselha a aluna a aprender bem a fim de se presentear com uma base sólida para, mais tarde, adquirir por conta própria “noções reais sobre a sociedade humana no tempo e no espaço, coisa indispensável para quem quer que seja que se preocupe com a questão social” (apud BOSI, 1979: 70).

Demonstrando sua alegria pela disposição da aluna em preparar-se para a Escola Normal, Weil ainda recomenda disciplina e até mesmo a prática de esportes ou, ao menos, os “alegres passeios pelas montanhas”. Na fábrica onde trabalhava, relata a autora da carta, Simone tinha reparado o quanto era paralisante e humilhante a falta de vigor e jeito que caracterizava seu próprio corpo. “Nunca seria demais recomendar-lhe que exercitasse ao máximo seus músculos, mãos, olhos. Sem esse exercício a gente se sente, de um modo todo especial, incompleto”. Mas, ao finalizar seu texto, Weil (apud BOSI, 1979: 71)



ISSN nº 2447-4266

Vol. 4, n. 2, Abril-Junho. 2018

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n2p820>

dirá: “Aproveite a primavera, respire a fundo o ar e o sol (se houver), leia coisas bonitas”.

Sem naturalmente ter a pretensão de esgotar os sentidos múltiplos que a carta escrita por Simone Weil a uma ex-aluna pode sugerir (como bem disse a filósofa, todos podemos, a partir de um raciocínio crítico que separe o bem raciocinado do que não está, achar “uma quantidade surpreendente de raciocínios”) gostaríamos de reter a ideia de um jogo no qual tudo possa ser, a um só tempo, divertido e instrutivo, e cujas lições podem ficar gravadas na memória. Mesmo que não se repare.

### **Teorias da Comunicação: disciplina fundante e desafio permanente**

Está claro que o campo da comunicação vem se constituindo há décadas no sentido de consolidar uma “autonomia relativa” diante de disciplinas fundamentais das ciências sociais e humanas já constituídas. Entendendo este processo como finalizado – como campo de saber autônomo - ou em maior ou menor grau de desenvolvimento, existe uma visão unânime entre professores, teóricos e pesquisadores da comunicação acerca da complexidade e dos desafios do setor. É o que atesta a publicação da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (COMPÓS), que reuniu diversos nomes consagrados do setor de graduação e pós-graduação do país para refletir acerca das “Tensões e Objetos da Pesquisa em Comunicação” (2002). Se, conforme destacou Antônio Fausto Neto, a questão dos *media* tem sido trabalhada ao longo do tempo por diversas teorias que os convertem em objetos e preocupações acadêmicas e de saberes, “somente em tempos recentes com as discussões sobre campos sociais e o fenômeno mesmo da

mediatização generalizada”, é que esta problemática “ganha contornos capazes de afirmar o que, genericamente, se entende como o campo comunicacional” (NETO, 2002: 24).

Assim, ao cunhar a expressão *bios midiático*, Muniz Sodré (2000) vai postular a comunicação não mais como uma zona de passagem, mas agora de uma zona de articulação de conhecimentos, na forma de um campo específico.

Falando sobre a “concretude” deste campo comunicacional, Sodré especifica alguns dos seus objetos: prática de natureza empresarial (ligadas à tecnologia da informação como imprensa escrita, rádio, televisão, publicidade, etc); estratégias de vinculação social e posição de observação e sistematização teórica das práticas empresariais e estratégias grupais (NETO, 2002: 27)

Note-se que ao postular o campo e discutir a pesquisa de seus objetos, a publicação da COMPÓS dá enorme valor à questão da teoria da comunicação, entendida como universo teórico constitutivo da área ou como disciplina específica que, por força de sua centralidade, faz parte das grades de todos os cursos de Comunicação Social – nas suas habilitações como Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas – brasileiros. Isso está atestado na parte 3 da publicação, intitulada “Teorias” e de forma mais específica, nos artigos “Semiótica como teoria da comunicação”, de Irene Machado e “Da decifração à experiência da significação: os percursos da linguagem nas teorias da comunicação”, de José Benjamin Picado, ambos incluídos na publicação especial do COMPÓS (2002).

E como tratamos de um campo recente percebe-se nos respectivos *papers* uma indefinição que ainda ronda a comunicação e que se manifesta num detalhe aparentemente sem importância: afinal, estamos falando de (uma)

Teoria da Comunicação – no singular – ou de Teorias da Comunicação? Vejamos os títulos de alguns clássicos e bem conceituados livros do/no cenário acadêmico Brasileiro: “Teorias da Comunicação de Massa”, de Melvin De Fleur e Sandra Ball Rokeach (1993), “Teorias da Comunicação”, de Mauro Wolf (1999), “História das Teorias da Comunicação”, de Armand e Michele Mattelart (1999), “Para entender as Teorias da Comunicação”, de Ana Pessoa Temer e Vanda Nery (2009) e “As Teorias da Comunicação”, de Francisco Rüdiger (2011) usam o plural, enquanto Luís Mauro Sá Martino prefere falar na “Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos” (2010). A mesma falta de padrão atinge as publicações específicas sobre o jornalismo: Nelson Traquina aborda em dois volumes as “Teorias do Jornalismo” (2005) enquanto Felipe Pena usa a expressão no singular em livro publicado em 2010.

Como bem destacou Martino (2010, p. 9), as pesquisas recentes sugerem que “Teoria da Comunicação” constitui uma área de fronteiras indefinidas, na intersecção de vários conceitos, métodos e práticas oriundas de outras áreas do conhecimento, que vão dos estudos de Política à Psicanálise, sem uma maior articulação entre os mesmos.

Não parece existir consenso, nem entre os pesquisadores, sobre o que é ‘Teoria da Comunicação’. Em um trabalho publicado em 2008, examinando o conteúdo dos mais de quinze livros com esse título, foi possível notar que apenas 23,5% das teorias citadas são reconhecidas como ‘teoria da comunicação’ por todos os autores. O resto, 76,5% das ideias, é aceito como ‘teoria da comunicação’ por um autor, mas não por outro<sup>3</sup> (MARTINO, 2010: 9).

---

<sup>3</sup> É o caso da obra de Francisco Rudiger que privilegia a concepção de comunicação como um fato sociológico fundamental (“não há sociedade humana sem comunicação”) e, portanto entende o conceito de teoria de maneira restrita: reflexão conceitual sobre a estrutura e o sentido do que se chama de comunicação, seja no âmbito da teoria social, seja no âmbito da pesquisa filosófica. Assim, tópicos como os da recepção, *newsmaking* ou *agenda-setting*, bem como a semiótica, não são abordados em sua obra (RUDIGÜER, 2011: 11).

A questão remete a uma discussão epistemológica mais complexa a qual não nos cabe discutir no âmbito e limite desta reflexão, mas o registro ilustra o quanto esta disciplina fundante ocupa a atenção do campo da comunicação. Disciplina que, portanto, coloca desafios bastante significativos para seus professores e alunos, sobretudo no âmbito da Graduação<sup>4</sup>. Como os textos supracitados deixam sugeridos, há que se perguntar em que medida e até que ponto, por exemplo, a ciência dos signos deve ser incorporada a esta Disciplina. E uma vez admitida sua legitimidade ou centralidade nos estudos, lembremos que esta disciplina oferece uma variedade nada desprezível de tópicos. Dos estudos pioneiros da *Mass Communication Research*, com sua ênfase na propaganda e em pesquisas administrativas que buscavam otimizar os meios de comunicação de massa enquanto respondiam a diversas questões sobre os efeitos de suas mensagens; das abordagens da Escola de Frankfurt e sua Teoria Crítica da Sociedade, com seu conceito “apocalíptico” (Umberto Eco) de Indústria Cultural; das reflexões acerca da Cultura de Massa empreendidas por Edgar Morin e reatualizadas por Douglas Kellner e sua noção de Cultura da Mídia; das inflexões provocadas pelos Estudos Culturais Ingleses e posteriormente tensionadas nos Estudos de Recepção latino-americanos; das modernas teorias da mídia como o Agenda-Setting, a Espiral do Silêncio e o Newsmaking, chegando finalmente às Ciências do Signo e a análise semiótica do Mito na cultura de massa proposta por Roland Barthes, as Teorias da

---

<sup>4</sup> De resto, há que se relembrar que as disciplinas hoje ensinadas nos Cursos de Comunicação Social do país e do mundo não resolveram de forma consensual a aparente dicotomia entre teoria e prática. Afinal formamos alunos que, sob o título de Bacharel em Comunicação Social, fazem parte de uma legião de profissionais cujas atividades são eminentemente práticas. Como lembra Pena (2010) “o aluno não pode ser um mero reproduzidor de técnicas, mas também não pode desconhecer as ferramentas que irá utilizar na profissão”.

Comunicação abrem um leque histórico, teórico-conceitual e analítico de uma complexidade e variedade nada desprezível.

Considere-se ainda que disciplinas - tão teóricas quanto complexas - como Teorias da Comunicação serão apresentadas aos alunos na fase inicial das diferentes habilitações dos Cursos de Comunicação, um aspecto destacado por Temer & Nery (2009) que sugere um desafio pedagógico ainda maior. Dito isso, passemos ao tema de nossa reflexão, acerca das possibilidades de abordagens metodológicas mais lúdicas para o ensino da(s) Teoria(s) da Comunicação, a partir da adoção de Metodologias Ativas.

### **Uma experiência de Ensino “com o auxílio luxuoso de um pandeiro”<sup>5</sup>**

Sabe-se que o conceito de metodologia ativa está bastante fundamentado pelo menos desde as ideias do norte-americano John Dewey, já na década de 1930. Neste momento postula-se um aluno ativo e a construção do conhecimento em situações que superem a tradicional aula expositiva, em que a finalidade é a reprodução e memorização do conteúdo de ensino. Assim, o professor deixa de ser o centro do processo, o detentor do conhecimento, e passa a ser aquele que facilita a aprendizagem. O foco passa a ser o aluno, suas necessidades e interesses, conforme destaca Rosemara Perpetua Lopes (2015).

---

<sup>5</sup> Juventude Transviada, música composta por Luiz Melodia lamentava a vida da mulher na favela: “lavar roupa todo dia/que agonia/ na quebrada da soleira/que chovia” para mais tarde afirmar: “eu entendo a juventude, transviada/e o auxílio luxuoso de um pandeiro”.

Dito de uma forma direta, a discussão sobre “como se ensina” faz sentido apenas quando inserida em outra, mais ampla, sobre “como se aprende”.

Como postulado no texto intitulado “Metodologias Ativas: uma experiência com mapas conceituais”

Torna-se interessante a busca por alguma ferramenta que seja facilitadora do trabalho mencionado e essa busca deve ocorrer mobilizada por quem organiza as condições de ensino. Berbel (2011) considera que é interessante que o professor se organize, para obter o máximo de benefícios das Metodologias Ativas na formação de seus alunos e que registre as ações para que, posteriormente, possa ampliar as reflexões e as evidências sobre os benefícios pedagógicos dessas Metodologias. (GOUVEIA et al. 2016)

O auxílio luxuoso de um pandeiro, parafraseando a letra de Luiz Melodia, na verdade remete a uma versão adaptada da chamada Aprendizagem Baseada em Projeto (ABP) desenvolvida em 2015-II no âmbito da Disciplina de Teoria da Comunicação da ESPM-Sul. Assim, o relato a seguir pretende recuperar uma experiência que entendo digna de ser compartilhada e cujos resultados – usar a palavra eficiência ou sucesso tem algo de prematuro ou arrogante – poderão ser julgados por cada leitor, a partir da narrativa pontual de alguns de seus exemplos. Como parte de um esforço e da convicção na necessidade de busca de metodologias capazes de dinamizar o processo de aprendizado, entendendo os alunos como protagonistas do mesmo, foram incorporadas durante aquele semestre, versões adaptadas das metodologias ativas PBL – Aprendizagem Baseada em Problemas ou *Problem Based Learning* - e, especialmente, a ABP - Aprendizagem Baseada em Projeto, para todas as turmas de Teorias da Comunicação, oferecidas aos Cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul durante os meses de agosto a dezembro de 2015. Espera-se que o registro destas ações, como destacado pelos docentes hoje envolvidos na busca

por novas metodologias ativas, colabore para ampliar o conjunto de experiências e reflexões acerca de seus potenciais benefícios.

Em busca de uma aprendizagem significativa, a escolha pela ABP se deu especialmente em função do potencial criativo e autoral desta metodologia. Assim, a proposta feita aos alunos no segundo semestre de 2015, numa primeira aproximação a esta metodologia ativa foi simples: a partir da formação de grupos<sup>6</sup>, criar uma versão musical - acompanhada por uma produção visual mínima e um trabalho impresso - que contemplasse uma teoria ou uma combinação de Teorias da Comunicação à escolha dos alunos. A versão teria um caráter livre. Poderia ser uma paródia ou apenas a criação de uma letra capaz de desenvolver -, sob a lógica da produção musical – aspectos conceituais e históricos da(s) Teoria(s) escolhida(s). A entrega do trabalho audiovisual seria obrigatoriamente acompanhada de um material impresso, no qual o grupo teria que justificar minimamente a escolha da música original, estabelecendo relações entre a mesma e a versão musical produzida, à luz das teorias trabalhadas.

O trabalho seria apresentado em sala de aula, em data definida, a partir da segunda metade do semestre. Este é um detalhe importante, pois considera que os alunos devem ter um tempo apropriado para entrar em contato com um amplo leque de Teorias das duas principais tradições de pesquisa em Comunicação – *Mass Communication Research* (EUA) e Teoria Crítica da Sociedade (Alemanha), além das Teorias Culturoológicas e das teorias contemporâneas da mídia, com ênfase para as análises de Agenda, Espiral e

---

<sup>6</sup> A composição dos grupos foi feita a partir de um critério flexível, a partir dos tamanhos das turmas e das peculiaridades dos alunos. Isso levou a aceitação de trabalhos individuais ou de grupos (de três a cinco integrantes). O arranjo considerou que além da composição musical, os grupos deveriam ter componentes mais afinados com a parte de produção audiovisual.

Newsmaking, cuja abordagem mais atual dos discursos, ações e efeitos dos meios de informação são muito facilmente apreendidos pelos alunos em suas experiências cotidianas com a recepção de informação, seja por parte dos grandes veículos quanto através das redes sociais. Conforme já pontuado, a ideia surgiu a partir de uma constatação diária: é um desafio lecionar Teorias da Comunicação – disciplina que tem uma pesada carga de conteúdo reunida num único semestre - para estudantes dos níveis básicos que eventualmente não tem maturidade intelectual e que anseiam por trabalhos e disciplinas de natureza prática. O caráter lúdico da atividade busca propiciar um aprofundamento conceitual, teórico e do próprio contexto histórico e social (relativo à mídia e seus efeitos) prazeroso e desafiador.

Para Ausubel, Novak e Hanesian (1980), a aprendizagem significativa é duradoura e útil na vida dos estudantes. Em outras palavras, tem-se uma aprendizagem sustentável. Esses autores ainda consideram que a aprendizagem de modo autônomo, por meio da pesquisa ou projetos, facilita a ocorrência da aprendizagem significativa em relação à aprendizagem mecânica ou “decoreba” que, muitas vezes, é praticada pelos alunos que estudam as matérias somente poucas horas antes de alguma prova (GOUVEIA et all, 2016)

Assim, a primeira edição do trabalho em 2015 reuniu duas turmas de Teorias da Comunicação integradas por alunos dos Cursos de Jornalismo e de Publicidade e Propaganda, já apontando para alguns aspectos interessantes. Os 16 trabalhos finalizados mostraram uma ênfase na escolha de canções da MPB, que embora incorporando, como era de se esperar, a predileção por ritmos mais atuais como o rap e o pagode, recuperaram sucessos importantes do cenário musical da cultura brasileira, das clássicas marchinhas de carnaval a grandes sucessos do rock nacional dos anos 80 e mesmo da Tropicália. Um grupo composto exclusivamente por alunas inovou no gênero e na forma,

apresentando um *Cupsong* da trilha sonora do filme norte-americano “Pitch Perfect” (2002).

Uma surpresa – já que não estava acordada num primeiro momento da concepção do trabalho - foi a disposição dos integrantes de três grupos em partirem para composições autorais em detrimento da realização de versões para músicas já consagradas. Outros três grupos se arriscaram no gênero da paródia, enfrentando o desafio de uma forma muito feliz: um parodiou o jingle de uma importante empresa de comunicação gaúcha de forma altamente crítica e jocosa, subvertendo a mensagem original auto-elogiosa da empresa; o segundo escolheu uma canção consagrada da Tropicália, “Baby”, para uma crítica à mídia e o terceiro compôs duas paródias: uma tendo como alvo a música “Globeleza” do carnaval da Rede Globo e outra resgatando o clássico “Cidade Maravilhosa”, cujo sentido aclamatório foi substituído por um duro painel das mazelas políticas, sociais, raciais e, claro, midiáticas e culturais da cena nacional. Assim, os 16 trabalhos de 2015 apresentaram um panorama geral de sete versões “simples” de músicas da MPB, quatro paródias e quatro músicas originais, incluindo a já citada *Cupsong*. Entre os estilos da MPB, se fizeram presentes o rock, marchas de carnaval, raps, pagode e baladas menos passíveis de classificação como composições de Lenine.

### **Breve panorama de criação de Alunos & Compositores**

Começamos a recuperação pontual dos trabalhos mais significativos e/ou criativos pela produção do grupo composto por Gabriela Balaguez, Gabriela Pontel, Júlia Bragagnolo, Henrique Bruch, Vitória Cechin e Yasmin Serafini, que não se contentaram em resumir seu processo autoral com uma

única peça. Eles assinaram duas músicas: a primeira, uma combinação das canções “Globeleza”, de Jorge Aragão e da marchinha “Mamãe eu Quero”, composta por Vicente Paiva e consagrada por Carmem Miranda. Assim, a produção institucional da Rede Globo para a cobertura do carnaval no país foi alvo da crítica dos alunos de uma forma inusitada, já que versos da “Globeleza” foram mixados com a marcha carnavalesca eternizada na voz de Carmem Miranda, criando um efeito contraditório, conforme os trechos a seguir:

*Vem.../ Prá ser feliz/ Eu to no ar to Globeleza/ Eu to que to legal// na tela da TV, no meio desse povo/ A gente vai se ver na Globo/ na tela da TV, no meio desse povo/ A gente vai se ver na Globo//TV eu quero,/ TV eu quero/ Eu quero me alienar/Não quero nada, não quero nada/ só uma novela para cabeça esvaziar// TV eu quero,/ TV eu quero/ Eu quero me alienar/ Não quero nada, não quero nada/ só uma novela para cabeça esvaziar // Não dorme filhinho do meu coração/Pra ganhar dinheiro preciso da sua atenção/ Eu não vou parar até você padronizar/ Ligue sua TV e deixa eu entrar// TV eu quero,/ TV eu quero/ Eu quero me alienar/Não quero nada, não quero nada/ só uma novela para cabeça esvaziar//*

E a música termina com a locução em tom sério: “*Plim plim/Você acabou de ser alienado*”

Já na segunda música, o ufanismo da marchinha “Cidade Maravilhosa”, composta originalmente por André Filho, ganha contornos sombrios na paródia criada pelo grupo, no qual a relação entre mídia, consumismo e mazelas como a corrupção e a alienação de classes sociais privilegiadas não poupa sequer celebridades como o jogador Neymar, tomado como exemplo de um líder de opinião [Note-se que Neymar, na época, não tinha experimentado o desgaste

com o público e com alguns veículos de referência da mídia como aconteceria durante as Olimpíadas de 2016, no Rio de Janeiro]:

*“Corrupção maravilhosa/ cheia de granas mil/ Alienação maravilhosa,/como aqui nunca se viu// Corrupção maravilhosa/ cheia de granas mil/ Alienação maravilhosa,/como aqui nunca se viu// Qual a chuteira que você vai usar/ É a do Neymar ou é uma qualquer?/ És o altar dos nossos corações/ Que compram compulsivamente// Corrupção maravilhosa/ cheia de granas mil/ Alienação maravilhosa,/como aqui nunca se viu //”.*

Como se pode perceber, o contato com a Disciplina de Teorias da Comunicação abre aos participantes do grupo uma perspectiva crítica para se pensar o poder dos grandes veículos de massa – no caso representado pela Rede Globo – em sua relação com milhões de receptores em todo o país. A opção pelo resgate de marchinhas de carnaval foi justificada pelo grupo a partir de uma constatação tão interessante quanto simples: o evento se constitui numa clássica expressão de alienação das massas<sup>7</sup>, o que não deixa de trazer à lembrança a própria concepção da Teoria da Agulha Hipodérmica. Na mesma linha de raciocínio, a telenovela ganha papel relevante. A perspectiva é igualmente marcada pelo tom pessimista da noção formulada pelos filósofos frankfurtianos no início do referencial texto sobre o teor anti-iluminista da indústria cultural, sob o império do capitalismo e da publicidade: a civilização

---

<sup>7</sup> A mesma concepção é notada numa versão do samba/pagode “Maneiras”, de Zeca Pagodinho: “ Se eu quiser noticiar, notícia/ Se eu quiser te fazer pegar um vício/ Eu noticio esporte e também o carnaval/ E você nem se lembra que saúde é o principal” escreveram os alunos João Pedro Pardo, Bernardo de Cesero, Christian Martins e Diego Moreira. Como se vê, a ideia bastante difundida de carnaval como índice de alienação – que já fez parte de certa concepção sobre a alienação das massas, mas que também pode ser um registro cultural de classe – aparece no imaginário de um número significativo de alunos. Restaria perguntar se existe aí algum componente de preconceito contra a cultura popular, mas isso seria tema para outro artigo.

atual a tudo confere um ar de semelhança, uma vez que o cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema, no qual “cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985: 99).

O rap também mostrou sua força e suas potencialidades para fins críticos e combativos: O aluno do Curso de Jornalismo Bruno Pedrotti, que optou por um trabalho solo, por assim dizer, compôs sua própria música. O rap do agendamento, num tom cáustico que aborda as teorias sob o ponto de vista dos monopólios dos *media*, foi apresentado ao vivo em sala de aula, quase de improviso e entusiasticamente aplaudido pela turma. Seguem trechos da composição:

*Rap do agendamento/a mídia é onipresente/tá em todo o lugar/ E fica só dizendo/ no que tu deve pensar // então fiz esse rap/prá acaba com a simulação/ dessa falsa variedade/ que só gera concentração// uma centena de veículos/ e meia dúzia de dono/A velha elite/ E seu noticiário do trono// você ainda por cima/ pensa que tá informado/ me desculpe meu irmão/ você tá é agendado// você tá agendado/ você tá agendado/ caiu na espiral do silêncio/ e agora só fica calado// você tá é agendado// você tá agendado/ Pura e completamente/ alienado<sup>8</sup>*

Aqui novamente a noção de alienação das massas – ou do público – é reatualizada sob a ótica da Agenda-Setting e da Espiral do Silêncio, hipóteses consagradas, respectivamente, pelos pesquisadores norte-americanos Mac

---

<sup>8</sup> Nesta como em demais músicas foram respeitadas as licenças poéticas, o uso intencional de erros em relação à língua culta e suas normas e mesmo outros deslizes que atenderam as necessidades de rima ou de adaptação e similaridade com as letras originais das músicas escolhidas para a versão.

Comb e Shaw e pela pesquisadora alemã Elizabeth Noelle-Neuman. A concentração dos meios de massa, cujo alcance no Brasil pode ser observado pelo senso comum de qualquer cidadão e que ganha consistência teórica a partir do estudo científico e das concepções mais críticas dos estudos dos meios – lembremos do conceito de Onipresença ou da própria Teoria Instrumentalista de “esquerda” - novamente comparece no rap como um fator preocupante na realidade da mídia contemporânea.

*“A espiral do silêncio/ gera unanimidade/ E dá a um ponto de vista /A fama de verdade// se você discorda/ da tendência dominante/ não fique calado/ a diferença é importante/ Abaixo a ditadura/ de uma só opinião/ Uma coisa não é fato/ Só porque tá no Estadão// mesmo tema em todos os meios/ da Comunicação/ O nome disso/ é acumulação// Você tá agendado/ Você tá agendado/ Te dão tema e enfoque/ e você aceita calado/ Você tá agendado/ Você tá agendado/ Jamais ousa pensar/ no que não é recomendado//”*

Os versos acima ilustram de forma magistral a Hipótese da Espiral do Silêncio: a constatação de que as pessoas tendem a esconder opiniões contrárias à ideologia majoritária, numa opção pelo silêncio “causada pelo medo da solidão social, que se propaga em espiral e, algumas vezes, pode até esconder desejos de mudança presentes na maioria silenciosa”, conforme sugeriu Noelle-Neuman (apud PENA, 2010: 155). Se o silenciamento de “minorias” isoladas - que, na verdade, muitas vezes são a maioria silenciosa - “dificulta a mudança de hábitos e ajuda a manter o *status quo*”, como cita Pena (2010: 155), nosso compositor convida o ouvinte a não ficar calado<sup>9</sup>,

---

<sup>9</sup> O chamamento a uma resistência é amplificada na única composição de rock pesado de todo o conjunto de músicas. A canção original de Gustavo Lima, João Pennacchi e Matheus Pigato brada sob o acorde de guitarras: “Trago o hardcore no peito/ E não escondo de ninguém/ E

ênfatisando a importância da manutenção das diferenças num cenário de (falsa) unanimidade. *“Tv, rádio e internet/ Sobretudo no jornal/ O veículo muda/ mas o tema é sempre igual// [...] Então pense um pouco/ E deixe de ser otário/ Essa opinião não é do público/ É de um bando de milionário”*, diz a letra com o tom quase agressivo típico do rap.

Com muita ironia, a versão de “Baby”, composta pelas alunas Bianca Muller Alves, Carolina Altmayer Bueno de Camargo, Giovana Schüler Luft, Isabela Brandão da Silva e Julia Defavery de Azevedo igualmente ressalta a força da mídia na formação da Opinião Pública, conceito central das teorias que não aparece citado de forma explícita na composição de Bruno Pedrotti, embora seja sua tela de fundo. Conforme a justificativa do grupo que optou pela paródia, a mídia ocupa o lugar do eu-lírico da canção. Trata-se de um diálogo dela para com o público no qual ela “abre o jogo” sobre seus esquemas e sobre a força de seus posicionamentos diante do receptor, num efeito cognitivo de médio e longo prazo, conforme postulado pela teoria da Agenda-Setting. No entanto, o grupo entende que a Teoria Culturológica de Edgar Morin e a própria noção de Indústria Cultural estão presentes na composição, como se pode perceber por uma referência a uma famosa cantora de funk (que, naturalmente, ganha projeção embalada “pelas últimas pautas da mídia” no dizer das autoras). Assim, num vocal feminino doce que remete à gravação da música original por Gal Costa, as alunas Bianca e Carolina cantam os seguintes versos:

---

*esse sistema canibal/ Não me faz mais de refém / O meu sangue corre quente/ Contra essa indústria cultural/ Faça parte da luta e desligue a TV/ Não seja conivente com quem mente/ E não tem pena de gente e nos quer adestrado”.*

*Você precisa saber do tema/ Do meu esquema,/ É o nosso lema,/ Sem dilema/ Você só precisa seguir a mim// Gente, gente/ Eu sei que é assim// Gente, gente/ Eu sei que é assim// Você não precisa se preocupar/ com o que falar/com amigos no bar/ Sou um parasita/ Ouvir aquela canção da Anitta// Gente, gente,/ vai levar tempo/ Gente, gente, vai levar tempo// Você precisa aprender inglês/ Não precisa entender o que eu falo/ Só basta repetir/ e não me calo// [...] Não sei, leia na minha camisa/ Mídia, mídia/ I Love you// Mídia, mídia, I Love You.*

Dentro da mesma perspectiva de transformar a mídia num ente capaz de interpelar literalmente o receptor, uma música original intitulada “Marionete” faz um exercício crítico interessante. O trabalho assinado pelos alunos Ariel Bernardes, Fillipe Chaves, Hiroshi Kuamoto, Letícia Strogulski Cechet e Renata Mirandoli põe em cena um jovem músico e um dilema. O artista concebido pelos autores é retratado em sua luta contra as imposições da indústria cultural, conceito da crítica de Adorno e Horkheimer (1985). Em busca de temas verdadeiros para compor suas músicas, Pedrinho acompanha a agenda da mídia, seus assuntos repetitivos e não encontra inspiração. O personagem se lamenta:

*“Como cantar / sobre algo que importa// Sair do comum/ Do tema da hora/ Histórias de Amor/ Que não acontecem lá fora// Olho pra TV/ E o assunto se repete/ Me sinto uma marionete/ Queria escrever/ Pró alguém refletir/ mas deste jeito,/ Eu vou explodir//”*

Numa segunda parte, o personagem é interpelado pela Indústria Cultural, o que tensiona não apenas suas expectativas de conquistar o público e realizar shows como a própria questão da sobrevivência econômica do músico.

*“Hey Pedrinho/ tá perdidinho/ O lance é comprar/ Ideias pra cantar// Porque o meu cheque// não paga/ a sua melodia”.* Assim, Pedro, que se debatia entre um processo criativo livre dos padrões indicados para conquistar o gosto das massas e as concessões para produzir um produto musical de sucesso, acabará sendo cooptado pela indústria fonográfica, como atestam os versos finais: *“Hey Pedrinho, você acertou/ agora eles vieram, pagar pelo seu show// Seguiu/ Minha receita/ Olha só/ Onde chegou!//”.*

Em que pese a aparente simplicidade dos versos, o tom um tanto melancólico da música captura bem uma questão que é fundamental na crítica adorniana à Indústria Cultural e que não raro escapa até aos comentadores apressados do texto fundamental que instituiu o conceito: o da participação e responsabilidade do consumidor no sistema da indústria, uma vez que artistas que se recusam a surfar nas ondas do sucesso fácil ou dos esquematismos e simplificações dos produtos acabam ignorados pelo grande público e, em geral, impedidos de alcançar reconhecimento e sucesso. Pois como bem notou Rodrigo Duarte, um dos mais respeitados analistas da obra de Adorno,

O público, já previamente anestesiado em virtude de tantos solavancos no mundo do trabalho e do bombardeio de imagens e sons da indústria cultural, “agradece” a ela a possibilidade de evitar o esforço de individuação, i. e., de cada pessoa se lançar ao exercício muitas vezes doloroso – mas sempre compensador – de se compreender como uma instância de decisão sobre sua própria vida, influenciando, dessa forma, a configuração da totalidade social (DUARTE, 2003: 65)

Já a versão de “Há dez mil anos atrás”, composta pelos alunos Bárbara Bittencourt, Ian Spritzer, Luísa Bertoldi, Marcelo Vianna e Rodrigo Müller, parte da própria realidade da sala de aula e recupera o dia a dia dos discentes bem como as relações que estabelecem em seu ambiente de aprendizagem, num

registro bem-humorado. Assim, após a introdução pouco usual (*"Um dia, entrando na faculdade,/ Eu conheci uma professora de meia idade/ com um sorriso na cara e um cigarro na mão/ Perguntei o que ela achava da comunicação/ E me disse assim: a comunicação tem aspectos problemáticos/ mas as TEORIAS, não//*) a versão do rock inicia em tom confiante: *Eu entrei/ há um semestre atrás, / e não tem uma teoria que eu não saiba demais/ É!!"*.

Depois deste momento com toques autobiográficos, a versão passeia – à la Raul Seixas, mas de posse das Teorias - pela história. Do início do Século XX (*"Eu vi o Hitler influenciando a massa/ A Hipodérmica é uma teoria da desgraça,/ mas passou a não ser uma preocupação:/estamos falando da Persuasão!/ Então//*) ao momento de crise política que se vivia no país e na capital gaúcha no ano de 2015 (*"Eu tava junto quando a manifestação/ Condenou o governo no parcão<sup>10</sup>/ Dizendo que a propaganda eleitoral/Deixava o Brasil mal//"*), a versão de "Há dez mil anos atrás" recupera algumas das principais teses que ocuparam a *Mass Communication Research* logo após a impactante utilização da Propaganda e dos Meios de Comunicação de Massa (MCM) na I Guerra Mundial. Buscando manter a relação com a música original (como no exemplo de Hitler), a composição ainda aborda a questão das concepções religiosas que caracterizam longos trechos da música imortalizada por Raul Seixas, agora sob a concepção dos processos psicológicos individuais analisados pela Teoria da Persuasão: *"Mas conheci, eu conheci um cara cristão/*

---

<sup>10</sup> O "parcão" é um importante palco de manifestações políticas da cidade de Porto Alegre. Encravado no Bairro Moinhos de Vento, uma zona nobre da cidade, o parque abrigou durante os anos de 2015 e 2016 manifestações contrárias ao governo federal e ao PT, reunindo manifestantes que, no jargão simplificador que tomou conta do período, foram conhecidos como "coxinhas".

*que me disse que as mensagens falharão/ Pois fere seus princípios e suas crenças/ vindas da religião<sup>11</sup> //."*

### **Considerações Finais sobre um processo em aberto**

Numa primeira avaliação, a experiência realizada no segundo semestre de 2015 na ESPM-Sul confirmou as vantagens atribuídas à utilização da Aprendizagem Baseada em Projeto. O desafio de trabalhar as Teorias da Comunicação pelo viés de uma atividade musical criativa permitiu aos estudantes de Jornalismo e Publicidade & Propaganda investigarem/aprofundarem temas de seu interesse, envolvendo tarefas desafiadoras e autênticas, realizadas com suporte de um método que proporciona a aprendizagem significativa, capaz de colaborar para a autonomia e a criatividade dos participantes na medida em que há um efetivo esforço autoral.

Em estudo mais recente de Reeve (2009), o autor enfatiza que alunos que se percebem autônomos em suas interações escolares apresentam resultados positivos em relação: 1- à motivação (apresentando motivação intrínseca, a percepção de competência, pertencimento, curiosidade, internalização de valores); 2- ao engajamento (com emoções positivas, persistência, presença nas aulas, não reprovam ou se evadem da escola); 3- ao desenvolvimento (evidenciando autoestima, autovalor, preferência por desafios ótimos, criatividade); 4- à aprendizagem (melhor entendimento conceitual,

---

<sup>11</sup> Inovando ao apresentar um *Copsong*, as alunas Gabriela Grafolin, Laura De Bortoli, Luana Pancotto, Luiza Godoy, Marília Lopez e Sarah Kasper, foram além da crítica à Indústria Cultural e abordaram a postulação de uma razão iluminista: *"Na Teoria Crítica/ a sociedade perguntou/ Então Kant esclareceu/ Que o dogma rompeu/ e chegou o racional// criticou, criticou/ o Adorno criticou/ A alienação da sociedade/ e toda a divulgação/ visando a dominação"//*. A letra concluiu com o percurso da Religião ao Esclarecimento, feito pelo homem ocidental: *"Senhor, senhor// Do seu destino se tornou/ A religião ele deixou/ E a razão adotou/ Iluminado o homem ficou"//*.

processamento profundo de informações, uso de estratégias autorreguladas); 5- à melhoria do desempenho em notas, nas atividades, nos resultados em testes padronizados); e 6- ao estado psicológico (apresentando indicadores de bem-estar, satisfação com a vida, vitalidade). (BERBEL, 2011).

A aplicação da Aprendizagem Baseada em Projetos segue sendo usada na Disciplina de Teorias da Comunicação e sofreu ajustes posteriores em busca do maior número de benefícios que a literatura sobre o tema nos sugere. Do material aqui reunido, nem todos os trabalhos mantiveram o mesmo padrão de excelência e alguns tiveram resultados menos satisfatórios. Vale lembrar que as composições precisam apresentar rigor teórico e conceitual, além de formas de relação, devidamente justificada, entre a música original e as teorias escolhidas. Tais exigências mostraram-se, para alguns dos grupos, bem mais complexas do que a criação de uma letra musical. Mas, como sabemos, também aprendemos – e muito – com nossos erros.

Como observação geral, os trabalhos realizados mostraram o impacto que a Teoria Crítica da Sociedade e o conceito de Indústria Cultural exercem sobre a capacidade de reflexão, avaliação e análise dos alunos acerca das relações dos MCM e de seus produtos culturais com as esferas do poder e do controle social. As teorias da mídia Agenda-Setting, Espiral e Newsmaking, mais do que suas antecessoras como a Persuasão e Efeitos Limitados, fazem parte deste universo evocado sistematicamente pelos trabalhos gerados no âmbito de uma adaptação musical da Aprendizagem Baseada em Projeto (ABP). Afinal, a teoria é um conjunto de conceitos criados a partir da observação e estudo sistemático de um tema que, aplicado, pode explicar alguns aspectos da realidade. Nesse sentido, conforme bem notou Martino (2010: 11), “ao se falar em Teoria da Comunicação, é necessário ter em mente que os conceitos

apresentados auxiliam a pensar as relações sociais a partir da Comunicação”. Trata-se de utilizar esse conjunto de conceitos (as teorias) para interpretar o mundo real: “Assim como uma lente, uma teoria ajuda a ver aspectos da realidade nas entrelinhas do cotidiano” (MARTINO, 2010: 11). O interessante é que se os Meios de Comunicação de Massa oferecem aos nossos alunos certa representação do mundo real e das relações sociais ali forjadas, eles também fornecem elementos significativos para a crítica desta mesma (suposta) realidade. Municiados pelas teorias, os alunos mostram que as imagens e signos mobilizados pelos MCM podem se voltar numa crítica – em maior ou menor grau articulada e combativa - contra os mesmos.

Não por acaso, a paródia abaixo, mais uma criação dos alunos naquele ano de 2015, desconstrói a trilha da campanha institucional da RBS TV (afiliada da Rede Globo) intitulada “A gente faz prá você”, embora mantendo preservado o refrão do jingle tão conhecido dos gaúchos.

*“Antes de você nos ver na TV/ A gente faz muita coisa que você não vê/  
Mas se for comparar com outra programação/ Vai ver que é tudo igual, é uma  
repetição/ Pra você aceitar o que eu quero vender/ A gente vai enquadrar o que  
você vai ver/ Tudo que a gente faz só tem uma razão/ Manipular você, formar  
sua opinião// Pra fazer a TV que você vê/ A gente faz muita coisa que você não  
vê/ Prá fazer a TV que a gente vê/ A gente faz muita coisa que você não vê//.”*

Assim, aquela recomendação da filósofa Simone Weil a uma ex-aluna, feita em uma carta datada de 1934, parece ter ecoado nas músicas compostas pelos alunos dos Cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul, oito décadas mais tarde: “Nesse jogo tudo é divertido e extremamente

instrutivo; a lição se grava na memória muitas vezes sem que se tenha reparado”.

### Referências

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BERBEL. Neusi Aparecida Navas. As metodologias ativas e a promoção da autonomia dos estudantes. In: **Revista Semina: Ciências Sociais e Humanas**, Londrina, v. 32. Número 1, p. 25-40, jan/jun. 2011

BOSI, Ecléa. **Simone Weil . A condição Operária e outros estudos sobre a opressão**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

DEFLEUR, Melvin & BALL-ROCKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Jorge Zahar Editor, 1993.

DUARTE, Rodrigo. **Teoria Crítica da Indústria Cultural**. Belo Horizonte: editora UFMG, 2003.

GOUVEA, Eduardo Pena; ODAGIMA, A.; SHITSUKA, D; SHITSUKA, Ricardo. Metodologias Ativas: uma experiência com mapas conceituais. In: **Educação, Gestão e Sociedade: revista da Faculdade Eça de Queirós**. ISSN 2179-9636, Ano 6, número 21, fevereiro de 2016. [www.faceq.edu.br/regs](http://www.faceq.edu.br/regs)

LOPES, Rosemara Parpetua. Metodologias Ativas. **Anais da XII Semana de Licenciatura “A formação docente em Ciência, Tecnologia, Sociedade e Educação Ambiental”**. Jataí, GO, outubro de 2015. In: [http://sam.ifgoias.edu.br/jatai/semlic/seer/index.php/anais/article/view/389/pdf\\_159](http://sam.ifgoias.edu.br/jatai/semlic/seer/index.php/anais/article/view/389/pdf_159)

MACHADO, Irene. Semiótica como teoria da comunicação. IN: WEBER; BENTZ & HOHLFELDT (Orgs.). **Tensões e Objetos da Pesquisa da Comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação**. Ideias, conceitos e métodos (2 edição). Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2009.

MATTELART, Armand e Michele. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

NETO, Antonio Fausto. A pesquisa vista "de dentro de casa". IN: WEBER; BENTZ & HOHLFELDT (Orgs.). **Tensões e Objetos da Pesquisa da Comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2010.

PICADO, José Benjamim. Da decifração à experiência da significação: os percursos da linguagem nas teorias da comunicação. IN: WEBER; BENTZ & HOHLFELDT (Orgs.). **Tensões e Objetos da Pesquisa da Comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

RÜDIGER, Francisco. **As Teorias da Comunicação**. Porto Alegre: Artmed Editora, 2011.

SODRÉ, Muniz. Comunicação, um novo sistema de pensamento. In: **Campo da Comunicação – caracterização, Problematização e Perspectivas**. João Pessoa: UFPB, 2000.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. **Para entender as Teorias da Comunicação** (2 edição). Uberlândia. Minas Gerais: EDUFU/ Editora da Universidade Federal de Uberlândia, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Volume I e II. Florianópolis: Insular, 2005

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 6ª ed., Lisboa: Editorial Presença, 2001.