

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL

PRODUÇÃO CULTURAL

Larissa Souza Ferreira

**PLUNCT, MÁGICO, BOOM:
O PROCESSO DE CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO FONOGRÁFICO INFANTIL
NO BRASIL DOS ANOS 80.**

Niterói, 11 de junho de 2014.

Larissa Souza Ferreira

**PLUNCT, MÁGICO, BOOM: O PROCESSO DE CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO
FONOGRÁFICO INFANTIL NO BRASIL DOS ANOS 80.**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, como requisito para obtenção do Grau de Bacharel.

Orientador: Prof. Marildo José Nercolini

Co-orientadora: Selene Ferreira

Niterói, 11 de junho de 2014.

LARISSA SOUZA FERREIRA

PLUCT, MÁGICO, BOOM: O PROCESSO DE CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO
FONOGRÁFICO INFANTIL NO BRASIL DOS ANOS 80.

Monografia apresentada ao Curso de
Graduação em Produção Cultural da
Universidade Federal Fluminense, como
requisito para obtenção do Grau de
Bacharel.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr.º Marildo Nercolini (Orientador)
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof. Dr.ª Marina Bay Frydberg
Universidade Federal Fluminense (UFF)

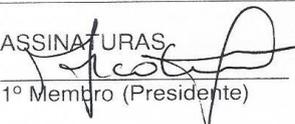
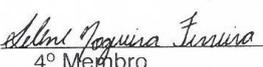
Prof. Ms. Maria Tereza Mattos
Universidade Federal Fluminense (UFF)

ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO FINAL DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHO	
Nome do Candidato: LARISSA SOUZA FERREIRA	Matrícula: 110.33.100
Título do Trabalho: PLUNCT, MÁGICO, BOOM: O PROCESSO DE CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO FONOGRAFICO INFANTIL NO BRASIL DOS ANOS 80	
Orientador: Dr. Marildo Nercolini Co-orientadora: Me. Selene Ferreira	
Categoria: Monográfica	Data da Apresentação : 11.06.2014

BANCA EXAMINADORA	
1º Membro (Presidente) Dr. Marildo Nercolini	
2º Membro (Co-orientadora): Me. Selene Ferreira	
3º Membro: Drª Marina Bay Frydberg	
4º Membro: Me. Maria Teresa Mattos	

AVALIAÇÃO:
Análise / Comentário
<p>A banca destaca:</p> <ul style="list-style-type: none">* Objeto de monografia original, pertinente e muito bem recortado;* estrutura do trabalho, bem montada; historicizou, situando o processo;* apresentação oral feita^{elaborada} pela aluna foi bem feita, adequada. <p>Em função disso, a banca sugere a continuidade da pesquisa no mercado.</p> <p>10 (dez)</p>
Nota Final (média dos quatro integrantes da Banca Examinadora):

ASSINATURAS		
 1º Membro (Presidente)	 2º Membro	 3º Membro
 4º Membro		

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ser sempre me conduzir e guiar meus passos.

Ao meu pai, extensão do que eu sou, que encorajou todas as minhas aventuras, sempre me incentivou e intercede por mim lá do céu.

À minha mãe por ser aquela que me ensinou tudo que eu sei, a mulher mais forte que eu conheço e meu maior exemplo.

À minha fada madrinha, Déa Nogueira, por ter se tornando produtora cultural por tabela e ter feito mágica na minha vida, mostrando-me um mundo colorido e cheio de sonhos.

Ao meu irmão por deixar eu invadir seu quarto e ser desde sempre o meu companheiro de todas as horas.

Ao meu melhor amigo, conselheiro e sacerdote Padre Bruno por todos os conselhos e mimos.

Ao Padre André Luís por nunca me deixar desistir.

À minha família por me apoiar e incentivar.

Ao meu orientador Marildo Nercolini, pela dedicação. Obrigado por ter acreditado e aceitado me orientar, sem nem me conhecer direito e por ler todos os meus textos com a maior paciência.

À Marina Frydberg que neste final de curso, me motivou com seu carinho e aulas contagiantes. Obrigado por aceitar fazer parte da banca.

À Tetê Mattos, por seus ensinamentos durante o curso e por aceitar fazer parte da banca.

À Selene Ferreira por ser, além de co-orientadora, a amiga que me ajudou a acreditar em mim, aturando meus desesperos e crises de “página em branco”.

Às amigas irmãs, Maria Carolina, Nathália, Luiza e Raíssa, que sempre fazem tudo ser mais leve, caminham juntas e me dão força em todos os momentos.

À Luiza Cunha por ter me ajudado a descobrir novos caminhos dentro e fora de mim.

Aos meus amigos, tesouros da minha vida, que estão sempre do meu lado e que tiveram paciência com os meus “nãos”, para poder escrever.

Aos muitos abraços e chocolates que eu recebi de muita gente fofa durante a escrita.

RESUMO

Esta monografia busca analisar as coproduções musicais e televisivas do universo infantil durante a década de 1980, destacando a parceria entre a televisão brasileira e a indústria fonográfica, buscando perceber como o mercado da música neste nicho foi consolidado, fazendo um estudo de caso dos mais emblemáticos.

Palavras chave: televisão, indústria fonográfica, criança, anos 80.

ABSTRACT

This monograph examines the musical and television co-productions of childhood during the 1980s, highlighting the partnership between the Brazilian television and music industry seeking to understand how the music market in this niche was consolidated, making a study of the most iconic.

Keywords: television, music industry, child, 80.

SUMÁRIO

I. Introdução.....	08
II. Capítulo 1 - A relação entre a indústria fonográfica e a televisão brasileira.....	11
1.1 A chegada da Televisão.....	12
1.2 O processo de popularização.....	14
III. Capítulo 2 - Programação infantil.....	23
IV. Capítulo 3 - Os especiais dos anos 80.....	32
3.1 A Arca de Noé.....	34
3.2 Pirlimpimpim.....	38
3.3 Plunct Plact Zuum.....	42
3.4 Casa de Brinquedos.....	46
3.5 Balão Mágico.....	50
V. Conclusão.....	55
VI. Referências.....	58
VII. Anexos.....	60

INTRODUÇÃO

Durante minha infância tive contato com as músicas tocadas nos especiais da Rede Globo em 1980. Assim a partir de um interesse pessoal na produção infantil fonográfica e televisiva, surgiram alguns questionamentos: Por que em determinado momento artistas consagrados da música popular brasileira resolveram voltar seu olhar para as crianças? E por que a televisão abraçou essas produções?

Percebeu-se que antes desses musicais as produções fonográficas para elas eram escassas e limitavam-se a discos de história ou a poucas músicas. Assim notou-se que em 1980 a indústria fonográfica, apoiada pela televisão, enxergou um novo mercado, que parecia promissor. O investimento neste público seria vantajoso, tanto para a indústria do disco, quanto para a audiência televisiva.

Assim, o presente trabalho de conclusão de curso tem como objetivo analisar as produções musicais do universo infantil durante a década de 80, no Brasil, buscando perceber como o mercado fonográfico neste nicho foi consolidado no período.

Foi realizado um estudo sobre a discografia e os especiais da televisão, especificamente da Rede Globo, voltados para o mercado infantil nos anos 1980, procurando entender como se deu a consolidação do mercado brasileiro de música infantil e o papel fundamental da televisão, bem como de vários artistas consagrados ligados à Música Popular Brasileira, envolvidos nesse processo.

Para justificar a consolidação de um mercado fonográfico infantil nos anos 80, no Brasil, é preciso fazer primeiro uma análise histórica do contexto que levou tal consolidação. Desta forma, este trabalho procurou compreender primeiro como a relação de parceria entre a televisão brasileira e a indústria fonográfica contribuiu para este processo, traçando um panorama histórico da chegada da televisão no Brasil, passando por sua popularização e chegando a uma gama de programações, que contemplou também o público infantil.

Tendo como base principalmente os trabalhos de Márcia Tosta Dias, em seu livro “Os Donos da Voz”, que fornece material para pesquisar sobre o mercado fonográfico e suas transformações, bem como artigos de Marildo Nercolini e de Marcos Napolitano, que foram utilizados para entender a relação da Música Popular Brasileira com a popularização da TV e outros artigos acadêmicos, além de sites específicos da internet como o Memorial Globo, banco de dados da emissora, que ajudou a encontrar informações sobre os programas.

Assim, no Capítulo 1, estabeleceremos a relação entre a televisão e a indústria fonográfica, que já estava estruturada no Brasil quando a TV chegou ao país, e mantinha importante parceria com o rádio, até então o meio de comunicação mais abrangente. Com a popularização dessa nova mídia, apoiada por incentivos do governo, a realidade mudou e a televisão passou a estar cada vez mais presente nos lares dos brasileiros. Dessa forma, o capítulo apresenta algumas mudanças que o mercado precisou realizar para acompanhar a nova dinâmica que ocorria nos meios de comunicação e a articulação fundamental entre a indústria fonográfica e a televisão.

Após esta análise, passamos para o objeto mais específico. O foco é voltado para a programação infantil. No capítulo 2, traçamos um breve histórico sobre esta programação, tanto no rádio como na TV, e sua relação com o mercado fonográfico. Deste modo, verificamos a importância da parceria estabelecida entre as empresas da indústria da música e a televisão no período de consolidação da programação para as crianças e até a chegada aos musicais infantis dos anos 80.

Já no capítulo 3, após as percepções obtidas, procuraremos fazer um estudo de caso de alguns programas infantis produzidos na década de 80, tendo como recorte quatro especiais e um programa da grade fixa da Rede Globo de Televisão. *Vinicius para crianças - A Arca de Noé* - baseado no disco e no livro do poeta Vinicius de Moraes; *A Casa de Brinquedos* inspirado em um disco de Toquinho em parceria com o baterista Mutinho; *Pirlimpimpim* que foi lançado para comemorar os 100 anos de Monteiro Lobato; *Plunct Plact Zuum*, que conta a história de crianças que desejam fugir de casa e aproveita para retratar sutilmente algumas realidades da época; e o programa *A Turma do Balão Mágico* que foi lançado após o êxito desses especiais, colocando crianças como protagonistas/apresentadoras.

Esse protagonismo também reverberou na indústria fonográfica, com lançamento de discos com essas mesmas crianças/apresentadoras, que alcançaram grande sucesso de vendas, consolidando de vez o mercado da música infantil no Brasil. Foram produzidos uma série de programas com parceria estabelecida entre a indústria fonográfica e a televisão. Aqui se percebe que foi através dessas produções que se enxergou um mercado consumidor promissor, o público infantil estava em alta e se tornava lucrativo.

Defende-se assim a hipótese de que o mercado fonográfico infantil brasileiro foi legitimado pelos artistas consagrados da MPB em parceria com a televisão, que desempenhou

um papel de destaque nesse processo através da produção de especiais realizados juntamente com esses músicos.

CAPITULO 1 - A RELAÇÃO ENTRE A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA E A TELEVISÃO BRASILEIRA

Muito se pode falar sobre a música e suas transformações. Analisamos aqui a música como mercadoria cultural, voltada para um público específico: as crianças. A música, assim como todo produto que envolve cultura, está sempre se modificando, desenvolvendo novas possibilidades, dialogando com o momento presente. Porém, embora dialogue com a cultura, a música, que circula na indústria fonográfica, é um produto comercializado e definido por grandes empresas, se inserindo em um mercado que está em constante movimento, e tem como objetivo o lucro em última instância.

A indústria fonográfica, dirigida, em sua maioria, por grandes transnacionais, foi ao longo de sua consolidação no Brasil ditando os moldes do que ia ser comercializado. Com o advento de novas tecnologias e meios de comunicação esse mercado se expandiu, acompanhando o desenvolvimento do país e se abrindo a novas alternativas, reconfigurando-se.

Podemos assim citar a televisão como um meio facilitador e estratégico das experiências da indústria fonográfica. Não é a toa que o crescimento dessa indústria coincide com o período de popularização desta mídia na década de 1960.

A partir do advento da televisão e da parceria entre esses dois mercados, o cenário televisivo-musical se diversificou, apostando em novas experiências, que quando bem sucedidas, atraíam outras, gerando ampliação do mercado fonográfico. Essa conexão gerou também desenvolvimento e foi consolidando novos nichos, à medida que identificava novas possibilidades mercadológicas.

Foi nesse contexto que se apostou em um novo segmento ainda pouco explorado no mercado fonográfico, o público infantil. As empresas perceberam que existia um mercado de consumo promissor. As crianças ainda não tinham um espaço definido na indústria fonográfica, contando apenas com um ou outro programa televisivo voltado para elas que atrelasse também a música, como o Vila Sésamo, e alguns discos de história, todos adaptados e vindos do exterior.

Essas poucas produções faziam sucesso entre as crianças, e com a mudança da estrutura familiar, onde passaram a ter voz, influenciando fortemente o que queriam consumir, notou-se que era necessário aumentar a produção direcionada a elas.

Surgem, então, os especiais infantis de 1980, nos quais a parceria entre uma emissora de televisão, no caso a Rede Globo, e a indústria fonográfica, especialmente com a participação de cantores consagrados da Música Popular Brasileira, foi uma estratégia fundamental na construção e consolidação de um mercado de música voltado para o público infantil. Faz-se, portanto, necessário um breve histórico que nos ajude a compreender esta relação e o impacto dos musicais na criação de um mercado de consumo promissor para esse público específico.

1.1 - A chegada da Televisão

A chegada da televisão ao Brasil, trazida por Assis Chateaubriand em 1950, despertou encantamento, mas também medo. Apesar de ser uma nova tecnologia cheia de possibilidades e fascinante, ela representava também uma ameaça ao rádio e ao cinema.

A chegada desse novo meio de comunicação em terras tupiniquins, causou, por um lado, fascínio e estupor, com suas novas e avançadas, para a época, tecnologias e possibilidades; por outro, desconforto e temor, pois a sua chegada poderia acarretar o enfraquecimento e, para alguns, o fim de outros meios então existentes, como o rádio e o cinema, especificamente falando. (NERCOLINI, 2008, p. 94)

Durante a década de 50 o acesso à televisão permaneceu restrito a um pequeno grupo, composto por pessoas que possuíam alto poder aquisitivo e, portanto, podiam adquirir os aparelhos receptores do sinal televisivo. Esses equipamentos eram considerados itens de luxo e, por isso, não desempenhavam o papel de comunicar a um enorme número de pessoas, tarefa que ficava ainda, por conta de outros meios de comunicação, como o rádio, por exemplo.

A televisão necessitou de quase uma década para, de fato, mostrar sua força e abalar a hegemonia do rádio. Entre outras razões, porque era uma tecnologia recente e que, no princípio, despendia de grande investimento financeiro tanto por parte de quem a queria implantar (iniciativa privada ou estatal), como por parte de quem queria ter acesso ao aparelho de TV, no início bastante caro e raro. (NERCOLINI, 2008, p. 95)

Uma das primeiras dificuldades que se impuseram para o novo meio de comunicação foi a montagem de uma grade de programação, não havia profissionais capacitados para lidar com a nova mídia, não havia histórico, nem parâmetros para formatar a programação, era

preciso conquistar audiência e, por tabela, atrair anunciantes dispostos a pagar por propagandas e anúncios, que dariam lucro aos empresários/ donos das emissoras, e serviriam também para serem utilizadas em novos investimentos. Além disso, ainda havia a questão da criação de uma linguagem adequada às possibilidades dessa nova tecnologia.

(...) esse primeiro momento caracteriza-se pelo imprevisto, pela pouca disponibilidade de receptores, em função também de seus altos custos, e, sobretudo, pela experimentação de uma nova linguagem que levaria, pelo menos duas décadas para se estruturar. (BARBOSA, 2010, p. 17)

No início predominavam na grade teleteatros, quiz show, entrevistas e show de variedades, direcionados apenas às classes altas da sociedade. Até os musicais que entravam na programação televisiva tinham essa característica e eram também feitos com artistas estrangeiros, o que a distanciava ainda mais de uma cultura popular.

Desde o final da década de 1950, a TV Record se notabilizou por trazer cantores internacionais, como Louis Armstrong, Nat King Cole, Ella Fitzgerald, criando um público telespectador de musicais. (NAPOLITANO, 2010, p. 90).

Mesmo a televisão dedicando parte de sua programação à música, esse novo meio de comunicação ainda não conseguia competir com o rádio, que continuava sendo o principal aliado da indústria fonográfica, divulgando lançamentos de canções e discos, mantendo como contratados as grandes estrelas musicais daquela época, gerando lucro para as gravadoras. Por isso, a maioria das verbas publicitárias era destinada a ele.

Enquanto, em 1958, a TV absorvia 8% das verbas publicitárias diante de 22% do que absorvia o rádio, em 1962 esse índice já pulava para a casa dos 24%. (NAPOLITANO, 2010, p.85).

Essa situação vai se transformar na década seguinte, quando a televisão passa por mudanças significativas e atinge outras classes sociais, passando a ocupar lugar de destaque na sala de visitas das famílias brasileiras.

Se o rádio ainda era o meio que reinava soberano nos primeiros anos de funcionamento da televisão no país, a crescente popularização deste meio ao longo de suas duas primeiras décadas foi fundamental para que já nos anos 1960 a televisão desenvolvesse um quadro de profissionais por ela formados, diante de um público concebido como diferenciado daquele do rádio, do teatro e do cinema, o que contribuiu para que apresentasse uma linguagem e uma

programação com maiores especificidades em relação aos demais meios de comunicação. (BERGAMO, 2010 *apud* SILVA, 2013, p. 69)

A partir disso vemos surgir todo um novo sistema que vai desde a formação de profissionais capacitados para o novo meio, até um trabalho necessário de formação e mudança no comportamento do público que precisava aprender a se relacionar com televisão.

1.2 O processo de popularização

O potencial de crescimento da televisão era enorme, sendo popularizada ela poderia ser mais do que um objeto que agregava status, específico para entretenimento de uma classe exclusiva, ela poderia tornar-se uma forma de agendamento¹ eficaz. O governo vislumbrou, na década de 1960, o poder de comunicação do novo meio, e decidiu adotá-lo em sua estratégia para se chegar ao povo, assim como fez Getúlio Vargas com o rádio, quando era presidente da República do Brasil. A partir daí, o processo de massificação se intensificou.

Com a tomada do poder pelos militares, com o golpe de estado de 01 de abril de 1964, para se consolidar no poder e consolidar seu projeto, os golpistas buscam não somente no rádio, mas, sobretudo na televisão o seu meio de acesso privilegiado as massas. (NERCOLINI, 2008, p. 94)

Para que o objetivo fosse atingido, foram necessárias ações, tanto em termos técnicos quanto na política de concessão do canal e, logicamente, na programação televisiva, que passou a transmitir aquilo que as instâncias governamentais desejavam ou que estivesse de acordo com a sua ideologia.

A criação da estatal Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações), em setembro de 1965, e a implantação de torres de retransmissão ligadas a um satélite de comunicações possibilitou a criação das redes nacionais de televisão e os grandes conglomerados de comunicações, tornando possível o desejo dos governantes militares de implantar seu projeto de 'integração nacional', claro que em mãos de um grupo selecionado de empresários, e mediante revisão e modificações na política de concessões. (NERCOLINI, 2008, p. 94)

Portanto, podemos dizer que o Estado, ao financiar toda a infraestrutura necessária ao funcionamento e crescimento da televisão, tornou-se corresponsável por implantar no país uma indústria cultural, isto é, o uso da cultura como investimento econômico e, neste caso específico, a venda de bens culturais.

¹ Agendamento de acordo com FERREIRA, 2001, p. 111: "(...) massificação na migração dos temas midiáticos enquanto temas ou agenda do público, quer dizer, os temas midiáticos se tornam conversa no dia a dia."

A ideia de ‘integração nacional’ é central para a realização [da] ideologia que impulsiona os militares a promover toda uma transformação na esfera das comunicações (...) o que caracteriza a situação cultural dos anos 60 e 70 é o volume e a dimensão do mercado de bens culturais. O mercado torna-se a grande referência dos rumos da produção e se aceita o consumo como categoria última para se medir a relevância dos produtos culturais. (ORTIZ *apud* DIAS, 2000, p. 51-52)

Assim, com o apoio estatal, a televisão foi crescendo, equilibrando-se para atender tanto o desejo de um público que estava se consolidando e ao mesmo tempo era educado para este novo meio, quanto aos desejos do governo que através da censura direcionava parte do conteúdo a ser exibido, assim como levando em conta os interesses do mercado da indústria cultural que também se consolidava no país.

Nesse contexto a televisão foi construindo sua trajetória, realizando experimentos, alterando seu formato e grade de programação. O que favorecia tanto o setor fonográfico quanto a popularização da TV.

A política de integração que o governo pretendia realizar necessitava de uma unificação do gosto popular, sendo necessário, portanto, encontrar, ou melhor, forjar interesses em comum a todos os brasileiros, para que eles passassem a cooperar para o sucesso do planejamento político/comercial. Para isso, era preciso abandonar os programas estrangeiros, que até então ocupavam um lugar de destaque, pois eram apenas adaptações de algo que já estava pronto e, conseqüentemente, eram produções mais fáceis e baratas. No entanto, elas não atingiam o público local/nacional.

(...) nos primórdios da televisão, os programas estrangeiros tiveram presença marcante e fundamental para o próprio desenvolvimento do meio (...). Porém paralelamente a este quadro de dependência, existe um movimento que se esboça incentivando a produção de programas nacionais. (DIAS, 2000, p. 54)

Para atingir as massas era necessário quebrar a fronteira de classes, ou seja, a programação precisava ser mais abrangente, atendendo uma diversidade maior de espectadores, assim como ocorria no rádio. E foi neste exemplo que a televisão se ancorou para crescer, ela passou assim a seguir o modelo de sucesso dos programas radiofônicos, apoiada nos pilares novela, futebol e musicais, preocupando-se especialmente com a imagem, seu diferencial.

Mas dessas programações apropriadas do rádio, voltemos o olhar, nesta análise, aos programas musicais, onde encontramos base para entender o sucesso dos especiais infantis de 1980.

Os programas musicais foram uma constante na grade de programação televisiva nos anos 60, período de consolidação desse meio de comunicação por aqui. Tal estratégia, já antes usada pelas grandes rádios, passou a ser usada pelos responsáveis pela programação na televisão, mas adaptando-se ao novo formato e ao novo contexto histórico. Contratavam-se os cantores para fazerem parte do elenco fixo das emissoras, alguns como condutores/apresentadores, outros como convidados eventuais para se apresentarem nos programas especificamente musicais ou de variedades (programas de auditório, por exemplo). (NERCOLINI, 2008, p. 95)

É importante perceber, que a consolidação da televisão brasileira é fortemente perpassada pela negociação com a indústria fonográfica, ambas apoiaram-se mutuamente. A expansão do setor fonográfico coincide com a fase de popularização da TV.

A produção brasileira vai conquistando, aos poucos, grande autonomia (...). É nesse contexto que o setor fonográfico se expande. Com números que apontam grande expansão no período, vemos que o setor não se amplia desvinculado do desenvolvimento de outros, tendo sido, favorecido igualmente pela conjuntura econômica em transformação. (DIAS, 2000, p. 54)

A televisão propiciou novas possibilidades ao mercado da música e esse impulsionou a TV através das experiências que já tinham passado pela rádio, somando-as a novas estratégias. Na medida em que esta nova mídia se expandia, a indústria fonográfica desenvolvia com ela parcerias e ações, para também se expandir e, conseqüentemente, aumentar seu lucro, desejo prioritário das grandes gravadoras. Era também uma oportunidade para inserir cada vez mais a música, como produto da indústria cultural.

Segundo Márcia Tosta Dias (2000), consolida-se também nesse período a produção de música popular brasileira e conseqüentemente seu mercado. Era uma música específica que dialogava com o momento vivido no país e diferente da antiga música popular do rádio (a base de sambas-canções, boleros e marchas de carnaval).

Por ser nacional e pela própria denominação, buscava já fomentar uma identificação com seu público. O ouvinte se reconhecia nas letras e mais do que apenas ouvir as músicas passivamente, como no caso das canções estrangeiras que traziam consigo o obstáculo do idioma, a MPB incentivava a vontade de engajamento. O público ouvia e se reconhecia nela, ocorrendo assim um maior envolvimento.

Quando falo em Música Popular Brasileira não me refiro a toda música popular feita no Brasil, mas mais especificamente a certo tipo de música popular que surge a partir dos anos 60. Uma música urbana, ligada ao ambiente universitário e à efervescência político-cultural que dominava as artes no Brasil na década de 60. Uma música que resgata o apuro estético – a chamada modernização da música brasileira – trazida pela Bossa Nova, mas passam a se preocupar também com o conteúdo, que precisava necessariamente ser revolucionário, no sentido de estar a serviço da conscientização das pessoas. Isto é, em síntese, uma música que buscava articular a expressão de uma consciência nacional, politicamente orientada para a emancipação cultural e ideológica é que, naquele momento, era hegemônico no pensamento artístico nacional. (NERCOLINI, 2008, p. 96)

A televisão, apoiada nos moldes do rádio, como citado, favorecia a inserção da MPB e aumentava a audiência, abrangendo um público cada vez mais heterogêneo. Com isso nota-se também um aumento na venda de discos e crescente avanço no mercado fonográfico, confirmando assim essa intrínseca relação.

Se examinarmos os grandes fenômenos musicais da TV brasileira e dos vários gêneros e ídolos direcionados para o público jovem (...) veremos que os antigos padrões da escuta musical, consagrados pelo rádio, eram retomados no veículo televisivo. (...) A música como o grande produto veiculado pela TV também não poderia dispensar os recursos e cânones estéticos de seu passado recente, mesmo que sua incorporação fosse implícita nas canções de MPB, pois o público televisivo era constituído, em parte, pela migração do antigo público do rádio. (NAPOLITANO, 2010, p. 87)

A música, principalmente a nacional, foi um alicerce para consolidar o público da televisão, pois os empresários viram nela uma forma de aumentá-lo.

Portanto, na busca pela legitimação social e tentando ocupar um espaço até então dominado pelo rádio os empresários ligados à televisão estabelecem uma aproximação muito intensa com a música. (...) Os proprietários dos canais de televisão apostaram no poder da música popular com vistas a conquistar seu espaço junto ao público (NERCOLINI, 2008, p. 95)

Os programas musicais tomaram um grande espaço na programação televisiva, sendo fundamentais para a consolidação do novo público. Como exemplos de maior sucesso, podemos citar os da TV Record, como o “Fino da Bossa” trazendo novos talentos da MPB que se tornariam artistas do cast estável de importantes gravadoras da indústria fonográfica, O “Bossaudade” com músicas mais antigas e o “Jovem Guarda” inserindo o rock também na grade. Eles foram assim programas experimentais que deram certo. Procuravam atender

diferentes públicos e com isso geraram até disputas entre esses públicos aumentando ainda mais a audiência.

Foi neste contexto que teve início a Era dos Festivais, que muito contribuiu para entendermos os especiais de 1980. O modelo dos festivais é bem diferente do que vamos ver nos especiais infantis da Rede Globo, mas foram esses mesmos artistas que mais tarde vieram a gravar para as crianças.

A busca por atrair audiência investindo em um programa de competição musical entre cantores e compositores (...) parecia adequada para o contexto brasileiro, com forte tradição musical e que via, naquele momento, surgir toda uma nova geração de músicos. (NERCOLINI, 2008, p. 101)

Os especiais da emissora Rede Globo uma década mais tarde, entretanto, tinham um tempo de duração determinado, eram gravados e possuíam formato narrativo permeado por músicas, com apresentações semelhantes ao formato do que viria a ser, posteriormente, os videoclipes. Já os festivais eram ao vivo, e sem hora para acabar, tornando os custos muito altos e sujeitos a maiores imprevistos.

Apesar de o primeiro festival de música brasileira ter acontecido em 1960, o de 1965, organizado pela TV Excelsior, é que realmente fez a diferença. A partir dele, somaram-se outros.

A chamada era dos festivais, tem como marco definitivo o I Festival organizado pela Excelsior, em 1965. A partir daí, além da Record e da Excelsior, os demais canais, TV Rio, Tupi e Rede Globo, passaram a investir pesado também no formato, pois a repercussão de crítica e público foi grande. Quando acabava um, outro já estava começando. (NERCOLINI, 2008, p.101)

A indústria fonográfica tem um aumento estrutural de seu lucro, crescendo muito no período. Para se ter uma ideia, podemos citar o caso do disco lançado em 1965 por Elis Regina com Jair Rodrigues, “Dois na Bossa”, que vendeu mais de um milhão de cópias, fato até então inédito no Brasil. Para o artista, funcionava como uma alavanca que o levava ao mundo da fama e da riqueza.

(...) Consolida-se a produção de música popular e, conseqüentemente, o seu mercado. A indústria não prescindiu da grande fertilidade da produção musical dos anos 60, sobretudo a da segunda metade da década, assim como a do início dos 70, e constitui casts estáveis, com nomes hoje clássicos da MPB, como Chico Buarque, Caetano Veloso, Gilberto Gil, Gal Costa, Maria Bethânia e tantos outros. Outro segmento altamente lucrativo que se consolida, na época, como grande vendedor de discos, é aquele nascido do

movimento Jovem Guarda, uma das primeiras manifestações nacionais do rock. (DIAS, 2000, p. 55)

Assim enquanto crescia e se desenvolvia, a televisão foi um grande laboratório para as majors, que se utilizavam da fase experimental do novo meio de comunicação para testar também novos artistas e possibilidades.

Para a indústria fonográfica os ganhos também eram muitos, sobretudo, porque possibilitava testar músicas e cantores, possibilitando o investimento em nomes mais seguros que já teriam passado pelo crivo da crítica e do público. (NERCOLINI, 2008, p. 101)

Mas o lucro e o avanço que as grandes gravadoras obtiveram, auxiliados pela divulgação da MPB na televisão, não foi o mesmo que o das emissoras. O objetivo de criar um público foi atingido, mas o custo para isso foi alto demais. A indústria fonográfica apoiada nos programas musicais vendia cada vez mais discos, aumentando sua atuação, enquanto a televisão e seus patrocinadores estavam esgotando-se.

A TV foi o ponto de encontro de diversas demandas e interesses em torno do produto musical. Enquanto as emissoras permaneciam nas mãos de executivos personalistas que dificultavam, inclusive, sua racionalização como empresa, a indústria do disco (que acabou se utilizando da TV como um dos seus laboratórios privilegiados) deu um salto na direção da moderna indústria cultural, marcada pela impessoalidade administrativa, racionalidade abstrata das decisões e pela predominância do grande capital. (NAPOLITANO, 2010, p.88)

Nos anos 70 programas musicais e festivais já estavam perdendo sua força. Era necessária uma nova estratégia para manter o público da televisão.

A “era dos festivais” tem seu auge em 1968. A partir daí começa o declínio e o desgaste da fórmula. No início da década de 70 os principais canais desistem de promover grandes festivais. Na década de 80 a Rede Globo tenta retomar a fórmula, conseguindo relativo sucesso, mas também com curta duração. Novos tempos exigiam novas estratégias e outros investimentos. (NERCOLINI, 2008, p. 106)

A parceria com a indústria fonográfica, entretanto, não se esgotou nem mesmo com o fim dos festivais, e foi achando novos rumos, como por exemplo, lançar novos artistas nas trilhas sonoras de novela.

É nesse cenário que a TV Globo toma a dianteira na audiência, ultrapassando a TV Record, que, até aquele momento mantinha a liderança.

A queda do formato do Festival como o principal espaço de apresentação dos novos artistas e canções coincide com a consolidação da hegemonia da Rede Globo no mercado de televisão e de sua expansão como um conglomerado midiático poderoso. (SILVA, 2013, p.69)

Vale lembrar que a TV Globo foi uma das emissoras criadas quando já vigoravam as novas regras de concessão que favoreciam os empresários alinhados com o regime militar. Dessa forma, em 1965, o empresário e jornalista Roberto Marinho a lançou com uma proposta diferente, com forte conexão com o governo militar, buscando a hegemonia na área.

Percebendo que os televisores já haviam deixado de ser objeto de luxo e estavam presentes em muitos lares, a emissora optou por uma programação mais popular, que interagisse com o povo. Para comandar esse projeto, contratou executivos experientes no meio televisivo: Walter Clark que trouxe também José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, e outros profissionais qualificados.

Para atingir os objetivos estabelecidos foram feitas mudanças, experiências e, em alguns casos, foram criados programas semelhantes aos existentes em outras emissoras, como os programas de auditório.

Uma mudança relevante foi a que reestruturou a grade de programação de acordo com o horário de exibição. A emissora reservou a parte da manhã para programas infantis; a da tarde, para programas femininos, e a da noite, para telenovela, telejornal e novamente telenovela. É importante acrescentar que essa fórmula novela-jornal-novela permanece até os dias de hoje na grade noturna de grande parte das televisões comerciais brasileiras.

No caso da Rede Globo, que desde então se transformou em hegemônica, foram criados programas importantes como o Fantástico, o Jornal Nacional e o Globo Repórter. Tantos acertos deram-lhe credibilidade e poder.

(...) Dando prosseguimento ao processo de racionalização da programação na TV ao longo dos anos 1970, a emissora apostava em um novo modelo de gerenciamento que, ao consolidar gradativamente o chamado “Padrão Globo de qualidade”, baseava-se, dentre outros elementos, no tripé “telenovela-telejornal-telenovela” exibido no seu horário nobre. (SILVA, 2013, p.69,70)

Com sua programação voltada para o popular, a Globo atingiu e consolidou sua hegemonia. Sem abrir mão de sua liderança, partiu para outros desafios, pois percebeu que era hora de atrair um público mais elitizado, ampliando sua base de expectadores. Para atingir

esse objetivo, promoveu novas mudanças em sua programação, renovando e aprimorando fórmulas testadas.

Essas mudanças foram percebidas pela imprensa que passou a se referir ao “Padrão Globo de Qualidade”. Expressão que acabou sendo apropriada pela própria emissora. Para consolidar esse padrão, ela optou por pré-gravar a maioria dos seus programas. Dessa forma, podia ter controle mais rigoroso sobre o que era produzido, e também excluir imprevistos indesejados, evitando problemas com a censura.

Esse padrão de qualidade pode ser notado, por exemplo, nas telenovelas, que mudaram de formato e passaram a fazer um enorme sucesso, bem como as músicas temas dos personagens. Através das trilhas sonoras era possível lançar novos artistas e canções. Foram produzidos discos específicos que favoreciam a indústria fonográfica e mais uma vez comprovam a parceria de sucesso entre a TV e o mercado musical.

Tendo esta parceria estabelecida, a emissora dá mais um passo com o lançamento da gravadora Som Livre. No início, ela era responsável pela gravação dos temas das novelas, em parceria com outra gravadora, a Philips. Posteriormente, lançou também os musicais do Fantástico e o programa Globo de Ouro, que eram gravados e comercializados.

Ainda que em determinados períodos tenha atuado como uma gravadora mais tradicional (em termos de elenco de artistas fixos com discos de carreira), a Som Livre notabilizou-se historicamente pela forma de atuação complementar à das empresas fonográficas multinacionais, o que lhe permitiu um posicionamento de extrema importância no mercado fonográfico. Assim, para o processo de harmonização de interesses entre as multinacionais do disco e a Som Livre com a finalidade de composição das trilhas, foi importante a institucionalização de uma espécie de troca em que, para a gravadora oferecer a canção já gravada de um artista já estabelecido, geralmente ela pede para que se promova uma gravação de um novo. Dentro desse esquema, se em 1972 a Som Livre já estreava com 5 discos entre os 50 mais vendidos ao longo do ano, segundo dados do Nopem, em 1977 já havia se tornado a gravadora de maior vendagem de discos no país e, graças justamente à sólida integração entre áudio e vídeo fornecida pelas trilhas de novela, em 1979 passou a deter 25% do mercado fonográfico (SILVA, 2013, p. 87).

Atenta ao “padrão Globo de Qualidade”, a emissora selecionava os participantes desses programas, excluindo os que possuíam características popularescas, como os bregas. Do time dos eleitos constavam artistas como Elis Regina, Milton Nascimento e Chico Buarque.

Nesse sentido, é notável o papel que a concepção do “Padrão Globo de qualidade” obteve para que a noção de modernização operada pela Rede Globo estivesse intimamente relacionada a um ideal de “higienização” e de “assepsia” de sua programação na década de 1970. Ainda que o rótulo “Padrão Globo de Qualidade” não tenha sido inventado pela emissora, como afirma o seu poderoso ex-diretor Boni suas práticas são perceptíveis através de diversas ações operadas por uma série de convenções que formataram o seu novo padrão de programação, privilegiando cada vez mais “os programas pré-gravados, passíveis de um controle interno mais rigoroso” que passava por uma diminuição “da improvisação, da informalidade e do inesperado. (RIBEIRO & SACRAMENTO, *apud* SILVA, 2013, p. 87)

Dessa forma a Rede Globo tornou-se a maior emissora do país, liderando a audiência e consolidando seu formato de programação. Assim passou a dar as cartas na maioria dos produtos comercializados pela indústria cultural e, já hegemônica, podia escolher e lançar novos nichos de consumo.

Tendo a grade de programação fechada, o lucro aumentava e era preciso pensar em alternativas criativas para aumentar e fidelizar ainda mais seu público.

Percebendo que a grade de programação para as crianças se limitava a adaptações estrangeiras, a emissora começou a pensar em programas nacionais, que falassem a língua do público infantil, apostando em um novo nicho de consumo.

Inicialmente, estabeleceu como principal estratégia, contar com a participação de artistas renomados da MPB que atraíam não somente este público, mas também os pais que reconheciam os artistas de sua geração e lançou diversos especiais infantis.

Toda a família se reunia para assistir os especiais e por esse motivo foi reservado um horário nobre, logo após a novela das 20h. Assim se consolidava um novo público, que passaria, mais tarde, a ocupar a grade de TV aberta por um longo período.

As crianças foram uma aposta de sucesso, gerando audiência e lucro. A descoberta do público infantil enquanto mercado consumidor e sua apresentação/divulgação pela mídia televisiva, em constante ascensão no período, juntamente com a indústria fonográfica caracteriza-se como um importante passo no desenvolvimento das estratégias de venda e de marketing para este público como veremos melhor no capítulo a seguir.

CAPITULO 2 – PROGRAMAÇÃO INFANTIL

Os programas voltados para o público infantil estiveram presentes, não só desde a fase inicial da televisão, mas se fazem notar também no rádio e no cinema. Quando uma nova mídia surge, passa a dar audiência e a ter repercussão social, as empresas procuram espaço para apresentar/lançar seus produtos. Nos Estados Unidos, pioneiros no assunto, esse ciclo aconteceu e foi modelo para o que ocorreu no Brasil com os programas para crianças. Era preciso contar com o apoio/patrocínio publicitário para criar as programações. E essas empresas, por sua vez, precisavam das mídias para divulgação.

Quando o rádio ganhou popularidade e *status* de novo ‘local de encontro’ da família, houve uma mudança no interesse comercial dado à mídia. Primeiro, foram montadas redes para atrair anunciantes com a promessa de maiores audiências e divisões de custos, estabelecendo assim o modelo de rede que mais tarde seria adotado pela televisão. Segundo, os anunciantes começaram a encarar o rádio como uma mídia importante, especificamente para alcançar as crianças. “(PECORA, *apud* MAZZARELLA, 2009, p. 29.)

Enxergando também as possibilidades de um mercado infantil, e da audiência que as crianças poderiam gerar houve, também no Brasil, uma preocupação com a programação para elas desde a era do rádio.

As crianças tinham um espaço nas emissoras. Diversos programas dedicados a esse público tornaram-se conhecidos e em sua maioria eram apresentados por mulheres. (...) Os programas infantis, principalmente nas Rádios de São Paulo, tinham muitas vezes a presença de escritores ilustres (...). As emissoras do Rio de Janeiro também ofereciam um grande espaço para as crianças. (...). (TESSER, 2007, p.7-9)

Eram programas com cunho recreativo e educativo, em que predominavam as histórias infantis, que contavam com participação do ouvinte leitura de cartas, contação de histórias, campanhas de arrecadação e conscientização, clubinhos, etc.

É interessante perceber que os programas, mesmo sendo reproduzidos através de um veículo sonoro com predominância musical, não faziam muito uso de reprodução de músicas para as crianças. As músicas tocadas não eram feitas para elas, e talvez por esse motivo não atraíssem tanto, como retrata Beatriz Pinto, que comandava o programa “Quarto de Hora Infantil”, em entrevista a Tereza Tesser (id., ibid.):

Prefiro contar histórias recreativas – as crianças, depois de um dia no colégio preferem, ao chegar em casa, ouvir, segundo suponho, o Sherloquinho e a Gata Borradeira. E, apesar da insistência em quererem, cantar sambas e marchas, vejo, pelas cartas e telefonemas que recebo, que as histórias de fadas ainda são as preferidas.

Vendo que havia espaço no rádio para as crianças, a televisão, que, em seu princípio, muitas vezes se apoiou no modelo dessa mídia já consolidada, dedicou também um tempo para elas na grade de programação desde seu início.

Era necessário, porém, ter o apoio financeiro de patrocinadores para colocar no ar os programas televisivos. Como o potencial da televisão no Brasil não foi visto inicialmente, foi preciso a intervenção e ajuda daqueles que já tinham passado pela experiência positiva com esta nova mídia. A televisão contou assim com o apoio de agências publicitárias estrangeiras para sustentar e financiar suas programações.

Desde a sua criação, a televisão trabalhou para se transformar no maior veículo publicitário brasileiro, chegando a atingir 60% da verba destinada à propaganda pelas empresas dos diversos setores. Nos anos iniciais de sua estreia, porém, teve dificuldade em convencer os empresários da sua importância e força perante o mercado de massa, pois a audiência era insignificante. O crescimento de sua participação dependeu das agências de publicidade estrangeiras aqui instaladas, que já conheciam bem a novidade, previam-lhe o crescimento e passaram a utilizá-la, tendo forte influência sobre a programação (...). As agências de propaganda de origem americana, instaladas no Brasil, tiveram papel importante no início da televisão, pois trouxeram o *know-how* necessário para a utilização do novo meio como veículo publicitário. Com isso, eles decidiram, juntamente com os anunciantes, sobre a programação e os conteúdos patrocinados, com redação, criação e produção. (BORGES, ARREGUY e SOUZA, 2012, p. 82)

Dessa forma, como nos demais programas no começo da TV brasileira, as primeiras atrações infantis neste espaço eram experimentais e muito dependentes de apoio publicitário. Assim, os primeiros programas infantis eram patrocinados integralmente por grandes marcas, que davam seus nomes aos programas.

Esses programas, assim como no rádio, tinham cunho educativo e não atentavam tanto para música. Eram gincanas, competições, leituras de carta, clubinhos e contação de história.

Podemos destacar alguns programas passados na TV Tupi: *Circo Bombril*, comandado pelo palhaço Carequinha, que ficou no ar por 13 anos; *o Clube do Papai Noel*, vindo da rádio Difusora de São Paulo que contava com a participação de cantores e ajudantes mirins; *Troféu Estrelas*, patrocinado pela fabricante de brinquedos Estrela; *o Clube do Guri*, patrocinado pela fabricante do achocolatado Guri, que ficou no ar por 21 anos; *Teatrinho Trol*, patrocinado pela empresa de brinquedos Trol.

Inicialmente, eram feitos ao vivo, e contavam com a presença de um apresentador e a participação de crianças e variedades de entretenimento infantil. Com a chegada do videoteipe, isso mudou. Essa nova tecnologia, que permitia a gravação dos programas, possibilitou a eliminação da correria que ocorria nos intervalos para a troca de cenários, além de minimizar a possibilidade de falhas.

Vale destacar que a era dos programas infantis com patrocinadores exclusivos foi encerrada na década de 60 com o programa *Teatrinho Trol* que foi líder de audiência e se manteve no ar por 10 anos, tendo mudado de nome com a troca de patrocinadores, passando a ser conhecido como *Grande Teatro Kibon* e *Vesperal Antártica*, por conta do guaraná *caçulinha* vendido pela empresa para as crianças. Eram feitas encenações de clássicos das histórias infantis que contavam com a participação de atores experientes como Zilka Salaberry, Iris Bruzzy, Claudio Correa e Castro, etc.

Com a popularização da televisão em 1960, a programação começa a ganhar ainda mais força e com isso novas possibilidades. Os comerciantes vendo que a televisão era realmente lucrativa e atingiria o potencial de maior mídia comunicativa, começam a procurar e investir cada vez mais, nos programas.

Atenta a essa audiência a TV Paulista começa a investir mais nos programas para crianças e conta com o apoio financeiro de grandes marcas.

A TV Paulista resolveu, a partir da década de 1960, fazer investimentos significativos na programação exclusiva para crianças. Seguindo as tendências, colocava alguma marca patrocinadora nos títulos. (...) As crianças se divertiam com os desenhos animados, palhaços, festinhas para aniversariantes com brinquedos para a garotada presente, em virtude de ser patrocinado pela fábrica de roupas infantis Petistil, que custeava uma produção mais elaborada. (BORGES, ARREGUY e SOUZA, 2012, p. 85)

E é nesse período marcado por mudanças que a TV Globo é inaugurada. A emissora chega no mercado televisivo mais estruturada, pois havia aprendido com a experiência das concorrentes e contava com forte suporte financeiro, grande parte vindo da empresa

americana *Time Life*. Sua grade era composta por programas similares aos vistos nas outras emissoras, mas como vimos, a Globo dá um passo à frente das demais emissoras ao temporizar seus programas e dividi-los ao longo do dia.

Os programas infantis passaram a ser um importante modelo de negócio, pois estavam garantindo uma audiência de grande escala. Isso interessava aos anunciantes, que vendiam produtos de massa. A colocação de mensagens dentro do programa, ou no intervalo, estimulava o consumo e o crescimento das marcas. Com isso, as emissoras foram em busca de verbas para os horários da manhã e da tarde, complementando o faturamento do horário nobre. (BORGES, ARREGUY e SOUZA, 2012, p. 88)

Assim foi reservado um horário matutino e outro vespertino para crianças. Dessa forma era possível que elas assistissem as atrações antes e depois da escola. Logo no primeiro dia que a Globo foi ao ar, em 1965, entraram na grade dois programas infantis no Rio de Janeiro: o *Uni-Duni-Tê* exibido às 11h da manhã, que era uma adaptação de um programa americano, cuja atriz que fazia a personagem principal “Tia Fernanda”, Fernanda Barbosa Teixeira, foi inclusive fazer estágio nos Estados Unidos, e o *Clube do Capitão Furacão*, patrocinado pela Confeitaria Gerbô e Calças Furacão, que era exibido no horário das 17h às 19h e foi o primeiro programa a dar boa audiência à emissora. Ambos os programas tinham cunho educativo e contavam com a participação das crianças e exibições de desenhos/animações americanas.

Enquanto isso, em São Paulo, o principal programa infantil era o *Zás Trás*, levado ao ar pela TV Paulista, que em 1965 foi comprada por Roberto Marinho. A partir de abril 1969, o programa passou a ser exibido também no Rio de Janeiro. Assim como *Uni-Duni-Tê*, também era apresentado por um adulto com a participação de crianças, e alternava brincadeiras com apresentação de desenhos.

O que se pode perceber é que o formato desses programas era o mesmo: havia os atores que apresentavam variedades, como gincanas, brincadeiras, histórias, sempre alternados com desenhos animados, produzidos no exterior. Era feita uma produção, que contava com os “enlatados” para baratear seu custo, que não focava no nacional:

A primeira geração dos conteúdos dirigidos para o público infantil foi um período de grandes experiências e, principalmente, de transformação dos programas em grandes recursos publicitários, além do surgimento e do crescimento de diversas marcas. Uma contribuição para o próprio desenvolvimento da televisão no Brasil. Mesmo capitaneados pelas agências de propaganda, os programas eram

criativos e esbanjavam variedades. No entanto, havia muita cópia de ideias e formatos. (BORGES, ARREGUY e SOUZA, 2012, p. 86)

Ainda em 1965, a Globo lançou mais um programa infantil, *O Mundo Mágico de Alakazan*, exibido aos domingos, às 18h30min, com meia hora de duração. No lugar de desenhos, apresentava um show de mágica, que era produzido nos EUA. Ficou no ar por sete meses. Durante essa década, a emissora lançou ainda mais três programas: *As Aventuras de Eduardinho*, *Clube do Titio* e *Lilico e Córcegas*, reproduzindo o que já existia. E manteve esse padrão até o início da década de 70, já com a era dos programas infantis com patrocinadores exclusivos encerrada.

A partir daí, os programas passaram a ser patrocinados por mais de uma única marca, a propaganda começou a ser mais constante e além das propagandas exibidas no horário regulamentar, havia outro tipo que passou a ser bastante utilizado, o *tie-in*, técnica em que os apresentadores faziam referência a algum produto infantil.

A partir da década de 70, a criação e a inserção de novos programas foram positivas para a efetivação desse segmento. Os custos acessíveis dos aparelhos e a chegada da cor tornaram a televisão muito mais atraente. A programação infantil deixou de ser um apêndice para ganhar mais espaço e atrair um volume de investimentos mais significativo das grandes marcas. As ações de *tie-in* e o intervalo comercial passaram a ser disputados por concorrentes de vários segmentos. (BORGES, ARREGUY e SOUZA, 2012, p. 88)

Assim programação infantil foi crescendo junto com a televisão e se transformando. Quanto mais espaço a TV ganha dentro dos lares dos brasileiros, mais aumenta sua programação. Já consolidada no Brasil as agências publicitárias passam a ter olhar um novo olhar sobre este veículo. A propaganda ganha mais espaço e por isso são feitas novas regras para controlá-las.

Os moldes ainda eram os programas norte-americanos, mas com cada vez mais adaptações para realidade brasileira, como ocorreu com *Vila Sésamo*, um programa de cunho pedagógico lançado simultaneamente, em 1972, pelas TVs Cultura e Globo, que mais tarde passou a ser exclusivo da Rede Globo.

As emissoras, ao importar programas, além da redução de custos, buscavam também fórmulas comprovadas de sucesso, já testadas no mercado infantil americano.

[...] Vila Sésamo transformou-se rapidamente em um programa educativo precursor e muito assistido. O programa foi criado originalmente para aperfeiçoar os conhecimentos básicos e as habilidades sociais das crianças em

idade pré-escolar, particularmente os jovens das minorias de subúrbio. A Vila Sésamo abriu caminho para o aumento de programas educativos da PBS na década de 70. (MAZZARELLA, 2009, p. 32)

Inicialmente, os episódios seguiam os padrões da versão americana, com uma diferença: nos Estados Unidos, o programa retratava o dia a dia dos moradores de uma rua e, no Brasil, mostrava a rotina dos habitantes de uma vila. Pouco a pouco foi sendo nacionalizado e, por fim, abandonou o padrão que lhe deu origem. As músicas e os textos foram entregues, respectivamente, aos compositores Marcos e Paulo Sérgio Valle e a autores brasileiros, como: Dinah Silveira de Queiroz e Ivan Lessa, entre outros, e passaram a abordar questões relacionadas a cultura do país, focando no cunho educativo.

Grande sucesso da época, o programa foi resultado de quatro anos de pesquisas e observações junto a crianças de 3 a 5 anos de idade. Segundo as pesquisas, as crianças não prestavam atenção na mesma coisa por mais de três ou quatro minutos, daí um comercial de televisão, por exemplo, despertar muito mais interesse do que os programas em geral. Para atrair a atenção do público infantil e transmitir com eficácia mensagens educativas, a equipe do programa desenvolveu um processo pedagógico baseado na repetição.²

Vislumbrando um espaço para as produções nacionais e sempre a frente a Globo lança em 1975 a adaptação da peça *Pluft o fantasminha*, da escritora brasileira, Maria Clara Machado, sendo a primeira produção em cores para as crianças, no formato de novela.

O sucesso desses dois programas, fez com que a Globo voltasse seu olhar para a parceria entre produções nacionais e a indústria fonográfica, como aconteciam na década de 1960 com os festivais. E em 1977 a emissora relança o programa *Sítio do Pica Pau Amarelo*, cujas histórias eram adaptações dos livros de Monteiro Lobato e já eram conhecidas do rádio, do cinema e de outras emissoras. Era um programa que retrava aspectos da realidade e da cultura brasileira, como o folclore, sem intervenções estrangeiras em seu conteúdo. O formato também era de novela infanto-juvenil como em *Pluft o fantasminha*, e continha músicas na exibição, como em *Vila Sésamo*.

No início da década de 1970, a Rede Globo, em conjunto com a TV Educativa, produziu “Pluft, o Fantasminha”, com base na obra de Maria Clara Machado, estrelada por Dirce Migliaccio e Zilka Salaberry. Na época, também era exibido “Vila Sésamo”, versão brasileira de um programa educativo americano. O resultado de audiência desses dois programas teria levado a

² <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/infantojuvenis/vila-sesamo/curiosidades.htm>
acessado em 15/04

diretoria da Globo a investir em uma nova adaptação do *Sítio do Pica Pau Amarelo*.³

A novidade foi que o Sítio da Globo atualizou a história de 1930, e embora tivesse a intenção de criar um programa atemporal, procurou também uma ligação com a época vivida pelas crianças, fazendo com que elas se reconhecessem nos personagens e assim aumentasse a audiência. A série da Globo gerou a produção de dois vinis com músicas do programa, interpretadas por cantores conhecidos como Lucinha Lins, João Bosco, Gilberto Gil, Dorival Caymmi, etc. Além disso o sítio foi pioneiro na técnica do merchandising para crianças, fazendo propagandas de produtos sem interrupções comerciais.

Vila Sésamo e *Sítio do Pica Pau Amarelo* foram os primeiros programas a gerarem discos exclusivos para crianças. Antes disso, o que havia no universo fonográfico eram poucas canções com arranjos que chamavam a atenção das crianças, mas não eram produzidas especificamente para elas, como por exemplo, *Brucutu* com Roberto Carlos ou o *Passo do Elefantinho*, com Evinha, sem contudo gerar um disco exclusivo de músicas infantis. O que existia eram somente os vinis de histórias infantis em que artistas brasileiros traduziam contos para o português e, cantores famosos que cantavam uma versão da música do personagem, como por exemplo, Carmem Miranda em *Branca de Neve*.

Um disco de história marca o nascimento da música infantil produzida industrialmente. (...). A música infantil começa com uma forte identidade com a música adulta da época e é dirigida a adultos em miniatura. A diferenciação de fase a fase vai produzindo um público bastante específico cuja identidade passa de ingênuo a rebelde, com idas e vindos tanto no campo sonoro quanto no campo das imagens da criança à qual se dirige. (MATTE, 2002, p.1)

Com o sucesso de *Vila Sésamo* e das músicas do *Sítio* a indústria fonográfica passa a enxergar a música infantil como um mercado promissor e vai aumentando suas produções para este público. Logo após o lançamento do disco de *Vila Sésamo* em 1974, a cantora Nara Leão lança, em 1975, um disco dedicado a cantigas infantis, *Meu primeiro amor*. As produções para crianças vão se nacionalizando cada vez mais. Até as próprias histórias contadas ganham também autoria brasileira, como no caso dos *Saltimbancos* escrito por Chico Buarque e que gerou um disco com história e canções nacionais, em 1977.

Vendo a trajetória da programação infantil na Rede Globo, percebe-se que a emissora não se acomodou com as experiências bem sucedidas e procurou inovar, lançando novos

³ <http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/tag/o-sitio-do-picapau-amarelo/> acessado em 15/04

programas, que encantavam as crianças e até os adultos. Sem esquecer que o seu projeto maior era eliminar a rejeição que o público mais elitizado tinha sobre sua programação, aumentando assim, sua audiência e conquistando mais espaço no mercado.

O mesmo ocorria com a indústria fonográfica. Depois dos percalços enfrentados com os planos econômicos dos anos 80, ela conseguiu relativa estabilidade. Mas, para garantir maior rentabilidade, optou pela segmentação de sua produção, buscando aumentar seu mercado consumidor.

(...) a maioria das gravadoras aderiu a uma estratégia horizontal de atuação, trabalhando com vários estilos, aperfeiçoando a segmentação. Assim, é possível encontrar, por exemplo, argumentos como o de “investir mais, para lucrar mais”, como fazia a BMG Ariola, com um cast de 65 artistas nas áreas de MPB, samba, pop/rock, música romântica, regional e infanto-juvenil. A justificativa estava no fato de, ao cobrir todas as áreas, tornava-se possível fugir dos modismos. Outra gravadora com atuação horizontal na época era a Som Livre, que continuou trabalhando com trilhas de novelas, filmes e coletâneas. (DIAS, 2000, pg. 88)

Com objetivos semelhantes e cientes da complementaridade que havia entre suas produções, a indústria fonográfica e a televisão retomaram em 1980, a parceria estabelecida na década de 60, com os festivais de música para lançar programas infantis que gerassem consumo/audiência, não só por parte da criança mais de toda família.

O sucesso das programações para crianças levou Rede Globo a perceber que era preciso atrair também o “público que patrocinava as crianças”. Isto é, não bastava atrair somente as crianças para frente da telinha. Era preciso mostrar aos pais o poder que ela tinha de encantar e educar.

A década de 80 deixou para trás o improviso e a fase experimental da programação. Esse novo período é marcado pela liberdade de criação e adequação à linha editorial. As emissoras foram assumindo o controle e o processo de criação e produção, bem como a contratação de apresentadores. O modelo de produção para as atrações voltadas para crianças entrou numa fase de sofisticação, qualidade garantida pelas verbas publicitárias cada vez mais elevadas. (BORGES, ARREGUY e SOUZA, 2012, pg. 88).

O objetivo era atingir um público mais amplo, em que toda a família parasse para assistir os especiais, ajudando também a consolidar um mercado de consumo, principalmente

na indústria do disco. A audiência aumentava ainda mais, pois tínhamos um público eclético que se concentrava na figura da criança, que nessa época já interferia nas decisões familiares influenciando bastante no que ia ser consumido.

Na década de 80, quando suas produções aumentaram significativamente a televisão era inclusive chamada por alguns críticos de “babá eletrônica”. Esse meio de comunicação ainda continua atraindo grande audiência desse público, que procura fidelizá-lo para aumentar sua lucratividade, através da venda de produtos relacionados ao programa. Isso acontece tanto na TV aberta quanto na por assinatura.

A criança passou a ser encarada por outros pelas emissoras de TV aberta quanto das TV’s por assinatura que, passaram a investir mais na produção e qualidade de programas direcionados a esse público e com objetivo de ensinar ao telespectador infantil, mas ao mesmo tempo fidelizando esse telespectador para adquirir os outros diversos e inúmeros produtos relacionados. (MANDAJI, 2010, p. 13)

Assim, os anos 80 são marcados por um aumento significativo das produções infantis. Além dos programas matinais já consolidados na programação, foram produzidos uma série de especiais com artistas consagrados da indústria fonográfica, principalmente de música popular brasileira, fora do horário comum dedicado às crianças, que serão estudados no capítulo a seguir.

CAPÍTULO 3 – OS ESPECIAIS DOS ANOS 80 NA TV GLOBO

Como vimos, a grade de programação infantil invade um novo horário da Rede Globo, com especiais que visavam atingir também os pais e desenvolver conteúdos mais musicais, em parceria com a indústria fonográfica.

Além de programas infantis incorporados na grade diária de programação, a emissora inovou na programação infantil através de uma série de musicais exibidos na década de 1980. A maioria desses programas tinha direção geral de Augusto César Vanucci, e eram apresentados por vários cantores que já haviam feito sucesso com o público adulto.

A indústria fonográfica, que tinha optado pela diversificação até 1979, e obtido sucesso, quando passou a enfrentar problemas em decorrência do cenário econômico brasileiro, em busca de alternativas, aproveitou a oportunidade para investir em nichos até então não tão explorados, como foi o caso do mercado musical infantil. Indústria fonográfica e televisão, em especial a Rede Globo, aliaram-se para fomentar o mercado de consumo de música infantil.

O risco era pequeno, pois nos primeiros musicais os participantes eram basicamente cantores consagrados da MPB, o que garantia uma vendagem de discos, mesmo que fosse pequena.

Na década de 80, os números do mercado fonográfico retratam a inconstância e a incerteza da vida econômica nacional. Desde 1979, quando o país chegou a ocupar a quinta posição no mercado mundial, os números passam a ser decrescentes, até 1986, quando se recupera, mesmo que de maneira inconstante. (DIAS, 2000, p. 77)

Além disso, a parceria com a Rede Globo - detentora da maior audiência no país, que no período de 1984 a 1988 registrava audiência de 43% no horário das 18 às 24 horas - também era uma garantia de sucesso, mesmo que o percentual do lucro fosse menor para a gravadora do que o da TV.

O segmento das trilhas sonoras é ampliado quando chega, além das novelas, ao conjunto da programação televisiva, inclusive àqueles que acompanham a publicidade. A parceria música-TV é, muitas vezes, resultado de um complexo processo de negociação. A escolha e a decisão sobre quais canções comporão as trilhas das novelas, das séries ou mesmo as vinhetas da

programação, bem como dos artistas que apresentarão números musicais durante a programação de uma emissora, envolvem vários setores da indústria cultural. Nesse processo, vigora a mais elementar lei do mercado, ou seja, a parte mais forte é candidata “natural” a concentrar as vantagens. (DIAS,2000, p. 60)

Assim, o sucesso e o lucro obtido com as vendas dos discos mostrou que a parceria foi vantajosa também para o mercado fonográfico, pois abriu caminho para a consolidação, no Brasil, do segmento musical voltado para as crianças.

Em relação à televisão, os programas exibidos anteriormente tinham um cunho predominantemente pedagógico e procuravam ensinar regras de comportamento ou de conduta moral; já os que começaram a aparecer nos anos 80 colocavam foco na música, nas brincadeiras, na dança, e não somente se voltavam para desenhos animados entremeando a programação. No que se refere aos especiais infantis, centro dessa pesquisa, eles funcionavam como um show, representado na TV e incrementado com tecnologias inovadoras para a época; buscava atrair as crianças, mas também seus pais, pois incorporava cantores já consagrados no cenário da Música Popular Brasileira e que eram, portanto, já conhecidos por esses. Esses programas seguiam um roteiro básico: era apresentada uma história, um tema central, que era contado e narrado através das músicas.

A matéria-prima utilizada eram os efeitos especiais, com a função de criar cenários e ambientes que povoavam a imaginação de crianças e adultos. As músicas, a técnica de sobreposição de imagens (*chroma-key*), cenários, figurino, tudo contribuía para a criação de um universo de magia e sonho que dialogava com todas as idades.

Foram muitos os especiais lançados pela Rede Globo ao longo dos anos 1980, mas para estudo de caso escolhemos quatro deles, por serem bastante emblemáticos e terem obtido grande êxito: *A Arca de Noé*, *Pirlimpimpim*, *Casa de Brinquedos* e *Plunct Plact Zuum* (1983). E incluiremos também o programa *Balão Mágico* que, apesar de não ter sido um especial, inovou com o uso do conteúdo musical.

Os quatro primeiros musicais foram exibidos no período noturno, sendo três deles no horário nobre da emissora, na faixa das 21h, como estratégia para atrair não somente as crianças, mas os pais e adultos em geral. Eram bastante similares e possuíam o mesmo formato e a mesma estrutura. Inclusive, para suas gravações foram utilizados o mesmo espaço físico, o Teatro Fênix, no bairro do Jardim Botânico do Rio, pois era um local amplo, que facilitava a movimentação dos músicos e atores em cena.

A apresentadora da *Arca de Noé*, do *Pirlimpimpim* e da *Casa de Brinquedos* foi a mesma: a menina Aretha, filha da cantora Vanusa e do cantor Antônio Marcos. No *Plunct*

Plact Zuum ela também atuou, junto com as outras crianças: Bruno Netto, Fabiano Vanucci, Marinela Graça Mello e Paulo Vignolo.

3.1 A Arca de Noé

O primeiro musical a ir ao ar foi *Vinicius para Crianças - A Arca de Noé*, embora tenha ficado conhecido apenas por *Arca de Noé*, continha as poesias do artista musicalizadas. Ele foi idealizado pelo poeta Vinicius de Moraes que já vinha desenvolvendo alguns trabalhos para crianças desde os anos 1950 - em homenagem a seus filhos Pedro, na época, com 12 anos, Susana, com 10, Luciana com 6, e a mais nova, Georgiana, com 3 - que culminou no lançamento de um livro em 1970 falando dos bichos da arca.

Em 1970, ano em que nasce o seu quarto filho (Maria) e em que firma parceria com o instrumentista paulistano Toquinho, tem esse quintal de escritos infantis aberto ao público: é lançado o livro *A Arca de Noé – Poemas Infantis de Vinicius de Moraes* (Ed. Sabiá). A publicação reúne poeminhas já editados, como aqueles que Paulo Soledade musicou nos anos 1950, e outros inéditos. São 20 temas no total: “A Arca de Noé”, “São Francisco”, “Natal”, “O Girassol”, “O Relógio”, “O Pinguim”, “O Elefantinho”, “A Porta”, “O Leão”, “O Pato”, “A Cachorrinha”, “A Galinha d’Angola”, “O Peru”, “O Gato”, “As Borboletas”, “O Marimbondo”, “As Abelhas”, “A Foca”, “O Mosquito” e “A Casa”.⁴

Algumas de suas músicas já eram cantadas antes mesmo do especial ir ao ar, como aconteceu no CD de Vinicius intitulado *Vinicius canta “Nossa Filha Gabriela”*, de 1972, e em outro lançado também pelo poeta, no mesmo ano, voltado para o público infantil com mesmo o tema, mas em italiano, *L’Arca – Canzone per Bambini di Vinicius de Moraes*

Em 1980, a Rede Globo, que já havia observado o sucesso dos poemas e das músicas, resolveu investir na produção do musical como um programa especial, e Vinicius escolheu os cantores que iriam interpretar as canções.

Como faleceu em 09 de julho de 1980, antes do projeto ser concluído, coube a seus amigos Toquinho, Rogério Duprat e Fernando Faro a conclusão do programa. Assim o sonho do poeta se concretizou no dia 10 de outubro do mesmo ano, com o lançamento do especial em homenagem ao dia das crianças, como estratégia de divulgação da Rede Globo.

O musical contava com quatro cenários diferentes, de Frederio Padilla no Teatro Fênix, um amplo figurino de Olimpio Borges, e com coreografia do corpo de bailarinos da Rede Globo. Foi um sucesso e atraiu para a frente da televisão todo tipo de público. O disco *A*

⁴ <http://albumitaucultural.org.br/secoes/a-arca-de-vinicius/> acessado em 12/05/2014

Arca de Noé também foi campeão de vendas. Vale ressaltar que, por conta do sucesso, em 1981 houve uma continuação desse musical, denominado a *Arca de Noé II*, também com poemas de Vinicius de Moraes.

Pode-se perceber que a parceria entre a indústria fonográfica e a TV foi mais uma vez acertada. A gravadora Ariola, percebendo que as músicas de Vinicius já faziam sucesso em outros discos, lança o disco quase simultaneamente com o especial.

O disco, casado com seu especial televisivo *Vinicius para Criança*, exibido na TV Globo, é um sucesso comercial. Conquista disco de platina (250 mil cópias vendidas) e colabora para inaugurar um nicho no mercado, o voltado para as crianças. Com arranjos do maestro tropicalista Rogério Duprat e de Toquinho e arte gráfica de Elifas Andreato, o álbum reúne nomes da MPB consolidada (Chico Buarque, Milton Nascimento, MPB-4, Elis Regina e Ney Matogrosso), novas apostas (Boca Livre, Marina Livre e Bebel Gilberto), artistas de tons regionais (Moraes Moreira e Alceu Valença), fenômenos populares (Frenéticas e Fábio Jr.) e até um representante da música concreta (Walter Franco).⁵

O programa é composto por 12 poesias musicalizadas do autor, e começa com Milton Nascimento cantando a primeira do livro, *A Arca de Noé*, que conta a história de como a terra foi repovoada por Noé, sua família e os bichos. Foi montada uma arca no Teatro Fênix de onde iam surgindo pouco a pouco os bichos no palco.

Longe o arco-íris se esvai
E desde que houve essa história
Quando o véu da noite cai
Erguem-se os astros em glória
Enchem o céu de seus caprichos
Em meio à noite calada
Ouve-se a fala dos bichos
Na terra repovoada

⁵ <http://albumitaucultural.org.br/radios/a-arca-de-noe/> acessado em 12/05



Ao longo do especial Aretha, menina escolhida para protagonizar o especial, vai introduzindo as canções como faz com *São Francisco*, canção que aparece na voz de Ney Matogrosso. “São Francisquinho gostava dos animais, das crianças e da gente grande também”, recita a menina para dar início a música que conta sobre o caminho do santo.

Aretha incentiva ainda *O Pato*, cantado pelo grupo MPB-4, a fugir da panela. É interessante perceber como a voz do pato nessa música se assemelha a voz do pato Donald’s, personagem da Disney, mostrando também as influências americanas presentes no país.

Entre os bichos da arca estão presentes também *A Pulga*, interpretada por Bebel Gilberto, que conta com a exibição de animações da mesma em desenho, interagindo com a cantora, ressaltando o grande uso de efeitos especiais na produção. *A Corujinha*, cantada por Elis Regina, *As Abelhas* com seu “zune-que-zune” na voz de Moraes Moreira e *O Gato*, que vive mudando de opinião, cantado por Marina Lima:

Se num novelo
Fica enroscado
Ouriça o pelo mal humorado
Um preguiçoso é o que ele é
E gosta muito de cafuné
Com um lindo salto
leve e seguro

O gato passa
Do chão ao muro
Logo mudando
De opinião
Passa de novo
Do muro ao chão
E pisa e passa
Cuidadoso, de mansinho
Pega e corre, silencioso
Atrás de um pobre passarinho

Além dos animais já antes citados, o cantor Alceu Valença faz referência e apresenta três focas de circo. Vale ressaltar que na poesia de Vinicius é apresentada apenas uma foca que, no especial, transforma-se em três, fazendo uma brincadeira em tom de crítica: a americana que vem mascando chiclete e é “rica, rica, rica, mas não divide com ninguém”, a francesa cheia de plumas e paetês que é a “carinha de Brigitte Bardot” e, por fim, a foca brasileira que vem dançando, mal aguenta ficar de pé e cai ao final da música.

Mostrando que na Arca imaginada por Vinicius cabiam bem mais coisas do que bichos, Aretha assiste o grupo *As Frenéticas* cantar *Aula de Piano* cujo professor se apaixona pela aluna, controla o horário de *O Relógio*, intercalando sua imagem no objeto com a imagem de Walter Franco que interpretava a música, faz um pedido inusitado ao grupo Boca Livre, que se tornam arquitetos para construir *Uma Casa Muito Engraçada* e conhece uma *Porta* diferente, que fala, pois saiu da imaginação do poeta:

Aretha: Quem é você?
Fábio Junior: Eu sou a porta
Aretha: Porta não Fala
Fábio Junior: A poesia é capaz de coisas que você nem imagina. Eu sou a porta que o poeta imaginou.

Uma das músicas mais marcantes é *Menininha*, cantada por Toquinho. Ele canta a canção que muitos pais gostariam de entoar para seus filhos e, dessa forma, envolve também os familiares que assistiam ao programa.

Menininha do meu coração
eu só quero você
a três palmos do chão
Menininha não cresça mais não
fique pequenininha
na minha canção

O especial é encerrado com uma homenagem a Vinícius de Moraes. Aretha observando uma imagem do poeinha com sua voz em off recitando uma de suas mais conhecidas poesias:

De manhã escureço
De dia taro
De taro anoiteço
De noite ardo.
A oeste a morte
Contra quem vivo
Do sul cativo
O este é meu norte.
Outros que contem
Passo por passo:
Eu morro ontem
Nasço amanhã
Ando onde há espaço:
- Meu tempo é quando.



Aretha (sentada ao centro) em Vinícius Para Criança - Arca de Nôe, 1980. TV Globo

3.2 Pirlimpimpim

A partir da *Arca de Noé*, inicia-se um novo ciclo na programação infantil, que passou a ser um marco na televisão brasileira. A Rede Globo percebeu o potencial que os especiais possuíam de encantar as crianças e o restante da família e apostou no lançamento de muitos deles. Primeiro apoiou-se no sucesso da arca para lançar, no ano seguinte, seu volume dois e, em seguida, *Pirlimpimpim*, que posteriormente, em 1984, também ganhou um segundo especial.

Como aconteceu com a *Arca de Noé*, *Pirlimpimpim* foi desenvolvido em cima das histórias de um escritor que já possuía um trabalho com reconhecimento voltado para crianças. Monteiro Lobato foi contemplado dessa vez, em comemoração ao seu centenário. Além disso, o *Sítio do Pica Pau Amarelo* já fazia sucesso desde a época do rádio e havia ganhado uma nova roupagem da emissora em 1977, o que contribuiu para a escolha do tema.

A trilha sonora foi produzida pelo escritor Paulo Leminski em parceria com o cantor e compositor Guilherme Arantes. Para cada personagem foi composta uma música específica. A produção do disco com as músicas do especial, que também ganhou disco de platina com 250 mil cópias vendidas, ficou por conta da Som Livre, gravadora pertencente ao conglomerado midiático do Sistema Globo.

O especial foi ao ar no dia 8 de outubro de 1982, dois anos após a *Arca*, e no mês de outubro, para comemorar o dia das crianças. Aretha foi novamente escolhida para conduzir o musical, em virtude do desempenho no primeiro ter sido considerado excelente pelo público e pela produção.

Pirlimpimpim começa com a atriz Zilka Salaberry homenageando Monteiro Lobato através do poema:

Era uma vez um homem que contava histórias, falando das maravilhas do mundo encantado, que só as crianças podiam ver. Mas esse homem que falava às crianças conseguiu escrever tão bem essas maravilhas que fez todas as pessoas acreditarem nelas. Pelo menos as pessoas cresceram por fora, mas continuavam sendo crianças em seus corações.

A trama que conduz todo o programa se constrói a partir de um sonho, no qual a menina Aretha viaja para o *Sítio* através do pó de *Pirlimpimpim*, um pó mágico usado pelas personagens do *Sítio do Pica Pau Amarelo* para usado para se tele transportar de um lugar para outro, viajando pela imaginação das crianças, que inclusive dá o nome ao especial.

Na trama, Aretha é levada por besouros para um passeio no Sítio do Pica pau Amarelo. A menina encontra o Visconde de Sabugosa, interpretado por

Moraes Moreira, que apresenta a canção *Pirlimpimpim*, de Moraes Moreira e Fausto Nilo, tema do programa.⁶

Logo após usar o pó de *Pirlimpimpim*, Aretha pergunta a Visconde onde está sua melhor amiga, a boneca Emília, e ele sugere que ela procure na caixa de costura. Assim Aretha conhece “a boneca gente” na voz de Baby Consuelo e lhe conta que gostaria de ter uma boneca como ela. Emília responde que já tem dona, mas aceita brincar um pouco com a menina.

Juntas elas vão encontrar Narizinho, a dona da boneca, que não estava lhe dando atenção por estar entretida nos livros. A música é cantada por Bebel Gilberto. Aretha encontra também o aventureiro Pedrinho, ao som da música *Caminho de Aventura*, cantada por Ricardo Graça Melo.

Assim, Aretha, Visconde (Morais Moreira), Emília (Baby Consuelo), Narizinho (Bebel Gilberto) e Pedrinho (Ricardo Graça Melo) vão viver juntos diversas aventuras. Os cantores, que também atuam no especial, vão junto com Aretha cantar também a música *Lindo Balão Azul*, de Guilherme Arantes, que ficou conhecida e foi regravada inclusive pelo grupo *Balão Mágico*:

Eu vivo sempre
No mundo da lua
Porque sou inteligente
Se você quer vir com a gente
Venha que será um barato...
Pegar carona
Nessa cauda de cometa
Ver a Via Láctea
Estrada tão bonita
Brincar de esconde-esconde
Numa nebulosa
Voltar prá casa
Nosso lindo balão azul.

Ainda passeando pelo sítio, Emília leva Aretha para conhecer Tia Nastácia, Dona Ivone Lara, que está cozinhando ao som do samba *Festa Animada*, descrevendo a festa de Narizinho:

No Sítio do Pica-pau
Na Festa de Narizinho
O baile foi incrementado
Com muitos doces e salgadinhos
E a famosa canjiquinha
Fiz de presente pra minha sobrinha

⁶ <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/infantojuvenis/pirlimpimpim/formato.htm> acessado em 23/05

Em meio a festa animada
Serviu cocadinha para a criançada
Quem foi gostou
Provou, comeu
E dos quitutes, jamais esqueceu.



Aretha, Baby Consuelo, Ivone Lara, Ricardo Graça Mello e Bebel
Gilberto em Pirlimpimpim, 1982. Agência Globo
Image 1 of 5

Logo após a música Pedrinho e Narizinho pedem a Tia Nastácia para lhes contar uma história. A cozinheira decide contar sobre *Rapunzel* e a música é interpretada por Fábio Júnior e Jane Duboc. Além desta história as crianças vão conhecer também *Os Doze Trabalhos de Hércules*, cantados por Zé Ramalho, e enfrentar a terrível *Cuca* na pele de Angela Rorô.

Para se livrar da *Cuca*, a turma do Sítio resolve pedir ajuda a mais uma figura dos livros de Monteiro Lobato, personagem emblemático do folclore brasileiro, o *Saci Pererê*, que é cantado por Jorge Ben.

O especial termina com a menina Aretha cantando a música *Real Ilusão*, dividida entre permanecer no mundo mágico do Sítio e voltar para a realidade:

Aaaaah, que pena
Tá na hora
De ir embora
Não queria ir, queria mais estória

É tão lindo
Fico triste em pensar que tudo pode terminar
Minha vida
Tem dois mundos
Por de fora
É chamado de realidade
E o que está no peito
Bem guardado
E se chama... Ilusão
(...)
Vem comigo
Sai daqui
O real e a ilusão
Todo mundo
Bem podia
Ter os dois no coração

3.3 – *Plunct Plact Zuum*

O *Plunct Plact Zuum* seguia a mesma linha de *A Arca de Noé* e *Pirlimpimpim*. Como era todo cantado, o elenco foi escolhido priorizando cantores, com exceção apenas de Jô Soares.

A maior parte das músicas foi composta especialmente para essa produção, e a escolha dos intérpretes coube a Guto Graça Mello, diretor musical, e Ezequiel Neves, os mesmos de *Pirlimpimpim*. As composições selecionadas possuíam um conteúdo mais politizado, através de canções educativas, que nas entrelinhas mostravam a realidade da época.

O enredo se estruturava a partir de uma história sobre cinco crianças: Aretha, Bruno Netto, Fabiano Vannucci, Marinela Graça Mello e Paulo Vignolo, e um ser não revelado em um carrinho de bebê. Ao serem proibidas de fazer o que queriam, decidem fugir de casa para viver suas fantasias.

As negativas constantes que recebem de seus pais estão retratadas na música de abertura e encerramento do programa, *Use a Imaginação*, cantada por José Vasconcelos junto com as crianças.

- Me deixa jogar bola?
- Não
- Eu quero ir lá fora.
- Não
- Me deixa...
- Não amola
- Deixa sim...
- Agora não.
- Não?
- Não, não, não, não, não, não, não.
- Eu quero ver televisão.

- Não
- Tá bem, eu vou jogar botão.
- Não
- Eu vou brincar no quarto.
- Já disse que agora não.
- Não?
- Não, não, não, não, não, não, não.
- Mas que droga, mas que troço...
- O que é que eu faço então? Se o que eu peço eu nunca posso?
- Use a imaginação!
- Como é que faz?

A indignação do grupo é retratada também em *Sopa de Jiló*, interpretada por Aretha, acompanhada pelas crianças. Elas criticam, nessa canção, a forma como são tratadas pelos pais e como são desagradáveis as comparações que os mesmos fazem com a sua época, decidindo fugir de vez.



No início de sua viagem, as crianças encontram um titeriteiro, profissional que manipula fantoches/bonecos, vivido por José Vasconcelos, que passa a lhes contar histórias. A seguir, assistem a chegada de uma nave espacial esquisita, chamada Plunct, feita de peças recicladas que serve como veículo para partirem.

Para contar essa história foi necessário montar no Teatro Fênix o cenário de uma plataforma de lançamentos de foguetes. Como sempre, os efeitos especiais fizeram toda a diferença, reproduzindo “realidades” presentes no imaginário infantil e estimulando a criatividade.

Logo no início da viagem, as crianças são barradas por um burocrata, o *Carimbador Maluco*, personagem interpretado por Raul Seixas, que lhes nega a passagem. Mas após conhecer o grupo, acaba gostando deles, autorizando, enfim, a partida. A música fez bastante sucesso também entre o público adulto por retratar de forma sutil e lúdica o período que o país vivenciava em 1983, com os militares no comando sob censura.

Plunct Plact Zum
Não vai a lugar nenhum!!
Plunct Plact Zum
Não vai a lugar nenhum!!
Tem que ser selado, registrado, carimbado
Avaliado, rotulado se quiser voar!
Se quiser voar....



Raul Seixas em Plunct Plact Zuum, 1983. Geraldo Modesto/TV Globo

Como a nave era mágica, além de viajar pelo espaço sideral, navegava também no mar. Assim, desobedecendo a proibição dos pais de mergulharem no mar, eles resolvem partir para mais uma nova experiência, onde conhecem a “sereia” Fafá de Belém.

Lá eles encontram também a *Ilha da Higiene*, canção embalada por Zé Rodrix, em que pentes, escova, sabonete ditavam regras de higiene, em uma analogia com a rotina imposta por seus pais.

Nem bem o sol entrou pela janela
Nem bem você acordou
Começa o papo da mãe tagarela
E do papai ditador (...)
Não é com discurso, força e autoridade
Que eles vão poder nos convencer
As crianças saber muito bem que andar limpinho
É tão bom, podes crer...

Ao ter problemas com a velocidade da nave, o grupo se depara com outro personagem emblemático do especial: um professor de matemática, maluco, interpretado por Eduardo Dusek, que fazia contas muito diferentes das convencionais, somando sorvete e usando a criatividade no lugar das operações tradicionais.

Durante a viagem as crianças descobrem ainda um planeta feito de doces e são recepcionados por Jô Soares, que interpretava a música *Planeta Doce*, e que tentava convencer o grupo a morar lá. Novamente a música critica sutilmente um problema vivido no país, a alta inflação.

Veja que vida gostosa você pode aqui levar
Você pode vir voando no cometa que é sonhar
Oh! não, não tenha medo, não há perigo aqui
O pior que pode haver é você ter um piriri
Aqui nada é amargo, nem os preços são salgados
Com qualquer moedinha você compra um bom bocado
A vida é um brinquedo e você pode ser levado
Que ganha sobremesa mesmo sem ter estudado



Jô Soares em Plunct Plact Zuum, 1983. Geraldo Modesto/TV Globo

Mas nem tudo era perfeito na aventura. As crianças acabam também se metendo em algumas encrencas. Encontram Sérgio Sá numa gruta de formigas gigantes que querem devorá-las, e encaram um gorila ao som da música *Será que o King Kong é macaca?* cantada pela Gang 90 e as Absurdetes.

Por fim, as crianças enfrentam uma tempestade que lhes enche de medo e as faz chamar pelos pais. A presença de uma fada, interpretada por Maria Bethânia, que cantava *Brincar de Viver*, acalma-os e lhes dá a oportunidade de voltar para casa através da letra da canção, encerrando o especial.

Quem me chamou?
Quem vai quer voltar pro ninho?
E redescobrir seu lugar
Prá retornar
E enfrentar o dia-a-dia
Reaprender a sonhar
Você verá que é mesmo assim,
Que a história não tem fim
Continua sempre que você
Responde sim`
À sua imaginação.
A arte de sorrir cada vez q
Que o mundo diz não.

3.4 Casa de brinquedos

Através dos outros três especiais já se tinha vislumbrado um mercado promissor na indústria fonográfica de músicas para crianças, que agradassem também ao gosto adulto. Os discos dos musicais foram um sucesso de vendas, bem como de audiência televisiva.

Toquinho e o baterista Mutinho lançaram, em 1983, um LP voltado para crianças com o nome *Casa de Brinquedos* que deu origem ao especial lançado pela Rede Globo no mesmo ano. E mais uma vez verificamos a parceria entre essas duas mídias.

Como os outros, *Casa de Brinquedos* foi lançado no mês das crianças. O musical foi ao ar às 18h do dia 9 de outubro de 1983, na semana da criança, junto com outro especial inspirado numa revista em quadrinhos do escritor Ziraldo, *A turma do Pererê*, que também gerou um vinil com suas canções. A Globo, guiando-se pela audiência gerada pelas crianças, aumentava sua programação dedicada a elas e passou a comemorar a data com uma semana inteira de programas voltados para o público infantil e não mais com um especial apenas.

O programa começa com a imagem da vitrine de uma oficina de brinquedos, onde Dionísio Azevedo, que compôs a música de abertura do especial, interpreta um artesão que está construindo Polichinelo, um boneco de pano. O velho artesão convida a menina, Aretha, a se aproximar e lhe explica que os brinquedos não passam de plástico se ficam parados, e que eles só se tornam especiais a partir da imaginação das crianças, que é o que lhes dá vida.

Assim num primeiro momento a menina fica extasiada, olhando e reconhecendo todos os brinquedos que fazem parte do seu cotidiano. É interessante perceber a propaganda que já existe no close do cada brinquedo, principalmente na caixa da boneca *Barbie* e da marca *Estrella* que aparece em um deles, ressaltando e fortalecendo desta forma a preocupação, já existente, com um mercado de consumo para crianças.



Entretida com a variedade, Aretha toma um susto ao perceber que o boneco Polichinelo, apelidado de Poli, ganha vida. Ela dúvida que os brinquedos realmente possam falar, e querendo comprovar este fato, Poli resolve levá-la para conhecer a casa dos brinquedos. Assim começa a aventura, onde os personagens se apresentam através de músicas.

Aretha conhece primeiro o robô, considerado o homem do futuro e interpretado por Tom Zé, que está triste, pois não tem um coração e, cansado de adultos que só sabem programá-lo, resolve brincar com as crianças. Logo depois Poli convida Aretha para dar uma volta de bicicleta pela cidade, mas a menina prefere ir ao parque, sugerindo assim a importância da vida ao ar livre.

A música é cantada por Simone que monta a bicicleta Monark, fazendo novamente a propaganda de uma marca. As imagens transcendem o Teatro Fênix levando-nos para um passeio com outras crianças pelo Jardim Botânico, onde o clipe foi gravado, e, além disso, faz referência também ao uso do “brinquedo” por adultos, mostrando que o especial ultrapassava o universo infantil para adentrar na imaginação de toda a família.

B-I-C-I-C-L-E-T-A
Sou sua amiga bicicleta.
Faz bem pouco tempo entrei na moda pra valer,
Os executivos me procuram sem parar.
Todo mundo vive preocupado em emagrecer,
Até mesmo teus pais resolveram me adotar.
Muita gente ultimamente vem me pedalar

Mas de um jeito estranho que eu não saio do lugar.

Logo depois, o palco do Teatro Fênix se torna a tela de uma televisão, explorando o uso do *chroma-key*, onde Aretha e Poli assistem Toquinho fazer um lindo voo de avião.



Aretha conhece ainda o circo, onde mora um Macaquinho de Pilha que se parece muito com crianças arteiras. A música é cantada por Carlinhos Vergueiro e Paulinho Boca de Cantor, em ritmo de samba. O clipe da imagem também é inovador, com cenas externas, misturadas a artistas reais, tocando objetos desenhados.

O macaquinho quando está de pilha nova
Fica todo entusiasmado, bota pra quebrar.
Abre a torneira e sai molhando a casa inteira
E o rolo de papel higiênico vai desenrolar.
Entope o ralo, fecha a porta, abre a janela
E duas tampas de panela bate até cansar.
Pula do canto de cá pro outro lado de lá
E o pula-pula segue até o sol raiar.
Se mete em todo buraco, tá com macaca o macaco,
Só fica quieto se a pilha se acabar.

Logo após a música *O Macaquinho*, é a vez de *A Bola* se apresentar a Aretha. Na canção interpretada por Morais Moreira e seu filho David Moreira, ainda criança, são

lembrados diversos jogadores brasileiros com quem já teria jogado e ainda joga como Garrincha, Pelé, Sócrates, Zico, Falcão, Romário, Ronaldinho e Luizão.

Ouvindo a *Bola* cantar, Poli revela a Aretha que gostaria de ser jogador e aproveita a deixa para perguntar o que a menina gostaria de ser. Aretha sonha em ser bailarina, e Lucinha Lins toma a frente junto com o renomado corpo de balé Dalal Achar, contando a vida de uma bailarina, com uma canção presente e cantada pelas crianças até hoje:

Um, dois três e quatro
Dobro a perna e dou um salto
Viro e me viro ao revés
e se eu cair conto até dez
Depois essa lenga-lenga toda recomeça
puxa-vida, ora essa
vivo na ponta dos pés

Após esta canção temos ainda Aretha escrevendo em seu diário, enquanto Chico Buarque canta *O Caderno* (música que, depois, também vai encerrar os créditos do programa):

Sou eu que vou ser seu colega
Seus problemas ajudar a resolver
Sofrer também nas provas bimestrais
Junto a você
Serei sempre seu confidente fiel
Se seu pranto molhar meu papel.

Aretha encontra ainda *O Ursinho de Pelúcia*, cantado por Cláudio Nucci, e temos depois um agitado Poli chamando Aretha para conhecer uma família nada convencional, onde a cantora Vanusa, mãe de Aretha na vida real, se torna *A Espingarda de Rolha* e conta que escolheu, junto com seu irmão, o “revólvinho d’água” para “só brincar e divertir, não matar e nem ferir”, contrariando o histórico da família que é composta pelo avô canhão, pelo tio fuzil e sua esposa, a tagarela da metralhadora.

Já terminando o programa, Poli e Aretha viajam através de *O Trenzinho* conduzido pelo grupo *Roupa Nova*. Após uma viagem tão divertida, Aretha propõe que Poli integre um animado grupo de *Os Super-heróis*, cantado por MPB4, que mostra as dificuldades da vida comum de um super-herói, como o Super-homem, por exemplo, que ao sair cedo de casa passa “criptonita” na escova de dente.

Nós somos os super-heróis.
Lutamos contra quem vier:

Baixinhos, gordinhos, gigantes,
Vilões maquiavélicos, homem ou mulher.
Mas temos momentos na vida
Em que somos pessoas como outras quaisquer.

Após esta última música e um intervalo, Dionísio Azevedo volta à oficina de brinquedos e mostra a Aretha que terminou o boneco Polichinelo. A menina fica encantada, diz que eles já são amigos e o artesão lhe dá o brinquedo de presente. O programa é encerrado com os créditos, com cerca de quatro minutos, mostrando parte de cada música cantada, a autoria das canções e quem as interpretou, terminando como citado, com os versos de Chico Buarque.



Dionísio Azevedo em Casa de Brinquedo, 18.07.1983. Nelson Di Rago/TV Globo

3.5 Balão Mágico

Ainda atenta ao público infantil, a emissora não esqueceu a grade fixa e, além dos especiais, continuava investindo em um programa matinal com apresentação de desenhos. A grande novidade na década de 80, mais especificamente em 1983, foi o surgimento do programa matutino *Turma do Balão Mágico*, pois a Rede Globo percebeu, através do sucesso dos especiais, que poderia atrelar mais conteúdo musical a essa programação voltada para as crianças. Assim a emissora apostou em um grupo que já estava fazendo sucesso no mercado fonográfico.

Atenta ao potencial dos consumidores infantis, a gravadora CBS havia lançado a *Turma do Balão Mágico*, um disco infantil cantado por um grupo de crianças que fez muito sucesso em 1982, ultrapassando um milhão e trezentos discos vendidos.

O grupo era inicialmente formado por três integrantes: Simony, a menina que morou no circo até os três anos de idade e teve seu talento descoberto bem cedo num show de calouros do Programa Raul Gil e entrou no grupo com apenas 5 anos. Mike, filho do famoso ladrão inglês Ronald Biggs, na época com 4 anos e Tob o mais velho da turma.⁷

A Rede Globo inovou mais uma vez ao mesclar o formato dos programas já existentes com um novo formato de programação infantil, que incluía números musicais no roteiro de programação, alternando com sorteios, desenhos animados... O programa infantil lançado mantinha o mesmo nome do grupo, *Balão Mágico*, lançado pela gravadora CBS. A direção do programa era de Rose Nogueira e Edi Newton, que ficaram responsáveis também pela direção das atrações musicais.

O sucesso da Aretha e da participação das crianças nos musicais fez com que a Rede Globo investisse em crianças apresentadoras, dialogando com as próprias crianças espectadoras. Assim o público mais facilmente poderia identificar-se, e essa parece ter sido uma das razões pelas quais a emissora resolveu apostar no grupo formado por crianças que interpretavam e cantavam, lançando um dos primeiros programas da televisão brasileira apresentado por crianças.

Balão Mágico foi inicialmente apresentado apenas por Simony, juntamente com o emblemático boneco Fofão, um boneco vindo de outro planeta que era uma mistura de homem e cachorro, interpretado por Orival Pessini, e que acabou por ser incorporado na gravação de algumas músicas com o grupo, transformando-se também em sucesso de vendas, como brinquedo denotando a forte influência da imagem televisiva entre os produtos que são consumidos pelas crianças.

⁷ Ver em <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/1186>, pesquisando em 15/05/2014.



Como ficou no ar durante três anos e com audiência crescente, o programa ia sofrendo algumas alterações, tanto no tocante aos seus diretores, quanto no que diz respeito aos próprios personagens. Assim, ao longo das exibições foram sendo acrescentados novos personagens, como o Tob, integrante do grupo no disco, que na TV interpretava um boneco de pano que ganhou vida; Cascatinha, interpretado pelo humorista Castrinho, que substituiu por um período Orival Pessini, e Luciana que a princípio só cobriria a ausência de Simony, durante a recuperação de uma doença, mas acabou ficando para a grade fixa e entrando no grupo.

Além disso, a parceria com a indústria fonográfica foi mantida e reforçada. Foram lançados 05 álbuns musicais que venderam mais de 10 milhões de cópias, sendo responsável por um *boom* no mercado musical brasileiro, auxiliando e muito na consolidação do nicho fonográfico voltado para as crianças.

A lucratividade alcançou também os artistas mirins que participaram do programa, hoje adultos, e que receberam em 2013 valores referentes a direitos autorais mais elevados que Luan Santana e Paula Fernandes, segundo reportagem de Amanda Serra:⁸

O contrato com a Sony Music ainda é o mesmo que o grupo possuía nos anos 80 e a cada ano a gravadora lança um kit diferente reunindo CD e DVD ao preço de R\$ 29,90. Já o Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição), que é responsável por repassar o dinheiro arrecadado pela

⁸ <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2014/04/04/o-balao-magico-gerara-lucros-ate-para-os-meus-bisnetos-acredita-simony.htm>, acessado em 24/05/2014.

execução das músicas do Balão em festas, casas de shows, teatros, restaurantes, bares, academias e lojas, devolve aos artistas 75% desse montante.

O sucesso foi tanto que o programa também ganhou dois especiais no horário nobre, que contavam com a participação de alguns cantores consagrados, mais sempre cantando com as crianças, as quais eram o centro do programa.

O primeiro foi *A Turma do Balão Mágico em Amigos do Peito* que marcou a entrada de Jairzinho, filho do cantor Jair Rodrigues, no grupo e também no programa matinal. O especial começa com a participação de Fábio Jr, cantando a música tema do programa, *Amigos do Peito*. O programa conta ainda com Baby Consuelo e Pepeu Gomes cantando, junto com as crianças, *Mãe, Me dá Um Dinheirinho*, e Roberto Carlos que ajuda Simony a encontrar a turma do balão que havia sumido, desvendando o mistério e lhe apresentando um novo amigo, vindo de outro planeta, através da música *É Tão Lindo*, onde o cantor ensina a menina que devemos amar nossos amigos como são.

Se tem bigodes de foca
Nariz de tamanduá
-Parece meio estranho, heim!
-Rum!
Também um bico de pato
E um jeitão de sabiá...
Mas se é amigo
Não precisa mudar
É tão lindo
Deixa assim como está
E eu adoro, adoro
Difícil é a gente explicar
Que é tão lindo...

O segundo especial da turma foi ao ar em 1985, um ano antes do encerramento do programa matinal e teve como título *Uma Viagem ao Mundo da Fantasia*, onde as crianças vão, junto com o personagem Cascatinha passar um fim de semana num sítio e descobrem um circo escondido. Lá, Moraes Moreira, o *Grupo Dominó* e Baby Consuelo e Pepeu Gomes vão junto com as crianças apresentar alguns números musicais. A participação especial de destaque ficou por conta de Erasmo Carlos que cantou junto com as crianças a música *Barato Bom é da Barata*.

Balão *Mágico* conseguiu grande êxito tanto em termos de audiência para a TV Globo, quanto na vendagem de discos do grupo, que atingiu a marca de 10 milhões de cópias vendidas, explodindo sucessos como: "Baile dos Passarinhos", "Superfantástico", "Amigos do Peito" e "Galinha Magricela", só para citar alguns. Esse sucesso rendeu alguns especiais musicais com a

participação de vários artistas, como Fábio Jr., Roberto Carlos e Erasmo Carlos.⁹



Balão Mágico ficou no ar até junho de 1986, quando foi substituído *pele Xou da Xuxa*, programa de variedades que também contava com a apresentação de desenhos intercalado com brincadeiras e números musicais. O programa era apresentado de segunda a sábado e ficou no ar durante seis anos, rendendo muita fama para a apresentadora Xuxa que atraiu muito sucesso para Rede Globo nos anos seguintes, mantendo a música em seus programas e também lançando vários discos de sucesso até os anos 2000.

Assim, podemos perceber que as experiências apresentadas refletem um caminho que conduziu a formação de uma grade de programação infantil tendo a música como importante aliada. Os especiais, estrelados por artistas da MPB foram de suma importância para consolidar um mercado fonográfico infantil. Com o apoio de grandes nomes a televisão ajudou a indústria fonográfica a investir em um novo nicho e após o sucesso, esta indústria aposta ainda em crianças como protagonistas, por já enxergar esse segurança neste mercado.

⁹ Ver <http://www.infantv.com.br/balaomagico.htm>, acessado em 14/05/2014.

CONCLUSÃO

Após a análise da chegada da televisão ao país, sua popularização e importante parceria com a indústria fonográfica, pode-se perceber que esta indústria consolidou através desta associação um novo nicho de mercado voltado para as crianças.

Através dos estudos notou-se que antes da década de 80 a produção fonográfica para este público era escassa, e se limitava a discos de história ou a poucas canções, que não rendiam um disco todo voltado para elas, sendo em sua maioria adaptações estrangeiras. A televisão por sua vez pensou na programação infantil desde os primeiros programas a irem ao ar. Mas os custos para montar os mesmos eram altos e os investimentos eram poucos, porque, num primeiro momento, ainda não se conhecia o poder que esta nova mídia viria a alcançar e era mais seguro investir no que já se conhecia como o rádio. Assim no início de sua chegada ao Brasil a televisão precisou contar com o apoio das indústrias estrangeiras, que já possuíam experiência com a TV e acreditavam em seu potencial.

Em 1960, com a ajuda de políticas governamentais, a televisão começou a se popularizar e se apoiou no exemplo do rádio para conquistar seu público. A televisão precisava de uma base, e neste sentido a indústria fonográfica foi de suma importância, pois trouxe para a TV sua experiência e essa por sua vez auxiliou o mercado do disco através da imagem e da divulgação de novos cantores. A era dos festivais, como vimos no primeiro capítulo, foi um marco na história da televisão brasileira.

Ao longo dos anos e após ter sido consolidada como uma mídia capaz de atingir as massas, a televisão continuou buscando alternativas para fidelizar seu público, apostando cada vez mais em produções nacionais. Para obter mais qualidade, passou a contar com os recursos das novas tecnologias que iam surgindo, como por exemplo, o *videoteipe* que possibilitava gravar o que iria ser exibido, reduzindo a margem de erro e de imprevistos.

Quando a emissora Globo foi criada, a televisão estava em franco crescimento e já havia se tornado um meio de comunicação importante. Ela iniciou sua trajetória contando com profissionais experientes e mais estruturada que suas concorrentes, lançando inclusive, após se firmar no mercado, a gravadora Som Livre.

Assim a emissora passou a incrementar suas programações. Em decorrência do sucesso da parceria estabelecida em 1960, televisão e indústria fonográfica continuaram estabelecendo parcerias como ocorreu, por exemplo, com as trilhas sonoras de novelas que ajudavam a lançar novos nomes no mercado.

Com a programação infantil não foi diferente, mas o processo foi inverso. Ao invés de lançar novos nomes através de uma programação que já fazia sucesso, a TV utilizou-se de nomes já consagrados para gerar audiência a uma nova programação. Assim foram lançados os especiais infantis no horário nobre que contaram com a participação de diversos artistas da música popular brasileira já consagrados.

Para consolidar esse nicho foi preciso atrair atenção dos pais e para isso foi estratégico apostar em nomes estáveis que fazia sucesso entre eles, desde a década de 60. A indústria fonográfica que vinha atravessando uma fase difícil em decorrência dos planos econômicos e estava apostando em novas alternativas, aceitou o desafio e foi bem sucedida.

Um novo cenário surgiu a partir do primeiro especial, *A arca de Noé*, pois o sucesso foi enorme tanto para a televisão quanto para a gravadora Ariola. E a partir daí foram muitos os especiais lançados na década de 80, com os respectivos lançamentos em discos, que sempre davam retorno para as gravadoras sendo os mais emblemáticos e analisados nesse trabalho: *Pirlimpimpim*, *Plunct Plact Zuum*, *Casa de Brinquedos*.

Com o sucesso dos especiais, e tendo maior segurança em onde investir, a CBS resolveu apostar em um novo grupo formado apenas por crianças, *A Turma do Balão Mágico*, responsabilizando-se pelo lançamento do disco, que gerou um *boom* nessa indústria e também 3 anos de programação televisiva, com lançamento de 05 discos, revertendo-se em lucro expressivo, tanto em direitos autorais como na venda de CDs e DVDs especiais, até os dias de hoje, maior até do que de artistas consagrados atualmente.

Desta forma, percebe-se que desde a chegada da televisão até os anos 80, muitas mudanças aconteceram. Tanto a televisão, quanto a indústria fonográfica sofreram um processo contínuo de transformação, procurando se adequar às novas tendências culturais, ao mercado financeiro, desafios tecnológicos e cenário político. Neste processo a parceria entre ambas foi estratégica, pois trouxe ganhos financeiros e mais profissionalismo, a experiência de uma somava-se com a da outra.

Assim podemos afirmar que a hipótese que deu início a esse trabalho de conclusão de curso se comprova. A parceria entre televisão e indústria fonográfica que deu origem aos especiais infantis, foi indispensável para a consolidação de um mercado fonográfico infantil

que foi legitimado por artistas consagrados da Música Popular Brasileira e que após esta década continuou fazendo parte dos investimentos do mercado musical, ainda que com alternâncias. O mercado foi consolidado, mas sofre com mudanças e reestruturações de cada período, gerando novas tendências, se adaptando com as novas tecnologias e necessidades.

REFERÊNCIAS

Referências bibliográficas

BARBOSA, Marialva Carlos. **Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil**. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (org.). História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010, p. 15-35.

BORGES, Ademir R., ARREGUY, Sérgio, SOUZA de Lourimar. **O auge e o declínio da programação infantil na TV comercial brasileira**. Mediação, Belo Horizonte, v. 14, n. 15, jul./dez. de 2012.

DIAS, Márcia Tostas - **Os Donos da Voz – Indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

FERREIRA, Giovandro Marcus. **As Origens recentes: os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa**. IN: HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C. e FRANÇA, Vera Veiga. Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

MANDAJI, Carolina Fernandes. **A relação entre formatos e consumo nos programas televisivos infantis**. XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Campina Grande, 2010.

MATTE, Ana Cristina Fricke. **As canções dos discos de histórias infantis e a imagem da criança**. OPUS - Revista da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Música / ANPPOM, vol.8, fev. 2002.

MAZZARELLA, Sharon (org.). **Os jovens e a mídia: 20 questões**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

NERCOLINI, M. **A Televisão e a Música Popular Brasileira: Histórias que se entrelaçam**. PragMATIZES - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura, 1, abr. 2013.

NAPOLITANO, M. **A MPB na era da TV**. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (org.). História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010, p. 85-106

SILVA, Heitor da Luz. **Televisão, Indústria da Música e Reality Show no Brasil**. 2013. 224f. Tese de Doutorado. 2013.

TESSER, Tereza Critina. **Programas dedicados às mulheres e às crianças marcam os primeiros vinte anos do Rádio, nas emissoras do Rio de Janeiro e São Paulo**. V Congresso Nacional de História da Mídia, São Paulo, 2007.

Referência da Internet

DANTAS, Itamar e TACIOLI, Ricardo. **O Último Trabalho de Vinicius - A história de um dos discos infantis mais importantes da música brasileira: A Arca de Noé.** Disponível em: <http://albumitaucultural.org.br/secoes/a-arca-de-vinicius/> acessado em 11/05/2014.

FURQUIM, Fernanda. **Sérias Clássicas – O sítio do Pica Pau Amarelo.** Disponível em : <http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/tag/o-sitio-do-picapau-amarelo/> acessado em 15/04

SERRA, Amanda. **"O Balão Mágico gerará lucros até para os meus bisnetos", acredita Simony.** Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2014/04/04/o-balao-magico-gerara-lucros-ate-para-os-meus-bisnetos-acredita-simony.htm>, acessado em 24/05/2014.

ZAMBELO, Juliana. Música infantil brasileira avança com som de qualidade. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/musica-infantil-brasileira-avanca-com-som-de-qualidade> Acesso em: 18/05/2014

<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/1186>, acessado em 15/05/2014.

<http://albumitaucultural.org.br/radios/a-arca-de-noe/> acessado em 12/05/2014

<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/infantojuvenis.htm> acessado em 19/05

<http://www.infantv.com.br/> acessado em 19/05/2015

Musical a Arca de Noé - "A arca de Noé" Chico Buarque e Milton Nascimento. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=9wZZixGDktA&list=PLA3FB359DE65F1B00> acessado em 22/05/2014

Musical a Arca de Noé - "São Francisco" Ney Matogrosso. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=ygH11J9Uz4Q&list=PLA3FB359DE65F1B00&index=9> acessado em 22/05/2014

Arca de Noé - O Pato [MPB 4]. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=qqOTioSeif4&list=PLA3FB359DE65F1B00&index=2> acessado em 22/05/2014

Musical a Arca de Noé - "A pulga" Bebel Gilberto. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=DjO3vpMiM2g&list=PLA3FB359DE65F1B00&index=5> acessado em 22/05/2014

Musical A Arca de Noé "As abelhas" Moraes Moreira. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=DwO6t7ycQQM&list=PLA3FB359DE65F1B00&index=4> acessado em 22/05/2014

Musical a Arca de Noé - "A foca" Alceu Valença. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=rcBcKLiD95Y&list=PLA3FB359DE65F1B00&index=3>
acessado em 22/05/2014

Musical A Arca de Noé "Aula de piano" As frenéticas. Disponível em:
http://www.youtube.com/watch?v=Aw9_kq7Z6ZU&index=6&list=PLA3FB359DE65F1B00
acessado em 22/05/2014

Musical a Arca de Noé - "O Relógio" Walter Franco. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=kpin6SRFts0&list=PLA3FB359DE65F1B00&index=11>
acessado em 22/05/2014

Musical a Arca de Noé - "A Casa" Boca Livre. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=ORvRwYEykQE&list=PLA3FB359DE65F1B00&index=8>
acessado em 22/05/2014

Arca de Noé - A Porta [Fábio Jr.]. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=rZDs6P5HPAI&index=7&list=PLA3FB359DE65F1B00>
acessado em 22/05/2014

Arca de Noé - Menininha [Toquinho]. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=H9E5AP42nbg> acessado em 22/05/2014

Pirlimpimpim – Abertura. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=CzEfue2HIXE>
acessado em 23/05/2014

Pirlimpimpim 1 (1982). Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=kw6ZLT_C3K0
acessado em 23/05/2014

Dona Ivone Lara - "Festa Animada" (TV Globo, 1982). Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=B31mznm75T4> acessado em 23/05/2014

Rapunzel - Jane Duboc e Fábio Júnior - Pirlimpimpim 1982. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=3eNNGjBsTkE> acessado em 23/05/2014

Pirlimpimpim - Nosso Lindo Balão Azul. Disponível em
<http://www.youtube.com/watch?v=D6bRKqG40t4> acessado em 23/05/2014

Angela Ro Ro – Cuca. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=9TJy8dWPKug>
acessado em 23/05/2014

"Saci Pererê", Jorge Ben (Pirlimpimpim, 1982). Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=lGh8iCx7FaI> acessado em 23/05/2014

Real Ilusão – Aretha. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=w-rltbn0AQI>
acessado em 23/05/2014.

Use a imaginacao - Plunct Plact Zuum. Disponível em :
<http://www.youtube.com/watch?v=aZqQxYQJFUI> acessado em 22/05/2014

Aretha - Sopa de Jilo - Plunct Plact Zuum. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=BQ0jJCE6OIA> acessado em 22/05/2014

Raul Seixas - O Carimbador Maluco (Plunct, Plact, Zum) (Áudio HQ). Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=KV38MHX4ALw> acessado em 22/05/2014

Fafá de Belém - "Sereia" (TV Globo, 1983). Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=fRZ2usQpmxE> acessado em 22/05/2014

Plunct Plact Zun - Ilha da Higiene. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=7JPvTA0-IiA> acessado em 22/05/2014

Pluct Plact Zun Matematica. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=iEq3mSm0ZRA> acessado em 22/05/2014

Teu Passado Te Condena -Jô Soares. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=Ocb8VAwwdD8> acessado em 22/05/2014

Gang 90 & Absurdettes - Será Que o King Kong é Macaca Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=AX3tNmTHMgw&feature=kp> acessado em 22/05/2014

Maria Bethânia - Brincar de Viver em Pluct Plact Zum. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=dH3ai87NfzU> acessado em 22/05/2014

Casa de Brinquedos - Especial Infantil - 09 de outubro de 1983. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=eYIPO8qEH3g> acessado em 22/05/2014

Balão Mágico -- Superfantástico - Clipe Oficial. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=Pia8EBfzhF8> acessado em 23/05/2014

A Turma do Balão Mágico -- Especial Amigos do Peito- completo. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=0JfRmmWddDw> acessado em 23/05/2014

Balão Mágico 1º parte. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=kpmlc-4PZ6c>
acessado em 23/05/2014

Balão Mágico 3ª parte. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=uXEsrL20Jxc>
acessado em 23/05/2014

A Turma do Balão Mágico e Dominó - Chega Mais Um Pouco (Clipe) – 1985. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=iM0FjIcIFcY> acessado em 23/05/2014

ANEXOS

Discografia

A Arca de Noé

Emissora: Tv Globo.

Ano de Produção: 1980.

Gravadora: Ariola.

Número de Faixas: 14.



- 1 - A Arca de Noé - Chico Buarque e Milton Nascimento
- 2 - O Pato - MPB-4
- 3 - A Corujinha - Elis Regina
- 4 - A Foca - Alceu Valença
- 5 - As Abelhas - Moraes Moreira
- 6 - A Pulga - Bebel Gilberto
- 7 - Aula de Piano - Frenéticas
- 8 - A Porta - Fábio Jr.
- 9 - A Casa - Boca Livre
- 10 - São Francisco - Ney Matogrosso
- 11 - O Gato - Marina Lima
- 12 - O Relógio - Walter Franco

13 - Menininha - Toquinho

14 - Final – Orquestra

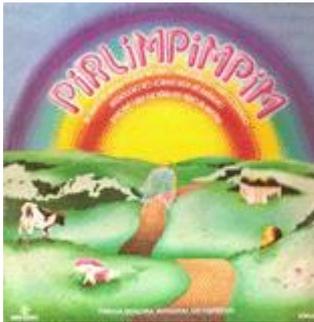
Pirlimpimpim

Emissora: Rede Globo.

Ano de Produção: 1982.

Gravadora: Som Livre.

Número de Faixas: 12



Abertura Pirlimpimpim - Zilka Sallaberry

1 - Sitio do Pica pau Amarelo - Gilberto Gil

2 - Pirlimpimpim - Moraes Moreira

3 - Narizinho - Bebel Gilberto

4 - Caminhos de Aventura - Ricardo Graça Melo

5 - Lindo Balão Azul - Moraes Moreira, Baby Consuelo, Ricardo Graça Mello, Bebel Gilberto e Aretha

6 - Emilia a Boneca Gente - Baby Consuelo

7 - Cuca - Angela Rôô

8 - Saci Pererê - Jorge Ben

9 - Os Doze Trabalhos de Hércules - Zé Ramalho

1 - Festa Animada - Dona Ivone Lara

11 - Rapunzel - Lucinha Lins e Fábio júnior

12 - Real Ilusão – Aretha

Plunct Plact Zuum

Emissora: Rede Globo.

Ano de Produção: 1983.

Gravadora: Som Livre

Número de Faixas: 10.



- 1 - O Carimbador Maluco - Raul Seixas
- 2 - Gruta das Formigas - Sérgio Sá
- 3 - Sereia - Fafá de Belém
- 4 - Será que o King Kong é Macaca - Gang 90 & Absurdetes
- 5 - Sopa de Jiló - Aretha
- 6 - Brincar de Viver - Maria Bethânia
- 7 - Planeta Doce - Jô Soares
- 8 - 1+1 é Bom Demais - Eduardo Dusek
- 9 - Ilha da Higiene - Zé Rodrix
- 10 - Use a Imaginação - Zé Vasconcelos e Coro Infantil

Casa de Brinquedos

Emissora: Rede Globo.

Ano de Produção: 1983.

Gravadora: RGE.

Número de Faixas: 11.



- 1 - A Bicicleta - Simone
- 2 - O Robô - Tom Zé
- 3 - A Bailarina - Lucinha Lins
- 4 - O Avião - Toquinho
- 5 - O Trenzinho - Roupas Nova
- 6 - Os Super-heróis - MPB-4
- 7 - O Caderno - Chico Buarque de Holanda
- 8 - O Macaquinho de Pilha - Carlinho Vergueiro
- 9 - A Espingarda de Rolha - Baby Consuelo
- 10 - A Bola - Moraes Moreira
- 11 - O Ursinho de Pelúcia - Claudio Nucci

A Turma do Balão Mágico

Emissora: Rede Globo.

Ano de Produção: 1982.

Gravadora: CBS.

Número de Faixas: 13.



1 - Baile Dos Passarinhos - Balão Mágico e Jane Duboc

2 - O Pato Cantor - Balão Mágico

3 - A Galinha Magricela - Balão Mágico

4 - Tem Gato Na Tuba - Balão Mágico

5 - Cowboy Do Amor - Balão Mágico

6 - P.R. Você - Balão Mágico

7 - Upa! Upa! (Meu Trolinho) - Balão Mágico

8 - Charleston - Balão Mágico

9 - A Canção Dos Felisbertos - Balão Mágico

10 - Oh! Suzana - Balão Mágico

11 - Co-Co-Uá - Balão Mágico

12 - Dança Sim - Balão Mágico

13 - O Trenzinho - Balão Mágico

A Turma do Balão Mágico

Emissora: Tv Globo.

Ano de Produção: 1984.

Gravadora: CBS.

Número de Faixas: 12.



- 1 - É Tão Lindo - Balão Mágico e Roberto Carlos
- 2 - Quadrinhas de Um Refrão - Balão Mágico
- 3 - Se Enamora - Balão Mágico
- 4 - Mãe Me Dá Um Dinheirinho - Balão Mágico, Baby Consuelo e Pepeu Gomes
- 5 - Zip e Zap - Balão Mágico
- 6 - Amigos do Peito - Balão Mágico e Fábio Jr.
- 7 - Meu Mocinho, Meu Cowboy - Balão Mágico
- 8 - Dia dos Pais - Balão Mágico
- 9 - Tia Josefina - Balão Mágico
- 10 - Palha e Aço - Balão Mágico
- 11 - Bombom - Balão Mágico
- 12 - Dia de Festa / Atirei o Pau no Gato - Balão Mágico e Fofão

A Turma do Balão Mágico

Emissora: Rede Globo.

Ano de Produção: 1985.

Gravadora: CBS.

Número de Faixas: 12.



- 1 - Barato Bom É Da Barata - Balão Mágico e Erasmo Carlos
- 2 - Não Dá Pra Parar A Música - Balão Mágico e Metrô
- 3 - Fim De Semana - Balão Mágico e Dominó
- 4 - Tic Tac - Balão Mágico e Castrinho
- 5 - Trem Mineiro - Balão Mágico
- 6 - Cortaram Meu Verão - Balão Mágico
- 7 - Chega Mais Um Pouco - Balão Mágico e Dominó
- 8 - Garota E Garoto - Balão Mágico e Moraes Moreira
- 9 - Coração - Balão Mágico
- 10 - Um Raio De Sol - Balão Mágico, Baby Consuelo E Pepeu Gomes
- 11 - Soldadinho De Chumbo - Balão Mágico
- 12 - Mochila Azul - Balão Mágico