

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

DIOGO AUGUSTO PEREIRA DA SILVA

A ASCENSÃO E DECADÊNCIA DOS PROGRAMAS INFANTIS DE AUDITÓRIO

**Juiz de Fora
Dezembro de 2017**

Diogo Augusto Pereira da Silva

A ASCENSÃO E DECADÊNCIA DOS PROGRAMAS INFANTIS DE AUDITÓRIO

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Cristina Brandão de Faria

Coorientador: Prof. Me. Guilherme Moreira Fernandes

Juiz de Fora
Dezembro de 2017

Diogo Augusto Pereira da Silva

A ascensão e decadência dos programas infantis de auditório

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Cristina Brandão de Faria

Coorientador: Prof. Me. Guilherme Moreira Fernandes

Aprovado (a) pela banca composta pelos seguintes membros:

Profa. Dra. Maria Cristina Brandão de Faria - orientador

Prof. Me. Guilherme Moreira Fernandes (UFJF) - coorientador

Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra (UFJF) - convidado

Prof.Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF) – convidado

Conceito obtido: (X) aprovado(a) () reprovado(a).

Observação da banca: _____

_____.

Juiz de Fora, 6 de Dezembro de 2017.

A Deus, minha maior fonte de energia e
inspiração.

Silva, Diogo Augusto Pereira da.
A ascensão e decadência dos programas infantis de auditório /
Diogo Augusto Pereira da Silva. -- 2017.
102 f. : il

Orientadora: Maria Cristina Brandão de Faria
Coorientador: Guilherme Moreira Fernandes
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade
Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2017.

1. Programas infantis de auditório. 2. Indústria cultural. 3. Televisão. I.
Faria,
Maria Cristina Brandão de, orient. II. Fernandes, Guilherme Moreira,
coorient. III. Título

AGRADECIMENTOS

O trabalho de conclusão de curso, ou o famoso TCC, é a coroação de uma jornada que durou 5 anos. Essa caminhada não seria possível sem um elenco que foi extremamente importante nesse programa chamado Facom. Vão para eles meus aplausos e meus agradecimentos

Minha mãe Deisy, por sempre acreditar no meu potencial, quando eu mesmo não confiava desde dos meus primeiros dias de vida até hoje na vida adulta. José Augusto, meu pai, sempre presente nos momentos mais complicados, na saúde ou na doença. Aos meus irmãos, por ser testemunhas do meu esforço.

A minha namorada Patrícia Palmieri, que soube compreender minha ausência, e foi meu braço direito em todos os momentos, principalmente nos momentos que antecederam a entrega desse trabalho.

Ao Professor e amigo Guilherme Fernandes, pela paciência e amizade ao longo da minha jornada Universitária.

Não poderia deixar de agradecer também ao professor Márcio Guerra, sem ele não conseguiria realizar o sonho de participar da produtora de Multimeios, e fazer parte da história do programa Mosaico, no qual sempre fui fã.

A partir de agora uma nova jornada começa. Carregarei todos vocês, até o próxima atração.

Não vim até aqui para desistir agora
(HUMBERTO GESSINGER-Até o fim)

RESUMO

O objetivo do trabalho é identificar e descrever os principais programas infantis de auditório e entender as possíveis causas para a extinção de tais produtos da televisão aberta no Brasil. Para tal reflexão, o estudo insere hipóteses como a redução da publicidade infantil e o surgimento de TVs por assinatura que restringiu o conteúdo destinado a essa faixa de público. Nesse cenário plural destacam-se diversos produtos que alcançaram seu ápice nas décadas de 1980 e 1990, como *Show Maravilha*, *Bozo*, *Angel Mix* e *Oradukapeta*, e o seu declínio com substituições graduais por conteúdos com direcionamento voltado para pautas femininas, prestação de serviço e notícias. O programa *Xou da Xuxa* se destacou por ditar moda entre outras apresentadoras, com a criação de um conjunto de características peculiares. Em função dessa razão, o programa apresentado por Xuxa é alvo de uma análise mais aprofundada ao longo do trabalho. A monografia faz a reflexão da importância de conteúdos voltados para o público infanto-juvenil com o intuito de cativar novos telespectadores, ou de cumprir uma tarefa inerente da televisão brasileira, de informar e prestar serviço.

Palavras-chave: Televisão. Programas de auditório. Programas infantis. Xou da Xuxa. Indústria Cultural.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – <i>Clube do Guri</i> ou <i>Gurilandia</i>	15
Figura 2 – <i>Sítio do Pica Pau</i> amarelo primeira versão.....	16
Figura 3– <i>Beto Rockefeller</i>	17
Figura 4 – <i>Capitão Aza</i>	18
Figura 5 – <i>Vila Sésamo</i>	21
Figura 6 – <i>TV Pirata</i>	22
Figura 7 – <i>Balão Mágico</i>	24
Figura 8 – <i>Seriado Chaves</i>	26
Figura 9 – Programa <i>Ratinho livre</i>	28
Figura 10 – <i>Gugu vs Faustão</i>	28
Figura 11 – <i>Castelo Rá-Tim-Bum</i>	31
Figura 12 – Programa <i>Disney Club</i>	34
Figura 13– Programa <i>No Limite</i>	36
Gráfico 14 – Programa <i>Casa dos Artistas</i>	37
Gráfico 15– Programa <i>Big Brother Brasil</i>	37
Figura 16– <i>Novela Prova de Amor</i>	38
Figura 17–: Programa <i>Pânico na TV</i>	39
Figura 18– <i>Novela Carrossel</i>	41
Figura 19– <i>Novela Os dez mandamentos</i>	42
Figura 20– <i>Plateia adulta do Xou da Xuxa</i>	44
Figura 21– <i>Cenário</i>	45
Figura 22– <i>Cenário do programa Casa da Angélica SBT</i>	51
Figura 23– <i>Cenário do Programa Casa da Angélica SBT, com o “A” alado desenhado no chão</i>	51
Figura 24– Programa <i>Angel Mix</i> , Angélica e o personagem <i>Robobão</i>	52
Figura 25– Programa <i>Angel Mix</i> ambientado em uma quadra de basquete.....	52
Figura 26– <i>Cenário Eliana e Alegria</i>	55
Figura 27– <i>Eliana e Chiquinho no programa Eliana e Alegria</i>	55
Figura 28– <i>Cenário Eliana no Parque</i>	56
Figura 29– <i>Eliana na Fábrica Maluca</i>	56
Figura 30–: <i>Equipe Show Maravilha</i>	58

Figura 31– Mara dançando no <i>Show Maravilha</i>	58
Figura 32– Cenário do <i>Show Maravilha</i>	59
Figura 33– <i>Programa Mariane</i>	60
Figura 34– <i>Show da Simony</i>	61
Figura 35– <i>Domingo no Parque</i>	62
Figura 36– Programa <i>Oradukapeta</i>	64
Figura 37– Sérgio Mallandro usando um dos seus chapéus criativos no Show do Mallandro.....	65
Figura 38– Programa <i>Bozo</i>	68
Figura 39– Bozo e Silvio Santos.....	68
Figura 40– Márcio Garcia e o elenco do programa <i>Gente Inocente</i>	69
Figura 41–: Programa <i>Clube da Criança</i>	76
Figura 42– Montagem do primeiro cenário do <i>Xou da Xuxa</i>	79
Figura 43–: Elementos de cenografia do <i>Xou da Xuxa</i>	79
Figura 44– A nave do <i>Xou da Xuxa</i>	80
Figura 45– O sonoplasta do <i>Xou da Xuxa My Boy</i>	82
Figura 46–: Os personagens do <i>Xou da Xuxa Dengue e Praga</i>	85
Figura 47– As Paquitas.....	85
Figura 48–: Cenário <i>Xuxa Park</i>	87
Figura 49- Palco do <i>Xuxa no mundo da imaginação</i>	88
Figura 50– Espaço moderno destinado ao <i>TV Xuxa</i>	89
Figura 51– Gráfico da mudança nos números de audiência da estreia do programa de Fátima Bernades.....	93

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 A HISTÓRIA DA TV BRASILEIRA: UM PASSEIO HISTÓRICO.....	13
2.1 UM OLHAR DIFERENCIADO PARA A TELEDRAMATURGIA.....	16
2.2 A TV A CORES	19
2.3 LIBERDADE PARA A CRIAÇÃO.....	21
2.4 GLOBO X SBT: A DISPUTA PELA AUDIÊNCIA	27
2.5 A INVASÃO DOS REALITYS SHOWS.....	36
2.6 DAS NOVELAS INFANTIS AS NOVELAS BIBLÍCAS	41
3 A EFERVECÊNCIA DOS PROGRAMAS INFANTIS DE AUDITÓRIO.....	43
3.1 BÁBAS ELETRÔNICAS	47
3.1.1 Vou de Táxi	48
3.1.2 Polegares, polegares, onde estão?	53
3.1.3 Uma índia no meio das loiras	57
3.1.4 Do- Re-Mi-Fá-Sol-La-SI.....	60
3.2 BENDITO SEU FRUTO (Os homens no comando)	62
4 XUXA RAINHA	72
4.1 BOM DIA AMIGUINHOS JÁ ESTOU AQUI.....	72
4.2 O XOU DA XUXA COMEÇOU	75
4.2.1 Da nave até as ombreiras (Análise do figurino e cenário)	77
4.2.2 My boy e um xou de “xuxexos” (Sonoplastia e linguagem)	80
4.2.3 A turma da Xuxa e outros elementos.....	82
4.2 BEIJINHO, BEIJINHO, TCHAU, TCHAU (O declínio de uma rainha)	85
5 A DECADÊNCIA.....	91
6 CONCLUSÃO.....	98
REFERÊNCIA.....	100

1. INTRODUÇÃO

Os programas infantis de auditório sempre fizeram parte da história da televisão brasileira, sobretudo nas décadas de 1980 e 1990. A repercussão de tais programas foi um dos responsáveis pelo enriquecimento de grandes emissoras por garantir faturamento e prestígio, seguindo o formato que abrangia os seguintes elementos: desenhos, brincadeiras e plateia. Tais programas foram capazes de mexer com o imaginário infantil. Um grande número de crianças, na época, sonhavam em poder vivenciar de perto as brincadeiras da atração, interagir com os apresentadores, copiar seu estilo ou comprar os produtos que esses profissionais divulgavam em suas atrações. Em busca de possíveis respostas em relação a multiplicação de tais atrações, o conceito de indústria cultural será usado como principal alicerce. Muniz Sodré e Raquel Paiva (2004) afirmavam que a produção de mesmos conteúdos tem o objetivo de causar efeitos e causas previsíveis. Já Douglas Kellner (2001) aponta a transformação de cultura em mercadoria como forma de multiplicação. O período desse estudo se estende até a década de 2010, em que a maioria dos programas infantis se extinguiram de grandes emissoras abertas que sempre produziram conteúdo para esse segmento como Record TV e Rede Globo de Televisão.

Foram numerosos os apresentadores e apresentadoras que marcaram época com seu jeito e peculiaridades; o cenário, a forma como conduziam as atrações, a plateia, os bordões e as brincadeiras constituíam um conjunto perfeito, capaz de atrair atenção de crianças de todo o Brasil. A análise no decorrer do trabalho tem como objetivo destacar todos esses elementos, assim como todos os pontos de similaridade entre eles.

Com mais de 30 anos de carreira e diversos programas infantis apresentados, Xuxa Meneghel é referência em um seguimento com inúmeras apresentadoras infantis de auditório. Em sua carreira, construiu um personagem, quase uma heroína, com seu arsenal de marcas registradas como a nave, as “*xuxinhas*”, as ombreiras e as botas de cano longo. A loira atraiu dezenas de pessoas para assistir seus programas ou shows mesmo sem se intitular cantora ou atriz; encheu salas de cinema com os seus filmes, além de bater recordes de venda com seus discos.

Para entender o fenômeno midiático Xuxa, o objetivo de estudo é a análise de um dos mais importantes programas com plateia da televisão brasileira, o *Xou da Xuxa*. Nesse produto serão analisadas questões como cenografia, sonoplastia, linguagem e figurinos, conjuntos de elementos que contribuíram para o sucesso do infantil, sendo uma fórmula copiada por quase todas as apresentadoras do seguimento.

Mas o reinado não é mais o mesmo e aos poucos a *Rainha dos baixinhos* perde mais espaço na mídia, por continuar a investir em um público que não assiste televisão como nos tempos que a mesma alcançou sucesso notório. A queda do reinado da animadora que apresentou o último programa de auditório destinado aos “baixinhos” o *TV Xuxa* na Rede Globo, foi um ponto final em uma história de décadas, vários programas de auditório tiveram o mesmo destino nas manhãs de outras emissoras dando lugar para a prestação de serviço, informação, ou programação feminina.

Os motivos pelos quais as crianças foram esquecidas pelos grandes canais abertos serão discutidos ao longo do trabalho, dentre eles, o controle da publicidade infantil, o alimento dessas grandes empresas que sem injetar investimento é impossível que qualquer televisão sobreviva. Ao mesmo tempo que a TV precisa de publicidade para continuar seu exercício diário de informar e entreter, a premissa de ter uma programação infantil sempre foi cativar o público com uma faixa de idade menor com o intuito de fazer com que ela cresça juntamente com a programação da emissora, além de prestar serviço atingindo todas as faixas de público de forma homogênea aos mais diferentes locais no Brasil.

2. A HISTÓRIA DA TELEVISÃO BRASILEIRA: UM PASSEIO HISTÓRICO

Nesse primeiro capítulo o enfoque principal é dar um panorama geral da televisão brasileira, com suas principais atrações destinadas aos mais diferentes públicos, na década de 1950 até a década de 2010, quando os programas de auditório destinados às crianças foram perdendo forças nas principais emissoras no país. Nesse momento, os programas com plateia destinados ao público infantil não serão abordados, já que nos capítulos seguintes eles ganharam destaque em divisões separadas. É importante frisar que em todas as épocas o conteúdo infantil tinha algum destaque.

O segmento infantil integra a própria história das emissoras que compõem os canais televisivos que marcaram e marcam presença nesse sistema de sinal aberto de televisão. A programação infantil é evidenciada em todas as emissoras. Mesmo que estas não tenham o público infantil como foco principal, em algum momento ele é pensado. (SILVA, 2007, p.31 *apud* MARIA, 2000, p.05).

A TV Tupi foi a primeira emissora a inaugurar, oficialmente, as transmissões televisivas em 18 de setembro de 1950, em São Paulo, com a TV Tupi canal 13. Posteriormente, em janeiro de 1951, inaugurava-se a TV Tupi Canal 6, no Rio de Janeiro; em março de 1952, a TV Paulista Canal 5, em São Paulo, e em setembro de 1953, a TV Record Canal 7, também em São Paulo. O início da televisão no Brasil foi marcado pelo intenso aprendizado para os profissionais que introduziram esse meio de comunicação. No começo, o horário de funcionamento das emissoras era de 18 às 22 horas. A diversificação de conteúdos era a maior característica dos primeiros anos da TV no país: dramaturgia, jornalismo, humorísticos, musicais.

Os teleteatros serviram como propulsor para o surgimento de uma linguagem dramática televisiva, tudo era concebido de maneira improvisada, como o próprio figurino dos personagens que eram trazidos pelos atores. Um dos principais programas de teleteatro foi o *TV de Vanguarda* transmitido pela TV Tupi SP com clássicos da literatura universal e brasileira, no Rio de Janeiro, o destaque foi para o Grande Teatro Tupi.

O telejornalismo era basicamente feito pela leitura de notícias já publicadas pelos jornais impressos. Com o desenvolvimento artístico e econômico das emissoras, matérias locais começaram a ser produzidas, em contrapartida, a realização de reportagens fora da cidade era produzida com a ajuda de patrocinadores. O *Mappin Movietone* é um dos pioneiros do jornalismo nacional, patrocinado pelas lojas Papin e transmitido pelas emissoras de 1953 a 1965 nas TVs Tupi, Paulista e Record. Passaram grandes artistas como: Toledo Pereira, Roberto Côrte Real, Cacilda Lanuza, Branca Ribeiro (apresentadores), Lolita Rodrigues e Vida Alves (garotas-propaganda).

A Praça da Alegria, programa humorístico, surgiu em 1957 na TV Paulista, criado por Manoel de Nóbrega, reunia um simples cenário, mas ao mesmo tempo muito prático, pois consistia em um senhor sentado em um banco enquanto pessoas comuns passavam pela praça contando suas histórias engraças e curiosas ao mesmo tempo. A atração teve passagem pelas mais diversas emissoras no país como TV Rio, TV Record, TV Globo e TV Bandeirantes e atualmente é exibido pelo SBT, quando estreou em 1987, o que significa 30 anos sendo exibido pelo canal de Silvio Santos. No SBT, o humorístico recebeu o nome de *A Praça é nossa*, sendo comandado por Carlos Alberto de Nóbrega, filho de Manoel.

Os musicais, típicos dos programas radiofônicos, foram introduzidos ao meio televisivo. Os programas de música erudita também ganharam espaço, assim como os programas de humor que eram constituídos de plateia e usavam textos curtos para entretê-la. O primeiro programa do gênero a estrear foi *Rancho Alegre* comandado por Mazaroppi na TV Tupi de São Paulo em setembro de 1950, depois de uma trajetória de sucesso no rádio.

O primeiro produto destinado às crianças na televisão brasileira foi o *Clube do Guri*, mais conhecido como *Gurilândia*. O programa começou no rádio em 1950 e ficou no ar até 1966. A empresa de achocolatado Neugebauer patrocinou o infantil, que era transmitido pela estação Farroupilha, com a apresentação de Ari Rego. Em 1955, foi transferido para a TV Tupi. A transmissão era aos sábados das 9 às 12 horas, em colégios ou cinemas, com a participação de auditório. A mesma apresentadora continuou na atração apesar da transferência do programa, que ficou no ar por mais de 21 anos. Pode ser considerado uma espécie de *Programa Raul Gil* da década de 1950, por oferecer espaço para as crianças na época demonstrarem seu talento interpretando grandes nomes da música brasileira como Ângela Maria e Cauby Peixoto.



Figura 1: Clube do Guri ou Gurilandia. (Site Medium)

Outro programa oriundo da Rádio Nacional e foi transferido para a TV Tupi, em 1951, foi o *Clube do Papai Noel*, apresentado e dirigido por Homero Sales, juntamente com a menina Sônia. O programa trazia números circenses como mágica e malabarismo, além de show de calouros, revelando grandes artistas.

Os desenhos animados sempre estiveram presentes ao longo da história dos programas infantis, eram quase que produtos indispensáveis para a transição de um quadro para o outro, ao longo de determinada atração. O *Pim Pam Pum*, era um programa exibido pela Tv Tupi, e tinha como principal patrocinador a marca de brinquedos Estrela, que na época comemorava 25 anos de existência. A apresentação do infantil ficava a cargo de Henrique Ogalla no papel do *Pim*, Sonia Maria Dorce como a *Pam* e David José interpretando o *Pum*, logo depois o programa passaria a ser comandado por mais de 10 anos por Aurélio Campos, com seus óculos de armação pesada e terno da mesma cor, aparentando ser um professor. O programa tinha como ponto forte os números com palhaços, números musicais e a apresentação de séries internacionais como *Minha Amiga Flicka*.

A TV em seus primeiros anos sempre se preocupou em trazer um conteúdo de qualidade aos seus telespectadores, os exemplos mais fieis eram os programas *Fábulas Animadas* exibida entre 1952 e 1956 na TV Tupi, e que tinha como base a literatura brasileira e europeia, com o objetivo de despertar a imaginação e o gosto pela literatura nas crianças - e o teatrinho *Trol*, veiculado entre 1956 e 1966, exibindo peças nacionais e internacionais, desde balé até teatro.

A teledramaturgia sempre esteve presente desde 1951, com destaque especial a tramas infanto-juvenis, como as aventuras vividas por heróis como o *Capitão 7*, que conta história de um garoto que vivia em uma cidade do interior, até que um dia o protagonista ajudou um alienígena. Em troca, o extraterrestre levou o menino para o seu planeta para ser melhor educado. Quando ele voltou passou a ter superpoderes como, superinteligência e superforça, tendo assim a capacidade de lutar contra o mal. O herói veio para a televisão com Rubem Biáfora, em 1954, na TV Record canal 7, por isso o nome do protagonista. Em 1952, o *Sítio do Pica Pau Amarelo* ganhou sua primeira adaptação na TV Tupi e ficou durante 11 anos no ar tendo grande sucesso, levando o universo de Monteiro Lobato para os lares de milhares de brasileiros.



Figura 2: Sítio do Pica Pau Amarelo primeira versão (Site UOL- Notícias da Tv)

2.1 UM OLHAR DIFERENCIADO PARA A TELEDRAMATURGIA

Na década de 1960 outras emissoras foram criadas como a TV Excelsior (1960-1969), Cultura (1962), e Rede Globo (1965). Nesse período, a maioria das emissoras aceleraram o uso do videoteipe, ao perceber sua viabilidade artística. A TV Excelsior se destaca no que diz respeito a formação de uma rede nacional e a valorização do profissional, abrindo os campos de trabalho, dando ênfase na produção de telenovelas que passariam a ser diárias, ocupando os horários dominados apenas por filmes e seriados estrangeiros. Com a industrialização e consequentemente a produção constante de novelas, no início continha a estrutura clássica do melodrama: o bem e o mal muito definidos tendo como maior exemplo dessa “fórmula” a

novela *O direito de nascer* em 1964 na TV Tupi. A concepção clássica do modo como é concebida uma novela começou a decair com o advento de autores que inseriram em suas obras elementos realistas, ou seja, personagens mais próximos da realidade. A novela “*Beto Rockfeller*” de Bráulio Pedroso, em 1968, foi a primeira a trazer um anti-herói como protagonista.



Figura 3: *Beto Rockfeller* (Site Focus)

A partir desse momento as novelas começaram a abordar temas próximos a realidade do país, mostrando elementos do regionalismo, por exemplo. Nesse mesmo período o teleteatro passou a perder espaço diante do sucesso que o formato estava fazendo no país. Com o advento do videoteipe, os programas de humor tiveram a possibilidade de aprimorar o conteúdo investindo na qualidade como é o caso do programa *Chico Anísio Show*. Mas alguns programas ainda preferiram continuar investindo ainda no “ao vivo” como o humorístico *Família Trapo*. No jornalismo, se destacam o “*Repórter Esso*”, um dos mais importantes telejornais da televisão brasileira, transmitido pela TV Tupi de 1952 até 31 de dezembro de 1970, e o programa de debates e entrevistas com políticos.

A música nunca esteve tão presente com os festivais de música realizados pela TV Excelsior, TV Globo e TV Record revelando nomes como: Caetano Veloso, Elis Regina e Chico

Buarque; dando origem a inúmeros programas musicais em várias emissoras, como o Jovem Guarda comandado por Roberto Carlos, Erasmo e Wanderleia.

O *Capitão Asa* era um dos grandes sucessos da década de 60, criado por Paulo Pontes e Vianinha em homenagem a um falecido herói da FAB, que lutou na Segunda Guerra Mundial, o capitão aviador Adalberto Azambuja, mais conhecido pelos aviadores como *Capitão Aza*. A atração foi concebida a pedido da Aeronáutica, que se encarregou de oferecer todo o material necessário para a produção do infantil, na TV Tupi. O herói vestia o legítimo uniforme da aeronáutica, usava capacete de piloto com duas asas desenhadas óculos de lentes negras acopladas e sobre o peito. Também levava várias medalhas e saudava as crianças como o bordão: Alô, alô Sumaré! Alô, alô Embratel! Alô, alô Intelsat 4! Alô, alô criançada do meu Brasil! Aqui quem fala é o Capitão Aza, comandante e chefe das forças armadas infantis deste Brasil”. O protagonista tinha uma ajudante mirim, a menina Marta, de 6 anos, e o boneco *Pedroca*. O programa era apresentado de segunda a sexta-feira, inicialmente para o Rio, depois para o Brasil todo via Embratel. Além de histórias vividas pelo *Capitão Asa*, também eram apresentados desenhos animados e séries como: *A Feiticeira*, *Jeanne é um Gênio*, *Speed Racer*, *Ultraseven* e *Ultraman*.



Figura 4: *Capitão Aza* (Coletivo maiscomunidade.com)

A criação da atração tinha como objetivo enfrentar outro herói que estava fazendo sucesso na Rede Globo, o programa o *Clube do Capitão Furacão* interpretado por dois atores: Pietro Mario no Rio de Janeiro, enquanto Ayres de Campos dava vida ao personagem em São Paulo. Nele os atores assumiam a identidade do personagem experiente comandante da Marinha que contava histórias vividas em alto-mar para as crianças, o primeiro a registrar altos índices de audiência na década de 60, sendo transmitido por 26 anos. De jaqueta azul quepe e barba longa branca, ele comandava o leme, lia cartas, mandava mensagem e dizia segredos do mundo marítimo, organizava gincanas e apresentava desenhos ensinando valores importantes, como respeitar os mais velhos e a importância de levar os estudos a sério.. O programa também exibia desenhos da Hanna Barquera como *os Jetsons*, *Tom e Jerry*, no programa também tinha outras duas atrações: *Uni-Duni-Tê* de 1965 com um formato americanizado, e *Mister Show* de 1969, com o ratinho *Toppo Giggio* de Agildo Ribeiro. A ditadura militar é a principal influência para a criação destes programas, apresentando militares na condição de apresentadores. Vestidos de farda, a imagem heroica ou do melhor exemplo a ser seguido. Era a melhor imagem a ser seguida ou o mito do herói sendo explorado como forma e controle de massas como aponta Colvora (2007).

2.2 A TV EM CORES

De acordo com o site Tudo sobre a história da TV¹ os patrocinadores começaram a comprar espaços entre os programas, ao de patrocina-los em sua totalidade. De acordo com o censo demográfico 27% dos lares já possuem um aparelho, sendo que 75% dos equipamentos se concentravam no eixo Rio- São Paulo. A primeira transmissão em cores aconteceu após a conquista da Copa do Mundo de 1970. A ideia começou a ser aprimorada. Inicialmente as emissoras começaram a exibir seriados produzidos no exterior, pois não detinham equipamentos capazes de capturar as imagens em cores, mas apenas reproduzi-los. Apenas em 1972 a TV passou a ser colorida, com a chegada dos novos equipamentos e, assim, vários programas começaram a ser gravados e editados em cores. O *Bem-Amado* foi a primeira novela a ser exibida com essa nova tecnologia. No jornalismo, foi a possibilidade de o repórter testemunhar, em tempo real, o que estava acontecendo em qualquer parte do mundo, em virtude da tecnologia que possibilitou a utilização do link “ao vivo”, porém existia o controle de tudo o que era exibido, graças à atividade censória.

¹ <http://www.tudosobrevtv.com.br/>

A teledramaturgia continuou sendo o principal produto da televisão brasileira, a TV Tupi e a Rede Globo se destacavam. No final da década, o crescimento das telenovelas possibilitou o aparecimento das séries brasileiras que possibilitaram a abordagem de temas mais sérios, com o desfecho da história no mesmo dia como é o caso de: *Malu Mulher*, *Carga Pesada* e *Plantão de Polícia*. Outro ponto importante é a substituição de enlatados por esses produtos, investindo na mão de obra brasileira.

As transmissões ao vivo foram essenciais para a cobertura de eventos esportivos, como as Olimpíadas e o Futebol. A copa do mundo em 1970 foi gerada no México em NTSC (*National television System Committee*) no Brasil ela chegou pelo sistema Embratel²

Vila Sésamo foi um dos programas infantis de maior sucesso da década, com a saída do *Capitão Furacão* da grade. *Vila Sésamo* é uma adaptação do programa americano *Sesame Street*, criada pela Children's Television Workshop, para tirar as crianças das ruas e proteger os guetos nova-iorquinos. A ideia de trazer o programa para o Brasil partiu de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, diretor geral da emissora e Cláudio Petraglia, então diretor da TV Cultura. As emissoras no primeiro ano de exibição estiveram juntas na produção do programa, pois a Globo não possuía estúdios suficientes para a produção. Em 1974, Globo assumiria sozinha.

No começo, os capítulos eram fielmente adaptados seguindo os padrões da empresa detentora dos seus direitos. Após o capítulo 40, *Vila Sésamo* foi totalmente nacionalizado, adotando uma linguagem própria, transportando para a nossa realidade. O programa saiu de uma rua e foi para uma vila. Foram criados por Naum Alves de Souza as versões brasileiras dos famosos bonecos Garibaldo que na versão brasileira era amarelo e chamava-se Gugu. As músicas do programa original foram substituídas por outras, compostas por Marcos Valle e Paulo Sérgio Valle. O programa tinha um forte teor educativo ao mesmo tempo que divertia as crianças com abordagens referentes a higiene e o ensino de maneira lúdica com noções de matemática, português, meio ambiente e vida natural.

² A copa do mundo de 1970 consagrou o Brasil como campeão mundial, com um elenco formado por: Tostão, Jairzinho, Gerson, Rivelino, Pelé entre outros. A partida final foi realizada no estádio Azteca contra o time da Italia, com o placar final de 2 a 1.



Figura 5: *Vila Sésamo* (Portal Memória brasileira)

“*Jerônimo, o herói do sertão*” era o legítimo herói brasileiro, pois não lembrava em nada os americanos. Uma história criada por Moisés Weitman, nasceu nos quadrinhos em 1957 e transferiu-se para a Rádio Nacional do Rio de Janeiro na voz de Milton Rangel. Em 1972, ganhou versão na TV Tupi. O enredo apresentava Jerônimo, o justiceiro andarilho dos sertões, que vivia na cidade de Cerro Bravo, interior Paulista, e andava com seu fiel escudeiro Moleque Saci ou Canarinho, e sua amada Aninha. O vilão era o Coronel Saturnino Bragança vivido por Ítalo Rossi, que com seu poder mandava e desmandava na cidade, e com isso forçava os mais pobres a saírem de suas terras, alegando que suas escrituras eram falsas

2.3 LIBERDADE PARA A CRIAÇÃO

A década de 1980 é marcada por mudanças sociais e políticas, e o abrandamento da censura militar nos últimos anos que culminou em sua queda em 1988, com a promulgação da Constituição. Tendo importantes mudanças no modo de fazer televisão, principalmente em relação ao modo como assuntos e públicos foram tratados. Os programas femininos não eram mais tratados apenas como programas de culinária, começaram a tratar o posicionamento da mulher na sociedade, como o programa *TV Mulher* apresentado por Marília Gabriela e Ney

Gonçalves Dias, contando com os mais diferentes colunistas, dentre ele Marta Suplicy, que falava assuntos referente a sexo, com uma linguagem mais aberta, sem melindres ou tabus.

Os programas de humor tiveram mais liberdade para construir suas piadas, depois de anos de silêncio, sempre de maneira aberta, questionando e denunciando de maneira bem-humorada os problemas enfrentados pelos brasileiros, como é o caso da *TV Pirata*, apresentado pela Rede Globo. Com um humor ácido investia em quadros inspirados na teledramaturgia do canal, com textos satíricos, em comédias de situações, desde familiares até políticos.



F

Figura 6: *TV Pirata* (Site Canal Viva)

A televisão ganhou programas de entrevistas e debates evidenciando a liberdade que os profissionais começariam a ter, como o programa *Canal Livre*, que enfocava temas sociais sempre com uma equipe especializada para debater e discutir os assuntos da atualidade.

A liberdade de expressão ganhada na década de 80, veio acompanhada de cenas ousadas em boa parte dos programas televisivos, principalmente na teledramaturgia com cenas de nudez, ou o uso de um linguajar mais popular, além dos programas de humor. Durante esse período os cenários das emissoras começaram a ter importantes mudanças. A Rede Tupi, devido a vários problemas causados pela má administração, foi extinta, perdendo sua concessão em 1980. Sua imensa cadeia foi dividida entre duas novas redes, uma para o grupo empresarial Silvio Santos, que criou o TVS, uma emissora que sempre se caracterizou por exibir uma programação com alto apelo popular, com filmes variados e telenovelas mexicanas, que inicialmente causaram polêmica por parte dos profissionais brasileiros, pois com essa atitude a emissora paulista estaria tirando oportunidade de dezenas de profissionais. Outro traço peculiar é o investimento em programas de auditório, característica marcante do canal.

A outra parte foi destinada ao grupo empresarial Bloch, que posteriormente criou a Rede Manchete de Televisão, com a proposta de construir uma programação mais intelectualiza, transmitindo musicais e programas jornalísticos como o Conexão Internacional, que foi um grande sucesso. A teledramaturgia continuou seguindo o mesmo caminho de sucesso da década de 70, porém com críticas sociais presentes em seus enredos, como a novela *Roque Santeiro* escrita por Dias Gomes e Aguinaldo Silva, com críticas políticas e sociais sobre a problemática diante da situação vivenciada pelo do país. Os programas de auditório continuaram a fazer sucesso assim como as novelas, comunicadores como Silvio Santos, Hebe Camargo, Chacrinha e Flávio Cavalcanti continuaram despontando como grandes comunicadores do gênero, dando espaços para comunicadores que estavam dando seus primeiros passos como animadores de plateia como Augusto Liberato, ou Gugu, com o programa *Viva a Noite* apresentado aos sábados, e Fausto Silva com o *Perdidos na Noite*, na Rede Bandeirantes de Televisão.

A Rede Globo prosseguiu com a exportação de seus produtos para os mais diferentes países, inclusive comprou um canal em Mônaco para divulgar melhor sua programação, certificando a ótima aceitação dos produtos produzidos pelo Brasil no exterior.

Foi nessa década que a Rede Globo estreou um dos programas de maior sucesso destinado às crianças, *O Balão Mágico*. Um dos primeiros programas a ter crianças na apresentação. Escrito e dirigido por Rose Nogueira, entrou no ar em março de 1983, com aproximadamente uma hora de duração. O comando do programa ficava por conta da menina Simony, na época, com 5 anos, Fofão uma espécie de ser extraterrestre que interagia com as crianças interpretado por Orival Pessini. *O Balão Mágico* misturava sorteios, números musicais e desenhos como: *Os Smurfs*, *Superamigos*, *Os Flintstones*, *Homem Pássaro*, *Popeye*, *Mulher*

Aranha, He-Man e She-Ra. Histórias eram contadas para anunciar esses desenhos, para isso a jornalista Rose Nogueira contava com a parceria da poeta Lúcia Vilares. Alguns meses depois, com direção de Edi Newton, coordenação de Geraldo José Gurjão e supervisão de Nilton Travesso, o infantil ganhou mais meia hora de duração, sendo exibido também aos sábados. Fofão e Simony ganhariam mais amigos para dividir o programa durante seus anos de exibição como o *Fofinho*, boneco de pano confeccionado por Fofão, interpretado por Tob, integrante do grupo musical *A turma do Balão Mágico*, criado em 1982 e do qual Simony fazia parte. Mike, filho do famoso ladrão inglês Ronald Biggs, outro integrante do grupo infantil, que também participava do grupo. O Halleyfante, um elefante robô, extraterrestre interpretado pelo ator Ferrugem, e Jairzinho, filho do cantor Jair Rodrigues.

O programa foi sucesso em termos de audiência e vendagem de discos, emplacando vários sucessos como: "Baile dos Passarinhos", "Superfantástico", "Amigos do Peito" e "Galinha Magricela", vendendo mais de 10 milhões de discos. Esses sucessos renderam ao grupo participação de grandes intérpretes música popular brasileira como: Djavan, Roberto Carlos Erasmo Carlos, Fábio Jr., entre outros.



Imagem 7: *Balão Mágico* (Site Divirta-se mais)

Outubro de 1980 foi o início da inserção de espetáculos musicais infantis, em uma faixa nobre intitulada *Sexta Super*. O especial *Vinicius para as crianças*, que mais tarde ficou conhecido como *A Arca de Noé*, nome do disco que serviu de inspiração para o musical. No especial permaneceram os mesmos intérpretes do disco. Inicialmente foi publicado um livro

de Vinicius de Moraes com 32 poemas, quase todos falando sobre bichos, sendo que sua preferência era pelos bichos pequenos e estranhos, como a pulga que está pulando sempre na perna do freguês, a abelha no zune-que-zune e a coruja encolhidinha. *A Arca de Noé* ganhou vários prêmios nacionais e internacionais, dentre eles o Emmy de Ouro na categoria Popular *Art Grandes.Musicais* infantis foram apresentados na Rede Globo exibidos na *Sexta Nobre*, como “*Plunct, Plact, Zuum*”, em 1983, que contava a história de cinco crianças que eram proibidas de fazer coisas que gostavam, por esse motivo planejam fugir de casa, encontrando os mais diferentes mundos podendo tocar e vivenciar coisas que ainda não viveram. Na viagem encontram um titeriteiro, que passa a lhe contar histórias, entrando em uma nave construída com sucatas. Na viagem encontram personagens exóticos, que são interpretados por Raul Seixas cantando o clássico “Carimbador Maluco”. Jô Soares interpretando a música “Planeta Doce”, além de Lulu Santos, Maria Bethania e Fafá de Belém. Em 1983, o musical ganhou uma medalha de prata no *International TV Film of New York*. Em março de 1984, foi produzido *Plunct Plact Zum 2* que contou com o mesmo elenco.

Um dos produtos feitos no exterior com sucesso no Brasil foi o seriado *Chaves*, exibido pelo SBT no ano desde 1984. Inicialmente era apresentado dentro do programa *Bozo*. Pouco tempo depois passou a ser inserido em vários horários da programação da TVS. No começo foram adquiridos apenas 13 episódios do seriado mexicano, Silvio Santos analisou vários pacotes de programação oferecidos por emissoras estrangeiras. Dentre eles estava o da Televisa, com boas produções a baixo custo. A programação só poderia ser vendida por completo com todos os programas, sendo que, no meio dessa programação, estava o seriado “El Chavo Del Ocho” que não agradou a nenhum diretor do SBT, nem mesmo a Silvio Santos. Em 1988 *Chaves* foi transferido para o horário nobre garantindo ainda mais notoriedade ao programa. Desde sua estreia eram reprisados os episódios. Apenas em 1988 que a emissora de Silvio Santos adquiriu novos, finalizando o ciclo de compras nos anos 1990 e 1992. O sucesso de *Chaves* se deve basicamente ao talento de Roberto Bolaños, que juntamente com um elenco formado por pessoas experientes no teatro e TV, fizeram da atração um produto capaz de conquistar altos índices de audiência. A história conta com uma vila como cenário. Nesse local, existe um menino órfão que vive em um barril e vive com a ajuda de vários vizinhos que moram no mesmo local. Aprende o verdadeiro sentido da amizade ao conviver com as crianças da vila com muitas brincadeiras e travessuras. A característica principal do seriado é o alcance que ele tem ao atingir as mais diferentes idades, com um humor leve e despretenso. Até hoje o seriado mexicano ainda é assistido e já foi colocado nos mais diferentes horários, servindo como um “coringa” quando algum produto da emissora não vai bem na audiência.



Imagem 8: Seriado *Chaves* (Site Cosmo Nerd)

A TV educativa no segmento infantil, sempre foi referência. Principalmente por aliar educação e entretenimento em suas produções. *Rá Tim Bum*, pode ser considerado um clássico das produções infantis, por ter seu conteúdo inovador e moderno para época. *Rá Tim Bum* estreou em 1989 com vários quadros independentes, sem ligação entre si, parecendo editoriais de uma revista. O programa se destaca pelo cunho educativo de todos os seus quadros, ensinando de forma divertida noções de higiene, ecologia e cidadania. Vários quadros fizeram sucesso no infantil ao longo de sua trajetória, os destaques são: senta que lá vem história, onde histórias eram contadas através de objetos inusitados como meia e copos, escovas entre outros. O enigma da esfinge, onde um ator caracterizado como uma esfinge apresentava um enigma no final de cada bloco, e na volta do intervalo falava a resolução da charada, ou o Professor Tibúrcio, interpretado por Marcelo Tas, quadro em que o professor explicava vários assuntos típicos de uma sala de aula de maneira engraçada mostrando as curiosidades de cada assunto. Nina era uma criança que explicava coisas típicas vividas por uma menina, e os três ratinhos que ensinavam as crianças a tomarem banho. A atração ganhou quatro prêmios internacionais e dois nacionais de melhor programa infantil e se destacou por inovar quebrando o formato de programas infantis clássicos para a época.

2.4 GLOBO X SBT (A DISPUTA PELA AUDIÊNCIA)

A Rede Record, a mais antiga emissora de São Paulo, depois de uma associação com o Grupo Silvio Santos, foi vendida para a Igreja Universal do Reino de Deus, com pesados investimentos com a finalidade de modernizá-la, apresentando um novo pacote gráfico, vinhetas novas, além do investimento maciço em telejornais.

A década de 1990 apresentou grandes mudanças como a extinção da TV Manchete a criação da Rede TV. O sistema de TV a cabo se expandiu e várias emissoras independentes foram criadas por todo o país. Seguindo os mesmos passos da TV na década de 80, quanto a liberdade criativa começou a ganhar forma, a década de 90 continua seguindo os mesmos passos, explorando a violência nas mais diferentes atrações. O telejornalismo é um dos maiores responsáveis pelo aumento dessa temática. Emissoras como a Bandeirantes, Globo e Manchete transmitiram junto com a emissora norte-americana CNN a Guerra do Golfo Pérsico, exibida ao vivo, no exato momento em que ocorria. Programas jornalísticos foram criados com o objetivo de mostrar o que estava ocorrendo de uma maneira sensacionalista, narrando os fatos de forma dramática, como o jornal *Aqui Agora*, exibido no SBT, fazendo com que outras redes de televisão copiassem a forma como o canal estava fazendo o noticiário. O jornalismo continuou exercendo o seu papel de informar, prestando serviço à população, como em 1992 ao cobrir a mobilização política que resultou no impeachment e renúncia do então presidente Fernando Collor de Melo. Comandando o programa *Matéria Prima*, Serginho Groisman, surgiu com uma atração destinada a adolescentes e universitários, exibindo músicas e entrevistas, inovando na condução dos programas de auditório, sempre de maneira ágil e inteligente. Com o sucesso na TVE, Serginho foi transferido para o SBT, apresentando o *Programa Livre*, e tempo depois para a Rede Globo, onde até hoje comanda o *Altas Horas*.

Carlos Massa, o Ratinho, surgiu evidenciando a violência e o sensacionalismo comandando programas de auditório. Seu primeiro programa foi na CNT, com o *190 Urgente*, posterior a isso foi contratado pela Rede Record para apresentar o *Ratinho Livre*. Foi nessa emissora que o animador ganhou notoriedade apresentando testes de DNA, explorando os problemas de pessoas anônimas, ganhando status de herói do povo. Posteriormente, o apresentador foi contratado pelo SBT para apresentar o *Programa do Ratinho*, seguindo a mesma fórmula do programa anterior, amenizando o conteúdo com o passar dos anos, com o foco voltado somente para o entretenimento.



Imagem 9: *Programa Ratinho Livre* (Site Notícias da TV)

A concorrência das emissoras aumentou consideravelmente com a ida de Gugu e Faustão para os domingos. O primeiro apresentou o programa *Viva a Noite* aos sábados no SBT e recebeu o convite para apresentar o *Domingo Legal*, Faustão saiu de sua antiga emissora, onde comandava o *Perdidos na Noite*, para apresentar o *Domingão do Faustão*. A disputa entre os programas de auditório gerou momentos que beiravam o grotesco, como a prova da Banheira no *Domingo Legal*, onde mulheres e homens eram filmados em posições pornográficas e o *sushi Erótico*, onde mulheres nuas eram protegidas apenas por sushis e sashimis, quadro do programa de Fausto Silva.



Imagem 10: Gugu vs. Faustão (Site Notícias da TV)

Os *Trapalhões*, depois de anos de sucesso passando por emissoras como TV Excelsior, TV Tupi e Rede Record, foram transferidos para a Rede Globo, onde ficaram por 18 anos. A atração entrou no *Guines Book*, como o programa humorístico que mais permaneceu no ar. O programa começou a se desfazer com o a morte dos integrantes Zacarias e Mussun, permanecendo no grupo apenas Dedé Santana e Renato Aragão, que acabaram se separando depois por desentendimentos pessoais.

A inovação no humor ficou por conta do *Casseta e Planeta Urgente* na Rede Globo usando dos mesmos artifícios do programa *TV Pirata*, com um linguajar mais livre investindo nas sátiras de política e a quadros que parodiavam as novelas exibidas na própria emissora. Outro programa de sucesso exibido pela Rede Globo é o *Sai de Baixo*, comédia de situações familiares, inspirada na *Família Trapo* exibida na TV Record em 1968. O programa era gravado em um teatro, com plateia presente e depois exibido aos domingos depois do *Fantástico*.

Os programas religiosos apresentaram um aumento considerável na década de 1990. A Rede Record exibia em toda sua madrugada e parte da manhã programas religiosos, a *Rede Vida*, católica, conquistou todo o território nacional, assim como a TV Canção Nova. Outras igrejas alugaram espaço, inclusive no horário nobre, em diversas emissoras, notavelmente a Band e a Rede TV.

As emissoras de um modo geral investiram de forma maciça na transmissão de eventos esportivos. A emissora que mais se destacou foi a Bandeirantes, sendo reconhecida nacionalmente como a emissora dos esportes. A Rede Globo era a maior detentora dos direitos de transmissão dos esportes mais populares na época, como o Futebol e Fórmula 1, monopolizando o nicho de transmissões esportivas. Os programas de culinária passaram ocupar as mais diferentes emissoras, fazendo a Rede Globo criar seu próprio programa, tirando Ana Maria Braga que estava fazendo sucesso no *Note e Anote* para apresentar o *Mais Você* na emissora carioca.

Todos os canais usavam números de telefone para faturar ainda mais, com a oferta de prêmios que eram divulgadas em sua programação com sorteio e jogos de perguntas e respostas valendo dinheiro com a divulgação de números como o 0900, entre outros. Foi um período de criação de emissoras com programações baseadas na criatividade e ao mesmo tempo interatividade, com o advento da internet principalmente. A MTV é a emissora que mais ilustra esse novo cenário, investindo na participação dos telespectadores, através de números de telefone ou com a participação através do recém-criado e-mail.

A TV Cultura continua pioneira na produção de programas infantis misturando entretenimento e educação, foram vários os programas que marcaram época e que foram

concebidos na década de 90, o *X-Tudo* é um dos exemplos. Estreou em 1992 e explorava os mais diferentes assuntos, com foco principal em assuntos referentes em literatura e ciências. O formato da atração fez sucesso não só entre as crianças, mas também nas escolas, de acordo com o site InfanTV o conteúdo da atração era usado como instrumento pedagógico em sala de aula. O *X-Tudo* era um programa de variedades, que abordava os mais diferentes assuntos de forma ágil dinâmica. No começo o programa era apresentado por Gérson de Abreu que sempre apresentava matérias criativas e interagia com um boneco em formato de X, criado e manipulado por Fernandinho Gomes. As curiosidades científicas eram apresentadas por Marcelo Mansfield, o programa também tinha espaço para a literatura infantil com a participação de Fernanda de Souza e a personagem *Sherazade*.

Outro programa que fez muito sucesso foi o *Glub Glub*, que tinha como objetivo de mostrar o mundo marítimo. *Glub Glub* era apresentado por dois peixes que tinham o mesmo nome do programa, e a caranguejo Carol, juntos contavam várias histórias, envolvendo os personagens da atração, que era concebido através do recurso de croma key, ou seja, um pano azul onde eram projetadas imagens. Os atores vestiam capacetes com formatos de peixes e eram inseridos no fundo do mar fictício. Os desenhos apresentados no programa fugiam do convencional e reuniu filmes estrangeiros de países como a ex-Checoslováquia e Alemanha.

Em 1994 estreava o *Castelo Rá-Tim-Bum* com direção de Philippe Barcinski e Cao Hamburger, um dos seriados de maior sucesso feito para as crianças. Em seu primeiro ano de exibição conseguiu se destacar entre grandes emissoras como SBT e Rede Globo. A história se passa em um castelo que sobrevive em São Paulo, nesse local vive um garoto chamado *Nino* com 300 anos de idade, que é impossibilitado de frequentar a escola pela sua idade.

Em virtude de um feitiço realizado por *Nino* Cassio Scapin, as três crianças *Nina* Cinthya Rachel, *Pedro* vivido por Luciano Amaral, e *Zequinha* interpretado por Freddy Allan, são levadas até o castelo, e acabam se tornando amigos, frequentando os castelos em todos os episódios, descobrindo e aprendendo coisas diferentes. Na história existia o temido *Doutor Abobrinha* Pascoal da Conceição, que tinha o interesse de vender o castelo, e transformá-lo em um edifício. A cada cômodo do castelo os protagonistas da história encontravam objetos ou seres mágicos, seja nos encanamentos do castelo com o monstro *Mal*, e seu fiel escudeiro *Godofredo*, na biblioteca com o gato *Miau*, ou na sala do castelo com a cobra *Celeste*. Apesar do seriado ter uma história diferente todos os dias, ele contava com vários quadros independentes como o “dedolândia”, onde dedos roqueiros ensinavam noções de matemática ou a bruxa *Morgana* interpretada por Rosi Campos que narrava fatos importantes das civilizações junto com sua gralha *Adelaide*, *Tibio* e *Perônio* interpretados por Flávio de Souza

e Henrique Stroeter demonstravam princípios científicos ou a *Caipora* uma figura mitológica vivida por Patrícia Gaspar que contava histórias da mata para os moradores do castelo.



Imagem 11: *Castelo Rá-Tim-Bum* (Site Portal Ego)

Cocoricó foi outro programa realizado com grande êxito pela TV Cultura. Criado em 1996, mostrava o mundo rural de uma forma educativa e divertida. Com personagens próximos ao imaginário infantil como a *Vaca Mimosa*, as galinhas *Zazá* e *Lilica* e o cavalo *Caco* todos bonecos manipulados em um cenário de uma fazenda. O menino *Júlio*, um boneco também, era quem conduzia a história no celeiro do programa de forma pedagógica e instrutiva. Na primeira temporada, o infantil contava com desenhos educativos comprados no exterior, em 2002 o diretor Fernando Gomes foi convocado para dirigir o programa extinguindo os desenhos, investindo em clips, histórias mais elaboradas e um cenário diferente. O programa foi reconhecido em 1996, sendo considerado o melhor programa infantil pela (APCA) Associação Paulista de Críticos de Arte, e em 2004 ganhou o prêmio de melhor programa infantil para crianças de zero a seis anos no Festival Prix Jeunesse Iberoamericano, no Chile.

Com 52 episódios, *O mundo da Lua*, foi um seriado criado para o público infantil, mas que agradou os públicos das mais diferentes idades. O seriado apresentava o cotidiano de uma família de classe média, como pano de fundo para discutir temas educacionais. *O Mundo da Lua* contava com poucos recursos para a produção dos episódios, por isso se fazia necessário a utilização de alguns recursos para a continuação da produção do infantil, como a utilização

do chroma key, para ilustrar por exemplo, a visita de *Lucas* ao Japão, os roteiros eram escritos por Flávio de Souza de forma didática. O elenco era composto por grandes atores como Antônio Fagundes e Gianfrancesco Guarnieri que foram emprestados pela Rede Globo para fazer o seriado. Depois de reprisados pela TVE e TV Cultura, o programa foi exibido entre 1992 e 1993 no programa *Xou da Xuxa*.

O ponto principal da atração era quando o protagonista da história Lucas Silva e Silva ligava o seu gravador que ele considerava mágico. Criado pelo seu avô soltava a imaginação, criando histórias, indo em mundos inabitáveis ou em lugares distantes falando o seguinte texto “Alô, alô, planeta Terra chamando, planeta Terra chamando, essa é mais uma edição do diário de Bordo de Lucas Silva e Silva, falando diretamente do Mundo da Lua onde tudo é possível”. A partir desse instante, uma espécie de neve encobria a tela fazendo com que a realidade e a ficção se misturassem.

Em 1992, o primeiro *Bom dia e cia* estreou nas manhãs do SBT, comandado por Eliana. O programa fugia do formato da maioria dos programas infantis, apesar de ter também uma apresentadora loira no comandando. A atração não tinha plateia e investia em um conteúdo educativo mais acentuado. Eliana interagiu com um computador chamado *Flitz*, que falava sobre ecologia, reciclagem e outros temas educativos. Com o passar dos anos o programa foi se modificando ganhando novos personagens como o boneco *Melocoton*, que acompanhou o programa por muitos anos. A apresentadora também tinha um quadro onde fazia artesanato e experiências. Em outro quadro recebia artistas para conversar enquanto tomavam café da manhã. Posteriormente o programa foi rebatizado de *Eliana e Cia*, mantendo o mesmo formato. Em 1998, Eliana foi transferida para a Rede Record assumindo o programa *Eliana e Alegria*. No lugar de Eliana no SBT assumiu outra loira: Jackeline Petkovik, permanecendo a mesma estrutura do matinal, com novos personagens como Ramon o peixe falante, os pássaros amigos da animadora *Piu e Pia*, entre outros. Nessa fase o programa misturava desenhos antigos com os atuais como: *Pica-pau*, *ThunderCats*, *Tutubarão*, *Cavalo de Fogo*, com desenhos novos como: *Liga da Justiça*, *X-man Evolution*, *Os Cãezinhos do Canil*, *Hércules*, *Du Dudu & Edu*, *As Meninas Super-Poderosas*, *Coragem o Cão Covarde*, *Mike Lu & Og*, entre outros.

Também em 1992, a Rede Globo estreava o *TV Colosso*, um programa ambientado em uma emissora de televisão comandada por cachorros com todas funções inerentes a esse meio de comunicação como *Priscila* a produtora uma cachorra da raça sheep-dog, e um buldogue operador de VT, além de *Walter* que era o âncora do jornal, uma cadela que era a moça do tempo, o diretor da TV, e o *Capachão* seu assistente bajulador. Os quadros do infantil eram: o Jornal Colosso uma espécie de Jornal Nacional, o Clip Cão imitando a MTV canal de

música norte-americano, as olimpíadas de cachorro e a novela Pedigree. Os cachorros eram bonecos que foram manipulados, manualmente ou eletronicamente, ou por outros atores vestindo fantasias. No total o *TV Colosso* era composto por 28 fantoches. O programa entrou no ar com a tarefa de substituir o programa apresentado por Xuxa Meneghel, o *Xou da Xuxa*, sucesso em audiência e faturamento. A atração ia ao ar de segunda a sexta-feira as 8h.

O projeto do infantil foi idealizado por Luiz Ferre e Roberto Dornelles do grupo gaúcho de bonecos “cem modos”. Com a participação dos redatores Valério Campos e Toninho Neves que já trabalhavam com a companhia. Do projeto também participavam o cartunista Laerte, Angeli, Galuco, Luiz Ge e Fernando Gonzalez. O final do infantil foi no ano de 1997, com um saldo positivo, um filme, dois discos pela Som Livre, shows, peça de teatro e o licenciamento de mais de 120 produtos.

A Turma do Agente G foi o programa escolhido pela Rede Record para reativar o núcleo infantil da emissora. Gerson de Abreu saiu de sua antiga emissora, a TV Cultura, depois de participar de grandes sucessos como *Bambalão* e *X-tudo*, levando boa parte de sua equipe para implementar o programa que foi criado pelo próprio ator. O programa contava a história de um gordo e guloso, agente secreto interpretado por Gerson de Abreu. Ele fazia parte de uma organização do bem chamada GELO (Grupo Especial pela Lei e a Ordem). Essa organização ainda tinha outros membros o mestre *Iodo* e sua equipe que tinham como rivais uma organização do Mal intitulada COISA (Central Odiosa de Inimigos Safados e Abomináveis) com vilões que tinham uma veia cômica bastante acentuada como: *Nefasto* e *Sinistro*, que tinham como objetivo acabar com o grupo encabeçado pelo *Agente G*. O final das histórias sempre tinha uma lição de moral, deixando claro o cunho educacional da atração. Em 1997, em virtude do trabalho bem-sucedido do Gerson em sua antiga emissora, e principalmente pelo sucesso do *Agente G*, ganhou o prêmio de melhor programa infantil pela APCA (Associação Paulista dos Críticos de Arte).

O *Disney Club* começou a ser exibido, em 1997, no SBT e em pouco tempo fez sucesso entre as crianças e pré-adolescentes da época, principalmente por dar voz a esse público e denunciar supostas injustiças em que passavam por causa dos adultos. Inicialmente o grupo era formado por 3 integrantes: os irmãos *Juca* Diego Ramiro o líder da equipe, *Guelé* Leonardo Monteiro e *Macarrão* Caique Benigno. Eles faziam suas transmissões piratas do sótão abandonado da casa da vizinha, como os pais de *Juca* e *Guelé* ficavam fora da casa o tempo todo, o local ficava liberado para aventuras fora do Comitê Revolucionário Ultrajovem. O elenco do programa sofreu alterações ao longo dos anos com a saída de *Macarrão* e a entrada de mulheres no grupo, que fazia oposição aos dois homens do grupo defendendo os direitos dos

ultrajovens do sexo feminino. Em 2001, o programa sofreu importantes mudanças principalmente por investir em histórias fora da sede da equipe, ganhando ares de novela.

O programa era exibido em várias partes do mundo sendo produzido pela Disney, e era exibido aqui no Brasil de segunda a sexta no horário de 18 até 19 horas. O principal ingrediente do infantil era as cartas que eram enviadas pelos telespectadores, a partir daí as histórias eram contadas baseadas nas palavras escritas. As crianças tinham uma identificação com os desenhos exibidos por quase toda a atração, entre os mais populares da Disney despontam: *Os Super Patos*, *Doug*, *Pateta e Max*, entre outros. *Disney Crub* de acordo com o Ibope era mais visto por crianças de 2 a 14 anos, e chegou a ganhar o reconhecimento da APCA de melhor programa infantil de 1997.



Foto 12: Programa *Disney Club* (Site SBTpedia)

No mesmo ano o SBT estreou a novela infanto-juvenil *Chiquititas*, uma adaptação feita da novela com mesmo nome exibida pelo canal argentino Te Le Fe. A história se passava no orfanato Raio de Luz, onde *Carolina* interpretada pela atriz Flávia Monteiro, dirigia o orfanato como se fosse uma mãe, e fazia de tudo para proteger as crianças contra as perversidades de personagens como *Ernestina* e *Carmen*. A novela se caracterizava pela exibição de clips temáticos ilustrando a história de cada uma das personagens ou de situações vivenciadas por elas. Na cozinha, por exemplo, foi produzido um clip em que o personagem *Chico* Gêssio Amadeu, cozinhava enquanto as crianças cantarolavam em sua volta. A novela

foi um verdadeiro sucesso em terras brasileiras com o lançamento de bonecas, revistas, álbuns de figurinha e peças teatrais. Em *Chiquititas*, existia um grupo de crianças protagonistas interpretando os personagens: *Pata, Mili, Mosca, Tati* entre outras. A novela foi uma das maiores em termos de capítulos, finalizando sua história com 700, superando a novela *Redenção*, a mais longa até então, emplacando diversos sucessos como: *Remexe, Berlinda, Mentirinhas* e *Coração com buraquinhos*. O último capítulo foi ao ar no ano de 2001 depois do desgaste de várias temporadas.

Nessa década o SBT continuou a investir em produções mexicanas, uma forte tendência que começou a despontar na década passada. São diversos títulos que mobilizaram o país atraindo audiência e faturamento como *Os Ricos também choram*, mas as novelas protagonizadas pela atriz mexicana Thalía foram as que mais repercutiram.

A invasão mexicana no Brasil começaria mesmo com a trilogia *Maria do Bairro, Maria Mercedes, e Marimar*, novelas que caíram no gosto popular e conquistaram de 12 e 24 pontos no Ibope, índice difícil de alcançar dada a hegemonia da TV Globo. (COSTA, 2000, p.79)

No final dessa mesma década a Rede Globo de televisão contratou grandes nomes da concorrência para o setor de entretenimento, com o objetivo de renovar seu elenco, já que nomes como Xuxa Meneghel e Fausto Silva, não traziam mais audiência como antigamente. Na ocasião foram contratados Serginho Groisman, e Jô Soares do SBT, Luciano Huck da Rede Bandeirantes, Ana Maria Braga da Record, e Casé Peçanha da MTV. Tal movimentação tinha como objetivo “frear” o crescimento das emissoras concorrentes, já que tais profissionais garantiam em seus respectivos horários, grande faturamento e audiência além de renovar seu elenco. Diante desse pacote de contratações a Globo assume a incapacidade de formar novos apresentadores para a linha de shows, já que historicamente sempre se dedicou ao esporte e teledramaturgia.³

2.5 A INVASÃO DOS REALITYS SHOWS

A década de 2000 pode ser caracterizada pela popularização de um gênero desconhecido por grande parte da população brasileira que assiste televisão, os realitys shows. O primeiro grande sucesso da década foi o programa *No limite* inspirado no sucesso Norte

³ <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq12089906.htm>

Americano *Survivor*. O reality comandado pelo jornalista Zeca Camargo tinha como dinâmica isolar um grupo de 12 pessoas em locais selvagens no Brasil, ao longo da competição os jogadores eram submetidos a vários desafios, um deles era comer alimentos considerados exóticos como cérebro de boi, e olhos de cabra.



Foto 13: *Programa No Limite* (Site TV história)

Outro reality show repercutiram na década tirando pontos nos domingos da Rede Globo. A *Casa dos Artistas* no SBT consistia em confinar 12 artistas em uma casa localizada em São Paulo, aguçando a curiosidade do público em ver celebridades em momentos íntimos. O formato do programa foi usado pela emissora de Silvio Santos indevidamente, já que a Globo comprou os direitos de exibição da produtora holandesa Endemol. A emissora foi condenada a pagar 200 mil reais a cada dia que o programa fosse exibido sem autorização, além de encerrar a exibição. Tal impedimento foi curto, o programa voltou a ser transmitido marcando audiência recorde no último dia de exibição contra a Revista Eletrônica *Fantástico* da Globo, dando o prêmio a atriz Barbara Paz. O programa foi exibido em outras temporadas, porém sem o mesmo sucesso da primeira edição.



Imagem 14: Programa Casa dos Artistas (Site SBT)

Detentora do formato original, a Rede Globo estreou o *Big Brother Brasil* em janeiro de 2002, mesmo diante da possibilidade de não ter o mesmo sucesso, o que não aconteceu em virtude da criatividade da equipe comandada por Boninho, principalmente na escolha de participantes anônimos com características diferentes, capazes de trazer audiência e repercussão. A cada temporada a atração conta com uma edição cada vez mais aguçada em capturar momentos inusitados. O programa atualmente está em sua décima sétima edição, com a décima oitava garantida em virtude do alto faturamento que o reality show proporciona.



Imagem 15: Programa *Big Brother Brasil* (Site Diário Gaúcho)

A década de 2000 também pode ser caracterizada pela forte concorrência entre Rede Globo e Rede Record. O forte investimento da Record em departamentos como o jornalismo, entretenimento e teledramaturgia com o slogan “ A caminho da liderança” deixaram o SBT vice-líder por anos, em terceiro lugar. Em 2005, a emissora comprou os estúdios do humorista

Renato Aragão⁴ com a intenção de aumentar sua produção de telenovelas e abrir mais uma faixa horária de exibição. O resultado de tamanho investimento poderia ser notado na novela *Prova de amor* de Tiago Santiago, que chegou a assumir o primeiro lugar quando era exibida, no mesmo horário que a novela *Bang Bang* da Rede Globo.



Imagem 16: Novela *Prova de Amor* (Record TV)

O SBT passava por uma de suas principais crises de audiência, agravada pela crise das empresas do grupo Silvio Santos com a falência do banco Panamericano e do carnê Baú da Felicidade. A grade da emissora vivia em constante mudança, o seriado *Chaves* era escalado constantemente para substituir atrações que não estavam indo bem.

A rede Bandeirantes não apresentou grandes mudanças em sua grade. Mas duas foram significativas: a estreia da novela infanto-juvenil *Floribela* que foi exibida em 2005 e 2006, uma adaptação da telenovela argentina intitulada *Floricienta* escrita por Cris Morena; e o humorístico *CQC* (Custe o Que Custar) formato argentino que fez muito sucesso no Brasil, principalmente por oferecer bom humor a pautas jornalísticas, além de cobrar atitudes e confrontar políticos em Brasília. A maioria do elenco era composto por humoristas oriundos do *Stund Up comedy*, forma de fazer humor pouco conhecida no Brasil como: Rafinha Bastos e Danilo Gentili.

O conteúdo infantil começou a perder força na televisão aberta. A primeira emissora a deixar o conteúdo com essa temática e investir em jornalismo e entretenimento foi a Rede

⁴ <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq12089906.htm>

Record, com o fim do *Eliana e Alegria* e o *Eliana na Fábrica Maluca* com a transferência do programa *Note e Anote* para as manhãs, e a estreia da Revista Eletrônica Hoje em dia

O SBT continua com o seu *Bom dia e Cia*, investindo em desenhos em todo o período da manhã, com a saída de Jaqueline, crianças passam a assumir o comando do programa, investindo na interatividade. Os telespectadores podiam ligar e brincar com os vários jogos com a intenção de ganhar prêmios girando uma roleta; o mais popular e disputado entre todos eles eram o *Play Station*, um dos vídeos games mais cobiçados na década.

O pânico na TV estreia na Rede TV, inovando a forma de fazer humor na televisão brasileira. Depois de 9 anos fazendo o *Pânico* na Rádio Jovem Pam a equipe comandada por Emílio Surita contava com Sabrina Sato, Vesgo, Ceará, Carioca, Mendigo, entre outros. O humorístico tinha como principal diferencial o humor desprezioso. Essa atração de baixo orçamento que radicalizou todas as formas de fazer humor, sendo prontamente odiada por uns e amada por outros (BRAUNE; RIXA, 2007 p. 234).



Imagem 17: Programa *Pânico na TV* (Site da Veja)

A Rede Globo começou a dar os primeiros sinais de que deixaria sua programação infantil aos poucos com a transferência do programa de variedade *Mais Você* apresentado por Ana Maria Braga para as manhãs.

Em 2000 estreia o programa infantil *Bambuluá*, protagonizado por Angélica, a atração trazia uma novelinha diária que era exibida em capítulos curtos. Dentro da obra dramaturgica funcionava uma emissora fictícia chamada *TV Globinho*, que posteriormente se desfragmentou do programa *Bambuluá* e passou a ser independente nas manhãs da Globo

exibindo desenhos, o programa era apresentado por crianças ou adolescentes recém-saídos da novela *Malhação*.

O *Sítio do Pica Pau Amarelo* ganha uma nova versão em 2001, com os mesmos personagens criados por Monteiro Lobato, porém transferindo a obra para a contemporaneidade, com o advento da tecnologia e o uso da internet.

2.6 DAS NOVELAS INFATIS AS NOVELAS BIBLÍCAS

A década de 2010 pode ser considerada um marco para o Sistema Brasileiro de Televisão, principalmente no quesito teledramaturgia. Depois de tentativas de resgatar a audiência perdida na década passada, o SBT conseguiu adaptar a novela *Carrossel* grande sucesso da emissora na década de 80, produzida pela Televisa. Dessa vez Cirilo, Maria Joaquina e outros personagens clássicos da trama foram adaptados para os dias atuais sobre a responsabilidade de Isis Abravanel. A identificação do público foi instantânea, fazendo com que a audiência do canal aumentasse consideravelmente nas faixas que sucediam a trama infantil, criando assim um nicho pouco explorado pelas emissoras de televisão no horário nobre na televisão, trazendo faturamento com os produtos licenciados. Após o sucesso, a emissora investiu em outras novelas do mesmo segmento como *Chiquititas*, *Cúmplices de um Resgate* e *Carinha de Anjo*. Além das novelas, os palhaços *Patati Patatá* começam a apresentar o *Carrossel Animado* nas manhãs da emissora, evidenciando a tradição da estação em exibir conteúdo para as crianças.



Imagem 18: Novela *Carrocel* (Uol, Notícias da TV)

A teledramaturgia da Globo não apresentou grandes sucessos capazes de parar o país, exceto a novela *Avenida Brasil* que foi um verdadeiro fenômeno em termos de repercussão. No jornalismo, a informalidade tomou conta dos noticiários para aproximar mais o público das informações, a bancada foi deixada para trás, fazendo com que os apresentadores se deslocassem pelo cenário. Durante as primeiras horas da manhã a emissora sofria forte concorrência de telejornais de outras emissoras como a reprise do *Jornal do SBT*, perdendo audiência em alguns dias da semana, isso fez com que a Globo criasse o *Hora 1 da notícia*, exibido às 5 horas da manhã,

Nessa década temos decretada o fim definitivo da programação infantil na emissora. Com a chegada do programa voltado a saúde, *Bem Estar*, em 2011, com pautas voltadas para a prestação de serviço exibido logo depois do *Mais você* de Ana Maria Braga, substituindo *TV Xuxa* e *Sítio do Pica Pau Amarelo*. No ano seguinte, a apresentadora Fátima Bernardes do *Jornal Nacional* deixaria a bancada do principal telejornal da empresa, para assumir o *Encontro*, programa de variedades fazendo com que toda a grade matutina fosse ocupada por programas de jornalismo, variedades e entretenimento.

A Record, depois de inúmeros fracassos em suas novelas, começou a investir em produções dramatúrgicas voltadas para o lado religioso como: *A história de Ester*, *José do Egito*, *Sansão e Dalila*, *Os Milagres de Jesus*, encerrando no seu mais recente sucesso *Os Dez mandamentos*.



Imagem 19: Novela *Os Dez Mandamentos* (Site R7 entretenimento)

Na área do Jornalismo o grande destaque é o jornalismo policial que volta a ter sucesso no comando do jornalista Marcelo Resende, o *Cidade Alerta*. Fugindo de tudo o que se tratava de jornalismo policial na TV, o apresentador mesclava humor com pautas típicas de um jornal policial, eternizando bordões como: “Corta para mim” ou “dá trabalho para fazer minha filha”. Os repórteres ganharam apelidos especiais quando eram chamados pelo apresentador, jornalista Luis Bacci recebeu o nome de Menino de Ouro e a jornalista Fabiola Gadelha recebeu o nome de Rabo de Arraia. A atração comandada por Resende ainda investia em um pacote gráfico inserindo elementos como um cachorro policial, um helicóptero e uma viatura.

Essa década marcou o surgimento de realitys shows culinários, em todas as emissoras. A Band com *Master Chef*, o SBT com o *B.B.Q- Brasil churrasco na brasa*, *Bake off Brasil* com a temática voltada para os doces, e o *Hell's Kitchen* cozinha sob pressão. Na Record, o cozinheiro internacional Buddy Velasco apresenta o programa *Batalha dos confeitores*. A rede Globo, foi a primeira a apostar nesse formato, em um quadro no programa de Ana Maria Braga *Mais você*, intitulado *Super Chef*.

3. A EFERVESCÊNCIA DOS PROGRAMAS INFANTIS DE AUDITÓRIO

A década de 1980 foi o período em que os programas de auditório destinados para crianças tiveram grande popularidade no Brasil. A maioria das emissoras tinham atração voltada para esse público. Programas produzidos quase em escala industrial, como se fossem uma fórmula certa para adquirir audiência e faturamento. Trata-se de uma engrenagem comercial em movimento, com fórmulas e efeitos previsíveis. (SODRÉ; PAIVA, 2004, p. 143). Essa forma de se conceber um programa de auditório para as crianças se assemelhava ao modo de produção “fordista”, em outras palavras, um modo de produção feito em série e de forma homogênea, alinhado às ações de marketing que ajudou na acumulação de capital de grandes emissoras como SBT, Rede Globo e Manchete (SODRÉ; PAIVA, 2004, p. 105).

Seguindo o sucesso da apresentadora Xuxa Meneguel, com o *Xou da Xuxa*, diversas emissoras resolveram investir nesse formato seguindo a proposta que a Rede Globo “inventou”, misturando o lado fantasioso em um palco, com entrada triunfal da apresentadora e elementos

que povoam o universo infantil. Uma fórmula pronta com um modelo que foi seguido pela maioria das emissoras, cada uma com ajustes diferentes entre si, para garantir acima de tudo faturamento.

A cultura da mídia é industrial; organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com os tipos (gêneros), segundo fórmulas, códigos e normas convencionais. É, portanto, uma forma de cultura comercial, e seus produtos são mercadorias que tentam atrair o lucro privado por empresas gigantescas que estão interessadas na acumulação de capital. (KELLNER, 2001, p. 9)

A transformação de cultura em mercadoria, segundo Kellner (2001), fazem com que os executivos criem atrações que sejam populares e que vendam, ou seja, o objetivo é criar um denominador comum que tenha aceitação quase que total de telespectadores com intuito de atrair o máximo de investimento possível. Prática essa, não somente para os programas infantis, mas para toda a programação da TV aberta, que visa o lucro como qualquer outra empresa.

A atmosfera desse tipo de programa transportava as crianças para um mundo lúdico com parquinhos, cenários coloridos, personagens imaginários e acima de tudo a participação do público em cada brincadeira proposta pelos apresentadores. Programas de auditório são caracterizados justamente por isso, a participação do público em tudo o que é proposto dentro do cenário de determinado programa, sem o público, logicamente, não haveria a possibilidade de se conceber uma atração desse gênero. Os programas de auditório voltados para o público infantil, eram constituídos, inicialmente, por crianças em suas laterais e na parte da frente pelos profissionais que eram responsáveis por colocar a atração no ar, como câmeras-man, diretores, produtores, entre outros. Com o passar do tempo, a área destinada para a equipe começou a ser constituída pelos adultos ou pais dessas crianças, como é o caso do *Show do Malandro* e *Xou da Xuxa*.



Imagem 20: Plateia adulta do *Xou da Xuxa* (Print do Youtube Década X)

A presença dessa faixa de público evidenciava o fascínio que esses apresentadores também causavam em outros espectadores como se diante de toda a fantasia preparada para seus filhos fosse também uma forma de reviver uma época passada.

Confeccionando cartazes, interagindo com o apresentador ou vibrando quando seu filho ou filha ganhava alguma prova, são formas de interação.

O programa de auditório permite explorar os diversos formatos com as mais diferentes atrações. Ele é mutável e cabe desde um número circense até a apresentação de atração musical. (OLIVEIRA; SILVA, 2016).

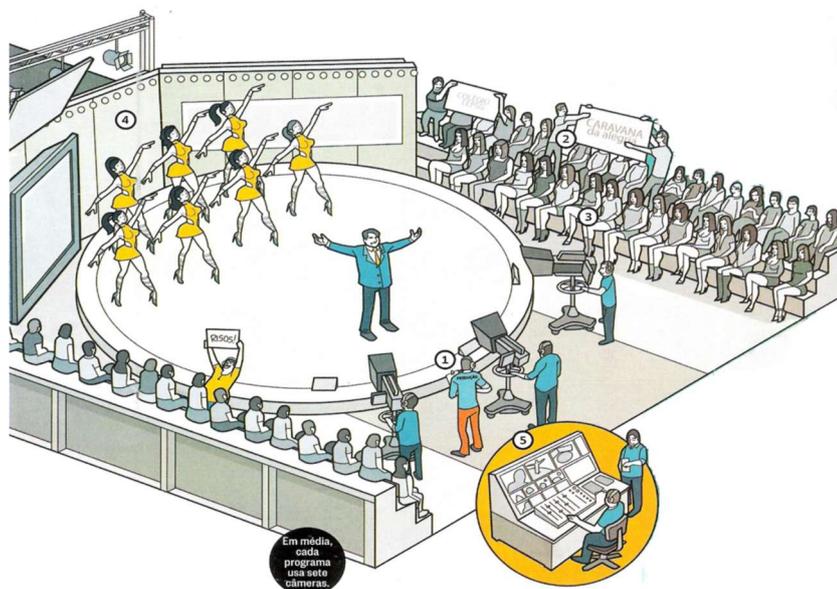


Imagem 21: Cenário (Revista Super Interessante 2003)

A Figura representa a estrutura física do programa de auditório. No centro se encontra o palco, onde todos os convidados são recebidos. Na frente ou em volta do palco fica o local da plateia. Nas paredes ao fundo, pode haver telões, onde são exibidas a marca do programa e reportagens, e ao lado, o local de dança das bailarinas. À frente do palco ficam as câmeras e parte da equipe técnica. Alguns programas possuem uma banda musical, uma tribuna para o apresentador e uma bancada para jurados. A maioria dos programas do gênero são realizados em estúdio. Arcos, círculos, triângulos e quadrados são algumas das formas que ornamentam os cenários do espetáculo. Na transmissão, as imagens dos enquadramentos destacam todas as áreas tridimensionais representadas, desde a plateia até o fundo do palco. (OLIVEIRA; SILVA, 2016, p. 6)

O auditório serve como termômetro para o apresentador ou para quem está nos bastidores. É através da resposta de quem está assistindo ao programa, no caso as crianças, que é possível diagnosticar se determinada atração está funcionando ou não. As crianças não são elementos apenas ilustrativos, mas também participativos.

Em algumas emissoras de televisão, a plateia não é um espaço apenas para aplaudir, vaiar e participar de alguns quadros, mas também de auxílio à formação e criação. As emissoras recorrem às caravanas, sejam de cidades, bairros ou escolas para preencher os espaços do auditório que compõem o cenário. Na criação, colaboram com o apresentador no decorrer das atividades ligadas aos quadros, seja perguntas aos entrevistados, ou servindo como voluntariado para alguma prova. (OLIVEIRA; SILVA, 2016, p. 7.)

Os assistentes de palco tinham um papel importante no funcionamento dessas atrações. São esses profissionais que eram incumbidos de cuidar das crianças no palco, controlando para que nenhuma delas atrapalhasse as brincadeiras ou se acidentasse. Essa função poderia ser incumbida a belas moças como as *Paquitas* e *Angelicats* ou personagens como o Chiquinho do infantil *Eliana e Alegria*, ou Dengue e Praga, ambos do *Xou da Xuxa*.

O programa de auditório faz parte da história da televisão brasileira. São inúmeros os apresentadores que popularizaram esse gênero no Brasil, como Silvio Santos, Hebe Camargo, Chacrinha, Flávio Cavalcanti, Raul Gil, entre outros. Elementos como figurino, domínio de palco, fazem com que o público tenha uma identificação maior com os apresentadores, prova maior dessa troca entre público e animador é que geralmente os programas ganham o nome de quem os conduz. (OLIVEIRA; SILVA, 2016).

Além de criar uma identificação das crianças que estão assistindo os programas em suas respectivas casas com as crianças que estão na plateia, os programas de auditório são

importantes quando o assunto é ações de *merchandising*⁵, que geralmente são inseridas durante as realizações das brincadeiras. Ao realizar os jogos no palco, as crianças que participam ganhavam brinquedos ou alimentos das empresas patrocinadoras, fazendo com que o telespectador tenha o interesse em adquirir o produto, aumentando os lucros das empresas interessadas e para a emissora.

De acordo com Magalhães (2010), os programas infantis seguem uma estrutura fixa há mais de quarenta anos: mescla desenhos, jogos, apresentações musicais, ações de merchandising e leitura de cartas dos telespectadores mirins. A exemplo das atrações: *Pim-Pam-Pum*, o *Záz-Trás* e *Sessão Zig Zag* e seus seguidores

3.1- BABÁS ELETRÔNICAS

A expressão babás eletrônicas foi criada pelo escritor Stanilaw Ponte Preta, que tinha o pseudônimo de Sérgio Porto, em suas crônicas televisivas. Ele afirmava que a televisão exercia função hipnótica sobre as crianças, capaz de dar minutos de descanso aos pais. (BRAUNE; RIXA 2007).

As babás que o título dessa seção se refere em especial são as apresentadoras infantis que reinaram na década de 1980, cada uma com sua característica e seu modo peculiar de apresentar seus respectivos programas. Elas se caracterizavam por ser mulheres bonitas, charmosas, com total desenvoltura em frente às câmeras. A delicadeza e ao mesmo tempo inocência ao falar, ou se expressar com palavras infantis, demonstravam certo erotismo ao se dirigir ao público. As vestimentas, na maioria das vezes, incentivava isso com saias curtas, shorts, vestidos, botas cano alto com parte das pernas a mostra. A maneira sensual de apresentar programas veio desde Virgínia Lane, em 1955, que apresentava seus programas com orelhas de coelho e pernas de fora, brincando e entretendo as crianças na TV Tupi. No mesmo ano, Gladys estreou na TV Tupi o *Gladys e seus Bichinhos*, com personagens como a formiga Gida, e o sapo Godofredo. O infantil passou por várias emissoras, durando 10 anos, iniciando uma safra de apresentadoras loiras na televisão. Uma das apresentadoras que pode ser considerada, de forma indireta, como propulsora desse nicho de loiras é Hebe Camargo que possuía jeito autêntico,

⁵ Merchandising é uma expressão em inglês que remete a promoção de algum produto, expondo-o para potenciais consumidores. O merchandising feito em programas infantis por exemplo, pertence a linha editorial, ou seja, feito de forma sutil ou de maneira subliminar, para que o espectador fique familiarizado com o produto de uma maneira menos brusca, como em provas patrocinadas por grandes marcas

bem-humorado e espontâneo. Grande parte das comunicadoras infantis sonhavam em ser como a comunicadora, falecida em 2012.

Não é de se estranhar que a velha fórmula dos programas de auditório – naturalmente atualizada por décadas de pornochanchadas, pornografia visível no espaço público e banalização generalizada do sexo e também pelas novas e virulentas formas de religiosidade – se mantenha, com o fito de se ampliar a audiência. Dela também não se ausenta marca feminina: permanece Hebe Camargo, a encenação da “mãe postiça” ou “madrinha”, analisada nos anos 70 por Miceli, mas acrescentou-se toda uma árvore genealógica de apresentadoras louras de programas infantis. (SODRÉ; PAIVA, 2004, p. 142)

O modelo de apresentadora infantil, com vestimentas sensuais, um modo íntimo de falar segue uma quarta geração. Segundo Magalhães (2010), a primeira correspondia ao picadeiro e os palhaços; a segunda com a figura da tia como apresentadora; e a terceira de crianças comandando os programas infantis.

3.1.1 VOU DE TÁXI

Angélica é um dos principais nomes do segmento programas infantis de auditório, começou sua carreira em um concurso no programa *Cassino do Chacrinha* na Rede Bandeirantes de televisão como a criança mais bonita do Brasil, depois de trabalhar como modelo ganhou a oportunidade de apresentar o *Clube da Criança*, quando Xuxa se transferiu para Rede Globo. Sua marca registrada era a pinta na perna esquerda e seu maior sucesso como cantora foi a música Vou de taxi, uma adaptação da música “*Joe le taxi*” gravada pela francesa, de 14 anos, Vanessa Paradis. Antes, Angélica já tinha substituído Simony com o programa *Nave da Fantasia* na rede Manchete quando a artista se transferiu para o SBT.

Ao assumir o programa, foram feitas modificações e mudanças de cenário com a finalidade de aumentar a competitividade do produto em relação aos seus concorrentes. O espaço do programa passou a ter ares futurísticos com mais iluminação como se fosse uma cidade moderna, uma clara alusão ao *Xou da Xuxa* que contava com uma estrutura mais

moderna. A sua marca registrada passou a ser um “A” alado em uma analogia ao significado do nome que significa puro como um anjo ou que se assemelha aos anjos, além da inserção de assistentes de palcos, as *Angelicats*. Ao se despedir do *Clube da Criança* diariamente, Angélica se dirigia a câmera e dizia “*Bye que bye, bye bye!*”.

O programa se estendeu pela programação nas tardes da Manchete por 15 anos. O que mais caracterizava o infantil além do auditório e as brincadeiras era o espaço concedido a seriados e desenhos japoneses como: *Jaspion*, *Changeman*, *Lion Men*, *Super Campeões*, e *Cavaleiros do Zodíaco*. Pelo infantil já passaram diversas apresentadoras cada um com seu estilo próprio, entre elas: Mylla Christie (1993), Patrícia Nogueira ou apenas Pat Beijo e a criança Débora Lagranha ou Debby.

Em 1993, depois de inúmeras tentativas de contratar Angélica, Silvio Santos conseguiu trazer a profissional para compor o elenco do SBT, apresentando a *Casa da Angélica*. O programa era ambientado em uma espécie de casa, com biblioteca, plantas, entre outros elementos, com cores mais claras misturava as cores da bandeira quadriculada que simboliza a chegada em corridas de Fórmula 1 e a cor amarela, fazendo referência as cores do taxi e a letra “A” alado símbolo da apresentadora. A grande característica da atração era trazer à tona o lado atriz da comunicadora, pouco explorado na emissora anterior, com paródias de programas que faziam sucesso no momento como *Anjôlica* satirizando o programa Jô Soares 11:30, exibido na mesma emissora, ou as novelas mexicanas com a trama “*Tempestade de Lágrimas*”, além de entrevistas no palco com personalidades e cantores. Naquela época, Angélica já traçava uma espécie de transição de carreira, migrando do público infantil para o infanto-juvenil, investindo em variedades e comédia. No SBT, Angélica ainda apresentou os programas *Passa ou Repassa* e *TV Animal* com direcionamento no público infanto-juvenil.

Em 1996, se transfere para a Rede Globo para apresentar o *Angel Mix*, o nome sugere uma mistura de vários quadros e temáticas dentro da atração, com a presença da teledramaturgia com a novelinha *Caça Talentos*⁶, que tinha como protagonista a fada Bela interpretada por Angélica, que desde o SBT mostrava desenvoltura com a função de atriz. O programa tinha a missão de substituir o infantil *Tv Colosso*, com isso a emissora voltaria a apostar em programas infantis de auditório depois de um hiato de três anos, seria o último

⁶ Caça talentos foi uma novela infantil transmitida dentro do programa Angel Mix. Conta a história de uma garota chamada Bela, que sofreu um acidente onde seus pais morreram. Ela foi achada por duas fadas que tiveram a tarefa de cria-la em um mundo mágico. Com o passar dos anos, Bela descobriu sua origem e voltou para o mundo real onde trabalhou na agência que descobria novos talentos para decidir seu futuro: continuar sendo um ser mágico ou viver no mundo real para sempre, já que se beijasse um humano perderia seus poderes. A novela contava com o elenco: Cláudia Rodrigues, Eduardo Galvão, Helena Fagundes, Ana Furtado, Tony Tornado, entre outros.

programa infantil com plateia, porque depois a loira entraria em um novo projeto, o programa infantil, com formato de novela chamado *Bambuluá*. Nesse novo programa, Angélica contava com elementos tecnológicos como o computador “Pc do Bem” que ficava localizado no meio do palco. Seguindo os primeiros passo da Internet no país, Angélica usava o personagem para apresentar temas de educação e conversar com os telespectadores com o quadro “Internautas” através do e-mail *angelica@redeglobo.com.br* e um robô chamado Robobão que interagia com Angélica durante o programa. A inserção de tais elementos tecnológicos é uma tentativa de seguir os passos de outro programa que não contava com plateia e apresentava um ritmo mais intimista o *Bom dia e Cia*, que na época, fazia sucesso com a apresentadora Eliana, no programa exibido pelo SBT, a apresentadora contava com o computador chamado Flitz.

Tais programas sofrem discretas, mas constantes, modificações, resultado da concorrência no segmento, como o próprio Castelo e *Cocoricó*, e projetos como o *Bom dia e Cia* no SBT, comandado pela apresentadora Eliana ¹. Essas modificações não alteram significativamente a estrutura do programa, mas geram características dos concorrentes de maneira explícita, como a adoção de um tema central (não necessariamente de valor social), segmentação do público (Mais infantil no início da manhã, sem auditório e falando de temas como “direitos das crianças”, “amadurecimento” até um auditório formado por pré-adolescentes e adolescentes)quadros com pretensões mais “educativas”(Angélica atuando como “professora” em uma sala de aula, ou o quadro “*garrafinha*” em que bonecos conversam sobre dúvidas comuns das crianças. (MAGALHAES, 2007, p. 93)

O infantil era apresentado de segunda a sexta, tinha duas arquivancadas, a presença de cores era menos acentuada na cenografia, havia uma predominância da cor prateada e do branco. Com o intuito de remeter à modernidade, as cores mais fortes ficavam por conta das camisas usadas pela plateia infantil que assistia o programa no Teatro Fênix no Rio de Janeiro. O programa era caracterizado por provas dinâmicas com elementos mais radicais, além de apresentações musicais, entrevistas e desenhos animados como: *O ônibus mágico*, *X-men*, *O máskara* e seriados norte-americanos como *Teletubbies* e *Power Rangers*. A apresentadora seguia a tendência de amadurecimento do seu público, direcionando parte do conteúdo para o público infanto-juvenil. De acordo com Magalhaes (2007), o linguajar de Angélica, ao conduzir a atração, sempre era cheio de animação. Com o ritmo alucinante do programa, juntamente com a trilha sonora e em uma linguagem mais direta como se a intenção fosse olhar diretamente no olhar da criança como “Bom dia” prolongado para despertar as crianças e palavras repetidas de forma sistemática como: “praia”, “legal”, “festa” e “você”.

Com o passar dos anos, a concorrência nas manhãs do final da década de 1990 aumentava consideravelmente direcionando a equipe do *Angel Mix* em busca de novos formatos

para o programa como uma temporada com a temática praia, ou com a temática games, ambientado em uma espécie de quadra de basquete e por último investindo em viagens pelo Brasil. Com o intuito de resgatar o sucesso da novela *Caça Talentos*, houve a tentativa de criar uma nova novela com o nome *Flora encantada*, novela infantil com noções de preservação ambiental, sem sucesso, tendo seu fim decretado em 2000, com a transferência do programa *Mais Você*, apresentado por Ana Maria Braga, para ocupar parte das manhãs da Globo.



Imagem 22: Cenário do programa *Casa da Angélica* SBT (Site ideias e dicas)



Imagem 23: Cenário do Programa *Casa da Angélica* SBT (SBT divulgação)



Imagem 24: Programa *Angel Mix*, Angélica e o personagem *Robobão* (Site [Ideias e dicas](#))

Imagem 25: Programa *Angel Mix* ambientado em uma quadra de basquete (Site [ideia e dicas](#))



dicas)

3.1.2- POLEGARES, POLEGARES, ONDE ESTÃO?

Eliana começou sua carreira como modelo fazendo inúmeras peças publicitárias, mas foi no grupo musical “A patotinha” que ela ganhou notoriedade ao se apresentar no programa *Qual é a música* apresentado por Silvio Santos, inclusive foi ele quem descobriu a paulista. Seu primeiro programa no SBT foi o *Festolândia* em 1991, programa ambientado em um reino encantado com castelo, personagens de histórias clássicas e elementos que remetiam ao mundo infantil. O programa contava com crianças no palco, andando e interagindo com os personagens e exibição de desenhos como: *Cavalo de Fogo* e *Pica-Pau*, a atração não fez o sucesso esperado e ficou apenas um ano no ar.

Depois de apresentar o programa *Sessão Desenho*, onde Eliana era focada apenas da cintura para cima, mostrando seu desempenho apenas com as mãos anunciando os desenhos. Não tendo o espaço que teve em seu antigo programa, Eliana conseguiu uma nova chance do apresentador Silvio Santos para apresentar o *Bom dia e Cia*, que em seguida passou a se chamar *Eliana e Cia*, foi nessa época que Eliana emplacou o sucesso “Os dedinhos”, se tornando a música que representa a carreira fonográfica da apresentadora.

Em 1998, Eliana se transfere para a Rede Record para apresentar o *Eliana e Alegria* o seu primeiro programa de auditório com grande repercussão. Inicialmente o programa apresentava a mesma estrutura do seu programa anterior. Entre as várias cenografias, a mais famosa imitava uma casa, com banheira, biblioteca e bancada onde a animadora fazia as experiências do dia. Foi na Record que Eliana adota como símbolo a letra “E” com o desenho de estrela na ponta nas cores vermelho e amarelo. O novo matinal de Eliana passa a contar com novos personagens lúdicos, entre eles destacam-se o *Nhoque*, monstrinho azul inspirado em *Melocoton*, e *Chiquinho*, o cinegrafista atrapalhado do programa. Os conteúdos educativos continuam presentes com noções de ecologia e com a experiência do dia. Com o passar do tempo, a atração adquiriu novo formato onde a plateia era formada por escolas. A mudança foi necessária para se adequar com programas do mesmo segmento como seu antigo infantil *Bom dia e Cia* que passou a ser comandado por Jaqkeline Petkovic ou apenas Jaque e o *Angel Mix*. A transição de conteúdo trazia importantes modificações como a presença do biólogo Sergio Rangel com curiosidades sobre o mundo animal e viagens de Eliana para diversos lugares do Brasil e do mundo, além da presença de artistas cantando no programa,

Nesse pacote de mudanças, a mais significativa foi a estreia do desenho japonês Pokémon. Foi através dele que o programa Eliana começou a ter maior visibilidade e fez com

que a Rede Globo adquirisse o desenho japonês *Digimon* para frear o crescimento da concorrente.

(...)Eliana & Alegria, da Record, havia conquistado o seu espaço quando era apresentado ao vivo pela apresentadora Eliana, que comandava games, recebia convidados e exibia o hit Pokémon, que registrava excelente audiência. Por conta desta “guerra de titãs”, a Globo, não raro, acabava amargando a terceira colocação no Ibope. Na verdade, Globo, SBT e Record se equiparavam muito nas manhãs nesta época, e a briga era de igual para igual.⁷

Em 1999, em virtude do sucesso do seu programa diário, Eliana ganha mais um programa de auditório, o *Eliana no Parque*, inspirado no programa *Domingo no Parque* apresentado por Silvio Santos. Nessa atração, exibida aos domingos, Eliana tinha possibilidade de direcionar a família. A atração era uma disputa entre dois colégios, ambientado com elementos de parque de diversão, uma grande roda gigante no centro do palco e palhaços davam o toque divertido ao cenário além de animar a plateia.

Em 2003, em busca de reformular a atração infantil, o programa *Eliana e Alegria* foi extinto dando lugar ao *Eliana na Fábrica Maluca*, sendo apresentado no fim das manhãs. O programa tinha a intenção de resgatar o conteúdo exclusivamente educativo do *Bom dia e Cia*. A atração se passava em uma espécie de fábrica, o cenário era composto pela cor vermelha e amarela e tinha uma porta giratória de onde Eliana começava o seu programa. A apresentadora visitava os setores da fábrica com esquetes de humor como “*Ana Maria Draga*” parodiando o programa de culinária apresentado por Ana Maria Braga e o “*Táxi do Zé*”, além de quadros educativos. A plateia de crianças continuava a ser convidada a participar de inúmeras brincadeiras no palco. O programa não repercutiu como o esperado e em virtude disso foi transferido para as tardes da Record, troca-se o público alvo e exclui-se os quadros de humor, agora o vespertino passaria a investir também no público infanto-juvenil com quadros de paquera, aventura, seriados como as *Patricinhas de Beverly Hills* e o quadro *Turma da paquera*.

O nome *Eliana na Fábrica Maluca* não fazia mais sentido porque o público adolescente passou a ser o foco principal e então no ano seguinte, Eliana apresenta um programa totalmente dedicado a eles tendo o seu nome como título e encerra a trajetória como apresentadora de programas infantis. Eliana foi uma das poucas apresentadoras do seguimento infantil que teve uma transição bem-sucedida saindo do público infantil para atingir o público

⁷ <https://observatoriodatelevisao.bol.uol.com.br/historia-da-tv/2017/07/ha-16-anos-globo-tentava-emplacar-series-de-manha-com-a-sessao-aventura>

de todas as faixas etárias, assumindo o *Tudo é Possível* ainda na Record e o programa *Eliana* exibido até hoje pelo SBT.



Imagem 26: Cenário *Eliana e Alegria* (Blog Eliana e Diego)



Imagem 27: Eliana e Chiquinho no programa *Eliana e Alegria* (Site notícias da TV)



Imagem 28: *Eliana no Parque* (Blog musa Eliana)



Imagem 29: *Eliana na Fábrica Maluca* (Blog UHTV)

3.1.3- UMA ÍNDIA NO MEIO DAS LOIRAS

A trajetória da baiana Eliemary Silva da Silveira ou Mara, começou na Bahia com apenas 10 anos de idade, quando apresentava *Parquinho - Um show de Criança* na TV Itapoã, depois foi chamada para apresentar o *Club do Mickey*, versão importada que fazia muito sucesso no exterior. O sucesso de Mara foi instantâneo e fez com que Silvio Santos a chamasse para fazer parte do *Show de Calouros*. Foi nesse momento que o adjetivo Maravilha passou a fazer parte de seu nome artístico. Em 1987, Mara Maravilha teve oportunidade na emissora e ganhou o programa *Show Maravilha*, um dos maiores sucessos destinados as crianças, o único produto que trazia elementos genuinamente brasileiros em um nicho formado predominante por loiras, principalmente pela cenografia que trazia um sol gigante no meio do palco, elementos da natureza e a apresentadora que possuía características indígenas como o cabelo preto e a franja marcada. A atração era exibida diariamente no período da tarde, Mara chegava de trem ou saía da boca do próprio sol, os desenhos animados estavam presentes como: *O Fantástico Mundo de Bobby*, *Cavalo de Fogo*, *Angel a Menina das Flores*, *Duck Tales*, *Punky - A Levada da Breca* e os *Ursinhos Carinhosos*. As brincadeiras com as crianças também faziam parte do *Show Maravilha*, característica principal dos programas de auditório da época. Assim como Angélica e Xuxa, contava com suas assistentes de palco, as Maravilhas, moças morenas com cabelos semelhantes aos de Mara Maravilha e os Marotos versão masculina. O programa fazia muito sucesso no período da tarde, mas com o fim do *Xou da Xuxa* exibido pela Rede Globo, o *Show Maravilha* foi transferido para as manhãs ganhando inúmeras vezes do programa *TV Colosso*. A apresentadora tinha como marca registrada dizer “eu te amooooo” ou “big beijo”.

A atração comandada por Mara Maravilha acabou em 1994, quando uma versão em espanhol do seu programa foi ao ar na Argentina, fazendo com que Mara deixasse de apresentar o *Show Maravilha*. Mara se converteu para a religião evangélica em 1996 ao mesmo tempo que começou a investir na carreira de cantora gospel.

Em uma tentativa de voltar a apresentar programas infantis, no mesmo ano, Mara estreava o *Mara Maravilha Show* aos sábados. Uma atração totalmente diferente do seu programa anterior, principalmente por deixar de lado a velha fórmula-brincadeiras, jogos infantis e música para investir em um conteúdo educativo, interpretando alguns personagens como professora, índia, entre outros. Outro ponto importante foi a utilização do chroma-key, um recurso que fazia Mara se transportar para várias partes do Brasil. No cenário elementos que remetiam ao conteúdo do programa como: globo terrestre, CD, livros, aquário e aquarela. Mais tarde, em 1997, a animadora ganhou um programa diário nas manhãs da Record, o *Mundo*

Maravilha, uma atração nos mesmos moldes do *Mara Maravilha Show*, porém com o acréscimo de brincadeiras e música, algo que Mara não usou no seu programa anterior, mas com poucas crianças no palco. Em ritmo mais intimista a apresentadora tinha diversos quadros: como o “Passo a passo” que ensinava as crianças a confeccionar brinquedos recicláveis e a presença dos palhaços *KetChup* e *Mostarda* que junto com Mara apresentavam o *Jornal Maravilha* com notícias relevantes para as crianças. A apresentadora chegou a apresentar o *Domingo Maravilha*, infantil com uma estrutura maior e plateia destinada as crianças também.



Imagem 30: Equipe *Show Maravilha* (Mara Maravilha em notícias)



Imagem 31: *Show Maravilha* (Site SBT)

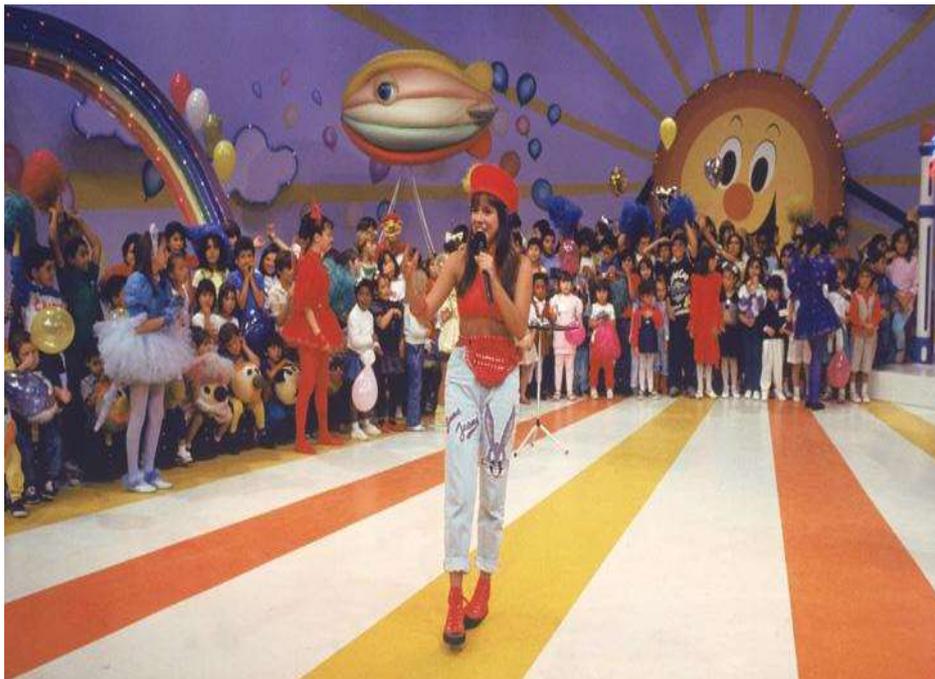


Imagem 32: *Show Maravilha* (Site Na Telinha)

3.1.4- Do- Re-Mi-Fá-Sol-La-SI

As notas musicais foram importantes para duas apresentadoras em especial: Simony e Mariane. Em 1988, Simony saiu da Rede Manchete com 12 anos de idade. Graças a repercussão do programa *Nave da Fantasia* foi convidada para apresentar o *Dó-Ré-Mi-Fa-Sol-La-Simony* no SBT. No segundo programa comandado por Simony, o palco era composto por várias réplicas de animais que balançavam a cabeça como urso e leão que ficavam dentro de um coreto, um carrossel de baleias onde as crianças podiam brincar, a cabeça de gato onde a apresentadora e convidados entravam. O programa contava com uma equipe de personagens que davam dinamismo e ajudavam Simony a apresentar a atração, ao mesmo tempo que controlavam as crianças que estavam no palco como: o palhaço Gargalhada o personagem que vivia fazendo traquinagens, a fada *Cores Cordélia* que todo programa aparecia com cores diferentes e o *Professor Osório* um cientista maluco, além das brincadeiras com crianças, desenhos e apresentações musicais o programa ensinava algo diferente para os “pequenos” com o tema central voltado para a preservação da natureza e para os direitos da criança e do adolescente. Simony saiu do comando do *Dó-Ré-Mi-Fa-Sol-La-Simony* para se dedicar a um outro projeto, o *Show da Simony*, um programa com a mesma estrutura do programa anterior, com a presença de um cenário que imitava uma floresta com luzes e o acréscimo de outros

personagens, é possível notar uma Simony menos criança e mais adulta com o uso de maquiagem elaborada, por exemplo.

Com a saída de Simony, Mariane uma loira de franja, tomou frente do programa em 1989, que passaria a se chamar *Dó-Ré-Mi-Fa-Sol-La-Si com Mariane*, o programa não mudou nada, tanto em termos cenográficos, como na presença de personagens. Mariane se destacou na maneira como falava com as crianças, os meninos eram bambinos e as meninas bambinas.

Em 1990, em função do sucesso, Mariane ganha um novo programa com nova identidade. O coração passava a ser sua marca registrada e passa a ganhar assistentes de palco as “bambinas” escolhidas através de concursos que mobilizaram o país em busca de uma vaga. O programa seguia o mesmo formato do seu programa anterior com desenhos brincadeiras e convidados. O programa deixou de ser exibido no mesmo ano graças ao fato da apresentadora ter cortado os cabelos bem curtos, não agradando o Silvio Santos, em virtude da nova fase do programa que passaria a focar na disputa de escola contra escola.



Imagem 33: Programa *Mariane*(Site TV Foco)



Imagem 34 - *Show da Simony* (SBTpedia)

3.2- BENDITO SEU FRUTO (Os homens no comando)

Os programas infantis de auditório são conhecidos popularmente pelas mulheres que estão a frente deles. Como foi mencionado anteriormente elas misturavam a doçura e sensualidade capazes de fazer com que milhares de crianças parassem em frente da TV, como se fossem verdadeiras fadas madrinhas, ou tias mais próximas.

Na televisão, o que causa efeito é o rosto amigo, que transmita emoções de fácil entendimento e de franca cordialidade: nas mulheres, uma expressão “natural” assim como a filha ou a tia do dona-de-casa (Glória Menezes, Hebe Camargo, etc.); nos homens, um certo dinamismo (Blota Junior, Flávio Cavalcanti) ou a masculinidade do “vizinho” (Tarcísio Meira). Em outros termos, na tevê importa mais a folhetinesca vivacidade fisionômica do que a regularidade plástica. (SODRÉ, 1975, p 66)

Mas nesse nicho de mulheres apresentadoras que reinavam nesse segmento, haviam poucos homens que agradavam uma parcela considerável de crianças, apesar de atrair meninos e meninas, os meninos se sentiam representados pelos homens.

O apresentador mais clássico é Silvio Santos. Carioca, mostrou seu potencial como comunicador vendendo canetas na rua, com o passar do tempo o dom de falar e convencer as pessoas lhe trouxe ótimos frutos, fez carreira no rádio, em emissoras de televisão como TV Tupi e Rede Globo, aliou o comunicador com o lado empresarial comprando do seu amigo Manoel de Nobrega, o *Bau*, um carnê no qual as pessoas pagavam prestações e recebiam brinquedos, uma espécie de poupança já falida e fez dela um grande sucesso, além do banco

Pan-americano, Tele Sena e a rede de televisão TVS ou SBT mais tarde consolidando os principais atributos de Silvio Santos: o comunicador e animador com o lado empresário.

Silvio Santos sempre foi capaz de apresentar os mais diferentes formatos, as mais diferentes atrações e com as crianças não poderia ser diferente, fez do *Domingo no Parque* um dos programas infantis mais famosos da televisão brasileira, permanecendo por mais de 18 no ar. A trajetória do dominical começou em 1968 na extinta TV Tupi com 6 horas de duração: com exibição de seriados como *Mulher Elétrica* e *Garota Dinamo*, entre as várias brincadeiras no palco que tinha como jogadores crianças que viam participar com suas escolas. O programa foi transmitido também na TV Record, em 1978, e depois na TVS onde permaneceu até 1986, seguindo o mesmo formato inicial. Ficou caracterizado pelos prêmios dados durante a competição de escola contra escola, como o tênis Montreal, patrocinador do programa por muitos anos. Havia diversas brincadeiras, entretanto a mais popular era a brincadeira do foguete onde crianças colocavam um fone de ouvido dentro de uma cabine, sem poder ouvir e ver nada tinham que dizer apenas SIM ou NÃO para as perguntas inusitadas feitas por Silvio diante de uma espécie de sirene que acendia a luz: você quer trocar uma vassoura por uma bicicleta?

A atração era como se fosse um enorme picadeiro com crianças no palco interagindo com o animador, rodas gigantes ao fundo, pessoas vestidas de animais e várias bolas coloridas simulando realmente um domingo no parque.



Imagem 35: *Domingo no Parque* (Folha de São Paulo, Folha Ilustrada)

Sergio Mallandro é outro importante nome quando se pensa em homens nesse cenário. Ele começou sua carreira participando de programas como *Povo na TV* e *Cidade contra Cidade* na TVS, quando foi chamado para ser jurado por Silvio Santos no programa *Show de Calouros*, onde conseguiu uma repercussão ainda maior pelo seu lado alegre e irreverente conseguindo fazer diversas traquinagens durante a atração como tampar ovos no auditório, entre outros. Vendo o potencial de Sérgio Mallandro, Silvio Santos convidou ele para apresentar uma atração infantil intitulada *Oradukapeta*. Em uma entrevista ao site Uol TV e famosos, Sérgio disse que estranhou o nome dado pelo próprio Silvio Santos dizendo que naquela época capeta significava um menino levado, que nos dias de hoje esse nome poderia ser interpretado de um forma diferente, o apresentador se popularizou cantando a música “Conheci um capeta em forma de guri” uma versão do Renato e seus Blue Caps e “Vem fazer Glu-Glu” uma música cheia de duplo sentidos que fez muito sucesso entre as crianças.⁸

O programa estreou em 1987 nas manhãs do SBT, disputando a audiência com o *Xou da Xuxa*. O programa se consagrou na época por oferecer uma opção diferenciada já que o programa apresentado por Xuxa Meneguel era bem organizado e mais roteirizado enquanto o *Oradukapeta*, era conduzido de forma mais informal, como se fosse uma bagunça bem estruturada. O estilo do apresentador foi algo marcante para compor o personagem Sérgio Mallandro com um boné com uma hélice na ponta, macacão colorido, tênis All Star e gírias que perpetuariam por toda sua vida como “Glu glu ié ié” entre outras. Durante a exibição do *Oradukapeta* o apresentador comandava algumas brincadeiras com as crianças, mas a mais popular era a “Porta dos Desesperados” onde as crianças tinham que escolher uma entre as 3 portas, sendo que apenas uma delas tinha brinquedos que faziam sucesso na época e nas outras monstros que causavam gritaria entres as crianças. Outro quadro famoso era o *Mallandrovskyos*, onde Sérgio Mallandro interpretava um goleiro de peruca colorida e tinha que catar chutes de crianças que participam do jogo. Os desenhos mais populares do matinal eram: *Hong Kong Fu*, *A Formiga Atômica*, *Super Mouse* e *Dennis – O Pimentinha*. Em 1990, percebendo o sucesso de Sérgio Malandro, a Rede Globo contrata o profissional para substituir Xuxa em suas férias, e apresentar junto com a própria o *Paradão da Xuxa*, parada de sucessos com vários cantores e bandas. Em 1992, Sérgio Mallandro ganha o seu próprio programa o *Show do Mallandro programa* com a mesma estrutura do *Oradukapeta* com brincadeiras, musicais, desenhos e inserção de elementos tecnológicos como a brincadeira “Pincel Mágico”

⁸ <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2016/09/02/mallandro-diz-que-oradukapeta-foi-invencao-de-silvio-achei-uma-m.htm>

onde as crianças tinham que adivinhar o que estava desenhado em uma tela com a ajuda do recurso chamado de Chroma-key. O cenário do *Show do Mallandro* era diferenciado, contava com um boné gigante com hélice de onde o apresentador saía para iniciar o programa, um par de tênis gigante, sinais de trânsito e coqueiros fazendo alusão ao estilo do malandro, ou seja, sombra e água fresca. Sérgio contava com a ajuda das Malandrinhas e os Paquitos como assistentes de palco.

O programa apresentado por Sérgio Mallandro tinha como diretora Marlene Matos, que dirigia o programa de Xuxa também. Para fortalecer as manhãs da emissora que sofria com a concorrência de SBT e Manchete, os dois programas eram exibidos em seguida: *Show do Mallandro* de 8 até 9 horas da manhã e *Xou da Xuxa* até meio dia. O infantil teve seu fim decretado em 1992 fazendo com que o animador voltasse ao SBT para apresentar o programa infantil *Sérgio Mallandro* voltando as origens seguindo o mesmo formato do programa que consagrou o profissional para o Brasil.



Imagem 36: Programa *Oradukapeta* (Site Observatório da Televisão)



Imagem 37: *Show do Mallandro* (Site Canal Viva)

“Alô criançada o Bozo chegou!
Trazendo alegria pra você e o vovô!
Estamos trazendo muito amor!
Um, dois, tres, e... Vamos nós!

Sou o palhaço, meu nome é Bozo!
Bozo! Bozo! Vamos brincar!

Sempre rindo, eu e você!
Eu sou o Bozo, o palhaço de todos vocês!
Vamos amigos, vamos cantar!
Lálálálálálálálála lalá!

Cantar é alegria! Cantamos também!
Cantem! Cantem! Como Nós!
Estamos prontos, vamos nós!
Cantem comigo, brinquem também!

Fiquem rindo, isso é bom!
Suas risadas são tão legais!
Fiquem rindo, igual a mim!
Eu sou o Bozo o palhaço de todos vocês!”⁹

Foi cantando essa música que o palhaço com roupa azul, babador branco, sapatos grandes e cabelo vermelho nas laterais chegava com sua turma para alegrar as crianças em todo o Brasil. O palhaço chegou ao Brasil em 1979, pela Rede Record. já em 1981 se transfere para a TVS. O personagem começou sua trajetória nos Estados Unidos, em 1946, quando o ator Larry Harmon compra seus direitos autorais chamando estilistas de Hollywood para dar forma ao palhaço que se transformou em uma franquia sendo produzido por mais de 240 estações de TV em 40 países. O *Bozo* brasileiro foi escolhido pelo próprio ator original Larry Harmon, que entre diversos candidatos escolheu Wandeko Pipoca.

Já no SBT o programa de auditório tinha o formato de um circo, ocupava as manhãs da emissora até o horário do almoço se tornando em pouco tempo um sucesso com o lançamento de diversos produtos licenciados e ganhando 3 discos de ouro. O programa tinha algumas brincadeiras com a plateia além da interação do público que podia participar pelo telefone que se tornou muito popular na época, o personagem atendia ele da seguinte forma: “*Alô teu-réu-téu-téu*”. A brincadeira mais famosa era a brincadeira dos cavalos de corrida, onde a criança escolhia uma cor entre os cavalos e conferia se o cavalo escolhido seria o ganhador. Durante a estadia do palhaço no SBT, diversos atores entraram em cena e deram vida ao palhaço dentre

⁹ <https://www.lettras.mus.br/bozo/o-bozo-chegou/>

eles Luiz Ricardo e Arlindo Barreto, esse último teve sua vida retratada no filme “*Bingo o rei das manhãs*” que por um motivo de direitos autorais não pode usar o nome “Bozo” no longa-metragem. Arlindo deslumbrado pela fama do palhaço se envolveu com cocaína nos bastidores do infantil.

O programa *Bozo* contava com um elenco grandioso que fazia encenações no palco com o personagem central, entre eles: *a Vovó Mafalda*, *Papai Papudo*, *Bozolina*, *Kuki papai*, *Salsi Fufu* e o boneco *Doca*, entre os desenhos variados se destacavam o marinheiro *Popeye* e *Pica-pau* além do desenho animado do personagem *Bozo*. Em 1991, o programa se despede da grade de programação do Sistema Brasileiro de Televisão em virtude da morte de um dos últimos interpretes do palhaço, o ator Décio Roberto. Com a extinção do infantil um personagem continuou o legado de *Bozo*, a *Vovó Mafalda*, interpretada pelo ator Valentino Guzo à frente do *Dó-Ré-Mi*, apresentado por Simony e Mariane em um novo formato que passaria a ser programa de auditório com calouros mirins. Em 1993, a personagem ganhou o programa *Sessão desenho com Vovó Mafalda* exibindo desenhos e aconselhando as crianças sempre com seu jeito irreverente com um morango no lugar no nariz de palhaço uma figura terna e carinhosa.



Imagem 38: Programa *Bozo* (Site Veja)



Imagem 39: *Bozo* e Silvio Santos (Uol- Notícias da TV)

Márcio Garcia também se enveredou pelos caminhos dos programas infantis de auditório apresentando o dominical *Gente Inocente* no final da década de 1990, mais precisamente em 1999, depois de atuar em algumas novelas como *Tropicaliente* e *Cara e Coroa*, além de ter experiências apresentando os programas *Video Show* e *Ponto a ponto*. A estrutura do programa se baseava em trazer artistas e personalidades dos mais diferentes meios para responder perguntas de crianças que ficavam sentadas em uma arquibancada, os questionamentos eram engraçados e faziam com que os convidados ficassem constrangidos, geralmente eles eram homenageados pelos artistas do programa em apresentações de música e teatro. A atração não tinha desenhos e jogos, era como se fosse um arquivo confidencial, quadro em que o artista é homenageado no *Domingão do Faustão* na Rede Globo só que feito por crianças. Outro quadro famoso é o ‘cantando no chuveiro’ onde crianças se apresentavam com seus parentes em baixo do chuveiro sob os olhares dos jurados, se o candidato fosse bem avançava para as próximas etapas, caso fosse mal, poderia ser eliminado e ver seu parente molhado tudo sobre o clivo de jurados especialistas. Em 2002 o programa deixou de ser exibido em função do horário eleitoral gratuito não sendo exibido novamente.



Imagem 40: Programa *Gente Inocente* (O Globo)

Todos esses apresentadores tinham características semelhantes. As apresentadoras iniciavam as atrações de forma apoteótica, sempre saindo de lugares inimagináveis como uma nave espacial ou da boca de um sol, como é o caso de Mara Maravilha no *Show Maravilha*, despertando a curiosidade das crianças em saber como toda aquela magia acontecia realmente. As roupas de todas as animadoras seguia um mesmo modelo: As ombreiras, as saias curtas, e botas cano alto, figurino típico de todas as moças que comandavam programas infantis, as vestimentas e adereços despertava o desejo dos pais das crianças, e ao mesmo tempo ditava moda entre boa parte das meninas na época.

As brincadeiras no palco eram populares nesse tipo de programa, com o incentivo entre a disputa entre meninas e meninos. Grandes marcas patrocinavam as disputas com o intuito de garantir o consumo das crianças parcela mais frágil do mercado.

Os desenhos que eram exibidos entre um bloco e outro, para a maior parte das crianças era o que mais interessava principalmente os meninos, as meninas em grande maioria preferiam brincar de apresentadoras e suas assistentes de palco, onde montavam uma espécie de palco para fingir ser uma estrela de TV.

O que se nota em toda essa gama de programas, é a uniformidade. Todos seguiam o mesmo formato, com pequenas modificações, com o intuito de garantir lucro fácil e abundante, um modelo a ser seguido com a garantia de prestígio e sucesso. De acordo com Adorno e Horkheimer a indústria define qual tipo de arte deve ser consumido, o público acostumado a ver conteúdos de baixa qualidade, passa a perder o instinto de definir o que é bom ou ruim trazendo à tona a alienação.

Nos programas infantis de auditório, o conteúdo destinado a educação era restrito, a maior parte dos quadros investia basicamente na formula que continha desenhos e brincadeiras. Formatos que tinham a educação como principal alicerce em décadas passadas, como Vila Sésamo foram perdendo espaço. A TV Educativa foi a única emissora que continuou em investir em um conteúdo pedagógico, mesmo com a concorrência dos programas infantis com plateia

Esse conjunto de pontos em comum era o segredo para fazer com que os programas de auditório destinados ao público infantil tivessem respaldo em suas respectivas emissoras. Cada comunicador procurava um jeito único de se expressar, mas sempre chegavam em um mesmo resultado. A replicação de mesmos conteúdos, com efeitos previsíveis e certos, com a intenção de atingir todos. Os vocábulos da linguagem- imagem são estereótipos. Eles são definidos em termos de necessidades tecnológicas, como a de produzir quantidades assustadoras de material no prazo mais curto possível. (CONH,1971, p 353)

Xuxa, apresentadora tema do próximo capítulo, foi a propulsora de tamanha popularidade no segmento dos programas infantis de auditório, todas as profissionais que vieram em seguida seguiram o mesmo molde, com a intenção de atingir caminho do sucesso.

4. XUXA RAINHA

O que caracteriza a autenticidade de uma coisa é tudo aquilo que ela contém e é originalmente transmissível, desde sua duração material até seu poder de testemunho histórico (BENJAMIN, 1975, p. 14).

Xuxa é considerada a maior apresentadora de programas infantis da televisão brasileira, fez com que seu sucesso atingisse vários países, entre eles: Espanha, Chile, Equador, Argentina e Estados Unidos da América. Esse sucesso significativo se deve ao estilo único da apresentadora ao se dirigir as crianças, tal dom lhe deu o título de “rainha dos baixinhos” nomenclatura dada aos ídolos que mexem com fascínio dos seus admiradores, como o Rei Pelé, jogador de futebol, ou o Rei Roberto Carlos, cantor. Desde os primeiros anos apresentando o *Clube da Criança* da TV Manchete ou ao se transferir para a Rede Globo onde ficou à frente do *Xou da Xuxa*. O jeito espontâneo para falar de igual para igual com o público, o conjunto de roupas que ajudaram a construir sua imagem ou a forma como o programa era feito em termos de cenografia com brincadeiras ou números musicais, tudo era copiado não só pelas apresentadoras do Brasil em emissoras concorrentes, como em todo o mundo. A apresentadora se tornou um ícone a ser seguido, uma fórmula pronta capaz de trazer lucro, prestígio e anunciantes para as manhãs da Globo.

Xuxa é uma verdadeira colecionadora de recordes com números impressionantes na carreira fonográfica, mesmo não se intitulando cantora, ganhou 217 discos de ouro, mais 80 de platina, 35 de platina duplo, 18 de platina triplo, 11 de diamante e cinco de diamante duplo, o *Xou da Xuxa* foi o disco responsável por fazer a “rainha dos baixinhos” bater o seu primeiro recorde, entrando para o livro dos recordes, *Guinness book*, após vender 3,2 milhões de discos com o *Xou da Xuxa 3*, no total Xuxa já vendeu mais de 30 milhões de discos, posteriormente, após ter passado todo o fervor do seu sucesso nas décadas de 80 e 90, ganhou o Grammy Latino na categoria de melhor álbum latino na categoria melhor álbum infantil com o CD e DVD *Xuxa só para baixinhos* com a temática voltada para o lado educacional.

No auge do *Xou da Xuxa*, a produção do programa chegou a receber 10.000 cartas por dia de crianças de todo o Brasil, com pedidos de brinquedos, recados, carinhos ou simplesmente para ter a oportunidade de dar um abraço na animadora.

O sucesso e faturamento dos seus programas e os produtos licenciados fizeram com que seu nome estivesse estampado na *Revista Forbes* com o faturamento anual de 19 milhões de reais SILVA (2001). Seu engajamento em causas sociais fez que Xuxa ganhasse, em 1987 do presidente José Sarney, uma medalha em virtude do empenho na campanha de vacinação

contra a poliomielite, fez com que mais de 90% das crianças fossem vacinadas no Brasil e com isso erradicando a doença no país.

Na sétima arte o sucesso de Xuxa na TV ganhou um reflexo considerável, seu primeiro filme como protagonista foi *Super Xuxa contra o baixo astral* atingiu a incrível marca de 800 mil espectadores, faturando mais de 2 milhões de reais. O segundo filme solo, *Lua de Cristal*, atingiu o feito de levar para as salas de cinema a marca de 5 milhões de pessoas, uma marca expressiva em uma época onde o cinema era pouco popular no país estimulado principalmente por estrelas da televisão tendo como *Os trapalhões* os seus maiores expoentes. No total da carreira de Xuxa, a apresentadora levou mais de 37 milhões de espectadores às salas de cinema. Ícone de beleza, com seus longos cabelos loiros e olhar expressivo, em 1992, Xuxa foi considerada uma das 50 mulheres mais bonitas do mundo posando para mais de 50 capas de revistas em outros países.¹⁰

A filantropia marcou a vida de Xuxa com a criação da fundação Xuxa Meneghel, em 1989, totalizando 200 mil atendimentos infanto-juvenis com assistência médica, psicológica e para os adolescentes destinavam também cursos profissionalizantes, além de atuar ativamente em campanhas em prol de crianças que são agredidas ou violentadas no Brasil. A preocupação em inserir nos programas crianças com deficiência ou utilizar a língua de sinais (LIBRA) ao se dirigir aos telespectadores foi uma característica marcante em sua trajetória.

Esses são apenas alguns números que marcaram a vida da apresentadora ao longo de sua carreira, a proposta no decorrer do capítulo é discutir sua importância para o cenário dos programas infantis de auditório e ao mesmo tempo destacar sua relevância para esse cenário plural que teve grande repercussão com diversas apresentadoras que seguiram os mesmos passos de Xuxa, mas que não tiveram a mesma repercussão.

4.1- BOM DIA AMIGUINHOS JÁ ESTOU AQUI! (O começo do reinado)

¹⁰ <http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/fotos/50-anos-de-xuxa-os-numeros-e-os-recordes-da-rainha-dos-baixinhos-20130327.html>

Xuxa é gaúcha nascida em Santa Rosa em 27 de março de 1973, filha de Alda Meneghel e Luiz Floriano Meneghel, ao nascer recebeu o nome de Maria da Graça Meneghel, em virtude da promessa feita pelo pai para a Santa, caso o parto da esposa fosse bem sucedido. Entretanto o nome que lhe deu popularidade foi Xuxa, apelido dado pelo irmão Bladimir, que ouviu a mãe dizer, ao retornar da maternidade, que tinha comprado um neném para brincar com ele, disse a seguinte frase “eu sei, é a minha Xuxa”.

Ela saiu do Rio Grande do Sul para o Rio de Janeiro com sua família já que o pai era militar e não tinha lugar fixo para morar. Foi nesse novo local que o caminho para o estrelato começou a despontar, fazendo com que a loira fosse descoberta em uma viagem de trem quando estava com sua irmã pelo funcionário das Block Editores para fazer um teste como modelo aos 16 anos, o sucesso foi inevitável fazendo com que posasse para a revista “Carinho”.

Das passarelas para a televisão, Maurício Sherman foi o profissional que percebeu em Xuxa o talento para assumir programas infantis quando ainda trabalhava na Bandeirantes. No primeiro momento, a então modelo, não queria seguir a carreira de apresentadora, queria seguir o caminho de modelo internacional. Quando Sherman se transferiu para a Rede Manchete, conseguiu convencer Xuxa através do seu namorado, o jogador de futebol Pelé, a apresentar o *Clube da Criança*, o sucesso de Xuxa no comando do infantil foi instantâneo principalmente pela espontaneidade que lidava com as crianças como se fosse da idade delas.

Xuxa explodiu como um sucesso entre as crianças, conta Maurício, porque “é” uma criança. As crianças ficavam maravilhadas vendo aquela criança linda e grande brincando não “no meio delas”, não “com” elas, mas sendo elas. A identificação completa, o ser absolutamente criança, por isto “indirigível”, tendo ela mesma que fazer a coisa que *criançamente*, chamou de *xou*. (MANCHETE,2001)

O *Clube da criança* estreou em 1983, era um programa simples em relação aos programas que a apresentadora iria comandar. O cenário era constituído por totens que simulavam elementos particulares do mundo infantil, com crianças desenhadas, elementos da natureza como animais e árvores. Como era de costume em programas infantis de auditório, a “espinha dorsal” da atração era composta por desenhos animados da *Hanna-Barbera* como: *Pirata do Espaço*, *A Corrida Maluca*, *Candy Candy* e *DarTagnan* e *Os Três Mosqueteiros*, sorteios de brinquedos, números musicais, brincadeiras feitas no palco com as crianças, além de Xuxa interpretar personagens como a *Madame Caxuxá* e a velhinha *Vóvuxa*, dois personagens que acompanharam a apresentadora em outros programas. O espaço também detinha um parquinho onde as crianças tinham a possibilidade de brincar no decorrer do programa. Uma

característica marcante do início do *Clube da Criança*, Xuxa não possuía assistentes de palco, portanto apresentava e ao mesmo tempo cuidava das crianças que transitavam pelo local. É nesse momento que a apresentadora demonstrava a forma diferenciada de lidar com essa faixa de público. Não existia distância entre o adulto e as crianças, pelo contrário, Xuxa lidava de igual para igual com elas, falando de forma clara, direta, dando broncas e chamando a atenção de quem não respeitasse o desenrolar da atração. Sua desenvoltura a frente do vespertino na Rede Manchete, foi alvo de muitos “memes”, vídeos no *Youtube* que até hoje são campeões de visualizações e mostram as situações engraçadas e inusitadas que a apresentadora passava. De acordo com JUNIOR (2000) citado por SILVA (2007), Xuxa foi acusada de tratar mal as crianças que estavam sobre sua tutela durante a exibição do programa e era alvo de desconfiança pelo fato de ter feito filmes polêmicos no início da carreira, como *Amor estranho amor*, em que tem cenas sensuais com um garoto menor de idade, mas na maioria das vezes, Maria da Graça Meneghel, era vista como um fenômeno midiático do que uma ameaça a educação das crianças.

Xuxa, já nos primeiros anos de Rede Manchete, recebeu a ajuda da produtora Marlene Matos que passou mais tarde a ser diretora de todos os seus programas. Marlene cuidava de todos os passos profissionais da apresentadora, uma relação conflituosa, pois a diretora possuía temperamento difícil, era extremamente rigorosa com o seu trabalho e com todos que estavam a sua volta. Na edição da Revista Manchete que comemorava os 21 anos de carreira de Xuxa, o redator afirma que o sucesso de Xuxa se deve justamente ao comportamento da diretora, que segundo a própria, deixou de viver sua vida para viver a vida da gaúcha.



Imagem 41: Programa Clube da Criança 9 (Abril M de mulher)

4.2 O XOU DA XUXA COMEÇOU

Depois de algumas movimentações com a intenção de trazer a profissional para fazer parte do elenco da Rede Globo, percebido os altos índices de audiência do programa na TV Manchete, estreava, em 30 de junho de 1986, substituindo o infantil *Balão Mágico*, o programa *Xou da Xuxa*. Uma das exigências para que a apresentadora assinasse o contrato era que o programa levasse o seu nome e fizesse alusão com a palavra “Show” com a nomenclatura escrita com “X” em virtude do seu nome e de seu vocabulário na apresentação. Um dos programas de auditório destinado aos “*baixinhos*”, maneira carinhosa no qual Xuxa se dirigia as crianças, de maior sucesso da televisão brasileira. Exibido inicialmente de 8 da manhã até 9:30 da manhã para posteriormente ocupar a faixa matutina em sua totalidade, dando espaço apenas para o informativo local, com exibição de segunda à sábado. A atração durante anos foi um verdadeiro fenômeno de audiência, estimulava a venda de produtos licenciados e transformava Xuxa Meneghel em um verdadeiro mito, tudo era pensado com o objetivo de reforçar o status de heroína. Alexandra Cristina da Silva, cita em seu trabalho o autor Edgar Morin, faz comparação entre o mito e as estrelas do cinema, uma análise que se aplica ao fenômeno midiático Xuxa, justamente pelo fato da pessoa Maria das Graças incorporar traços

de um ser fantástico, heróico. A presença da nave espacial, marca da animadora em quase todos os anos em que a mesma apresentava programa destinado as crianças, reforçava essa definição de personagem sobre-humano e inatingível.

A estrela é realmente um mito, não apenas fantasia, mas também ideia -força. É típico do mito se inserir ou se encarnar de qualquer maneira na vida. Se o mito das estrelas adere tão notavelmente à realidade, é porque esta é a realidade que o produz. (SILVA, 2007, p 4 *apud* MORIN, 1989, p. 106-107).

“O *Xou da Xuxa* foi um emblema do que são programas infantis de auditório brasileiros com dois mil programas apresentados, ocupando quatro horas na grade matinal da emissora” (SILVA, 2001 p 42). O programa movimentava dezenas de crianças no estúdio onde era gravado o matinal que buscavam um beijo, um abraço, uma demonstração de carinho um aceno de mão, ou subir na nave no final da atração, a adoração dos fãs era extrema e fez com que Xuxa, ganhasse o título de “*Rainha dos baixinhos*”. No final de toda gravação do “*xou*” a “*Popstar*” recebia coroas e várias faixas, um ritual que perpetuou durante sua carreira. Alexandra Cristina da Silva cita no artigo “*O X da questão*” a autora Vanessa Campos e destaca que Xuxa absorveu conceitos míticos da tradição grega, pois na mitologia da fama do contemporâneo, os personagens assumem papéis conhecidos ou estereótipos, Vanessa ainda salienta que a mídia produz estereótipos para poder (re) alimentar-se delas a cada instante e a cada momento em um movimento constante e cíclico.

Vasconcelos (1991) é um crítico ferrenho da apresentadora infantil, em seu livro *Eu e Xuxa: a sociologia do cabaré infantil*, ele destaca que os maiores interessados em ver a loira se apresentar todos os dias na televisão são os pais, ele cita que os gestos, o charme, o sorriso e as graças que faz no estúdio visa os pais, pois são eles que detém o mais importante, o dinheiro. O autor ainda diz que o pai ao ver sua esposa, empregada doméstica ou a babá envelhecendo, mira seu olhar com tesão para sua filha mais nova e para satisfazer sua vontade compra a boneca da Xuxa, que puxa os cabelos ruivos de raiva querendo ser loira.

Em seguida o *Xou da Xuxa* será avaliado mais amplamente, em todos os aspectos que compõem programas de televisão como: cenografia, figurino, sonoplastia e linguagem, com o intuito de entender o fenômeno de tal produto na história da televisão brasileira. Para tal análise, o programa escolhido foi o *Xou da Xuxa* exibido em 28/04/1988 postado na página do facebook década X.¹¹

¹¹ <https://www.facebook.com/decadaxyt/videos/760498260769228/>

4.2.1- DA NAVE ATÉ AS OMBREIRAS (Análise do cenário e figurino)

O programa começa com a inserção de duas propagandas: Elma Chips e Danoninho. A abertura do programa era embalada pela música *Doce Mel*, música na qual Xuxa se despedia das crianças após entrar na nave espacial, a concepção ficou a cargo da equipe comandada por *Hans Donner*. Sem aparecer o seu rosto, Xuxa girava enquanto a imagem de crianças maquiadas com desenhos no rosto, usando adereços como perucas e óculos através do recurso chamado *croma-key*, a ideia era que os telespectadores não soubessem quem era aquela mulher que vestia um short e uma blusa branca estampados com a letra X. A forma como a apresentadora se movia era sensual, deslizava as mãos pela cintura e se despedia com um beijo para a câmera.

A atração começa com Xuxa descendo as escadas até o palco e cantando a música que ficou marcada em sua carreira como sendo uma saudação intitulada “*Amiguinha Xuxa*”. Ao chegar perto das crianças ela canta duas músicas, uma refere-se aos aniversariantes do dia e outra ao café da manhã, falando de maneira efusiva e animada.

Tudo no programa tinha o toque de Xuxa a começar pelo nome até os aspectos cenográficos. Durante os anos de exibição houve diversas trocas de cenário, com ambientações diferentes, mas um dos mais populares e conhecidos foram os cenários de 1986 até 1988.

O cenário inicial não foi aprovado pela apresentadora, isso fez com que a equipe fosse trocada, Mauricio de Souza e Reinaldo Waisman tiveram a missão de dar forma aos desejos da animadora, foram inseridos um sol com um largo sorriso, uma pedra falante, o cãozinho *Xuxo*, tema da letra de uma das canções da apresentadora, escorregador, cogumelo e um polvo que servia como carrossel.



Imagem 42: Montagem do cenário do *Xou da Xuxa* (Ingrum - As paquitas)

Imagem 43: Elementos cenografia *Xou da Xuxa* (Ingrum - As paquitas)



Imagem 44: A nave do *Xou da Xuxa* (Wikipédia)

A imagem da animadora em desenho animado estampada no chão, as crianças balançavam bandeiras com frases como: Bom dia, Eu Sou Feliz, a Xuxa é nossa. A nave espacial cor-de-rosa em que Xuxa chegava, foi colocada em virtude da fascinação pelo seriado

do *Capitão Aza*, a nave cor-de-rosa com lábios vermelhos que piscavam e com um laço gigante, assim como todo o veículo, foram inspirados no desenho animado da *Penélope Charmosa*, a escada que ligava a nave ao palco tinha o formato de um arco-íris e uma árvore com características humanas também enfeitavam o local.

O figurino de Xuxa era extravagante, todos os dias ela usava um figurino diferente, de acordo com o Memória Globo, até 1988, a apresentadora já tinha usado seu figurino de 449 maneiras diferentes. No programa em questão, ela usava peças de roupa com duas cores preponderantes, preto e branco, saia curta que deixavam grande parte das pernas e barriga a mostra, blusa com obreiras salientes característica marcante da época, botas de cano curto brancas que se tornou uma marca registrada da apresentadora, além das famosas “xuxinhas” cabelo preso com uma ou duas buchinhas que antes eram chamadas de *Maria Chiquinhas*. A maquiagem era forte, com destaque para o batom vermelho. O figurino da ex-modelo era copiado por boa parte das meninas nas décadas de 80 e 90, era popular em brincadeiras haver disputas para saber quem seria a Xuxa ou as Paquitas, assistentes de palco da apresentadora.

Estamos vivendo num país neném, ou melhor, um país com pornô neném na comunicação de massa. A forma infantilizada da comunicação reveste-se paradoxalmente de um conteúdo adulto: o de provocar a genitalidade prematura da criança, batom, minissaia, brincos, balangandãs. Assim, a garota de oito anos já vivencia, na indumentária, o fim da puberdade. A fantasia, reduzida, e caretamente canalizada, antecipa as regras da maturidade sexual, sobretudo o sexy da moda. (VASCONCELLOS, 1998, p 25)

Kellner (2001), em seu livro *A cultura da mídia*, destaca que a mídia produz produtos no qual o público possa se identificar, imitando-as, trazendo efeitos socializantes e culturais por meio de seus modelos de papéis. Xuxa durante muito tempo serviu de inspiração para crianças e profissionais que tinham o desejo de ter um pouco de sua fama e respaldo.

4.2.2- MY BOY E UM XOU DE XUXEXOS

A sonoplastia do programa *Xou da Xuxa* era comandada pelo *My Boy*, era ele que dava ritmo e som a atração todas as manhãs. Xuxa sempre se dirigia a ele em inúmeros momentos. No programa analisado percebe-se o ritmo alucinado de sons, mesclavam músicas cantadas por Xuxa com o objetivo de divulgar os seus discos. Os artistas internacionais estavam presentes de maneira predominante, embalando a atração por toda sua extensão. Os artistas nacionais tiveram menos destaque, mas foram notados alguns como Rita Lee com a música

Sassaricando, o grupo infantil *Trem da Alegria* e o cantor Léo Jaime, o ritmo era alucinante e mal uma música acabava outra tocava em seguida.

O público receptor de uma mensagem, esta deve simplificar-se a um denominador comum, para ser entendida por todos. O código que rege a produção das mensagens de massa tem de se tornar mais pobre para aumentar o índice de percepção por parte dos receptores. E isto implica, com frequência, num empobrecimento da mensagem com relação a original (da cultura elevada). (SODRÉ, 1975, p.16)

A linguagem e o vocabulário de Xuxa ao falar com as crianças no programa analisado é simples, sem rebuscamentos, gostava de olhar nos olhos das crianças de forma sincera. Em inúmeros momentos do programa, Xuxa se comportava como uma criança e faltava-lhe paciência. Em uma das brincadeiras onde as crianças tinham que acertar perguntas ao lançar dados, ela brigou com uma delas ao dizer da seguinte forma: “Cachorro não, falaram cobra, cachorro foi eu que dei exemplo, foi eu que dei exemplo!”.

A forma como Xuxa fala, na maioria das vezes, se comportando como criança, segundo VASCONCELLOS (1998), é uma regressão a infância e importa menos que a regressão a infantilidade, na teimosia em ser neném, que ele intitula de “tatibitate infantilóide”. Essa forma de falar tem feito as crianças falarem sem parar seguindo o ritmo alucinante do tempo digital na TV, que ele classifica como o vídeo tagarela, nenhum momento em silêncio. O autor ainda salienta a forma como ela fala, puxando o “X”, imitando a forma com que o carioca fala.

O primeiro brinquedo. A ortografia do “mé, duleis, xuxu” - o domínio do puro ágrafo. O x no modo de falar carioca sexuroliudiano para os pais e mães de toda a américa latina (VASCONCELLOS,1998, p 91).

Em todas as vezes que Xuxa queria se dirigir aos telespectadores, ela olhava de forma direta para a câmera como se sua intenção fosse estar do lado da criança olhando olho no olho. Em inúmeros momentos a profissional deixa de lado a criança e adota um discurso de mãe ou madrinha incentivando a criança a não aceitar drogas se algum amigo oferecer e ao se despedir chamando-os de “baixinhos” quer que eles sejam felizes ou, em uma das provas em que o patrocinador era a pasta de dente Close Up kids, incentivava a escovação e além de ter momentos nos quais Xuxa utiliza a linguagem de sinais. A apresentadora foi uma das primeiras profissionais de programas de auditório que inseriu libras em programas para se comunicar. Em outros momentos o lado profissional fala mais alto, principalmente quando tem que dar bronca na produção.

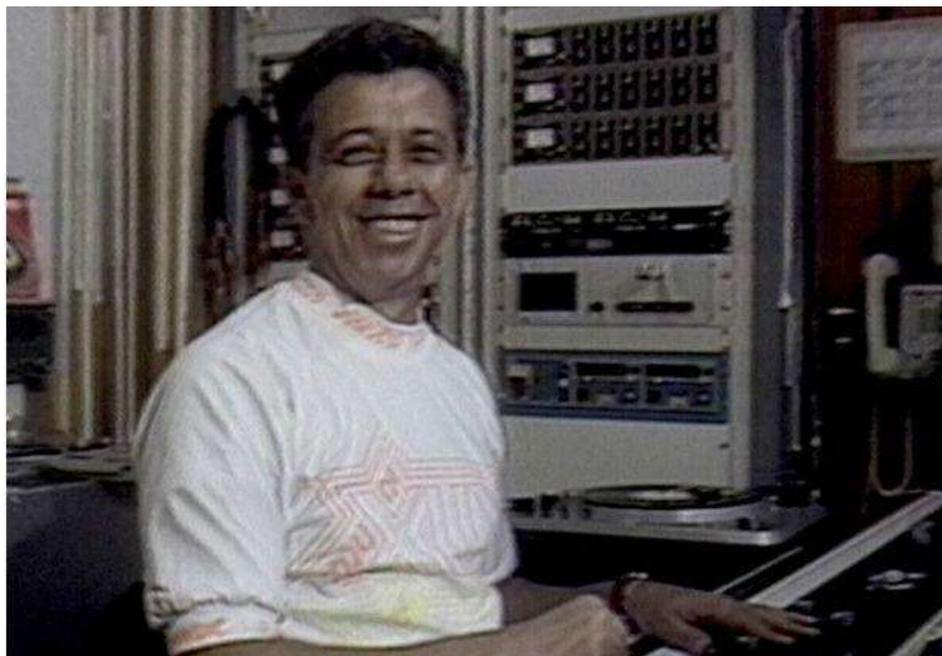


Imagem 45: O sonoplasta do *Xou da Xuxa My Boy* (Jornal Gaúcha ZH)

4.2.3- A TURMA DA XUXA E OUTROS ELEMENTOS

Ao estrear na Rede Globo, a animadora começou a contar com o time Xuxa ou com a turma da Xuxa, esse elenco tinha a intenção de cuidar das crianças como já foi mencionado, além de entreter a plateia de forma geral com seus “*pons pons*” coloridos. As *Paquitas* eram as assistentes de palco do *Xou da Xuxa* que se vestiam como soldadinhos de chumbo com roupas nas cores vermelho e azul. Todas as adolescentes da época tinham o sonho de ser uma delas, mas poucas tinham a possibilidade de concretizar esse sonho. Geralmente o critério para a escolha era pautado pela similaridade com Xuxa, ou seja, elas deveriam ser loiras, de pele branca. Os fãs da época questionavam o fato da apresentadora nunca ter tido uma secretária de palco negra. O fato mais curioso é que Marlene Matos, tem uma cor miscigenada e era a responsável por definir os padrões estéticos das assistentes de palco, enquanto o cenário era ocupado por mulheres com descendência europeia, o auditório era composto por pessoas de todas as raças e etnias, mostrado assim um distanciamento de realidades.

Programas como o da Xuxa, nas quais apresentadoras brancas, auxiliadas por crianças brancas e tendo como pano de fundo crianças afrodescendentes, podem reforçar estereótipos do negro como parte de nossa sociedade, porém no campo da cultura, contribuindo na dança e no samba, e não como pessoa capaz de assumir e galgar postos ocupados predominantemente pela classe dominante branca no Brasil. (CARVALHO, 2015 p.7 *apud* VIVARTA, 2009, p. 112)

O “xou” também contava com os seguintes personagens: *Dengue*, o mosquito amarelo com listras laranjas e vários braços, o anão que vestia a fantasia de uma tartaruga chamado *Praga* ambos interagiam com a apresentadora dançando ou entretendo e o boneco chamado *Moderninho*, caracterizado de forma engraçada com peruca, bigode e óculos ele sorteava as cartas de telespectadores para que os mesmos ganhassem brinquedos patrocinados pela *Estrela*. A gravação era feita em outro estúdio e tinha como principal objetivo a interatividade já que os telespectadores podiam escrever quais as coisas que mais gostavam e as coisas que menos gostavam. Quando uma atração circense foi chamada no palco da atração a apresentadora chegou a comentar: “Agora está pintando atração circense, tudo o que você pede pinta de novo” dizendo o número do telefone caso as crianças quisessem pedir outras atrações.

As brincadeiras são variadas, sempre mostrando a dicotomia homens x mulheres, com diferentes temáticas, aquelas que são patrocinadas por marcas como *Coca-Cola* são mais populares e melhor produzidas. Na atração, Xuxa usa o inesperado para fazer brincadeiras simples como a “*guerra dos dedinhos*”, demonstrava jogo de cena e improviso diante das crianças. Os números circenses e apresentações musicais são partes importantes no programa analisado, por exemplo, Moraes Moreira foi convidado e o artista não era popular entre as crianças, os blocos eram intercalados com desenhos populares na época. A inserção de publicidade estava presente em toda a extensão do programa, eram comerciais intencionalmente colocados para atingir diretamente as crianças, durante o programa por exemplo 3 marcas se destacam: *Close-Up*, *Coca-Cola*, e os brinquedos *Estrela* e durante os intervalos foca-se a mesma faixa etária com a propaganda das bonecas *Barbie*.

Sua despedida era acompanhada pela música “*Doce Mel*” instrumental, Xuxa se locomovia com rapidez em direção ao disco voador, *as Paquitas*, *Dengue* e *Praga* faziam um cordão de isolamento para que ela conseguisse chegar em seu destino final, ao final ela se despedia da seguinte forma:” *É bom estar com você, brincar com você!*”, as bolas coloridas caíam e mais um programa, no extinto Teatro Fênix, acabava. Em 1988 no auge de seu sucesso na Rede Globo, o rótulo de rainha era algo menos presente mas com o passar dos anos Xuxa ganharia elementos que reforçariam esse título, como o ritual de coroação, ou até mesmo os *Paquitos*, versão masculina de suas assistentes de palco, fariam o papel de súditos ao buscar e levar Xuxa até a nave. Em 1988 Xuxa ainda era uma criança no meio de todos os baixinhos.

Imagem 46: Os personagens do *Xou da Xuxa Dengue e Praga* (Portal R7 Diversão)

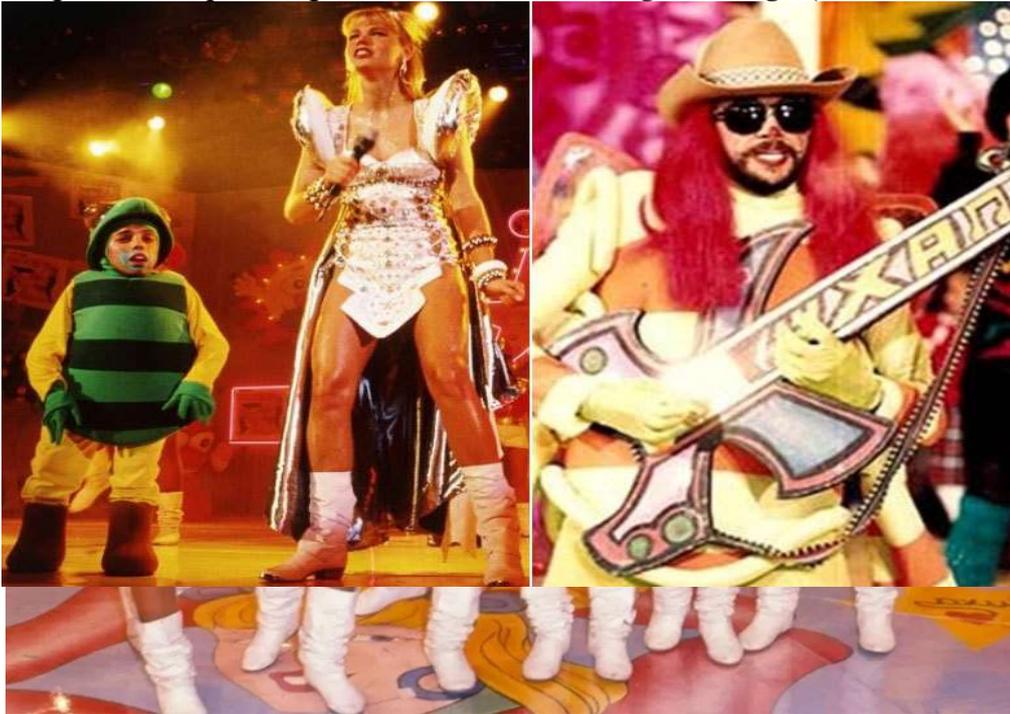


Imagem 47: As Paquitas (Site Veja)

4.3- BEIJINHO, BEIJINHO, TCHAU TCHAU (O declínio de uma “Rainha”)

No final de 1992 o *Xou da Xuxa* sai da grade matinal da Globo, o boato que repercutiu na época seria que a apresentadora sairia do país e continuaria a carreira em outros países, segundo a profissional, trabalhar no Brasil e em outros países era algo que ela já fazia, então o motivo real de acabar com a trajetória do produto que consagrou Xuxa em Rainha dos baixinhos foi, na verdade, o desgaste que o formato passou ao longo dos anos no qual a maioria das emissoras concorrentes exibiam programas com formatos parecidos com o *Xou da Xuxa*, as roupas que a mesma usava também não condiziam com a fase mais madura que a loira encontrava-se e além de não ter tempo para aproveitar a vida pessoal. No vídeo seguinte, Xuxa

questiona o público sobre a quantidade de programas similares ao seu, salientando que a atração cumpriu sua etapa na televisão brasileira.

Assim que Xuxa se despediu do programa infantil, no ano seguinte, em 1993, ela encarou um novo desafio, apresentar um programa para toda a família aos domingos tendo o seu nome como título. A intenção era seguir o crescimento das crianças que começaram a acompanhá-la em 1986 e ao mesmo tempo atingir toda a família. O programa não teve o sucesso esperado e fez com que Xuxa retomasse o formato que a consagrou, juntando os elementos: crianças, brincadeiras, desenhos, *paquitas*, atrações musicais e a nave, estreava assim, em 1994, o *Xuxa Park*.

Xuxa comandava atração exibida aos sábados pelas manhãs que tinha como cenário um gigante parque onde as crianças brincavam durante o programa, no começo, a nave foi esquecida dando lugar a uma pirâmide metalizada ou um círculo com a mesma cor de onde a apresentadora fazia suas entradas triunfais. Os cenários iniciais tinham cores mais sóbrias ao contrário do *Xou da Xuxa* com cores fortes e vibrantes, com o passar do tempo a nave volta a ter destaque dessa vez com um tamanho menor, como se fosse a “filha” do veículo que Xuxa usava em seu infantil anterior. Nesse novo projeto, existia a ideia de continuar com a transição de público de Xuxa, fazendo com que pouco a pouco houvesse mudança para o público jovem e adultos, no último bloco por exemplo, tinha o quadro *Xuxa Hits* com parada de sucessos diversos artistas, que mais tarde se tornou um programa de auditório independente. É importante destacar outro programa direcionado aos jovens e adolescentes como público alvo, o *Planeta Xuxa*, que tinha basicamente o mesmo formato que o *Xuxa Hits*, com cantores e grupos musicais se apresentando, com destaque para quadros como “*Transformação*” e “*Intimidade*”, sendo o último, um quadro de entrevistas em que Xuxa fazia perguntas íntimas para os entrevistados.

Em 2001 o programa *Xuxa Park* acaba de uma forma assustadora, enquanto Xuxa cantava *Ilariê*, um dos seus maiores sucessos, um curto circuito na nave fez o estúdio localizado no PROJAC, na cidade do Rio de Janeiro, incendiar, intoxicando inúmeras crianças pela fumaça no cenário.



Imagem 48: Cenário *Xuxa Park* (Xuxa rainha encantada word press)

Em 2001 depois de divergir com Marlene Matos sobre seu caminho profissional, já que queria continuar apresentando programas infantis enquanto Marlene defendia a ideia de fazer com que Xuxa continuasse a comandar atrações para toda a família, alegando que a diretora controlava sua vida sem deixar que tomasse suas decisões, a parceria profissional que durou anos terminaria com a extinção do *Planeta Xuxa*.

No ano de 2002 estreava o *Xuxa no Mundo da Imaginação*, um programa totalmente diferente do que Xuxa já tinha feito, inspirado no sucesso que a coletânea *Xuxa só para baixinhos* fazia entre as crianças menores, era a volta de Xuxa à programação diária no período da manhã na TV Globo e a primeira atração sem a tutela de Marlene Matos. No conteúdo, noções de números, espaço, histórias infantis e interatividade com as crianças nas quais mandavam material através de vídeos caseiros, com formato intimista, remetia a elementos dos contos infantis como um castelo cor-de-rosa com fadas e toda a atmosfera própria dessa temática, sem brincadeiras com as crianças a ideia era educar de maneira lúdica e inofensiva. Ainda no programa, o personagem da *Bruxa Keka*, uma feiticeira interpretada por Xuxa que sempre tentava fazer algo contra as crianças, mas sempre se dava mal. A maior novidade e diferenciação era a ausência da exibição de desenhos.

(...) aparentemente, com a maternidade, nossa apresentadora adquiriu uma nova consciência e passou a procurar exercer seu imenso poder com muito mais responsabilidade. Trocou a sua produtora – que todos dizem ser a grande responsável pela baixa qualidade do visual e do conteúdo do antigo programa – e começou a tentar fazer algo muito mais voltado para a infância. (SILVA, 2007, p.46 apud RICHBIETER, 2003).

O formato pedagógico, fez com que *Xuxa no Mundo da Imaginação*, perdesse audiência para as emissoras concorrentes, obrigando a produção de Xuxa a reformular o programa, com isso a velha fórmula conhecida por todos voltou, desenhos foram comprados e a atração virou um enorme tabuleiro, com dados e disputas entre crianças sobre os olhares dos adultos que acompanham o programa no auditório. O programa não resistiu a concorrência da revista eletrônica *Hoje em Dia* na TV Record, nem aos desenhos do *Bom Dia e Cia* do SBT, acabando em 2004.



Imagem 49: *Xuxa no Mundo da Imaginação* (Bloggerxuper.blogspot)

Em 2005, Xuxa tentaria mais uma vez alcançar o sucesso entre as crianças com o *TV Xuxa*, um programa voltado para um público maior, os pré-adolescentes. A ideia era trazer o conceito de uma estação de televisão com quadros como games, dramaturgia e desenhos, a grande maioria tinha a letra X como título: a nave voltava em computação gráfica deixando a apresentadora na superfície do planeta Terra, com várias crianças em volta. Mais tarde o programa era feito dentro da própria nave, tudo era feito com a intenção de transportar as crianças para um mundo de tecnologia e modernidade.

O cenário high tech do "TV Xuxa" é bacana, mas a volta da nave, principalmente na abertura da atração é prova de falta de criatividade. Se Xuxa viesse a cavalo seria mais interessante ou no mínimo diferente. O engraçado é que, em princípio, o cenário modernoso impressiona, mas engana no final ao anunciar o "novo-velho". (SILVA, 2007, p.59 *apud* KLINGER, 2006)

Xuxa aparece poucas vezes nos programas ouve-se apenas a voz da mesma anunciando as atrações, a plateia, constituída de crianças, é vista em apenas um momento, quando a apresentadora entrevista artistas no quadro. Assim como o *Xuxa no Mundo da Imaginação*, o *Tv Xuxa* passou por alguns formatos e com a estreia de vários quadros com o intuito de resgatar o matinal. Sem êxito, em nenhuma das tentativas, o programa passou a ser exibido somente aos sábados mudando o foco, agora a estação de televisão seria destinada para toda a família não somente as crianças.



Imagem 50: *TV Xuxa* versão infantil (Mundo Xuxolândia)

Xuxa Meneghel ao longo dos anos, não conseguiu se reciclar, assim como suas concorrentes que fizeram uma transição gradual para outros públicos, seu erro ou acerto, foi investir no público infantil enquanto esse estava se enveredando para os caminhos da internet, dos jogos eletrônicos, das TVs por assinatura, independentemente de qualquer escolha a apresentadora e *Rainha dos Baixinhos*, marcou seu nome na televisão brasileira, sendo o maior expoente desse segmento mesmo com a gama de concorrentes que apareceram em seu caminho ao longo das décadas de 1980 e 1990.

Certamente não vai demorar muito tempo para que Xuxa tire o time de campo; outra mocinha nova, ajeitada, bonita, loirinha, ira substituí-la no programa de auditório. Seja o que for, seu nome, no entanto ficará como símbolo da consolidação da TV no imaginário infantil a partir dos anos 80. (VASCONCELLOS, 1998, p.99)

Em 2015, Xuxa Meneguel se transferiu para a Rede Record de televisão com o intuito de retomar o sucesso que conquistou nos anos 80, em um programa totalmente diferente levando seu nome e sobrenome. O produto, era inspirado em um *Talk Show* apresentado por Ellen DeGeneses, intitulada *Ellen DeGeneses Show* transmitida pelo canal NBC Universal. A aposta da rede Record em um formato Norte americano não fez o sucesso esperado, o público não estava acostumado em assistir Xuxa com um figurino masculinizado, já que Ellen trajava sempre terno e gravata em seus programas, além da animadora copiar também o jeito engraçado da apresentadora americana.

O programa sofreu constantes mudanças, Xuxa passou a usar figurinos mais femininos, além de investir em pautas assistencialistas característica marcante dos programas de auditório da Record, mas as modificações não surtiram efeito, fazendo com que o Xuxa Meneguel acabasse em 2016. No ano seguinte a apresentadora volta a programação da emissora com o reality show de dança estadunidense *Dancing with the Stars*, que no Brasil passou a se chamar *Dancing Brasil*. Até o momento a atração vem conquistando níveis razoáveis de audiência e repercussão nas redes sociais, mesmo não correspondendo às expectativas iniciais da Record.

Paralelamente a televisão Xuxa participa do projeto Xuchá, uma turnê onde a apresentadora viaja o Brasil cantando seus maiores sucessos. O show tem o objetivo de alcançar os adultos que cresceram assistindo seus programas, e tem todos os elementos que fizeram sucesso ao longo de sua trajetória como a nave e as paquitas.

5. A DECADÊNCIA

A grade diária no período da manhã sempre foi a faixa horária mais representativa tratando-se de programação infantil. A maioria das emissoras investia seus produtos destinados as crianças nesse período, algumas exceções se destacaram no período vespertino como o *Show Maravilha* ou *Casa da Angélica*, ambos exibidos no pelo SBT.

Os programas infantis de auditório deixaram de ser exibidos gradualmente em todas as emissoras, foram substituídos por telejornais, programas femininos ou revistas eletrônicas. São vários os motivos pelos quais os programas de auditório foram dizimados.

O *Xou da Xuxa* na Rede Globo, foi extinto, como já foi mencionado anteriormente, pelo desgaste da apresentadora e alto número de concorrentes que fizeram com que o sucesso apresentado por Xuxa fosse, aos poucos, se esgotando e substituído pelo infantil *TV Colosso* em 1993.

Com o final do programa *TV Colosso*, a emissora reinveste em atrações infantis de auditório e em 1996 estreia *Angel Mix*, com a nova contratada Angélica. Depois de reformulado o programa sairia do ar devido à baixa audiência. Angélica tentara permanecer em cena com a novela infantil *Bambuluá*, entretanto a obra dramatúrgica não atingiu as expectativas e foi substituído por Ana Maria Braga com o feminino *Mais Você*, Ana despediu-se da Rede Record onde apresentava o *Note e Anote* no horário da tarde, que garantia faturamento e audiência, para assumir o mesmo produto na Rede Globo no mesmo horário da antiga atração. Com pautas voltadas para o público feminino como artesanato, culinária, crônicas de Carlos Cony dentre outras, o programa não funcionou nessa faixa horária e foi migrado para as manhãs.

As mudanças nos programas da Xuxa e a extinção de *Angel Mix* foram um reflexo direto da movimentação da sociedade, seja pela variação de audiência e pela aceitabilidade de outras propostas de programas, seja pela opinião pública, por meio de reportagens, artigos e críticas para imprensa ou, mesmo, pela percepção dos seus produtores dos novos desejos do seu público- como assistir a programas femininos pela manhã, dando espaço para o *Mais Você*, apresentado por Ana Maria Braga na Rede Globo. (MAGALHAES, 2007, p 126,127)

Essa seria a primeira movimentação de emissoras importantes, com o intuito de gradativamente mudar a grade matinal. O programa de Ana, ao se transferir para nova faixa horária, investiu mais em pautas jornalísticas, em virtude da concorrência da Rede Record, sua antiga casa, que exibia o telejornal *Fala Brasil* e a revista eletrônica *Hoje em dia*.

A Rede Record, diante às transformações da concorrente, com a finalidade de modificar a grade matutina, investiu em informação, entretenimento e prestação de serviço e

com isso fez o infantil de auditório *Eliana e Alegria* ser extinto, Eliana assumiria outro projeto no final das manhãs com a mesma temática (*Eliana na Fábrica Maluca*) nessa lacuna estreou a revista eletrônica *Hoje em dia*, inspirado em outro produto norte americano *Good Morning America*¹².

Hoje em dia inicialmente era apresentado por Edu Guedes que cuidava da parte de culinária com receitas e dicas gastronômicas, Ana Hieckmann com a editoria de moda e comportamento, Brito Junior era o repórter com as principais notícias do Brasil e do Mundo e Cris Flores era responsável por abordar questões referentes as celebridades e fofocas.

A Rede Globo seguia o caminho de trocar aos poucos a programação infantil, migrou o *TV Xuxa*, último programa de auditório infantil transmitido todos os dias pela TV Globo, para os sábados, direcionado a família brasileira e substituído pela sessão de desenhos intitulada *TV Globinho*.

No ano de 2011 estreia *Bem-Estar*, programa voltado para a saúde que ocupa a grade das manhãs da Globo, com isso o público infantil perde mais espaço que ainda resistia com a *TV Globinho*. O programa é apresentado por Mariana Ferrão e Fernando Rocha e visa esclarecer dúvidas relacionadas à saúde. A participação do público pela internet com perguntas dos temas propostos é outro ponto forte do *Bem-Estar* que incentiva a interatividade com os telespectadores.

Em 2012, finalizando a transição gradual do termino da programação infantil na maior emissora do país, entra no ar na Globo, o programa *Encontro com Fátima Bernardes*. A atração se baseia em uma sala de estar com a presença de artistas da emissora, apresentações musicais e participação da plateia

O jornalista Flávio Rico, em sua coluna diária pelo portal UOL, publicou uma reportagem em 2012 intitulada “O que fez Globo mudar suas manhãs”¹³ salientou que as modificações feitas pela emissora Rede Globo, foram baseadas em estudos que constataram que a programação infantil da TV aberta significa pouco, cerca de 5%, enquanto na TV fechada o investimento para esse público chega a 80%, onde o canal Discovery Kids é líder de audiência. O fim dos programas infantis só se consolidou de forma integral depois que o canal Gloop estreou na Globo Sat, tal movimentação se deu pelo alto número de crianças que migraram para a TV fechada. O SBT continua com olhar para o público infantil, contrariando a tendência

¹² Atração matinal estadunidense, com exibição diária no horário da manhã, pela emissora ABC. Em seu conteúdo mescla informação com entrevistas, além de matérias sobre comportamento, beleza e o mundo das celebridades. É apresentado por vários apresentadores, onde conduzem o programa de forma informal e bem humorada

¹³ <http://televisao.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2012/07/03/o-que-levou-a-globo-mudar-as-suas-manhas.htm>

imposta pelo mercado em relação a queda de investimento nessa programação visto que a maior parte dos desenhos exibidos vem do contrato que o SBT possui com a Warner e Disney. No gráfico a seguir, nota-se a diferença nos números do Ibope em detrimento da estreia do programa de Fátima Bernardes na grade da Globo. Percebe-se que a Rede Record foi a mais prejudicada, enquanto SBT manteve os mesmos índices, já que detém público consolidado.



Imagem 51: Gráfico da mudança nos números de audiência da estreia do programa de Fátima Bernardes (Uol, Coluna Flávio Ricco)

Ainda de acordo com matéria, em 2012, diagnosticou-se que no mês de maio, nos horários de 7 da manhã até meia-noite, dos seis primeiros canais fechados de maior audiência, quatro são destinados ao público infantil ou infanto-juvenil tendo em primeiro lugar o canal infantil Discovery Kids, em segundo o canal de esportes SporTV, em terceiro o canal Disney Channel, o quarto o Cartoon Network e em quinto o espaço destinado a filmes TNT.

Como já foi mencionado, as TVs por assinatura apresentam canais destinados totalmente ao público infantil, um nicho capaz de oferecer programação de qualidade para

crianças de todas as faixas de idade, 24 horas por dia, isso possibilitou a migração das crianças que acompanhavam a TV aberta brasileira. A facilidade para contratar empresas que oferecem canais variados para as crianças democratizou o uso de tal serviço. De acordo com (PNAD) Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios são 18,7 milhões de casas com TV por assinatura, o que representa 29,5% do total. A região Sudeste é a maior proporção de casas que usam o serviço com 40,1% e os menores percentuais estão nas regiões Norte com 18,9% e Nordeste com 15%. ¹⁴

A engrenagem capaz de fazer com que a televisão aberta consiga se sustentar diante de todas as despesas que a produção dos mais diversos conteúdos como: teledramaturgia, linha de shows, esportes e das notícias é o investimento publicitário. É através do comercial das inúmeras marcas nos intervalos ou dentro das próprias produções que é possível gerar emprego e renda.

No capitalismo avançado, a mercadoria, a mercadoria transformada em uma imagem de consumo torna-se uma espécie de variável reguladora das ações sociais. Desde pequena, a criança é estimulada ao consumo pela propaganda. Conforme vai crescendo, novas formas de aquisições de produtos e novos valores de mundo da mídia passam a fazer parte do seu universo, retrabalhados conforme a necessidade e possibilidade. (PORTO, 2000, p.38 *apud* MARTINO, 2010, p.76)

O controle em relação a publicidade infantil, vinculada durante as atrações que possuem esse público alvo, inibindo ações comerciais de um modo geral, fez com que o investimento na produção de programas infantis caísse consideravelmente, dificultando a produção desse tipo de conteúdo. Antes, o segmento detinha a capacidade de atrair investimento todas as emissoras possuíssem programa infantil de auditório, seguindo um modelo pré-determinado, tendo seus apresentadores como verdadeiros vendedores de seus próprios produtos em uma variedade de objetos licenciados, transformando os próprios programas ou os intervalos em vitrines de faturamento

É próprio da mídia, nas sociedades capitalistas, incentivar o consumo. A propaganda financia a televisão em uma vitrine de poderoso alcance. No entanto, há um outro tipo de estímulo, menos visível e por isso mais poderoso vinculado à TV. São produtos que têm como referência a própria televisão. A publicidade vinculada nos intervalos comerciais dizem respeito a produtos desvinculados do universo televisivo-comidas, roupas e objetos. (MARTINO, 2010, p.74)

¹⁴ <http://www.valor.com.br/brasil/4027358/ibge-tv-por-assinatura-chega-quase-um-terco-dos-domicilios-no-pais>.

Atualmente a publicidade infantil é mais restrita, em virtude do maior rigor no controle do Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária (CONAR); pelo Estatuto da Criança e do Adolescente; pelo Código de Defesa do Consumidor, além das ações normativas da Anvisa e determinações do Código de Ética da Publicidade. Algumas regras foram convencionadas como a proibição do uso de imperativos “compre”, “peça para seus pais”; que denigram a família, escola, vida saudável ou que contenha algum tipo de preconceito. A substituição de produtos por refeições, o consumo exagerado de alimentos e bebidas foram outros pontos importantes.¹⁵

De acordo com o IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) tendo como base o artigo 37 do código de defesa do consumidor, a publicidade direcionada ao público infantil é abusiva pois se aproveita de deficiência de julgamento da criança.

O Idec entende que toda publicidade que tem o público infantil como interlocutor desrespeita o princípio da identificação, pois a criança não tem condições de analisar criticamente o interesse mercadológico que existe por trás da informação direcionada a ela. Por ser hipervulnerável às práticas de marketing, esse público merece especial proteção”.¹⁶

O Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) integrante da secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, desde de 2004, estipula regras rígidas com propósito de controlar a publicidade infantil nos diversos meios de comunicação. Em 2014 em mais uma ação com o objetivo de aumentar o controle sobre o que é divulgado nas grandes mídias, a CONANDA, conseguiu que fosse aprovada uma resolução que inibiu propagandas que tenham: desenhos animados, bonecos, linguagem infantil, trilhas sonoras com temas infantis, oferta de prêmios, brindes ou artigos colecionáveis que tenham apelo às crianças. ¹⁷

Criar uma programação de qualidade para as crianças sempre foi preocupação constante das grandes emissoras de televisão. A diminuição do conteúdo voltado para esse público ou redução que beira a extinção é preocupante, já que uma das premissas de criar conteúdo para os telespectadores que começam a assistir televisão é criar um vínculo duradouro, capaz de fazer com esses ouvintes cresçam em paralelo com todas as faixas horárias. *TV Xuxa* e *Angel Mix* apresentados por duas animadoras que marcaram época nas décadas de 80 e 90, são programas que faziam uma espécie de “preparação”, ou seja, o formato dessas atrações

¹⁵ <http://olharatual.com.br/o-fim-da-programacao-infantil-na-tv-aberta/>

¹⁶ <https://www.idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/publicidade-infantil-entenda-quais-so-os-perigos>

¹⁷ http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/04/140422_conanda_resolucao_pai_mdb

abrangia muitos quadros e conteúdos com a finalidade de fazer a criança se acostumar com a grade da emissora. “Mas a formação do público seria justificativa suficiente para a sua continuidade, no sentido de acostumá-lo a se ligar à emissora desde criança, bem como a assimilação do formato tanto dos programas quanto do modelo de programação brasileira comercial” (MAGALHAES, 2007, p.125)

Segundo José Armando Vanucci, em vídeo especial sobre o fim dos programas infantis no canal do *Youtube* da *Jovem Pan Notícias*, a TV comunica com as crianças e essas quando crescerem assistirão aos programas daquela emissora, a responsabilidade da própria TV é informar, prestar serviço e levar a cultura brasileira para indivíduos diferentes, das mais diversas esferas e camadas da sociedade brasileira.¹⁸

Ainda dentro do próprio vídeo, o diretor do núcleo infanto-juvenil da TV Cultura Fernando Gomes, frisa que os canais comerciais desestimularam os canais abertos onde é prático produzir um programa feminino no qual os comerciais são exibidos dentro da própria atração ou nos intervalos. Vanucci termina sua análise ao dizer que a TV perdeu a função de babá eletrônica porque existiu concorrência de jogos e outras mídias que fizeram a relação da TV com as crianças mudarem ao longo do tempo.

O único programa infantil que resiste as modificações impostas pelo tempo é o *Bom Dia e Cia*. Mesmo sem ter plateia, a atração em seus primeiros anos seguiu fielmente a tendência que os programas infantis ditavam de ter apresentadoras carismáticas e loiras na apresentação, foi somente a partir da saída de Jackeline Petkovic, que a apresentação do programa foi feita por crianças em um formato que mesclava desenhos animados e brincadeiras com telespectadores.

Em virtude de uma notificação do Ministério do Trabalho em relação a quantidade de horas que as crianças trabalhavam diariamente, Silvia Abravanel, filha de Silvio Santos, passou a apresentar o *Bom Dia e Cia* com isso ressurgiu a era das apresentadoras infantis. Silvia não tem o mesmo carisma que Xuxa, Angélica ou Eliana, mas conduz o matinal de forma correta.

De acordo com o colunista Flávio Rico, existe o projeto de inserir no programa atual plateia durante 3 vezes por semana em função do pedido das crianças que assistem à atração em casa e dos próprios pais. Ao contrário da tendência que não existe mais programação infantil para as crianças na televisão aberta, o SBT inova e traz de volta o auditório para perto

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=BpyKc4iCbfU>

do estúdio, com o retorno dos programas infantis de auditório, que marcaram a vida de muitas crianças nas décadas de 1980 e 1990.¹⁹

6- CONCLUSÃO

Os programas infantis sempre fizeram parte da programação das grandes emissoras, com o passar dos anos as crianças foram esquecidas dos grandes canais de televisão. Um dos

¹⁹ <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2017/10/23/sucesso-do-bom-dia-e-cia-leva-sbt-pensar-em-um-auditorio-para-ele.htm>

únicos produtos que ainda sobrevive a essa tendência eminente em canais comerciais é o *Bom dia e cia* apresentado diariamente por Silvia Abravanel filha de Silvio Santos. Nesse nicho voltado para essa faixa de público, se destacaram os programas infantis com plateia, foram diversos os profissionais e atrações que tiveram destaque, sobretudo nos anos que compreendem as décadas de 1980 e 1990. Diante de tamanha ebulição de conteúdos voltados para as crianças nas décadas mencionadas, o controle na veiculação de propagandas dentro e fora das atrações por diversas entidades, com a finalidade de proteger as crianças de propagandas abusivas dificultou a produção de conteúdo com o passar do tempo. Tal proibição, ocasionou reflexos não apenas nos programas de auditório, mas em toda programação infantil, fazendo com que Telejornais e revistas eletrônicas ganhassem mais espaço, pelo fato de ter um direcionamento voltado para todos os públicos com a certeza de lucro e inserção de diversas propagandas.

Essa foi umas das causas apontadas pelo trabalho para entender os possíveis motivos pelo desaparecimento dos programas infantis em grande parte das emissoras, assim como o crescimento da TV por assinatura que oferece um conteúdo voltado para as crianças 24 horas por dia, em detrimento disso as crianças estão migrando para a TV paga deixando de lado a televisão aberta.

Ainda dentro dessa atmosfera, fatores comportamentais podem ter contribuído para o desaparecimento de conteúdos voltados para as crianças, que não foram mencionados nesse estudo, mas que podem ser aprimorados em ocasiões futuras, como a relação da criança com a tecnologia de forma geral como os jogos eletrônicos, o uso de smartphone, as redes sociais, além de plataformas como a *Netflix* que permitem assistir filmes e séries em qualquer hora do dia. A convivência com a família também sofreu modificações, antes as crianças assistiam televisão com seus parentes e amigos, com o passar dos anos esse “ritual” passou a ser substituído pela individualidade, cada um tem o seu celular ou seu notebook, na convivência com seu mundo particular. Essas novas formas de estabelecer contato com o mundo fez com que a televisão também perdesse espaço, tirando o controle dos pais que antes monitoravam o que seus filhos assistiam em determinados horários, agora as crianças passam boa parte de seu tempo entretidos com as diversas ferramentas que a modernidade oferece, se aproximando de todos ao mesmo tempo que se distancia de seu núcleo familiar.

Como foi dito anteriormente, a TV por assinatura oferece conteúdo diversificado para o público infantil, nos mais diferentes horários tendo grande audiência superando inclusive canais de filmes ou esportes. Esse crescimento e consolidação de público, levanta a seguinte questão: Porque a televisão aberta não segue a mesma tendência dos canais fechados?

A TV aberta se acostumou a fazer o que é mais rentável, o que oferece mais lucro, os programas femininos por exemplo inserem várias ações de merchandising entre uma atração ou outra, com essas inserções de comerciais as despesas do programa já são pagas, além do lucro para a emissora.

Em outros tempos existia a preocupação em criar faixas horárias para os “pequenos” com a intenção de fidelizar novos telespectadores, criar uma identificação com esse público que passaria boa parte de suas vidas acompanhando tudo o que a TV oferece. Atualmente essa incumbência de criar conteúdo para as crianças, foram destinados a canais pagos como Disney Chanel ou Boomerang. Não há nada de errado no conteúdo divulgado pelos mesmos, mas é necessário entender que existe boa parte da população que ainda não possui condições financeiras de arcar com as despesas de uma televisão paga.

As premissas principais desse meio de comunicação desde dos seus primórdios em 1950 até os dias de hoje é informar os mais diferentes fatos do Brasil e do mundo, prestar serviço denunciando mazelas e problemas enfrentados pela população e acima de tudo entreter. Não oferecer conteúdo para as crianças de forma geral, é não cumprir em sua totalidade o objetivo de divertir de maneira igualitária a todos e todas. Nesse véis, a Tv não presta serviço quando esquece um público que contribuiu para a consolidação de um dos veículos de comunicação mais populares no país.

É necessário destacar que nesse cenário, as televisões educativas cumprem o seu papel de entreter com qualidade as crianças de forma geral, mesmo com poucos recursos, sem o capital de grandes empresas, investindo ainda em reprises, mas a responsabilidade de entreter com qualidade deveria ser da televisão como um todo. Destinar espaço para essa faixa etária é também tarefa desse veículo, que deveria ter em sua filosofia a produção de conteúdo para todos e todas, sem distinção de raça, etnia ou situação social ou idade.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na época de suas técnicas de sua reprodução**. São Paulo: Abril S.A Cultural e industrial.1975.

BRAUNE, Bia; RIXA. **Almanaque da TV: histórias e curiosidades desta máquina de fazer doidos**. São Paulo: Ediouro, 2004.

CARVALHO, Thaiz de. O xou da Xuxa como representação do ideal de branqueamento no Brasil. In: ENCONTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO, VII, 2015, Curitiba PR, **Anais**. Curitiba: Encontro de pesquisa em comunicação, 2015. Disponível em: eventos.ufpr.br/enpecom/enpecom2015/paper/download/131/38

CENTRO CULTURAL DE SÃO PAULO: **Tv Brasil anos 50**. Disponível: <http://centrocultural.sp.gov.br/site/tv-brasil-anos-50/> Acesso em 05 ago.2016.

COLVARA, Lauren Ferreira. Os Programas Infantis e sua trajetória na TV aberta brasileira: os casos mais importantes. CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, V, São Paulo, SP. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0163-1.pdf>. Acesso em 16 fev. 2016.

COSTA, Cristiane. **Eu compro essa mulher**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 2000.

COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional.1971

INFANTV: Programas. Disponível: <http://www.infantv.com.br/infantv/?cat=8> Acesso em 10 out.2017.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. São Paulo: EDUSC.2001.

MAGALHÃES, Claudio Márcio. **Os programas infantis da TV**. Belo Horizonte: Autêntica. 2007.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação e identidade: Quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus.2010.

MARA MARAVILHA: Biografia. Disponível: <http://www.maramaravilha.com.br/biografia.html>. Acesso em 10 out.2017.

OLIVEIRA, Renan Feitosa de; SILVA, Dirceu Lemos da. Do gênero programa de auditório na televisão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO,

XXXIX,2016, São Paulo-SP, **Anais**. São Paulo: Intercom,2002. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2831-1.pdf> Acesso em 15 set.2017

R7:Xuxa.com. Disponível: <http://www.xuxa.com/> Acesso em 09 set.2017.

SERGIO MALLANDRO: Trajetória. Disponível: <http://www.sergiomallandrooficial.com.br/trajetoria> Acesso em 03 out.2017

SILVA, Alexandra da Silva. **O “X” da questão**: Tv Xuxa e o desgaste dos programas infantis de auditório. 2007.78f. Monografia, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de fora,2007.

MEMÓRIA GLOBO. Auditório e variedades. Disponível: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades.htm>. Acesso em: 13 set.2017.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do Grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad. 2002.

SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**. Rio de Janeiro: Vozes LTDA. 1975.

VASCONCELLOS, Gilberto Felisberto. **Eu e Xuxa**: Sociologia do cabaré infantil. Rio de Janeiro: Leia Mais Ed.,1991.

XUXA 21 ANOS DE SUCESSO. **Manchete**, n 2.522, São Paulo, Julho de 2001.Capa. Edição especial