

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE - UFF
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

“BALANCE O BIGODE QUE O BITA VAI CHEGAR”: O PRODUTO CULTURAL
MUNDO BITA E SEU CONTEÚDO LÍRICO A PARTIR DAS LENTES DA ECONOMIA
DA CULTURA.

MARIA CLARA VIANNA DE QUEIROZ

ORIENTAÇÃO: MARINA BAY FRYDBERG

NITERÓI – RJ

2024

MARIA CLARA VIANNA DE QUEIROZ

“BALANCE O BIGODE QUE O BITA VAI CHEGAR”: O PRODUTO CULTURAL
MUNDO BITA E SEU CONTEÚDO LÍRICO A PARTIR DAS LENTES DA ECONOMIA
DA CULTURA.

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

Orientadora: Marina Bay Frydberg

Niterói, 27 de Janeiro de 2025.

MARIA CLARA VIANNA DE QUEIROZ

“BALANCE O BIGODE QUE O BITA VAI CHEGAR”: O PRODUTO CULTURAL
MUNDO BITA E SEU CONTEÚDO LÍRICO A PARTIR DAS LENTES DA ECONOMIA
DA CULTURA.

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.a Marina Bay Frydberg
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof. Dr.a Ariane Diniz Holzbach
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof. Ma. Ana Clara Vega
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

Q3? Queiroz, Maria Clara Vianna de
?Balance o bigode que o Bitá vai chegar? : O produto cultural Mundo Bitá e seu conteúdo lírico a partir das lentes da economia da cultura / Maria Clara Vianna de Queiroz. - 2025.
78 f.: il.

Orientador: Maria Bay Frydberg.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação)-Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, Niterói, 2025.

1. Economia da Cultura. 2. Análise de Conteúdo. 3. Mundo Bitá. 4. Produto Cultural. 5. Produção intelectual. I. Frydberg, Maria Bay, orientadora. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.

CDD - XXX



COORDENAÇÃO DE
PRODUÇÃO CULTURAL



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

ATA DA SESSÃO DE ARGUIÇÃO E DEFESA DE TRABALHO FINAL II

Ao dia **vinte e sete de janeiro do ano de dois mil e vinte cinco**, às **dez horas**, realizou-se a sessão pública de arguição e defesa do Trabalho Final II intitulado **“BALANCE O BIGODE QUE O BITA VAI CHEGAR”**: O PRODUTO CULTURAL MUNDO BITA E SEU CONTEÚDO LÍRICO A PARTIR DAS LENTES DA ECONOMIA DA CULTURA., apresentado por **Maria Clara Vianna de Queiroz**, matrícula **121033014**, sob orientação do(a) **Dra. Marina Bay Frydberg**. A banca examinadora foi constituída pelos seguintes membros:

1º Membro (Orientador(a)/Presidente): **Dra. Marina Bay Frydberg**

2º Membro: **Ma. Ana Clara Vega**

3º Membro: **Dra. Ariane Diniz Holzbach**

Após a apresentação do(a) candidato(a), a banca examinadora passou à arguição pública. O(a) discente foi considerado(a):

Aprovado

Reprovado

Com nota final após arguição: 10,0 (dez)

E para constar do respectivo processo, a coordenação de curso elaborou a presente ata que vai assinada pelo presidente da banca:

Dra. Marina Bay Frydberg
Presidente da Banca

AGRADECIMENTOS

Não poderia entregar este trabalho sem expressar minha imensa gratidão à minha querida orientadora, que me acompanhou não apenas durante o processo de conclusão, mas também em grande parte da minha trajetória na graduação. Sem a professora Marina Bay Frydberg, eu não teria encontrado meu lugar no curso de Produção Cultural, nem adquirido tantos ensinamentos para minha vida acadêmica e pessoal. Obrigada por tudo, professora, mesmo que eu ainda não saiba pronunciar o seu último nome.

Agradeço também à banca examinadora, que tão solícitamente e com tanta generosidade aceitou participar da conclusão desta etapa tão importante para mim.

Dedico este trabalho às minhas irmãs, Duda e Ceci, que compartilharam comigo os momentos da infância e que me fazem olhar para essa fase com nostalgia e carinho. Aos meus amigos que continuam a manter meu olhar otimista e juvenil vivo, às vezes. E, especialmente, aos meus pais, André e Claudia, que sempre colocaram minha educação e bem-estar em primeiro lugar, me dando uma infância cheia de boas memórias. Por fim, à minha pequena inspiração, minha sobrinha Maria Eliza, sem a qual este trabalho não teria existido.

A todos vocês, minha eterna gratidão.

“Sonhamos sonhos compartilhados”
(Mundo Bitá)

RESUMO

Nas duas últimas décadas, a produção brasileira de conteúdo audiovisual animado para público infantil se intensificou diante da popularização e flexibilização das mídias digitais e da significativa elaboração e aplicação de leis de incentivo ao setor audiovisual, resultando no surgimento de produtos de grande valor mercadológico e simbólico. Nesse contexto, o presente trabalho de conclusão de curso, através das teorias da economia da cultura e da análise de conteúdo de Bardin, propôs o estudo do projeto “Mundo Bitá”, um grande fenômeno da interseção entre o mercado fonográfico e o setor da animação para nicho infantil para internet, que através de sua trajetória ofereceu a oportunidade de debater questões fundamentais da Produção Cultural contemporânea, como financiamento, práticas de mercado, narrativas culturais e impacto social.

Palavras Chave: Mundo Bitá, Economia da Cultura, Análise de Conteúdo.

ABSTRACT

In the last two decades, the Brazilian production of animated audiovisual content for children has intensified due to the popularization and flexibility of digital media and the significant development and application of policies for the audiovisual sector, resulting in the emergence of products with great market and symbolic value. In this context, this final thesis, through the theories of cultural economics and Bardin's content analysis, proposes a study of the project "Mundo Bitá," a major phenomenon at the intersection of the music and animation markets for children on the internet. Its trajectory offers an opportunity to discuss fundamental issues of contemporary Cultural Production, such as financing, market practices, cultural narratives, and social impact

Keywords: Mundo Bitá, Culture Economy, Content Analysis.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 – Primeiro “Bita” Desenhado por Chaps Melo.....	24
Figura 2 – Screenshot do aplicativo “O Circo Mágico do Bita”.....	26
Figura 3 – Screenshot do player de vídeo do app Bita e os Animais.....	27
Figura 4 – Capa do álbum Mundo Bita e os Animais.....	28
Figura 5 – Capa do álbum Mundo Bita e as Brincadeiras.....	29
Figura 6 – Screenshot de produtos na loja oficial do Mundo Bita na Amazon.....	30
Figura 7 – Foto de personagens do Mundo Bita em uma das apresentações.....	30
Figura 8 – Screenshots das capas dos álbuns do Mundo Bita até 2024.....	33
Figura 9 – Screenshot das métricas do canal do YouTube do Mundo Bita.....	34
Figura 10 – Screenshot da playlist Dorme Dorme Mundo Bita no YouTube.....	35
Figura 11 – Capas dos álbuns “Carnaval Mundo Bita” e “Mundo Bita Sinfônico”.....	36
Figura 12 – Screenshot da playlist Rádio Bita.....	38
Figura 13 – Capa do livro “Sinto o que Sinto”.....	39
Figura 14 – Série animada Mundo Bita: Imagine-se.....	40
Figura 15 – Premiação iBest 2024, categoria Melhor Conteúdo Infantil na Internet.....	42
Figura 16 – Relações entre músicas do Mundo Bita e mecanismos de legitimação.....	42
Figura 17 – Gráfico sobre os principais conteúdos animados do Mundo Bita.....	44
Figura 18 – Nuvem de palavras.....	52
Figura 19 – Recorte do anexo 3.....	53
Figura 20 – Recorte do anexo 3.....	54
Figura 21 – Recorte do anexo 3.....	54
Figura 22 – Recorte do anexo 3.....	55

SUMÁRIO

Introdução: “Página por página” - Das questões e abordagens deste trabalho.....	8
Capítulo 1: “Vou desenhar” - Esboços do mercado fonográfico alinhado à animação no nicho infantil brasileiro.....	10
1.1. Televisão e o desenvolvimento da produção nacional de conteúdo para público infantil.....	10
1.2. Globalização e as reconfigurações na produção nacional de conteúdo infantil.....	16
Capítulo 2: “Onde se fabrica o pensamento” - Estratégias e técnicas que animam a trajetória de sucesso do Mundo Bitá.....	22
2.1. Surgimento: Entre serendipidade, pivotamento, apoio e licenciamento.....	23
2.2. Continuidade: as ferramentas de manutenção base do sucesso do Mundo Bitá.....	31
2.3. Diversificação: as ferramentas de manutenção avançadas do sucesso do Mundo Bitá..	35
Capítulo 3: “Deixe os ouvidos atentos” - Uma breve análise do conteúdo do Mundo Bitá e reflexões sobre o seu consumo.....	44
3.1. Análise do conteúdo a partir de Bardin.....	45
3.2. Reflexões sobre a análise através do conceito de consumo.....	56
Considerações Finais: “Do mindinho até o dedão”.....	59
Referências.....	62
Anexos.....	63

Introdução: “Página por página” - Das questões e abordagens deste trabalho.

“Bom dia!” é possivelmente um dos cumprimentos mais comuns do cotidiano, porém para algumas pessoas essa saudação matinal pode ser acompanhada de um ritmo e entoação específicos, que denotam contato com uma das mil faixas mais ouvidas do país¹. Mas, para o caso desta citação não evocar sonoridade alguma, se trata do bordão que dá início a música “Fazendinha”, canção escrita e interpretada por Chaps de Mello para a produção Mundo Bitá, sensação nacional que individualmente possui respectivamente mais de 1.5 bilhão e 72 milhões de visualizações e streams nas plataformas YouTube e Spotify, números esses que contribuem para sua quintupla certificação de diamante pela Pró-Música Brasil. Mas este não é um “one hit wonder” (termo que identifica pessoa ou grupo famoso por apenas um single) visto que este não é o único sucesso do Mundo Bitá, que possui diversas unidades e álbuns multi certificados.

A produção em questão é atualmente um dos produtos do mercado fonográfico associado ao mercado de animação infantil brasileiro mais bem sucedidos, com cerca de 10 milhões de ouvintes e 600 milhões de streams no Spotify. A animação está presente em uma gama de veículos como Max, Cartoonito, Netflix, Globoplay, Amazon Prime, Net Now, Deezer, além de também possuir parcerias com grandes marcas em projetos especiais, como o grupo O Boticário e a Pfizer, e ter em torno de 30 parceiros licenciados, já ultrapassando 6 milhões de produtos vendidos, entre acessórios, alimentos, artigos de festa, brinquedos, calçados, casa/decoração, eventos, limpeza e beleza, instrumentos musicais, publicações e vestuário.²

Trata-se portanto de um produto cultural de escala significativa, constituindo um objeto de estudo particularmente relevante para a área de produção cultural dado seu valor econômico mas também por outras particularidades que, ao longo de sua trajetória de consolidação como uma referência no nicho infantil, se relacionam a questões diversas do campo como financiamento, táticas de sustentabilidade e abordagens temáticas.

Portanto, o presente trabalho de conclusão de curso propôs-se, através dos conceitos da economia cultural, a analisar a trajetória e repercussão do projeto Mundo Bitá na indústria

¹ “Fazendinha” foi ranqueada como a #292 músicas mais ouvida no país, o ranking mais alto entre as músicas para público infantil. Para mais informações acesse:

<https://billboard.com.br/musica-dia-das-criancas-as-7-mais-ouvidas-do-pais/>

² Informações e dados retirados da newsletter mais recente do projeto, que se encontra no clipping da pesquisa.

cultural infantil, além de refletir simbolicamente sobre seu conteúdo animado. Para cumprir tais objetivos o estudo adotou uma abordagem quali-quantitativa de viés exploratório; uma vez que se apoiou simultaneamente em avaliar dados estatísticos e tratar de questões não mensuráveis e interpretações subjetivas, buscando compreender as dinâmicas culturais mercadológicas e simbólicas em torno do projeto Mundo Bitá.

Levando em consideração a extensa gama de objetivos que partem de âmbitos diversos foram necessários parâmetros distintos para obter um desenvolvimento adequado da pesquisa, então, procedimentos variados foram utilizados.

Destacam-se na combinação de técnicas empregadas o estudo de mercado, crucial para a adequada contextualização do tema em análise. O estudo de caso, imprescindível para destacar as particularidades da trajetória dessa produção viabilizando uma compreensão aprofundada das características distintivas e do impacto do Mundo Bitá no mercado. A análise documental para o estudo de uma vasta quantidade de documentos relevantes, desde releases publicados pela Mr. Plot (produtora que desenvolve o projeto), até editais que o impulsionaram.

Por sua vez, a análise de conteúdo segundo Bardin, considerando que o Mundo Bitá é um produto transmidiático, com uma extensa gama de materiais produzidos, incluindo músicas, clipes e curtas-metragens, fez-se essencial por permitir a identificação e a sistematização das principais temáticas, valores e mensagens transmitidas pelo Mundo Bitá em seus variados produtos.

Foram utilizados ainda clipping e análise de mídia, para entender o alcance e captar as percepções sobre o Mundo Bitá, ajudando na avaliação da recepção do produto cultural pela crítica e pelo público, e análise de dados de desempenho para compreender a performance de distribuição fornecendo informações sobre o sucesso comercial do produto e ajudará a pensar sua influência no mercado. Invariavelmente, a revisão bibliográfica acompanhou todos os assuntos abordados, para que sustentasse a confiabilidade técnica e científica do trabalho.

Capítulo 1: “Vou desenhar” - Esboços do mercado fonográfico alinhado à animação no nicho infantil brasileiro.

O Mundo Bitá é um projeto brasileiro de conteúdo audiovisual voltado para crianças que se desenvolve fundamentalmente a partir de dois pilares: música e animação. Embora esteja em processo de expansão transmidiática, com a produção de curtas e a ampliação de sua narrativa seriada, além de inserir-se na lógica contemporânea de experiência de consumo por meio de licenciamento de produtos baseados em seus personagens e universo, seu principal produto são os clipes musicais animados.

Assim, sua atuação se concentra na prosperante e em expansão interseção entre o mercado fonográfico e o setor de animação para nicho infantil³, com a música desempenhando não apenas um papel de trilha sonora, mas funcionando como elemento estruturante que guia as narrativas desenvolvidas e animadas. Portanto, vale iniciar a compreensão do cenário mercadológico em que o Mundo Bitá se desenvolve a partir das indústrias fonográfica e audiovisual com ênfase no setor de animação para público infantil.

A consolidação e as transformações dinâmicas desses mercados no Brasil estão diretamente ligadas ao surgimento das “novas tecnologias da comunicação”, que provocam a aceleração dos suportes através do desenvolvimento do cabo, dos satélites, da gravação numérica, da informática, etc (LIMA, 2011). Alterando constantemente as formas de produzir e distribuir conteúdo ao longo do tempo.

Assim, o estudo de mercado proposto segue uma perspectiva cronológica, utilizando essas mudanças tecnológicas e de mídia como marcos de análise.

1.1. Televisão e o desenvolvimento da produção nacional de conteúdo para público infantil

O cenário televisivo desempenhou um papel fundamental para o mercado de conteúdos audiovisuais e fonográficos infantis, sendo assim um ponto de início chave para o posterior estudo da interseção entre o mercado fonográfico e o setor da animação para nicho infantil, em que o Mundo Bitá se insere. A televisão atuou como um meio facilitador e estratégico para as produções audiovisuais e fonográficas infantis, impulsionando o

³ De acordo com Holzbach (2018) “Nunca se produziu tanto conteúdo audiovisual direcionado para crianças no Brasil como na atualidade.”

crescimento e o desenvolvimento tanto do comércio de música (FERREIRA, 2014) quanto do setor da animação (HOLZBACH, 2018) no nicho infantil brasileiro.

O mercado fonográfico teve um papel essencial na consolidação da televisão brasileira, assim como já havia sido central no rádio, principal meio de comunicação das décadas de 30 e 40 (FERREIRA, 2014). Nos primeiros anos da TV, as grades de programação se inspiraram nos formatos radiofônicos para atrair e cativar um público ainda em formação nos anos 50. Ao longo da década de 60, com a TV já mais consolidada (SAMMUR;SANTOS,2022), a indústria fonográfica ampliou sua presença na televisão por meio de programas musicais que ainda adaptavam fórmulas de sucesso do rádio para esse novo meio, mas já desenvolvia novas possibilidades de mercado com estratégias desenvolvidas a partir da própria experiência (FERREIRA, 2014).

Se por um lado recorriam à bagagem do rádio, por outro apostavam em formas de inovar em propostas musicais; nesse contexto o cenário musical brasileiro dava os primeiros passos para o que veio a ser chamado de Música Popular Brasileira ou MPB (NERCOLINI,2013); demonstrando como o audiovisual nacional possui fortes e formativos laços com o mercado fonográfico.

No que diz respeito aos conteúdos direcionados especificamente ao público infantil, assim como a música, eles estavam presentes desde a fase inicial da televisão brasileira através de programas experimentais (FERREIRA, 2014) e desenhos animados (HOLZBACH, 2018), ambos interessantes para essa análise. Enxergando as possibilidades de um mercado infantil, e da audiência que as crianças poderiam gerar, havia uma preocupação com a programação para elas, assim como na época das rádios, dessa forma com o passar do tempo e com as experiências acumuladas a grade e as propostas foram se atualizando e desenvolvendo de acordo com as demandas de seus períodos (SAMMUR;SANTOS,2022).

Inicialmente, as grades televisivas nacionais se apoiavam em conteúdos infantis estrangeiros no que tange ao meio de animações destinadas a crianças, produções de gigantes do entretenimento infantil estadunidense (HOLZBACH, 2018), como Walt Disney e Hanna-Barbera dominavam apesar de a primeira animação brasileira⁴ já ter sido exibida nos cinemas a mais de 40 anos deste momento. Resultado de uma grande dificuldade no desenvolvimento deste conteúdo no cenário nacional, que podia estar relacionada desde mão

⁴ “Kaiser” foi a primeira animação brasileira exibida nos cinemas, em 22 de janeiro de 1917.

de obra e desenvolvimento de técnicas a questões de patrocínio e distribuição (GOMES, 2008).

Um exemplo emblemático marcado por esses obstáculos é o primeiro longa-metragem de animação brasileiro, *Sinfonia Amazônica* (1953), que levou mais de cinco anos para ser finalizado devido às limitações de recursos, especialmente humanos (NESTERIUK, 2011). Enquanto grandes produções estrangeiras contavam com equipes de cerca de 400 animadores, a obra de Anélio Latini Filho só se tornou realidade porque ele assumiu sozinho a tarefa de realizar mais de 500 mil desenhos, além de conduzir processos de animação e sonorização do longa (GOMES, 2008).

Neste período, entretanto, é possível observar que a presença de animação de produção nacional na televisão estava atrelada ao conteúdo publicitário, não relacionado necessariamente ao nicho infantil (HOLZBACH, 2018), em produções como *Petrolino* (1969), da Petrobrás, a *Barata Rodox* (1971), o *Homenzinho Azul* (1978), dos *Cotonetes Johnson & Johnson* ou os comerciais da *Turma da Mônica* para a marca *Cica* (1962-1980).

Já os primeiros programas infantis produzidos nacionalmente seguem a mesma lógica experimental citada anteriormente no caso das exibições musicais. Dessa forma, como nos demais conteúdos dos primórdios da TV brasileira, as atrações infantis eram como um laboratório e muito dependentes de apoio publicitário (SAMMUR, SANTOS; 2022). Esses programas, assim como na era radiofônica, tinham cunho educativo e não atentavam tanto para música. Eram gincanas, competições, leituras de cartas, clubinhos e contação de história (FERREIRA, 2014). Para Iglesias, Caldas e Lemos (2013, p. 135), “o público infantil está especialmente vulnerável ao marketing, por sua dificuldade em perceber a intenção persuasiva que motiva a propaganda.” e, a partir dessa percepção os programas infantis passam a cada vez mais a serem alvos das apostas mercadológicas. O *Circo Bombril* da TV Tupi é um exemplo de diversos que seguiam esse conceito, realizados ao vivo e a presença forte de um patrocinador (SAMMUR, SANTOS; 2022).

O que se pode perceber é que esse formato segue até os anos 70, sofrendo apenas mudanças relacionadas a avanços tecnológicos e demanda. Com a chegada do videotape os programas não mais eram obrigados a ocorrerem em direto e o que antes era experimental agora já possuía know-how (FERREIRA, 2014). Além disso, com a assimilação que os programas infantis eram um importante modelo de negócio, dado que, possuíam uma audiência de grande escala, o que interessava os anunciantes, eles passaram a ganhar mais

espaço na grade de programação, geralmente ocupando um turno matinal e outro vespertino dentro da habitual fórmula: apresentado por um adulto, com a participação de crianças, e alternando brincadeiras com apresentação de desenhos (SAMMUR, SANTOS; 2022).

A partir de 1975, a Rede Globo intensificou seus esforços para ampliar o espaço destinado às produções nacionais, impulsionada pelo sucesso da versão brasileira de "Vila Sésamo". Originalmente um programa estadunidense, Vila Sésamo foi adaptado para o contexto brasileiro, incorporando elementos culturais e músicas reimaginadas localmente. Esse êxito motivou a emissora a produzir uma adaptação da peça *Pluft, o fantasminha*, de Maria Clara Machado, que se destacou como a primeira novela infantil gravada em cores no Brasil, também obtendo resultados positivos (FERREIRA, 2014).

Com base nesses dois projetos bem-sucedidos, a Globo então decidiu combinar ambos os formatos no relançamento de *Sítio do Picapau Amarelo*, em 1977 (FERREIRA, 2014). A nova versão, voltada ao público infanto-juvenil, integrava música e valorizava aspectos da cultura e do folclore brasileiros, sem interferências estrangeiras. A narrativa era baseada na obra de Monteiro Lobato, cujas histórias já eram populares em adaptações para o rádio. A série do Sítio inovou ao lançar dois discos com músicas interpretadas por artistas renomados, como Lucinha Lins, João Bosco e Gilberto Gil. Além disso, destacou-se por introduzir o uso de merchandising voltado ao público infantil, integrando propagandas de forma "orgânica", sem interrupções comerciais.

Tanto Vila Sésamo quanto *Sítio do Picapau Amarelo* foram pioneiros na criação de discos voltados exclusivamente para crianças. Antes disso, embora houvesse algumas canções que atraíam a atenção infantil, essas músicas não eram produzidas especificamente para esse público e tampouco resultavam em álbuns dedicados às crianças (FERREIRA, 2014). As opções disponíveis anteriormente no mercado se limitavam a discos com histórias infantis traduzidas por artistas brasileiros ou músicas associadas a personagens. O sucesso de ambos alertou a indústria fonográfica sobre o potencial desse mercado e a relativa lacuna que havia nele, o que provocou um rápido movimento de fornecimento de produtos.

"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." (FERREIRA, 2014)

Os anos 1980 também constituem um marco relevante para a análise, caracterizando-se pelo aumento expressivo das produções televisivas voltadas ao público infantil vinculadas à indústria fonográfica e pela consolidação de dinâmicas que moldariam o mercado até a atualidade, além da popularização massiva de produtos relevantes até os dias de hoje (SAMMUR, SANTOS; 2022). Nesse período, além da expansão significativa dos programas matinais já consolidados, surgiram diversos especiais com a participação de artistas de destaque na música popular brasileira (FERREIRA, 2014).

Com objetivos semelhantes e cientes da complementaridade que poderia haver entre suas produções, a indústria fonográfica e a televisão retomaram em 80 a parceria estabelecida na década de 60 (FERREIRA, 2014), nesse momento surgem produções onde a música era um destaque e que portanto eram atrelados a discos. Os videoclipes, a propósito, já compreendiam uma linguagem audiovisual relativamente definida no país, uma vez que já eram veiculados desde 72 no Fantástico, programa global vanguardista no gênero (MICHEL, 2017).

Fenômenos do entretenimento infantil como A Turma do Balão Mágico, Xou da Xuxa e Show Maravilha foram desenvolvidos nesse momento (HOLZBACH, 2018) e já se reproduziam no formato canon de um ou mais personagens centrais protagonizantes de músicas e clipes que giravam em torno do lúdico e questões formativas ou ligadas à ideia da infância e do educacional. A presença dessas temáticas e a tentativa de aproximar todo o núcleo familiar por meio dos especiais, que combinavam shows televisivos enriquecidos com tecnologias inovadoras para a época, revelam a estratégia de atrair não apenas as crianças, mas também seus pais (FERREIRA, 2014).

Isso só era possível pela participação de artistas consagrados da MPB, já familiares ao público adulto, e pela adequação de temas a faixa etária (FERREIRA, 2014). Essa abordagem demonstra como o mercado compreendeu que o consumo infantil está diretamente ligado aos ideais e as dinâmicas familiares, ajustando os produtos para gerar necessidade de consumo e atender tanto aos interesses das crianças quanto aos valores e necessidades do espaço doméstico; uma estratégia que continua essencial para mercados voltados ao nicho infantil até hoje e que demonstra como o consumo pode ser entendido como um processo cultural, no qual desejos individuais se transformam em demandas coletivas e se configuram em práticas socialmente reguladas (CANCLINI, 2005).

A Arca de Noé, de certa forma a primeira experiência de álbum vídeo infantil nacional que foi baseada no disco e no livro do poeta Vinicius de Moraes, exemplifica essa estratégia (FERREIRA, 2014). O especial contou com renomados da MPB, como Milton Nascimento, Chico Buarque e Fábio Jr. , além de utilizar a exibição de animações em desenho de uma pular, interagindo com a cantora Bebel Gilberto, ressaltando o grande uso de efeitos especiais na produção e como o uso de recursos de animação associado a vídeo musicais infantis está presente a um longo tempo.

Também é perceptível que a estrutura dos programas de auditório alavancaram a popularização de animações ainda mais. Com isso, os desenhos animados estrangeiros, incorporados à programação infantil nacional, consolidaram sua presença no país, especialmente aqueles baseados em brinquedos (HOLZBACH, 2018).

Embora O Natal da Turma da Mônica (1976) e outras produções do projeto de Maurício de Souza a partir de 1985 diante da formação da primeira linha industrial de cinema de animação no Brasil, responsável pela produção de várias animações (séries, curtas e longas-metragens) tenham sido um marco televisivo, a hegemonia das animações importadas se manteve. Dessa vez, com a diferença da popularização de desenhos orientais, os animes (SAMMUR, SANTOS; 2022). Demonstrando a persistência da dificuldade de competitividade para as animações nacionalmente produzidas.

A partir da década de 90 ocorrem reconfigurações do cenário televisivo devido à inovações no meio, com a entrada da televisão por assinatura no Brasil, que permitiu o surgimento de emissoras segmentadas (MICHEL, 2017), por tanto abalando as grades e modelos que já existiam e eram exibidos. Holzbach (2018), sugere que os canais dedicados às crianças tenham acelerado o processo de saturação dos programas infantis de auditório, dos mais emblemáticos anteriormente citados, o Xou da Xuxa, por exemplo, vai ao ar pela última vez em 1992 após arrastar multidões de fãs ensandecidos e gerar lucros que se estendem até os dias atuais. A segmentação também alavancou ainda mais a linguagem dos videoclipes com o surgimento do primeiro canal totalmente dedicado a esse formato do audiovisual em 1990, a MTV.

Com essa mudança, o consumo infantil passou a se diferenciar, pois os canais por assinatura ofereciam conteúdo 24 horas por dia, com uma variedade de programas que não dependiam mais da grade de horários das emissoras abertas, voltados para diferentes faixas etárias e gostos (SAMMUR, SANTOS; 2022). O Cartoon Network (1993), por exemplo,

trouxe animações voltadas para um humor irreverente e ágil, que passou a influenciar a forma de criar desenhos animados, enquanto o Discovery Kids (1996) apostou em um foco mais educativo, oferecendo uma programação com desenhos e séries educativas.

A variedade proporcionada pela segmentação ampliou ainda mais o acesso a produções internacionais e moldou o consumo de conteúdo infanto juvenil no país, deslocando o foco dos programas de auditório, mais uma vez, tornando a competitividade para as produções nacionais quase impraticável.

É importante enfatizar que, mesmo com a reconfiguração provocada pela TV paga, as produções nacionais voltadas para o público infantil continuaram a ser produzidas e veiculadas, embora com menos espaço diante da crescente oferta de conteúdo externo (NESTERIUK, 2011). Programas como TV Colosso (1993-1997), Castelo Rá-Tim-Bum (1994-1997), Mundo da Lua (1991-1992), as produções da Turma da Mônica já mencionadas, e algumas das primeiras séries de animação brasileira em formatos menores, como Os Urbanóides (1991), Rita (1994) e Poesias Animadas (1994), se destacam nesse cenário. Essas produções marcaram gerações com seu conteúdo inovador e trilhas sonoras e estéticas irreverentes.

1.2. Globalização e as reconfigurações na produção nacional de conteúdo infantil.

Por volta dos anos 2000, o cenário da produção audiovisual infantil no Brasil passou por transformações significativas, impulsionadas por inovações tecnológicas que tornaram a produção e distribuição de conteúdo mais acessíveis e eficientes (HOLZBACH, 2018). Nesse período, surgiram também algumas vantagens competitivas para a produção de animações seriadas no Brasil, relacionadas a fatores internos e externos às produtoras (JUNIOR; GONÇALVES; BARBOSA, 2012).

Os fatores internos dizem respeito ao desenvolvimento de conhecimentos técnicos e à compreensão da importância de uma visão de negócios, com ênfase na aproximação com o discurso corporativo (WU, 2008). Já os fatores externos envolvem elementos criados pela cadeia produtiva da indústria, como o surgimento de novos canais de TV, o interesse de parceiros internacionais e a disponibilidade de linhas de financiamento para a produção.

As coproduções entre produtoras estrangeiras e nacionais permitiram o intercâmbio de conhecimento e recursos, o que elevou a qualidade das produções e ampliou as narrativas disponíveis para o público infantil, além de aumentar a visibilidade das produções brasileiras

no exterior (JUNIOR; GONÇALVES; BARBOSA, 2012). Esse processo foi ainda mais impulsionado pelas leis de incentivo, como a Lei do Audiovisual (1993), que possibilitou o financiamento de projetos que, de outra forma, poderiam não ter viabilidade econômica. Por meio dessa lei, as produtoras conseguiram captar recursos através de renúncia fiscal, atraindo investidores e estimulando a criação de conteúdo local.

Nesse cenário, o mercado de animações nacionais passa a experimentar e apostar mais em projetos infantis seriados. Surgem casos como “Kika em de onde é que vem?”(2001), uma animação de abordagem simples que envolve a sobreposição de personagens animados em 2D sobre cenários e elementos gravados em vídeo, criando uma interação entre a animação e a filmagem real, e séries originais completamente animadas que tiveram grande êxito, como “Princesas do Mar” (2007), “Peixonauta”(2009) e “Meu Amigãozão”(2009), a partir de sistemas de coproduções internacionais e das leis de incentivo ao audiovisual.

Posteriormente, com a exigência de uma cota mínima de programação nacional, estabelecida pela Lei 12.485/11, sancionada em 2011 e conhecida como a Lei da TV por Assinatura, esse movimento se intensificou ainda mais. A indústria de animação seriada nacional finalmente alcançou um nível de produção sistemática nunca antes visto, marcando o início de uma "era de ouro" da produção animada televisiva no país. Surgiram programas como “Show da Luna” (2014), “Tromba Trem”(2011), “Carrapatos e Catapultas”(2011), “Osmar: A Primeira Fatia do Pão de Forma”(2013), “Irmão do Jorel”(2014), entre outros. Vale destacar que muitas dessas animações possuem laços significativos com a produção musical.

A popularização do DVD, suporte que atualizou o VHS (NESTERIUK, 2011), providenciou ainda a manutenção da parceria dos projetos infantis com a indústria fonográfica nos anos 2000. Marcado pelo lançamento dos primeiros volumes de “Xuxa Só para Baixinhos” (XSPB), produção que se consolidou como um marco no conteúdo infantil brasileiro, estabelecendo o formato dos “vídeo álbuns” compostos por clipes musicais focados em temas educacionais e interativos. Diante do sucesso do estilo, outras criações semelhantes, como as de Aline Barros e Mara Maravilha, surgiram tornando os dvds infantis de clipes um formato comum. O avanço dessa tecnologia repopularizou o formato de vídeos musicais para o público infantil, além de passar a ser um meio de distribuição de animações infantis.

O início do século XXI também foi marcado por uma revolução na distribuição e consumo de conteúdo audiovisual associada à ascensão da Internet e suas novas ferramentas midiáticas e contextos (FONSECA, 2018). Esse avanço tecnológico transformou os meios tradicionais de comunicação, como a televisão, além de provocar mudanças significativas nos fluxos de conteúdo, reconfigurando a lógica de consumo e produção (HOLZBACH, 2018) permitindo o surgimento de novas dinâmicas marcadas por uma experiência tecnicamente mais descentralizada, multifacetada, interativa e personalizada. A plataforma YouTube e as de streaming, como a Netflix, são primordiais nesse contexto.

“O YouTube surgiu em fevereiro de 2005 como uma plataforma de distribuição digital de vídeos. Foi fundado por três pioneiros: Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. O site forneceu desde cedo e até aos dias de hoje uma interface muito simples e integrada, no qual os usuários podem fazer o upload, publicar e visualizar vídeos com uma extrema facilidade e sem altos níveis de conhecimento técnico. O YouTube não estabelece limites no número de usuários nem no limite de vídeos que se pode carregar, e para além das funcionalidades de vídeo oferece funções básicas de comunidade e rede social, como a oportunidade de nos conectarmos a outros usuários, como amigos, e usar o URL e código HTML permitindo que os vídeos inseridos na plataforma sejam facilmente incorporados noutros sites” (Burgess; Green, 2009).

A popularização de plataformas audiovisuais mais flexíveis, como o caso YouTube, foi fundamental para a ampla distribuição e o alcance de diversas produções, reunindo tanto conteúdos da "grande mídia" quanto publicações de pequenos produtores e criadores independentes. Além de, por estar associado às redes sociais e à cultura digital, passar a possibilitar e fazer parte de uma nova forma de fruição onde a experiência é ampliada para variadas mídias (HOLZBACH, 2018) em “narrativas transmidiáticas”(JENKINS, 2008) que envolve os consumidores de variadas formas em variados espaços digitais, revitalizando e intensificando o consumo .

As plataformas de streaming, embora possam ter um certo grau de filtragem e seletividade de conteúdo, de maneira semelhante à tradição televisiva, também impactam a lógica de consumo e distribuição midiática (HOLZBACH, 2018). Isso ocorre porque essas plataformas funcionam principalmente por meio de um modelo "on demand" (onde o usuário escolhe quando e onde consumir o conteúdo), além de incorporarem produções que não poderiam ser veiculadas no YouTube, devido a questões de possíveis perdas financeiras. Essas produções incluem desde conteúdos antigos que já não fazem parte da programação televisiva, até as produções atuais exibidas na TV, as originais criadas sob a marca do streaming (sejam nacionais ou internacionais), e aquelas que atuam de forma independente, fora do circuito televisivo.

A Netflix, serviço de streaming por assinatura que permite assistir a séries e filmes em um aparelho conectado à internet, foi lançada em 2007 e chegou ao Brasil em 2011 sendo um dos primeiros casos desse tipo de serviço no país.

“Ao disponibilizar para seus assinantes, por meio da internet e de uma assinatura mensal de preço acessível, um vasto catálogo online de filmes e séries de inúmeros gêneros, que podem ser assistidos de acordo com a vontade do espectador, o serviço é capaz de gerar alterações comportamentais na sociedade. Ao fazer uso de serviços de vídeo on demand (VOD), como a Netflix, o Hulu e o Now, as pessoas podem escolher o horário, o dispositivo (Smart TV, computador, celular) e o local (desde que haja uma conexão de internet) no qual desejam ver a um programa. A liberdade que estes tipos de ferramentas de vídeo, que tem a Netflix como protagonista na indústria, proporcionam aos consumidores é oposta ao sistema padrão de exibição de programas dos canais de televisão, que tem uma programação fixa semanal em que cada atração somente pode ser conferida em determinado horário e apenas na televisão.” (TEIXEIRA, 2015)

De maneiras diferentes, Netflix e YouTube reconfiguram o consumo televisivo ao oferecerem experiências relacionadas com a televisão, mas com novos modelos de negócios centrados no deslocamento da lógica da grade de programação (MASSAROLO; MESQUITA, 2016 apud. HOLZBACH, 2018).

Esses fenômenos tecno informacionais ocorreram juntamente ao período de intensa experimentação no campo da animação no Brasil descrito anteriormente, nesse cenário, nem todas as produções foram aceitas de pronto nas grades televisivas. Como resultado, muitos conteúdos rejeitados pelas emissoras encontraram um novo espaço para veiculação nas plataformas online, ampliando as possibilidades para conteúdos audiovisuais direcionados para crianças no país. Dessa forma, experiências audiovisuais de clipes musicais animados relativos à forma que o nicho é conhecido hoje, aliando as técnicas de animação à tradicional indústria fonográfica, passam a ser publicados nesse meio; o desenho Galinha Pintadinha é um exemplo pioneiro desse contexto (COSTTA;BUCCINI, 2020).

“No mercado midiático desde 2006, ele começou a fazer sucesso após ser desprezado por diversos canais de televisão. De forma despreziosa, os criadores Juliano Prado e Marcos Luporini publicaram no YouTube o piloto recusado e, meses depois, contabilizaram milhares de visualizações, o que incentivou que criassem e postassem mais vídeos. A Galinha Pintadinha, então, rapidamente se tornou parte importante do entretenimento de uma multidão de brasileirinhos de zero a três anos e uma complexa narrativa transmidiática formada por vídeos musicais, vídeos de histórias, livros, DVDs, brinquedos e mais de 600 produtos licenciados. Diversos vídeos da Galinha Pintadinha atingem, isoladamente, mais de 400 milhões de visualizações, e seu canal oficial no YouTube, que tem mais de 10 milhões de inscritos, foi o primeiro no Brasil a atingir um bilhão de visualizações, em 2014.” (HOLZBACH, 2018)

Entendida por Holzbach (2018) como uma experiência inaugural, o projeto da Bromélia Produções retrata bem os passos iniciais das experiências com clipes musicais

animados no Brasil com vídeos relativamente simples, tecno e esteticamente, acompanhados em sua maioria de canções provenientes do cancioneiro popular infantil.

“Os vídeos da Galinha Pintadinha ilustram, por meio de canções e cenários alegres, sentimentos e ações simples que fazem parte do cotidiano da maioria das crianças. Escovar os dentes, ir para cama à noite, almoçar, dançar, brincar, fazer amigos e outras situações são exploradas através de diversos personagens. [...] Os desenhos são integralmente musicados, e as ações realizadas têm forte apelo didático. Em termos estéticos, a despeito da avançada tecnologia 3D existente e dos softwares contemporâneos de animação, os desenhos são em 2D e apresentam fundo estático e com poucos elementos, reproduzindo parte do modelo consolidado pela Hanna-Barbera. São priorizadas as cores fortes e o traço simples para chamar a atenção dos pequenos, além de, recorrentemente, reaproveitarem-se cenas e coreografias em diferentes vídeos, numa tentativa de simplificar a técnica para acelerar a produção. Como ocorre com os videoclipes, cada vídeo tem uma única canção, cujo título é também o título do vídeo, e as imagens com frequência descrevem a letra.” (HOLZBACH, 2018)

Outras táticas iniciadas pelo projeto *Galinha Pintadinha*, que foram amplamente adotadas por outras marcas no meio, incluem a distribuição multiplataforma, o licenciamento de produtos e o engajamento digital.

A distribuição multiplataforma envolve a presença do conteúdo em diversos veículos. Geralmente, a distribuição começa com o YouTube como o principal canal, permitindo acesso gratuito e massivo ao conteúdo. Em seguida, expandiam-se para mídias físicas (formato que vem caindo em desuso), como DVDs, atendendo ao interesse das gravadoras, e para serviços de streaming, como a Netflix, alcançando status.

A estratégia de licenciamento, que se tornou um ponto recorrente e financeiramente importante na consolidação dos projetos infantis ao longo dos anos, transforma o conteúdo em uma marca lucrativamente tangível, por meio de produtos como brinquedos, roupas e alimentos, criando novas fontes de receita além da monetização direta dos vídeos.

O engajamento digital nas redes sociais também é uma prática fundamental, pois permite uma conexão direta e constante com o público, seja por meio de fotos compartilhadas por pais, promoções interativas ou anúncios de novos produtos e eventos, mantendo uma dinâmica entre produto e público importante para a manutenção da sustentabilidade do projeto.

"O sucesso da *Galinha Pintadinha* foi impulsionado, desde sua estreia, pela distribuição no YouTube, onde alcançou milhões de visualizações diárias [...]. Em 2008, o lançamento do primeiro DVD ampliou as possibilidades de consumo [...] e, em 2010, uma parceria com a Som Livre fez o segundo DVD vender 100 mil cópias

no primeiro mês. [...] A estratégia de licenciamento também se destacou, com a criação de mais de 600 produtos [...]" (HOLZBACH, 2018)

Portanto, esse modelo, que combina criação de conteúdo com monetização através de múltiplos canais e licenciamento, permite que marcas se expandam rapidamente e mantenham uma base de fãs leal e engajada, garantindo sua relevância a longo prazo. Esse tipo de abordagem, que integra conteúdo digital, produtos físicos e interação digital, tem sido replicado por diversas marcas infantis, criando um ecossistema onde o entretenimento e o consumo se alimentam mutuamente. Dessa forma, a indústria fonográfica aliada ao audiovisual com ênfase no setor de animação para público infantil consolidou o formato dos videoclipes animados, após anos de refinação de técnicas para produção de conteúdos midiáticos infantis. Surgem desse momento diversos casos de sucesso além do da galinha como Bob Zoom e, objeto deste trabalho, Mundo Bitá.

“Nos últimos dez anos, esse conteúdo tem crescido em progressão geométrica especialmente quando a popularização de espaços mais flexíveis de veiculação audiovisual, como o YouTube, tornou-se responsável pela distribuição e pelo incrível alcance de muitas dessas produções. Esse fenômeno tem modificado não apenas a linguagem das produções infantis e a relação travada entre elas e as crianças, mas especialmente o fluxo de produção e consumo desse conteúdo.” (HOLZBACH, 2018)

Evidencia-se, então, que a consolidação do mercado da linguagem dos videoclipes animados voltados para crianças resulta, de forma direta e indireta, de diversas reconfigurações ocorridas no circuito comunicativo ao longo do tempo. Nesse contexto, as experiências iniciais no cenário televisivo, fonográfico e de animação estabeleceram técnicas e estratégias, tanto estéticas quanto mercadológicas, que, posteriormente, se tornaram pilares fundamentais na produção dos videoclipes animados no contexto da internet. Sendo então indissociável o nicho da tradição nacional de produção de conteúdo infantil. O universo midiático voltado para o público infantil no Brasil, além de ser onipresente, caracteriza-se por um alto grau de profissionalização, reafirmado nos videoclipes musicais contemporâneos.

Capítulo 2: “Onde se fabrica o pensamento” - Estratégias e técnicas que animam a trajetória de sucesso do Mundo Bitá.

Na lógica capitalista o sucesso é um conceito que está vastamente associado ao acúmulo de capital, em seu sentido econômico tradicional, e nas dinâmicas e relações de poder geradas por esse processo. Nesse contexto, analisar um caso de sucesso é estudar uma história de acúmulo de capital e, conseqüentemente, de influência.

Entretanto, pensar uma trajetória vastamente irrigada por subjetividades tal qual a do Mundo Bitá a partir de um viés calcado apenas a racionalidade financeira usual relegaria uma série de questões abrangentes que indicam o êxito do projeto dentro do campo cultural, que possui uma série de outros recursos de validação acumulativos específicos de seu nicho. Desta forma, o estudo traçado sobre o objeto reflete seu processo de crescimento e consolidação de forma plural, baseada na teoria bourdiana, contemplando seu processo de consolidação como um todo complexo.

“A noção de campo está aí para designar esse espaço relativamente autônomo, esse microcosmo dotado de suas leis próprias. Se, como o macrocosmo, ele é submetido a leis sociais, essas não são as mesmas. Se jamais escapa às imposições do macrocosmo, ele dispõe, com relação a este, de uma autonomia parcial mais ou menos acentuada”. (BOURDIEU; p. 20-21, 2004).

Cada campo torna-se portanto uma espécie de domínio relativamente fechado em suas características particulares e o campo cultural, não escapando desta premissa, é apontado em *As Regras da Arte: Gênese e Estrutura do Campo Literário* (BOURDIEU, 1996) como um espaço social que em sua dinâmica e funcionamento são profundamente ligados a relações de poder e disputas simbólicas por reconhecimento do meio artístico cultural.

Então, regido por uma lógica interna que privilegia o valor simbólico, o campo é irrigado por dualidades e questões que gravitam em torno da perspectiva da “arte pela arte” em contraste a um macrocosmo centrado no lucro; tornando o ainda mais paradoxal e culminando na coexistência antagônica de dois modos de produção e de circulação que obedecem lógicas inversas a “arte pura” e “arte comercial” ou das indústrias culturais.

“Não é suficiente dizer que a história do campo é a história da luta pelo monopólio da imposição das categorias de percepção e de apreciação legítimas; e a própria luta que faz a história do campo; e pela luta que ele se temporaliza.” (BOURDIEU, 1996)

Nesse recorte “econômico propriamente antieconômico que se instaura no pólo economicamente dominado, mas simbolicamente dominante”(BOURDIEU, p.101, 1996), vale salientar que as disputas são marcadas por agentes que competem por legitimidade e prestígio, acumulando capital simbólico, que posteriormente pode ser traduzido em capital econômico. Em disputas que oscilam entre a conservação das normas estabelecidas e a inovação. As hierarquias internas, mediadas por críticos, instituições e prêmios, regulam o acesso e o reconhecimento dentro do campo, enquanto as relações com o público são marcadas por uma tensão entre popularidade e validação por especialistas e por outras produções.

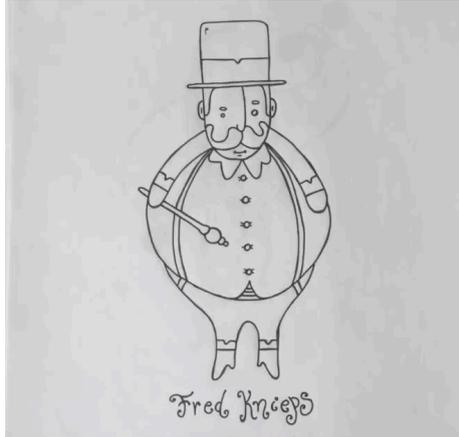
Dessa forma, o sucesso neste meio está associado, para além do acúmulo de capital financeiro, a capacidade de acumular prestígio e se manter relevante, através do capital social e de sua consagração. Sendo a capacidade de ser conhecido e reconhecido, em meio às mudanças da contemporaneidade, uma forma importante de obter acúmulos que indicam sucesso.

Com base nessas especificidades, o estudo da trajetória do Mundo Bitá busca compreender os acúmulos simbólicos e sociais que contribuíram para sua estruturação como objeto legitimado no campo cultural. Paralelamente, reflete sobre questões práticas do mercado cultural, abordando debates contemporâneos cruciais, como financiamento, estratégias de mercado, construção de narrativas culturais e impacto social.

2.1. Surgimento: Entre serendipidade, pivotamento, apoio e licenciamento.

Ao discutir sobre o início, o surgimento ou o nascimento de algo é comum evocar mitos, que muitas das vezes simplificam uma narrativa mas também condensam uma ideia a ser passada; sendo por tanto quase um símbolo ou identidade de seu objeto (GEERTZ, 2008). O mito formativo do Mundo Bitá consiste em uma serendipidade, um acaso feliz. “De uma ilustração desprezível na parede do quarto da Bebel, filha mais velha do cantor e compositor Chaps, nasceu o Bitá.”(MNIEMEYER ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, 2024). Essa afirmação, apesar de ingênua e vaga, demonstra a preocupação que o projeto tem desde seus primórdios em criar uma identidade que se aproxima do imaginário familiar contemporâneo.

Figura 1: Primeiro “Bita” Desenhado por Chaps Melo



Fonte: Fogo na Rede

“O nosso desejo, em produzir conteúdos infantis com poesia, informação e conceitos positivos ganha popularidade em uma época em que a criança passa a ser central na estrutura familiar e precisa ser tratada com amor e cuidado para que a essência da infância seja preservada. A proposta do Mundo Bita encaixa com os anseios das famílias e assim surge essa sinergia mágica” (MNIEMEYER ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, 2024)

Essa alegoria vastamente reproduzida pelo projeto, visto seus fins de identificação, entretanto, acaba por relegar a verdadeira origem do Mundo Bita marcada por questões relevantes para o estudo do objeto como produto da indústria cultural. Logo, é essencial iniciar a análise de sua trajetória evidenciando sua história com ênfase em disputas no campo de forma objetiva, refletindo, conseqüentemente, sobre temáticas variadas da produção contemporânea relacionadas desde questões territoriais a técnicas e estratégias utilizadas.

Apesar de em 2010 o designer Chaps de Melo de fato ter desenhado pela primeira vez enquanto à espera de sua primogênita, inspirado pelo disco musical O Grande Circo Místico, de Chico Buarque e Edu Lobo, a figura de um dono de circo com bigodes ruivos, que mais tarde viria a se tornar o exitoso Bita (COSTA; BUCCINI, 2020), esse não marcou o momento de nascimento de fato do produto em seu formato bem sucedido dos vídeo clipes. A história de origem do Mundo Bita é na verdade marcada por pivotamento, ou seja, pelo reconhecimento de que a ideia de negócio por não funcionar na prática necessitava de redirecionamentos.

Previamente, em 2008, já em sociedade com Felipe Almeida e Enio Porto, Chaps comandava a Quarta Dimensão, startup que prestava serviços de software e desenvolvia websites (FELIPE, 2017). Dois anos depois, no entanto, o formato já não satisfazia os anseios dos fundadores, que descontentes com os negócios, começaram a mirar outras possibilidades (COSTA, BUCCINI, 2020). Em meio ao crescente uso de aparelhos eletrônicos,

especialmente tablets, entre crianças e a baixa oferta de conteúdo para essa audiência, foi desenvolvida a ideia de explorar a produção de conteúdo digital voltado para público infanto-juvenil (INVENTANDO SONHADORES, 2018).

É nesse momento que as figuras imaginadas pelo designer são apresentadas e passam a ser desenvolvidas, inicialmente ainda fora do universo audiovisual. Nessa fase, João Henrique Souza foi incluído na sociedade entrando com investimento financeiro e força de trabalho e o nome Bitá surge em referência ao jogador pernambucano da década de 60 do clube de futebol Náutico (COSTA; BUCCINI, 2020).

Nesse contexto, a Mr. Plot foi criada em 2011 com a concepção inicial de editora digital propondo a produção de conteúdo original e autoral através de aplicativos e livros digitais para crianças (FELIPE, 2017). A empresa editorial foi incubada no Parque Tecnológico Porto Digital⁵, onde integrou um de seus programas, o Porto Mídia, voltado para o fortalecimento e fomento da Economia Criativa no estado de Pernambuco. Programa que se fez relevante, considerando a classificação do território pernambucano como de emergência cultural (COSTA; BUCCINI, 2020), ou seja, uma região fora do eixo Sul-Sudeste, e que portanto dispunha de recursos mais limitados para investimentos no setor cultural, mas que, nesse contexto, passa a ser contemplada, por exemplo, pelo projeto.

Segundo Felipe Almeida (PORTO DIGITAL, 2022), o apoio do Parque Tecnológico Porto Digital foi essencial para o desenvolvimento do projeto, oferecendo uma série de benefícios, como capacitação, acesso a uma rede de contatos, oportunidades de conexão com investidores e disponibilização de espaço físico. Através da incubação no Porto Digital, a Mr. Plot recebeu mentorias e consultorias, além de adquirir conhecimentos sobre o funcionamento do ecossistema da economia criativa. O apoio também incluiu o uso de espaços físicos, como estúdios⁶ para a produção e galerias para a realização de eventos promocionais e coletivas de imprensa.

Em um ano, a Mr. Plot lançou os livros digitais Circo Mágico do Bitá e Circo Mágico do Bitá 2, nas plataformas Android e iOS. Os aplicativos tinham uma proposta interativa que levava as crianças a um mundo encantado de artistas com poderes especiais. O primeiro obteve recepção positiva, chegando a ter 300 downloads por dia (COSTA; BUCCINI, 2020).

⁵ Parque tecnológicos e ambiente de inovação brasileiro localizado no Recife

⁶ Como descrito na página da web “O Mundo Bitá, marca pernambucana da Mr. Plot, também utilizou bastante dos estúdios.” Para mais informações acesse: <https://jornaldigital.recife.br/2023/08/04/producoes-audiovisuais-que-passaram-pelos-estudios-do-portomidia/>

No entanto, não havia retorno financeiro e, com base nisso, para o projeto seguinte foi adotado o valor de 0,99 centavos na tentativa de torná-lo rentável.

Figura 2: Screenshot do aplicativo “O circo mágico do Bitá”



Fonte: 148 APPS

Ainda assim, a estratégia não teve sucesso, e o segundo aplicativo acabou fracassando assim como o seguinte, o que resultou em prejuízos adicionais. Apesar do investimento significativo, o projeto enfrentou uma situação financeira negativa e esteve perto de ser descontinuado. Demonstrando que embora o campo seja simbolicamente dominante, está sujeito às flutuações do macrocosmo econômico.

Em 2012, Chaps teve uma ideia que gerou a primeira reestruturação do projeto em relação a sua narrativa, o Bitá passa a ter uma persona mais abrangente possibilitando a exploração de temáticas para além do universo circense inicial.

“O Bitá começou sendo apresentador de circo e depois, quando construímos uma persona mais profunda para ele, percebemos que a função do Bitá na vida das crianças era mais um facilitador ao acesso à imaginação. Ele é o personagem que guia a criança do mundo real à imaginação, que apresenta o lúdico e estimula a criança a entender o mundo e resolver os problemas através da imaginação. Ele se transformou em um personagem que vive na Galáxia da Alegria, que faz parte do plano imaginativo, e de lá ele fica estimulando a imaginação que é o combustível do Mundo Bitá, onde ele vive. Criamos toda essa base conceitual e, a partir daí, incluímos a história circense como uma trama pré-existente. O Bitá nasceu no Planeta Circo e os pais eram circenses, tinham o Circo Mágico do Bitá, e depois ele passou a morar no Mundo Bitá com os Plots, que são pequenos alienígenas verdes que ajudam a fazer a manutenção da imaginação no universo. Aí ele passa a ser o Bitá que conhecemos hoje, que está sempre acompanhando as crianças nas aventuras e descobertas.” (SOUZA, 2019).

Dessa forma foi criado um novo aplicativo intitulado Bitá e os Animais, que continha material interativo de três habitats: a fazenda, o mar e a floresta. Ao fim do conteúdo de cada habitat, havia um videoclipe, com músicas escritas e cantadas por Chaps. A aplicação apesar

de não ter proporcionando lucro em si, marca os primeiros passos da Mr. Plot na direção do conteúdo audiovisual animado e musical voltado para crianças e sua primeira projeção considerável em visualizações no YouTube, uma métrica que consagrou inicialmente a produção e conseqüentemente despertou interesse do público e de novos negociantes sobre o produto.

Figura 3: Screenshot do player de vídeo do APP Bitá e os Animais



Fonte: Uptodown

“Publicados entre outubro e novembro de 2012 no Youtube, os videoclipes conquistaram público, em pouco tempo alcançando 1 milhão de visualizações cada. Com esses números, a empresa buscou apoio da gravadora Sony Music, que se interessou pelo produto, fechando um acordo de distribuição da primeira temporada em DVD e das músicas em CD.”(COSTA,BUCCINI, 2020).

Ao identificar que os videoclipes obtiveram uma resposta mais positiva que as aplicações, a produtora iniciou um processo de pivotamento para o nicho de animação audiovisual para a internet. O que não significou descartar todo o negócio desenvolvido, mas sim manter seus aspectos funcionais, pontos como a parte criativa do personagem Bitá e o público alvo foram mantidos, e reconfigurar as particularidades inviáveis, no caso, girar o foco da empresa da editoração digital para a produção audiovisual.

A primeira ação nessa nova direção foi a expansão do projeto dos três primeiros vídeos, com o lançamento de Bitá e os Animais (2013), um vídeo-álbum que explora a temática do mundo animal, através de um repertório musical totalmente autoral. Com a presença dos novos personagens que se tornariam clássicos: a turma de crianças Tito, Dan e Lila, criada com o intuito de representar o público-alvo nas interações com o Bitá (COSTA; BUCCINI, 2020). Rapidamente, se tornou um enorme sucesso de vendas. Segundo Francisco Saboya, presidente do Porto Digital a época, essa rápida leitura do nicho pela Mr. Plot foi assertiva e impulsionou o sucesso da startup (TRAMA COMUNICAÇÕES, 2014).

Figura 4: Capa do álbum “Bitá e os Animais”(2013)



Fonte: Mr. Plot

De acordo com João Henrique de Souza o interesse do canal pago Discovery Kids, seguido pelo licenciamento da exibição dos videoclipes do Bitá em sua programação, foi o grande divisor de água; pois, mesmo com o alcance do YouTube foi com a TV que o projeto conseguiu fomentar realmente seu processo de massificação (COSTA; BUCCINI, 2020). O que demonstra o peso que a televisão, mesmo diante da chegada da era da internet, ainda tem como meio consagrado, conferindo visibilidade e influência ao projeto.

Como descrito anteriormente, o cenário favorável para a produção de animação seriada voltada ao público infantil no Brasil, nas primeiras décadas do século XXI, é resultado de anos de mudanças e investimentos na produção audiovisual do país. O grande investimento da Agência Nacional de Cinema (ANCINE), por meio do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), em longas e seriados animados, além da sancionamento da lei popularmente conhecida como Lei da TV Paga, foram medidas cruciais para que estúdios de animação passassem a contar com recursos e demanda.

No caso específico de Pernambuco, editais estaduais como o Funcultura também desempenharam um papel essencial na criação de um cenário favorável e na abertura de espaço para as séries locais (COSTA; BUCCINI, 2020). A codificação e popularização da linguagem dos clipes musicais animados, impulsionada por todo esse contexto, começa a se consolidar nesse momento. Dessa forma, a aproximação da Mr. Plot com esse mercado em rápido crescimento e expansão foi fundamental para a estabilização inicial do projeto.

Com o foco em produzir conteúdo audiovisual musical para crianças, a empresa se distanciou da imagem de editora virtual e passou a se posicionar principalmente como uma produtora audiovisual, ainda que tenha lançado alguns apps secundários. Em 2014, o segundo

projeto no novo nicho, Bitá e as Brincadeiras, foi lançado com músicas inéditas na temática das brincadeiras e práticas infantis culturais presentes no imaginário brasileiro.

Figura 5: Capa do álbum “Bitá e as Brincadeiras” (2014)



Fonte: Mr. Plot

Tornaram-se práticas o lançamento de uma temporada por ano e a produção de músicas autorais (COSTA; BUCCINI, 2020), duas estratégias importantes para a manutenção da relevância do projeto. A recorrência e a originalidade não apenas permitiram a construção de uma audiência fiel, ansiosa por novidades, mas também geram uma impressão positiva, alinhada à tradição brasileira de produção de música original no nicho infantil.

“O procedimento de realização do Mundo Bitá se estabelece da seguinte maneira: os sócios da Mr. Plot definem a temática de uma nova temporada e analisam possíveis subtemas a serem retratados. Chaps Melo fica responsável por compor as canções. Depois, a equipe de ilustradores cria o storyboard, elabora decupagem e desenha cena a cena. Em seguida, os animadores assumem a responsabilidade, animando o que foi desenhado em sincronia com a música. Cada clipe leva 30 dias para ser finalizado.” (COSTA; BUCCINI, 2020, p. 9)

Em 2015, a Netflix se juntou como um importante parceiro, ao adicionar os projetos anteriores ao seu catálogo de streaming. Entretanto, segundo Felipe Almeida, a plataforma pagava “muito, muito pouco” e o projeto só estava disponível para “marcar presença”. Além disso, o custo de produção dos DVDs não se pagava mesmo com os consideráveis números de vendas. Sendo assim, apesar do projeto ter alcançado um nível considerável de capital simbólico, estando presente na grande mídia e obtendo milhões de visualizações no YouTube, esse valor ainda não se traduzia em capital econômico.

Segundo Buccini (2017), Mundo Bitá é a primeira animação pernambucana a gerar licenciamentos. Contando atualmente com mais de 30 parceiros⁷ e 170⁸ produtos licenciados,

⁷ Quantidade de parceiros informada no último release publicado no site oficial do Mundo Bitá. Para mais informações acesse: https://www.mundobita.com.br/download/release_2024_2.pdf

⁸ A quantidade de produtos informadas se refere aos itens presente na loja indicada no site oficial do projeto, no link de acesso: https://www.amazon.com.br/stores/page/47366A73-F427-4442-9159-1D65B57DC3BB?&linkCode=s12&tag=mundobita0b-20&linkId=34d9166a97ddc0951c788774e01aee75&language=en_US&ref=as_li_ss_tl; Acessado em 01/10/2024

que incluem brinquedos, tablets, livros, revistas de atividades, artigos para festas, utensílios, artigos de higiene, calçados, roupas, peças de cama e banho, e itens para bebês. Já foram vendidos mais de 6 milhões de produtos.

Figura 6: Screenshot de produtos na loja oficial do Mundo Bitá



Fonte: Amazon

Além disso, o projeto firmou parcerias com diversas produtoras regionais para a realização de shows, peças de teatro e espaços temáticos. Estima-se que cerca de 600 apresentações foram realizadas, alcançando um público estimado em aproximadamente 2 milhões de espectadores, em 75 cidades (MNIEMEYER ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, 2024). Na impossibilidade de Chaps em cumprir uma agenda de apresentações, uma nova personagem foi criada para a função: Flora, professora de música de Tito, Dan e Lila que é representada por diferentes atrizes.

Figura 7: Personagens do Mundo Bitá em apresentações



Fonte: Mr. Plot

Logo, o acúmulo financeiro lucrativo gerado pelo projeto Mundo Bitá ocorreu principalmente a partir da venda de produtos e eventos baseados em sua obra simbólica, por meio do licenciamento de produtos e da entrada no mercado de espetáculos, incluindo shows e peças teatrais. A Mr. Plot ao aderir a lógica contemporânea de “experiência de consumo” (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA, 2015), entrando nestes mercados e concedendo o direito de uso da marca, foi aos poucos levantando suas finanças; entrando em breakeven em 2016 e se tornando uma empresa lucrativa de fato no ano de 2017, quando faturou 3,3 milhões de reais (COSTA; BUCCINI, 2020).

Seu processo inicial de estabilização é então, para além das serendipidades das ideias lúdicas, resultado nítido das dinâmicas e disputas simbólicas e econômicas do meio artístico cultural. Ao se desenvolver como projeto da indústria criativa o Mundo Bitá teve de construir não só uma obra que possuísse significado e valor estético coerentes com seu público, mas também uma marca; criando um bem legitimado perante as questões internas do campo e viabilizando e tornando-o, através de sua rentabilidade, em um negócio interessante para os modelos capitalistas de produção e, portanto, de sucesso mercadológico e simbólico.

2.2. Continuidade: as ferramentas de manutenção base do sucesso do Mundo Bitá.

Levando em consideração que o projeto Mundo Bitá não foi concebido como uma iniciativa de curta duração, é imprescindível compreender os mecanismos de sustentabilidade que garantem sua longevidade. Visto que o sucesso no campo artístico e cultural transcende o acúmulo de capital financeiro, se relacionando também ao capital simbólico e social acumulado, manter-se relevante ao longo do tempo exige não só a geração de valor financeiro, mas também a preservação e ampliação do prestígio cultural do projeto, disputando constantemente um lugar de destaque no mercado.

Isso implica, portanto, para além da construção de uma identidade sólida que seja conhecida, reconhecida e valorizada pelos agentes legitimadores e públicos-alvo, garantir a perenidade da marca dentro do campo dos vídeo clipes animados e da música infantil. Portanto, pensando a partir da visão de Lima (2011) sobre os conceitos de Certeau, a continuidade do Mundo Bitá deve ser entendida como um processo dinâmico, que envolve uma complexa interação entre as estratégias do mercado e as táticas de adaptação utilizadas pelo objeto.

Enquanto as estratégias são ações planejadas e implementadas pelos detentores do poder, que buscam impor suas normas e condições, as táticas emergem como respostas criativas dos que não têm controle sobre o campo (LIMA, 2011) . No caso do Mundo Bitá, as táticas adotadas são então respostas diretas às condições impostas pelo mercado e pelas grandes empresas do setor cultural nacional. Assim as táticas se fazem essenciais para garantir que o projeto se mantenha neste ambiente dinâmico, diante das rápidas mudanças globalistas, e competitivo, visto o surgimento de diversos produtos perante o potencial econômico que se encontra amplificado no contexto já explorado dos anos 2000 e 2010.

Entre as táticas do projeto em questão, o lançamento contínuo de conteúdo completamente autoral, brevemente abordado anteriormente, pode ser visto como um de seus pilares. Adotando uma estratégia de lançamentos anuais de álbuns/temporadas e mensais de vídeos, os quais compõem as músicas desses álbuns. Esse sistema tem a função de manter o projeto pertinente para o público e o mercado, criando uma distribuição constante e presença quase como uma efeméride no cotidiano das famílias trazendo sempre novidades e se reconectando com o público, dessa forma ajudando a consolidar a marca constantemente.

“Fomos da primeira turma a incubar no Portomídia. Bitá e os Animais foi nossa primeira obra e nosso objetivo era só lançar o DVD. Já existiam outros fenômenos no setor, como a Galinha Pintadinha, mas fomos ousados em adotar a estratégia (que se mantém) de só usar conteúdo autoral. Não usamos músicas de domínio público, criadas lá na década de 1940 e 1950, que não conectam com o público de hoje. Queríamos algo moderno” (ALMEIDA, 2018 apud. INVENTANDO SONHADORES, 2018)

Através deste mecanismo base foram produzidos os álbuns que representam o referencial principal da constituição e propagação do projeto. Bitá e os Animais (2013), Bitá e as Brincadeiras (2014), Bitá e o Nosso Dia (2015), Bitá e o Corpo Humano (2016), Bitá e a Natureza (2017), Bitá e o Nosso Mundo (2019), Bitá e o Nosso Mundo 2 (2021), Bitá e os Animais 2 (2022), Bitá e os Sentimentos (2023) e Bitá e os Animais 3 (2024), possuem juntos mais de cem músicas e clipes originais que através do ineditismo atraíram o público ao longo da década.

Figura 8: Capas dos álbuns do Mundo Bitá até 2024



Fonte: Spotify

Arelada a essa tática, a adaptação aos formatos de distribuição vigente, especialmente num contexto de convergência das mídias (JENKINS, 2008), também foi um importante fator para sua continuidade. Ao longo dos anos, o Bitá passou a se adaptar às mudanças nas tecnologias e plataformas de mídia, priorizando canais mais modernos e menos custosos na fase de produção.

Inicialmente, o projeto pensado no formato de vídeos para Internet, era distribuído através do Youtube e de seus apps, e rapidamente, com o interesse da Sony Music, também passou para o DVD, um formato físico que, apesar de ainda ser relativamente popular em certos cenários, foi perdendo a relevância com o crescimento das plataformas digitais. Para se manter relevante, o Mundo Bitá adaptou-se rapidamente às novas formas de distribuição, como o streaming de vídeo e áudio, aproveitando para alcançar um público mais amplo e diversificado.

“Com contrato assinado para difusão de álbuns e DVDs distribuídos pela Sony Music, a exclusividade de lançamento do material passou a ser da mídia física, só depois indo para as plataformas de vídeo. Um acordo foi feito com a VEVO, serviço de hospedagem de vídeos musicais, que também difundia os clipes no Youtube através de canais próprios, neste caso, o Mundo Bitá VEVO. [...] O material da temporada Bitá e os Animais (2013) esteve repartido entre o canal oficial e o canal da VEVO. Já das temporadas Bitá e as Brincadeiras (2014), Bitá e o Nosso Dia (2015) e Bitá e o Corpo Humano (2016) foram publicados no canal VEVO. A temporada Bitá e a Natureza (2017) marcou uma série de alterações nessa operação: o conteúdo foi primeiramente disponibilizado na internet e só depois em DVD. Além disso, parte

dos clipes foi publicada no canal VEVO e outra no canal oficial, retomando sua atividade. No projeto seguinte, Bitá e o Nosso Mundo (2019), mais uma sucessão de mudanças: deixaram de lançar mídia física e concentraram o lançamento na internet. O canal VEVO também foi abandonado, uma vez que o serviço deixou de operar. Hoje, os lançamentos são realizados diretamente no canal oficial do Youtube e nos aplicativos do Mundo Bitá, disponíveis na Apple Store e no Google Play Store, somando mais de 1 milhão de downloads.” (COSTA; BUCCINI, 2020)

A plataforma YouTube desempenha desde os primórdios um papel crucial na estratégia de distribuição do Mundo Bitá. Por meio do canal oficial, o projeto consegue atingir centenas de milhares de visualizações mensais, alcançando vasto público de responsáveis e crianças.

Figura 9: Screenshot das métricas do canal do Youtube do Mundo Bitá



Fonte: Youtube

A expansão de sua presença nas plataformas de streaming musical, como o Spotify, demonstra ainda sua adaptação às novas tendências do mercado fonográfico, onde as músicas são facilmente acessíveis em qualquer lugar, a qualquer momento possibilitando uma experiência mais personalizada e conveniente de consumo do conteúdo. A presença do projeto na Netflix, por exemplo, também é um reflexo de sua adaptação aos streamings de vídeo e às novas demandas do mercado e contribuindo para a sua consagração e visibilidade nacional e internacional.

O ajuste às novas formas de distribuição não se limita apenas a plataformas de mídia, mas também envolve o uso de ferramentas de mídia social, em destaque o Instagram, que se tornou um importante mecanismo de divulgação e aproximação com o público. Através de seu perfil, o Mundo Bitá consegue engajar diretamente com os pais e as crianças, criando uma rede de seguidores que se sente conectada com o universo do projeto.

Por meio do acompanhamento da rede, destacou-se o uso de posts interativos, stories e enquetes que permitem o contato com seu público, criando uma sensação de proximidade e

continuidade. Através de assuntos relacionados a datas comemorativas, publicação de conteúdos educativos, com temáticas de inclusão e informativos sobre variados assuntos relacionados à infância e ao universo do Bitá. Além da divulgação de materiais interativos (como pdfs de atividades e cartilhas) e da promoção da venda de produtos e serviços.

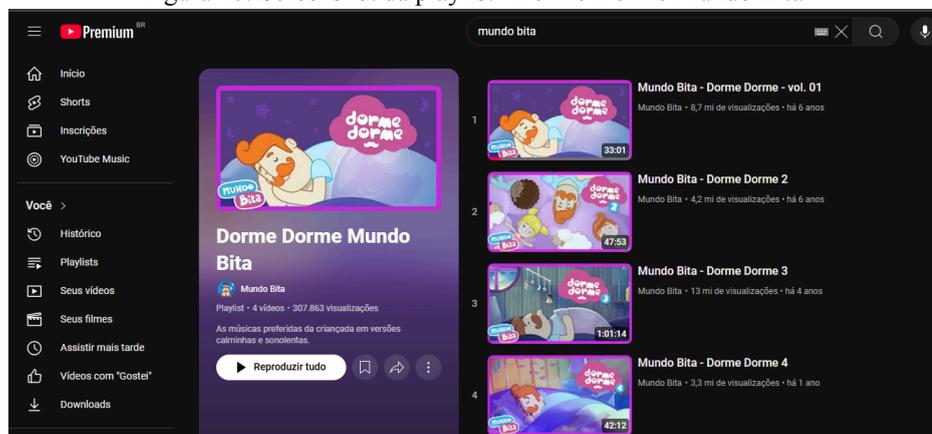
2.3. Diversificação: as ferramentas de manutenção avançadas do sucesso do Mundo Bitá.

Para além das táticas básicas de recorrência, originalidade e presença nas variadas mídias existem ainda outras relacionadas a diversificação de produtos oferecidos de acordo com as especificidades relacionadas ao contexto de seus consumidores, levando em consideração questões como dinâmicas do dia a dia de pais e filhos e os diferentes gostos entre gerações.

O projeto paralelo “Dorme Dorme Mundo Bitá” é um exemplo claro em que a marca objetiva inserção no cotidiano familiar. Com a proposta de ajudar as crianças a se prepararem para dormir com músicas em arranjos de “lullabies” tranquilas e agradáveis, Bitá fortalece sua presença no cotidiano dos lares, criando um consumo baseado na conexão emocional que garante demanda constante e durável.

Como divulgado no canal do Youtube, “Dorme Dorme Mundo Bitá é apenas em áudio, para não haver estímulos visuais na hora da tranquilidade” e está disponível nele e nas plataformas de áudio. As músicas de ninar já possuem centenas de milhares de streams e representam uma forma rentável de gerar visualizações uma vez que só dependem do rearranjo de músicas já existentes. Já foram lançados quatro volumes desta proposta com 45 reimaginações sonoras sonolentas das músicas originais desenvolvidas para o produto principal.

Figura 10: Screenshot da playlist “Dorme Dorme Mundo Bitá”



Fonte: Youtube

Ainda pensando nessa prática de criar novos arranjos baseados na obra original, existem os projetos “Mundo Bitá Sinfônico” (2021), em parceria com a Orquestra Petrobras Sinfônica⁹, e “Carnaval Mundo Bitá Com Maestro Spok¹⁰” (2024) que possuem objetivos diferentes mas operam a partir do mesmo princípio. As propostas sinfônica e carnavalesca, disponibilizaram, respectivamente, quinze (15) e onze (11) novas versões das composições originais.

Figura 11: Capas dos projetos paralelos “Carnaval Mundo Bitá”(2024)e “Mundo Bitá Sinfônico”(2021)



Fonte: Spotify

Pode-se inferir que através desses formatos o Mundo Bitá buscou atender duas necessidades diferentes, primeiramente, ofertar produtos com sonoridade clássica para famílias que possam apreciar o estilo musical e/ou popularizar uma forma de música relativamente elitizada. E adaptar seu conteúdo para a efeméride do carnaval recebendo anualmente um impulsionamento de visualizações deste produto durante as datas enquanto promove algumas questões da linguagem e da cultura carnavalesca.

O Mundo Bitá também utiliza métodos que se relacionam com as antigas propostas dos especiais entre televisão infantil e música popular, com a participação de artistas de destaque na música popular brasileira que ajudam a cativar os responsáveis com a produção, como no especial A Arca de Noé (1980) (FERREIRA, 2014). Essas ferramentas são de grande importância para o projeto pois operam a partir da lógica do acúmulo de capital através da consagração.

O capital de consagração se refere a forma de adquirir prestígio e legitimidade a partir da associação com indivíduos já consagrados e estabelecidos que podem assim conferir maior credibilidade e acesso a um maior público àqueles em ascensão (BOURDIEU, 1996). Dessa

⁹ Tradicional conjunto orquestral brasileiro dedicado à música erudita e popular.

¹⁰ Maestro e saxofonista brasileiro.

forma, ao estabelecer participações especiais em músicas o Mundo Bitá se beneficia do renome cedido tendo reconhecimento dos fãs, dos críticos e da indústria, passando a ser visto simbolicamente como um produto de maior qualidade.

Um uso deste recurso extremamente relevante no caso em questão foi o apadrinhamento, relação em que um artista estabelecido na indústria associa seu nome a outro menor o dando uma espécie de aval, do projeto por um dos mais respeitados artistas brasileiros: Milton Nascimento¹¹.

Dessa conexão saíram as parceria originais de “Bitá e Bituca”, referência a dupla que demonstra como a associação foi realizada de forma acentuada e íntima, “Trem da estações” (2017) e “O amor da adoção” (2020). Além disso, também tornou-se recorrente a composição de músicas inéditas com outros artistas já consagrados, demonstrando como a validação inicial de Milton Nascimento direcionou o Mundo Bitá para a relevância no circuito fonográfico.

Alguns dos nomes que participaram em músicas originais são Jr. Black¹² em “Esplêndida Fauna” (2017), Vanessa da Mata¹³ em “Mãe Música” (2018), Ivete Sangalo¹⁴ em “Nessa Dança” (2019), Pitty¹⁵ em “Coragem”(2019), Nando Reis¹⁶ em “O morcego (Me perdoe a hora)” (2021), Emicida¹⁷ em “O amor é tudo de bom” (2022) e mais recentemente, em uma regravação de “Cigarra” (2024) para o terceiro álbum do tema “Bitá e os Animais”, Simone¹⁸.

O projeto paralelo de regravações do Mundo Bitá, o “Rádio Bitá”, descrito pela própria marca como uma proposta que “traz versões de grandes canções da música brasileira em formato especial para as crianças curtirem com toda a família”(MR. PLOT, s.d.), também se relaciona com a estratégia descrita anteriormente, uma vez que possui diversas participações especiais que o consagram e prestigiam. Mas a principal peculiaridade desta tática está em sua capacidade de aproximar os responsáveis da marca através do apego e afeto que têm com músicas que se relacionam mais claramente com a sua geração.

¹¹ Cantor, compositor e multi-instrumentista brasileiro, vastamente premiado e notável por sua contribuição à MPB.

¹² Cantor e compositor pernambucano.

¹³ Cantora e compositora brasileira de MPB, reconhecida por suas composições autorais e indicada ao Grammy.

¹⁴ Cantora e compositora brasileira, destacada no axé e na música popular.

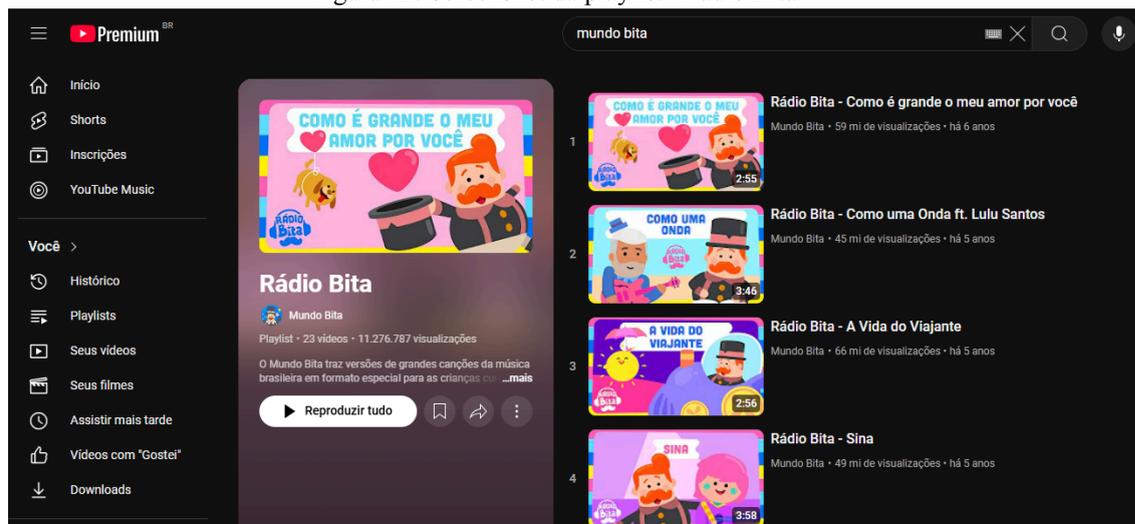
¹⁵ Cantora, compositora e produtora musical brasileira do cenário do rock nacional.

¹⁶ Compositor e cantor brasileiro, com trabalhos no rock e na música popular.

¹⁷ Rapper, compositor e produtor brasileiro, figura importante do rap e hip-hop nacional.

¹⁸ Cantora brasileira da música popular, conhecida por interpretações variadas.

Figura 12: Screenshot da playlist “Rádio Bitá”



Fonte: Youtube

As regravações são de músicas de estilos e épocas variadas, havendo novas versões, por exemplo, de “Velha Infância” feat. Carlinhos Brown¹⁹, “Como é Grande meu amor por você”, “Como uma onda” feat. Lulu Santos²⁰, “A vida do viajante”, “O carimbador maluco”, “Deixa a vida me levar” feat. Zeca Pagodinho²¹, “Vento ventania” feat. Bruno Gouveia²², “Sina” e “O show tem que continuar” feat. Péricles²³. Existindo também temporadas completas dedicadas a homenagear artistas, como “Rádio Bitá Especial Gilberto Gil²⁴” e “Rádio Bitá Especial Caetano Veloso²⁵ 80 Anos” que contam com a presença dos homenageados e convidados como Gal Costa²⁶ e Milton Nascimento.

Vale ressaltar que a consagração também veio do meio artístico de forma mais ampla. Em parceria com o ator e escritor Lázaro Ramos²⁷, o projeto “Sinto o que sinto”(2019) é composto por um livro "Sinto o que sinto e a incrível história de Asta e Jaser" e um videoclipe animado que apresentam questões relacionadas à identidade e pertencimento.

¹⁹ Músico e compositor brasileiro, conhecido por integrar o grupo Tribalistas e utilizar elementos de ritmos afro-brasileiros e música popular.

²⁰ Cantor, compositor e guitarrista brasileiro, com uma carreira consolidada no pop rock nacional.

²¹ Intérprete de samba e pagode, com extensa discografia no gênero.

²² Vocalista do grupo de rock brasileiro Biquini Cavado.

²³ Cantor e compositor brasileiro, do cenário do samba e pagode, ex-integrante do grupo Exaltambá.

²⁴ Músico, cantor e compositor brasileiro, figura central do movimento tropicalista e reconhecido por sua influência na música popular e na cultura brasileira.

²⁵ Compositor, cantor e escritor brasileiro, figura central no movimento tropicalista.

²⁶ Cantora brasileira de música popular, integrante do movimento Tropicália.

²⁷ Ator e escritor brasileiro, com atuação no cinema, teatro e televisão.

Figura 13: Capa do Livro “Sinto o que sinto”



Fonte: Amazon

Além disso, as colaborações com grandes marcas e suas causas influenciam a forma como o projeto é interpretado pela sociedade. Parcerias como a do Greenpeace no clipe “Amiga Baleia” (2022) e com o SOS Mata Atlântica em “Que é que o macaco é?” (2023), que estão diretamente relacionadas à preservação ambiental, com o grupo O Boticário em “Cheirinho de Família” (2023), que remete a valores familiares, e a parceria com a Pfizer e a Associação Brasileira de Pediatria (SBP) na campanha “Mais Que Um Palpite”, com o vídeo “Hora de Tomar Vacina” (2021), reforçam uma imagem do Mundo Bitá como uma força progressista e liberal, se alinhando à lógica do mito da personalidade, onde revestir os interesses particulares com um verniz moral universal pode ser uma forma sutil e bem sucedida de marketing (WU, 2006).

É possível destacar ainda a presença de táticas mais pontuais, como a realização de lives no período de isolamento social diante dos riscos à exposição ao COVID-19. Na impossibilidade da realização de shows ao vivo, o Mundo Bitá investiu em lives e na gravação do show especial de 10 anos do projeto como forma de conscientização e para a manutenção da relevância e proximidade com seu público.

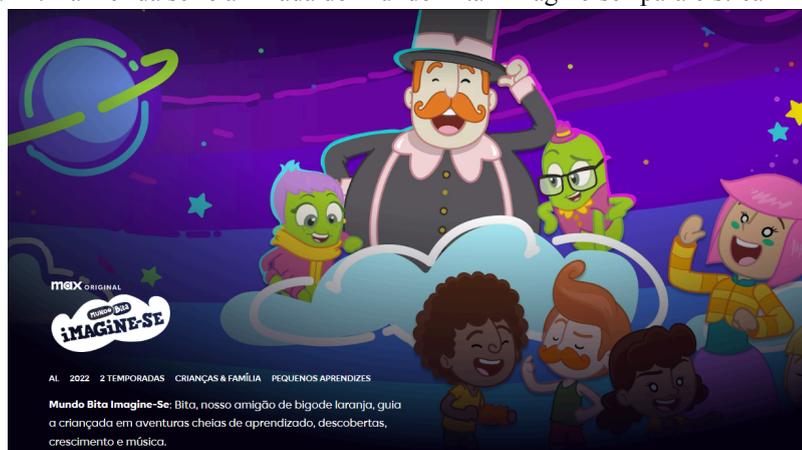
Para além do contexto pandêmico, outra tática pontual é a aparição em programas de televisão, o veículo apesar de estar passando por reconfigurações mediante as inovações tecnológicas ainda possui domínio sobre diversos campos sendo portanto um importante meio de se manter relevante.

Outra tática importante adotada pelo Mundo Bitá, é a expansão da narrativa. Visto o crescimento das narrativas transmidiáticas no contexto de convergência das mídias, fenômeno relacionado às mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam na cultura que gera a necessidade de movimentar-se entre diferentes plataformas.

Iniciada com o lançamento do curta “Mundo Bitá O Curta” em 2015, com recursos captados pelo FunCultura, o processo de expansão teve como objetivo inicial servir de piloto para uma série dramatúrgica. A produção teve um processo mais trabalhoso que os videoclipes, com dublagem, correção de cores, trabalho sonoro e breve inserção de outras técnicas de animação.

A série Imagine Se, lançada em 2022, marca a continuação desse exemplar; como um meio claro da expansão de seu universo, contando aventuras dos personagens não só utilizando a música mas também com diálogos mantendo as principais características associadas ao Mundo Bitá; portanto se desenvolvendo em torno de temáticas relevantes ao universo infantil contemporâneo.

Figura 14: Banner da série animada do Mundo Bitá “Imagine-se” para o streaming MAX



Fonte: Max

“Em 2024, a produção lança uma nova leva de episódios da segunda temporada da série “Mundo Bitá: Imagine-se”. As tramas podem ser conferidas na programação diária do canal fechado Cartoonito e estão disponíveis na plataforma de streaming HBO Max.” (MNIEMEYER ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, 2024)

Ao se adaptar às novas demandas do mercado transmidiático o Mundo Bitá amplia sua presença no mercado, avançando do universo dos vídeos musicais para uma nova forma de conteúdo, o que garante maior alcance e prestígio em novos setores do mercado de animação antes não explorados pelo projeto.

Dessa forma, para sustentar seu sucesso inicial o Mundo Bitá, numa trajetória que já ultrapassa uma década e acumula inúmeros produtos, fez uso e desenvolveu diversas táticas para simultaneamente se manter relevante simbólica e mercadologicamente. Sua capacidade de construir e manter um capital simbólico sólido, através da associação com grandes instituições e nomes do campo cultural e de diversificar seu produto de forma planejada proporcionou a sua valorização em diversos aspectos.

O capital simbólico, como Bourdieu (1996) define, está relacionado também à valorização social que um objeto recebe por parte de agentes dominantes em seu campo. Para o Mundo Bitá, a validação veio, por exemplo, através de premiações e certificações que também tem sido fundamental para consolidar ainda mais sua posição no mercado e aumentar sua visibilidade.

Reconhecimentos como a indicação de “Bitá e a Natureza” na categoria Melhor Álbum Infantil Latino no Grammy Latino são importantes não apenas por trazerem prestígio, mas também porque contribuem para a legitimação, reafirmando mais uma vez o projeto como de qualidade mas dessa vez através das estratégias oficiais da indústria. A consagração através de prêmios e certificações também ajuda a garantir que o Mundo Bitá ocupe um espaço privilegiado dentro do mercado competitivo das produções infantis, possibilitando que o projeto esteja duas vezes entre as 7 músicas infantis mais ouvidas no país segundo a Billboard²⁸, por exemplo.

Em 2024, o Mundo Bitá ganhou o Prêmio iBest como melhor conteúdo infantil na internet, pelo júri da academia. Além do prêmio, o Mundo Bitá também recebeu novas certificações; com selo de Platina pelo álbum “Bitá e o Nosso Mundo” e disco de Ouro por “Bitá e o Nosso Mundo 2”, “Bitá e os Animais 2” e “Bitá e o Circo”. As certificações foram concedidas pela One RPM, atual agregadora encarregada pela distribuição dos lançamentos, e se referem a quantidade de reproduções dos projetos nos serviços de streaming.²⁹

²⁸ <https://billboard.com.br/musica-dia-das-criancas-as-7-mais-ouvidas-do-pais/>

²⁹ <https://jornaldebrasil.com.br/blogs-e-colunas/analice-nicolau/mundo-bitá-inicia-2024-ganhando-premios-e-certificacoes-pelo-seu-sucesso/>

Figura 15: Premiação iBest 2024 categoria “Melhor Conteúdo Infantil Na Internet”



Fonte: Instagram

A amostragem abaixo, retirada do anexo 1, apresenta uma relação entre alguns dos produtos citados e mecanismos de legitimação aos quais eles foram associados.

Figura 16: Relações entre músicas do Mundo Bitá e mecanismos de legitimação

Músicas	Certificações do single
Fazendinha	5x Diamante
	2x Diamante
Fundo do mar	2x Platina
De estimação	1x Diamante
	2x Platina
Viajar pelo safari	5x Diamante
	2x Diamante

Fonte: Pro Música

Levando em consideração a notável quantidade de mecanismos de legitimação com que o Mundo Bitá é associado é visível que as variadas táticas utilizadas pelo projeto, a fim de manter se relevante e competitivo, além de diversificar e massificar seu conteúdo também proporcionaram a ele o reconhecimento e o status provenientes das estratégias da indústria. O consolidando como um grande nome não só no nicho dos clipes musicais animados para público infantil mas como um conceituado projeto no mercado para crianças em geral. Ficando claro então que a tomada de decisões de forma tática atreladas a visão da lógica

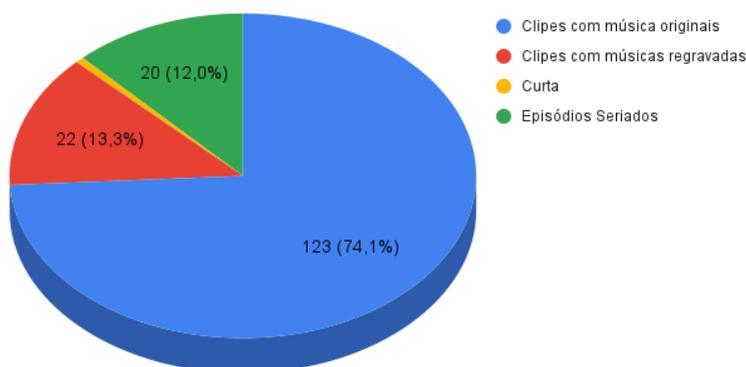
corporativa impulsionou o crescimento e consolidação do Mundo Bitá como um produto de sucesso.

Capítulo 3: “Deixe os ouvidos atentos” - Uma breve análise do conteúdo do Mundo Bitá e reflexões sobre o seu consumo.

As dinâmicas para sustentabilidade em que o projeto Mundo Bitá opera possibilitaram a ele uma trajetória que se aproxima dos 15 anos com um catálogo vasto e diversificado que atende às diferentes demandas das mídias contemporâneas. Através de um processo de clipping e catalogação dos materiais de audiovisual produzidos e lançados até o dia 06 de setembro de 2024, foi identificado um conjunto de dezessete (17) videoálbuns/temporadas de clipes animados, um (1) curta-metragem e duas (2) temporadas da série Imagine-se.

No total, são cento e sessenta e seis (166) unidades de produções animadas, das quais cento e quarenta e cinco (145) são videoclipes animados. Desses, cento e vinte e três (123) são originais dos quais nove (9) apresentam participações especiais de convidados. Vinte e duas (22) são regravações, das quais quinze (15) possuem participações especiais. Além do curta-metragem Mundo Bitá e vinte (20) episódios da série de desenho animado.

Figura 17: Gráfico de sobre os principais conteúdos animados do Mundo Bitá



Fonte: Anexo 4

A Economia da Cultura estuda a influência dos valores, das crenças e dos hábitos culturais de uma sociedade em suas relações econômicas, mas pensando a de forma mais ampla, a cultura não deve ser vista apenas como um meio de produção de bens, mas como um espaço de relações sociais complexas (CANEDO, 2009). O que leva a compreensão de que ela vai além de um setor de produção, sendo também o horizonte das interações simbólicas entre indivíduos e grupos sociais.

Portanto, tendo em vista a concepção de cultura como um todo complexo que simultaneamente dinamiza a criação de bens e produtos, materiais e imateriais, e os processo

de socialização, envolvendo comunicação, relações e valores, sendo ambos os aspectos fundamentais para sua compreensão completa, faz-se relevante pensar os produtos animados do projeto em questão de maneira simbólica, refletindo sobre as mensagens socioculturais e as representações geradas e reproduzidas.

Para pensar essas questões em torno do significado dos produtos faz-se necessário realizar uma análise que, em oposição à tradição hermenêutica e ao intuicionismo (BOURDIEU, 1996), adota abordagens críticas e científicas das ciências sociais; levando sempre em consideração as condições históricas e socioculturais que moldam os significados de determinado contexto.

Dessa forma, foi conduzida uma análise de conteúdo, com base no método de Bardin, que através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo busca proporcionar uma leitura técnica e significativa dos conteúdos registrados, e o cruzamento das constatações obtidas com reflexões contextualizantes e contextualizadas que abordam as questões sociais e históricas a partir da ideia de consumo, contribuindo para o aprofundamento das questões levantadas na análise.

3.1. Análise do conteúdo a partir de Bardin.

O instrumento principal da comunicação é a linguagem (JAKOBSON, 1969), esta se define como um conjunto de signos regidos por regras de combinação que expressam modelo de mundo, uma visão da existência (ONOFRIO, 2007). Sendo relevante destacar ainda que ela se dá das mais variadas formas, atingindo aspectos mais amplos que apenas o verbo, pois nem só de mensagens verbais vive o ser humano (CHALHUB, 1999).

Os gestos sinalizam, as cores e as formas são interpretadas, a teatralização encena, a música e os acordes sonorizam e estimulam, a pintura imprime e, através desses e muitos outros meios, mensagens transitam entre indivíduos. Informando, convencendo, explicando, alertando, emocionando e cumprindo qualquer outra função que a linguagem possa desempenhar.

“a análise de conteúdo de mensagens que deveria ser aplicável- com maior ou menor facilidade, é certo - a todas as formas de comunicação, seja qual for a natureza do seu suporte (do tam-tam à imagem, tendo evidentemente como terreno de eleição o código linguístico)” (BARDIN, 1977)

Apesar dessa pluralidade de caminhos comunicativos, para alguns autores, como P. Henry e S. Moscovici, as formas não verbais da linguagem devem ser excluídas do campo de

aplicação da análise de conteúdo (BARDIN, 1977, p. 33). Levando em consideração essa posição e o relativo curto tempo hábil para a realização da análise aqui proposta, diante da gama de materiais e abordagens possíveis, o conteúdo examinado limita-se às letras das músicas originais presentes nos clipes regulares do Mundo Bitá.

Inicialmente, a delimitação do que é a análise de conteúdo se faz necessária para fins de contextualização. Trata-se de um conjunto de instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos extremamente diversificados a fim de enriquecer a tentativa exploratória, em sua função heurística, ou de robustecer e reafirmar questões incipientes, em sua função de administração de prova. Neste caso, a análise serve heurísticamente visto o objetivo de observar as possíveis mensagens socioculturais e representações geradas e reproduzidas pelo projeto em questão através de sua aplicação.

“Sou investigador sociólogo e o meu trabalho visa determinar a influência cultural das comunicações de massa na nossa sociedade.[...] Para cada um dos casos e para muitos outros, as ciências humanas oferecem um instrumento: a análise de conteúdo de comunicação.” (BARDIN, 1977, p. 27-28)

A análise de conteúdo, como descrito por Bardin (1977), ocorre através de três fases: 1) a pré análise; 2) a exploração do material; 3) o tratamento dos dados, a inferência e a interpretação. Onde cada uma se caracteriza por diferentes processos:

- 1) Pré-análise: consiste no momento de organização propriamente dita, onde se realiza uma leitura exploratória do conteúdo, define os objetivos da pesquisa, seleciona o corpus (conjunto de dados) e formular as questões a serem investigadas;
- 2) Exploração do material: etapa em que o material delimitado e estruturado anteriormente é, essencialmente, codificado manual ou informaticamente para sua segmentação e classificação possibilitando a identificação de padrões, temas ou mensagens chave no conteúdo;
- 3) Tratamento de dados: interpreta o conteúdo com base nas categorias e temas identificados. O processo envolve uma análise crítica, comparando e refletindo sobre as tendências e padrões encontrados no material.

No processo inicial, foi delimitado como corpus da análise de conteúdo as letras das 123 músicas originais do Mundo Bitá. Regravações foram desconsideradas, uma vez que o objetivo era identificar possíveis padrões, temas ou mensagens reproduzidos pelo projeto, com ênfase em seus discursos. Além disso, foi realizada uma leitura flutuante das letras oficiais disponibilizadas nas descrições dos vídeos, simultaneamente à escuta das músicas.

A partir dessa etapa, foi possível identificar, de forma preliminar, a abordagem de temas educativos, emocionais, sociais, comportamentais, cotidianos e ambientais (fauna e flora), todos apresentados de maneira poética e lúdica. Também foi possível, com base nas

definições das funções da linguagem de acordo com Samira Chalhub (1999), perceber o uso constante da função poética como característica das músicas. Embora em suas mesmas mensagens possam ocorrer várias funções, observa-se que há uma tentativa de descrever o real, o referente, juntamente com as digressões subjetivas do emissor, fazendo uso de figuras de linguagem. Alguns exemplos são:

- "Ela é a luz do sol, Ele é o brilho da lua" (MR. PLOT PRODUÇÕES, 2016)

A comparação entre ela e o sol, e ele e a lua, na música “Ela e Ele” feat. Bia Medeiros, funciona como uma metáfora que expressa contrastes, mas também a ideia de complementos.

- "Água e fogo não dão casamento" (MR. PLOT PRODUÇÕES, 2017)

A antítese entre água e fogo, em “É Fogo”, reforça a ideia de que esses elementos não podem coexistir de maneira harmônica.

- "Desenha um coração bem grande onde caiba todo nosso amor" (MR. PLOT PRODUÇÕES, 2014)

Em “Vou Desenhar”, o coração não é entendido de forma literal, mas como um símbolo de amor ou carinho.

Após a delimitação do corpus e das constatações iniciais, a exploração do material foi realizada por meio da codificação do conteúdo das músicas, que envolveu a identificação e classificação das unidades de registro (palavras e trechos) e das unidades de significado (as ideias transmitidas nas letras). Esta etapa foi realizada tanto através da exploração manual quanto automatizada, por meio do uso da aplicação informática Iramuteq.

A codificação manual buscou sistematizar as unidades de significado. Como resultado da familiarização com o material foram organizadas as seguintes categorias e subcategorias:

Categorias	
Conteúdo Formativo	Temas relacionados aos conteúdos considerados básicos na infância formal ou informalmente;
Criatividade/Imaginário	Temas relacionados à imaginação individual ou coletiva;
Cultura, identidade e diversidade	Temas relacionados aos sistemas de símbolos, significações (GEERTZ,2008) e às possíveis unidades englobantes “descompassadoras”: nação, linhagem, família, etc. (VELHO,

	1994);
Desenvolvimento infantil	Temas relacionados ao desenvolvimento físico, emocional e cognitivo infantil;
Meio ambiente	Temas relacionados conjunto de elementos biológicos, químicos e físicos da natureza;
Saúde e higiene	Temas relacionados ao bem-estar e à prevenção de doenças.
Subcategorias	
Cotidiano animado	Temas relacionados ao dia-a-dia infantil de forma positiva;
Animais	Temas relacionados à fauna ;
Imaginação	Temas relacionados ao processo de inventar e criar;
Festividade/ Efeméride/ Data Comemorativa	Temas relacionados a festas tradicionais e comemorações;
Brincadeiras	Temas relacionados às brincadeiras tradicionais e ao ato de brincar;
Convívio e relações sociais	Temas relacionados aos laços interpessoais, como amizade e parentesco;
Comunicação e linguagem	Temas relacionados às formas e meios de linguagem e ao ato de comunicar-se;
Corpo Humano	Temas relacionados ao desenvolvimento físico e biológico do ser humano e sua anatomia;
Ciências e fenômenos	Temas relacionados ao processos biológicos, químicos e físicos e as transformações do meio e da matéria;
Educação emocional	Temas relacionados às diferentes emoções e sensações;
Educação ambiental	Temas relacionados à ecologia e conhecimentos sobre atitudes e habilidades para conservação.

Esses grupos foram identificados entre as cento e vinte e três (123) músicas através da separação e análise crítica das letras e temas abordados. O anexo 2 demonstra a relação de cada uma dessas canções com as categorias e subcategorias e o contexto entendido de cada uma delas. Esta categorização constatou que o conteúdo do projeto é pensado de forma a levar em consideração, mesmo que de forma informal e subjetiva, o desenvolvimento infantil.

De maneira geral, observou-se que o Mundo Bitá busca criar oportunidades de aprendizagem e assimilação de assuntos variados através de letras ricas em rimas, sinestesia, verossimilhança, conotação, ficcionalidade e criatividade; fazendo uso pleno das funções estéticas e utilitárias da linguagem (ONOFRIO, 2007). Os tópicos centrais de cada música, que variam desde a representação de animais e seus habitats até abstrações mais complexas

como sentimentos, são desenvolvidos de forma a contribuir com a construção emocional, cultural, social, formativa e cognitiva infantil.

Destacou-se portanto a aparente deliberação da produtora em gerar conteúdos que conduzam o olhar de seus consumidores sobre o mundo ao seu redor, objetiva e simbolicamente, ajudando-os a refletir sobre contextos cotidianos, sentimentos e sensações, lugares, fenômenos da natureza, hábitos e questões culturais, processos fisiológicos, relações sociais e, em geral, o mundo em que vivem de forma criativa, com autoestima e um senso de positividade.

Relacionados ao anexo 2 , os exemplos abaixo demonstram a análise realizada de algumas das músicas que constituem o corpus do estudo, evidenciando as características apontadas sobre o conteúdo:

A. Música: Meu Pequeno Coração

Tema: Coração

Categoria e Subcategoria: Conteúdo Formativo e Corpo Humano

Contexto: Apresenta o coração de forma objetiva, como órgão pulsante, e subjetivo, abstração relacionada a carinho e afeto.

Trecho Sustentação:

“Meu pequeno coração
Bate, bate, faz tum-tum
Quando vê mamãe
Mamãe tem um
Generoso coração
Que só falta decolar
Quando estou juntinho dela
Arco-íris, luz do Sol
Tudo que nos faça amar
Colo de papai pra cochilar
O que aquece o coração
É o amor que a gente dá
E o bem que a gente carrega
Tum, tum, tum meu coração
Batuca amor, bate bateria de lata”

Notas: A música se enquadra na categoria conteúdo formativo pois trata de uma noção básica sobre um dos órgãos humanos, o coração. Percebe-se ainda que a abordagem da ideia do coração apesar de fazer referência a questões objetivas, como a frequência cardíaca e suas alterações conforme as emoções, a canção também sustenta o imaginário do coração como figura sinônimo de afeto, através da aproximação do tema com momentos de carinho. Há também grande clareza da utilização da forma

poética por conta das metáforas e da tentativa de literalmente gerar um som rítmico, como o de um coração, com a repetição sonora das sílabas e onomatopeias.

B. Música: Página por Página

Tema: Linguagem escrita

Categorias: Conteúdo formativo e Comunicação e linguagem

Contexto: Apresenta a escrita através das unidades “palavra”, “frases”, “textos”, etc.

Trecho sustentação:

“Passeio página por página
Numa sentença que me encantou
Juntando tantas letras soltas
Uma bela história um livro me contou
Palavra, tradução da natureza
Ensina toda forma de beleza”

Notas: A canção se enquadra nas categorias sinalizadas pois discute a noção base da escrita e o gosto pela leitura. É possível encontrar a função poética nos trechos “Ensina toda forma de beleza”, onde há a personificação do substantivo palavra dando a ideia de que as palavras possuem em si capacidade de ensinar, e “Palavra tradução da natureza”, onde há uso da metalinguagem com o uso do código para pensar o código.

C. Música: Pra lida com a raiva

Tema: Raiva

Categorias: Desenvolvimento infantil e educação emocional

Contexto: Apresenta o sentimento de raiva e as formas saudáveis de lidar com ela

“Pra lidar com a raiva
Só mesmo com calma
Usando o ar que há em seus pulmões

Já, já tudo passa
Deixe a paciência
Levar pra longe os raios e trovões”

Notas: A canção se enquadra nas categorias “Desenvolvimento infantil” e “Educação emocional” pois apresenta de forma lúdica a emoção da raiva, auxiliando no processo de reconhecimento da emoção além de apresentar formas saudáveis de lidar com ela. A função poética pode ser identificada na metáfora entre a intensidade da emoção com a imagem turbulenta da tempestade.

D. Música: O amor é tudo de bom feat. Emicida

Tema: Amor

Categorias: Desenvolvimento infantil e Relacionamentos

Contexto: Apresenta o conceito de amor como algo complexo, presente nas relações sociais e que permeia momentos do cotidiano

Trecho sustentação:

“A
M
O
Erre

Mas continue em frente
Por onde for, saiba, só o amor
Pode ser água, terra, semente
E tudo de bom
Tudo de bom”

Notas: A música se enquadra nas categorias destacadas pois desenvolve ideias sobre a complexidade das relações humanas de forma densa e poética a partir da concepção do que amor conceitualmente e nas ações. A comparação do amor com “água”, “terra” e “semente” apontam o afeto das relações como algo gerador e transformador; que nasce, cresce e se modifica. É possível ainda discorrer sobre o jogo de palavras feito com a soletragem da palavra amor a partir da sonoridade da letra “r” (A-M-O-ERRE) como um recurso poético utilizado para complexificar a ideia chamando atenção para como os erros não tornam indivíduos menos dignos de amar ou serem amados.

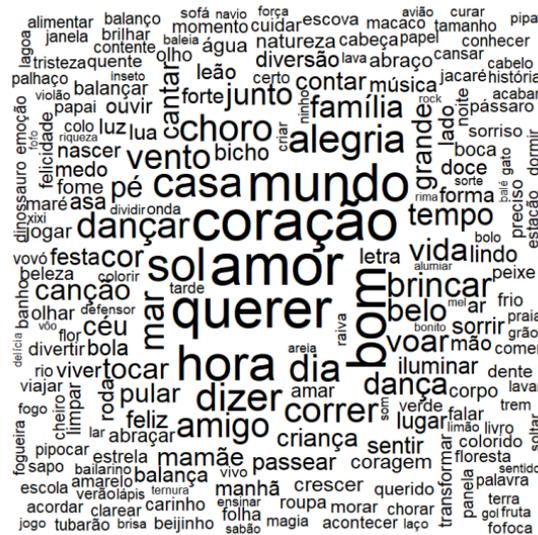
A parte do estudo informaticamente conduzida por meio da aplicação Iramuteq teve como objetivo quantificar e realizar cálculos estatísticos sobre as variáveis essencialmente qualitativas trabalhadas, os textos (CAMARGO; JUSTO, 2013), para fornecer suporte às afirmações apresentadas na análise manual do corpus textual. O software é um programa gratuito e de código aberto, capaz de analisar textos com base em teorias probabilísticas, utilizando as linguagens de programação R e Python.

Entre seus recursos, ferramentas lexicográficas, foram utilizadas a nuvem de palavras, uma análise lexical mais simples, porém visualmente interessante, pois permite a rápida identificação das palavras-chave de um corpus (CAMARGO; JUSTO, 2013). E a análise de similitude, que identifica coocorrências entre palavras e destaca conexões entre elas,

facilitando a identificação dos temas presentes. Assim, foi importado para a aplicação o corpus definido para o processamento de dados e sua conversão nos modelos selecionados.

A nuvem de palavras gerada a partir da análise do corpus oferece uma representação visual das palavras mais frequentes possibilitando uma rápida identificação e reflexão das temáticas e sentidos mais presentes nas canções.

Figura 18: Nuvem de palavras



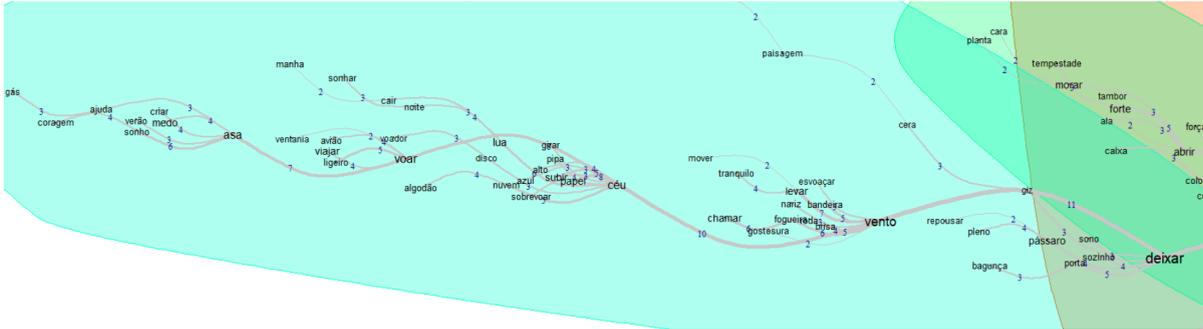
Fonte: Iramuteq

A partir das palavras em destaque, é possível inicialmente perceber que as músicas do Mundo Bitá têm foco central em elementos positivos, afetivos e do universo infantil. Termos como “coração”, “amor”, “querer”, “alegria”, “amigo”, “feliz”, “criança”, “vida”, “dançar”, “pular”, “sol”, “casa”, “família” e “brincar” indicam que as canções estão fortemente associadas a emoções positivas, como, amar, alegria, felicidade, e amizade. Remetendo também a ambientes acolhedores e familiares, valorizando os laços e as relações de cuidado, além de estarem associadas ao lúdico.

Observando com mais atenção as palavras menos óbvias, também é evidente como alguns dos termos podem indicar questões mais específicas ou implícitas. Os termos “correr”, “sentir”, “vento”, “tempo”, “céu”, “passear”, “festa”, “cor”, “choro”, “cantar” e “dizer” relacionados a sensações, ações, a natureza e à experiência sensorial aludem à exploração, à conexão com o exterior, ao sentimento de liberdade e a expressão emocional.

A análise de similitude, por sua vez, através da construção de uma árvore de coocorrências, revelou conexões entre as palavras presentes no corpus analisado, permitindo

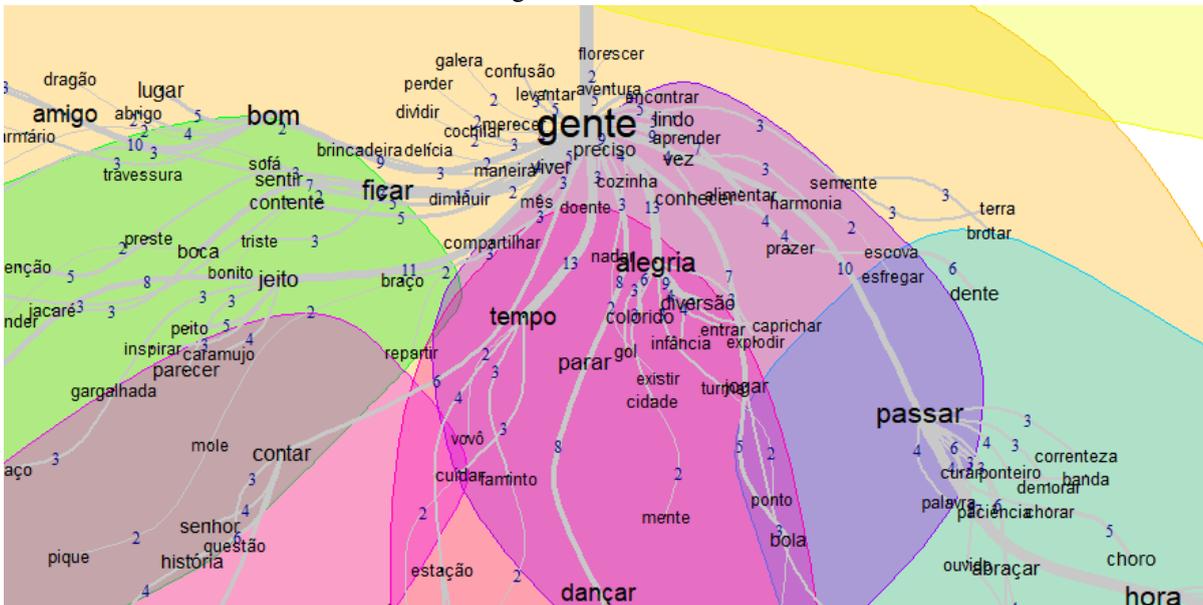
Figura 20: Recorte do anexo 3



Fonte: Iramuteq

O ramo apresentado na figura 20, que se inicia na forma “deixar”, possui uma variedade de palavras, dentre elas muitas estão relacionadas ao ambiente, a leveza e a emoções. O veio “deixar, vento, céu, subir, alto, lua, noite e sonhar” pode ser interpretado como uma representação de liberdade, sugerindo imagens de leveza e sonhos com fluidez. Já a combinação “deixar, vento, céu, voar, asa, coragem e gás” remete à ideia de superação e movimento, com conotações de liberdade de ação, mas, dessa vez, apontando para a ideia de explorar e enfrentar desafios com confiança.

Figura 21: Recorte do anexo 3



Fonte: Iramuteq

O núcleo "gente", destacado na imagem 21, se relaciona intensamente com variadas palavras, dentro e fora de sua comunidade. Algumas relações mais visíveis são “gente, bom e amigo”, “gente e alegria” e “gente, ficar e contente”, que podem indicar conexões sociais baseadas em afeto e satisfação de estar junto. Esses exemplos podem refletir a construção de

um ambiente positivo e de bem-estar coletivo, centrado em valores como amizade e felicidade.

Existem também relações menos destacadas, mas que podem aprofundar a perspectivas sobre coletividade encontrada, como “gente, aventura e florescer” e “gente, encontrar e lindo”, que evocam o potencial de transformação. Esses recortes podem sugerir que, para além das interações, o termo “gente” também aponta para as experiências de crescimento através dos encontros e a possibilidade de encontrar significados a partir da conexão.

Figura 22: Recorte do anexo 3



Fonte: Iramuteq

Na comunidade representada na figura 22, que apresenta o fluxo claro “bastar, usar, imaginação e ideia”, evidenciando a criatividade como um motor, há ainda um apontamento no termo "grão", que se origina de "usar". Esse termo segue para as palavras “bico” e “inventar”, revelando como os termos nas composições do Mundo Bitá podem ser exploradas tanto de forma concreta quanto abstrata.

Por um lado, "grão" pode remeter ao pedaço que um animal com bico recolhe. Por outro, pode sugerir de maneira mais simbólica o início de algo que vai crescer, como pedaço simbólico. Essa dualidade de sentidos demonstra a pluralidade interpretativa das palavras dentro desse contexto.

Através da análise do conteúdo baseada na utilização de ferramentas analíticas, manuais e automatizadas, associada a metodologia de Bardin foi possível alcançar uma compreensão mais profunda das temáticas abordadas pelo projeto Mundo Bitá. A nuvem de palavras e a análise de similitude apoiaram ainda, de forma quantitativa, o argumento manualmente traçado de como os elementos textuais são utilizados nos produtos estudados para criar uma narrativa simbólica e positiva.

Dessa forma a análise constata que o conteúdo lírico produzido pelo projeto, com sua abordagem colorida, característica aqui em seu sentido sinestésico, nutre uma noção de que a infância deve ser um tempo positivo de encantamento, de cuidado e de proteção através de músicas lúdicas irrigadas em linguagem poética, ou seja, que apresentam um feixe de possibilidades significativas (ONOFRIO, 2007).

3.2. Reflexões sobre a análise através do conceito de consumo.

A fim de aprofundar a análise de conteúdo proposta, a exploração foi ampliada por meio da contextualização sócio-histórica dos resultados obtidos a partir do conceito de consumo, permitindo compreender algumas dinâmicas culturais e sociais presentes em torno do corpus analisado.

A noção de consumo como pilar para essa complexificação está fundada na compreensão de sua relação de interdependência com a produção, diante da dinâmica dialética existente entre elas.

O consumo é uma das fases finais das cadeias produtivas, ele costuma ser entendido como o momento prático de escolha, aquisição e uso de determinado bem. Entretanto, como aponta Canclini (2005), o consumo está intrinsecamente relacionado a aspectos socioculturais, como os significados que se atribui aos produtos e seus usos em contextos mais amplos, envolvendo interação social, identidade e valores compartilhados.

Douglas e Isherwood (2006), também complexificando o olhar sobre a etapa, descrevem-na como o momento onde o consumidor possui o objetivo geral de construir um universo inteligível com os bens que escolhe. Sendo compreensível então que para além do objetivo usual de finalidade o consumo faz parte dos ciclos de produção e reprodução social e que, junto à escolha de fato de determinado conteúdo, há uma série de questões simbólicas.

Dessa forma, consumir, para além do senso comum, pode ser entendido como um meio de expressar valores, hábitos e se relacionar dentro de variados contextos. Sendo a reflexão sobre esse ato um meio de levantar apontamentos sobre determinados sujeitos e suas visões socioculturais.

A análise de conteúdo realizada indica que o Mundo Bitá produz materiais infantis que atendem ao público alvo funcionando como veículos de transmissão de valores sociais, culturais e educacionais. Considerando que esses materiais fazem parte do ciclo simbólico e

dialógico ³⁰ de um produto, ele reflete e reforça as identidades culturais e sociais de seus consumidores, analisar essa dinâmica sob essa perspectiva permite identificar aspectos que enriquecem a complexidade do estudo.

Ariès, em *História Social das Crianças*, sinaliza como a ideia de infância, tal como entendida hoje, é uma construção social e cultural relativamente recente. Anteriormente, crianças eram basicamente vistas como pequenos adultos, no entanto, a partir do século XIX e, principalmente, com o avanço das teorias pedagógicas e das transformações sociais e econômicas, a infância no ocidente passa a ser reconhecida como uma fase única e protegida, marcada por uma série de direitos e necessidades específicas de desenvolvimento.

Esse reconhecimento foi consolidado, por exemplo, com a Convenção sobre os Direitos da Criança, que, ao estabelecer aos países membros diretrizes para a proteção, cuidado e bem-estar das crianças, reafirma a importância de garantir o acesso a direitos fundamentais, como a educação, a saúde, a segurança, ao lazer e ao convívio estabelecendo a infância como uma fase essencial para o desenvolvimento sustentável pleno.

Dessa forma, a fase em questão passa a ser vista não só como um momento de desenvolvimento físico mas também de formação de identidade e valores, fundamentais para a formação de indivíduos. A infância na contemporaneidade pode ser entendida como um momento específico para a construção de uma visão de mundo própria, que será influenciada pelas interações em sociedade.

Essa transformação na compreensão da infância gerou remodelações em diversos contextos relacionados a crianças, desde as relações familiares e escolares até a produção pensada para este público. Com isso, por exemplo, a produção de animações se adaptou ao longo de sua popularização entre crianças; questões como o linguajar um tanto pecaminoso do Popeye e o mau comportamento crônico do Pica Pau foram modificados à medida que novos episódios foram produzidos para a televisão, de forma a satisfazer mães e pais preocupados com as boas maneiras dos filhos. (HOLZBACH, 2018)

Assim, dentro desse contexto de infância protegida e prezada, o Mundo Bitá se insere como uma produção cultural que reafirma e reforça a atual concepção de infância com letras que exploram uma visão desta como uma fase única, caracterizada por um olhar lúdico,

³⁰ “Em que o indivíduo não apenas é influenciado pela sociedade, mas também pode influenciá-la” (BAUDRILLARD, 2008 apud HOSSINI et al)

criativo e de aprendizagens, mas também como um período em que a proteção e a transmissão de valores e das boas maneiras são fundamentais. Contribuindo, assim, para a criação de um imaginário infantil que valoriza o aprendizado, a diversidade, o cuidado com o mundo ao redor e agrada ao mesmo tempo aos pais e responsáveis com o reforço de uma visão de infância que é tanto direito quanto espaço para a formação.

Considerações Finais: “Do mindinho até o dedão”

Através das metodologias utilizadas, o presente trabalho de conclusão de curso traçou diversas questões relacionadas ao campo em que o projeto Mundo Bitá se insere e algumas das particularidades de sua trajetória, mapeando e avaliando suas táticas e o conteúdo de seus principais produtos, os videoclipes animados.

A contextualização inicial sobre o desenvolvimento do mercado interseccional entre o setor fonográfico e o audiovisual para nicho infantil permitiu compreender, que a consolidação dos videoclipes animados voltados para crianças na atual década resulta de forma direta e indireta, de diversas reconfigurações ocorridas no circuito comunicativo brasileiro ao longo dos anos.

As experiências iniciais no cenário televisivo, fonográfico e de animação destacaram-se por estabelecer técnicas e estratégias, tanto estéticas quanto mercadológicas, que, posteriormente, se tornaram pilares fundamentais na produção dos videoclipes animados no contexto da internet. Sendo, então, indissociável o nicho da tradição nacional de produção de conteúdo infantil.

Pensando a trajetória do produto especificamente, foi possível constatar que seu sucesso se deve a uma combinação tática de presença robusta em plataformas digitais, ampla distribuição, diversificação de produtos e um eficiente sistema de licenciamento de produtos, tornando a marca uma referência nacional no campo de entretenimento e audiovisual infantil.

De acordo com dados da empresa, a movimentação financeira gerada pelo Mundo Bitá em 2022 junto aos parceiros licenciados foi de aproximadamente R\$ 200 milhões, gerando um faturamento de R\$ 12 milhões por meio de royalties. E para 2023, a marca estimou um crescimento de 15%.³¹ O impacto econômico do projeto ilustra o potencial das indústrias criativas no Brasil, que em 2020, por exemplo, movimentaram R\$ 230,14 bilhões e representaram 3,11% do PIB nacional, superando setores como a indústria automobilística.³²

³¹para mais informações acesse:
<https://revistapegn.globo.com/ideias-de-negocios/noticia/2023/10/ele-criou-o-mundo-bitá-projeto-pernambucan-o-que-movimenta-mercado-de-produtos-infantis.ghtml>

³²para mais informações acesse:
<https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/estudo-mostra-que-pib-da-cultura-supera-o-da-industria-auto-mobilistica>

Com o estudo do objeto, destacaram-se também a importância de políticas públicas para o desenvolvimento de produtos culturais nacionais. A Lei 12.485, popularmente conhecida como Lei da TV Paga, por exemplo, foi central para viabilizar a expansão do projeto. Esse caso demonstra então como a regulamentação pode alavancar iniciativas culturais, promovendo crescimento sustentável e continuidade. Estudar essa articulação entre incentivo público e estratégias comerciais permite compreender a dinâmica entre financiamento e sustentabilidade econômica de projetos no mercado cultural, evidenciando o papel das políticas públicas no fortalecimento da economia criativa.

Além da sustentabilidade econômica, as dinâmicas de manutenção do capital simbólico do projeto demonstraram-se uma questão relevante. As táticas do apadrinhamento, da inserção no cotidiano familiar, das regravações, das participações especiais e das campanhas em colaboração revelaram-se como um importante meio para formação de prestígio e vínculo entre os produtos, os consumidores e os agentes legitimadores.

Por sua vez, a análise do conteúdo do Mundo Bitá proposta ofereceu reflexões sobre o papel das produções culturais no desenvolvimento infantil. As músicas abordam temas considerados formativos como liberdade, autoestima e diversidade, evidenciando a responsabilidade social envolvida na criação de produtos midiáticos para crianças. Para a produção cultural, investigar como esses valores são incorporados e comunicados revelou o potencial das narrativas do projeto de influenciar a formação de jovens públicos.

De forma geral, conclui-se que o Mundo Bitá oferece então um exemplo de como um produto cultural nacional pode alcançar projeção. A combinação entre criatividade, financiamento público, estratégias de licenciamento, diversificação de produtos e táticas de acúmulo de valor simbólico demonstram alguns dos desafios e das oportunidades da produção cultural contemporânea. Com um modelo de negócios sólido, o projeto se mostrou um objeto simultaneamente inovador e ciente das tradições do campo e, conseqüentemente, de relevância para a análise acadêmica no campo da produção cultural, tocando em questões centrais como financiamento, práticas de mercado, narrativas culturais e impacto social.

Dado o relativo curto tempo hábil de execução, questões como a expansão internacional do projeto, o impacto dos produtos físicos licenciados, os espetáculos ao vivo e a série narrativa não foram aprofundadas. Cabe apontar, ainda, que embora o estudo tenha abordado uma série de questões relacionadas ao Mundo Bitá, ele representa apenas um recorte de um grande e multifacetado objeto.

Além disso, questões contemporâneas, como, por exemplo, o excesso de tempo de tela na infância provocado pelo acesso irrestrito a conteúdos na internet e a exposição de crianças nas redes sociais de forma associada a produtos culturais, não foram abordadas mas poderiam fornecer novas perspectivas para debates futuros. Demonstrando o vasto potencial de desenvolvimento acadêmico a partir do estudo do Mundo Bitá e/ou produtos que se assemelham a ele.

Referências

- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In: _____. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico*. Tradução: Denise Barbara Catani. São Paulo: Editora Unesp, 2004.
- CANCLINI, Néstor García. O consumo serve para pensar. In: _____. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2005.
- CANEDO, Daniele. Cultura é o quê? Reflexões sobre o conceito de cultura e a atuação dos poderes públicos. *Enecult*, v. 5, 2009.
- CHALHUB, Samira. *Funções da linguagem*. São Paulo: Ática, 2000.
- COSTA, Ana Paula. Consumo de conteúdos infantojuvenis no streaming: tendências observadas na Netflix Brasil. *Intercom*, v. 24, 2024.
- COSTA, Tiago; BUCCINI, Marcos. Mundo Bitá: um caso de sucesso da animação seriada pernambucana. *Intercom*, 2020.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. Os usos dos bens. In: _____. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2006.
- FELIPE, Emília. Como o bonachudo personagem infantil Bitá mudou a vida, e os planos, de quatro empreendedores. *Projeto Draft*. Disponível em: <https://www.projeto draft.com/como-um-personagem-infantil-mudou-totalmente-a-vida-de-quatro-empresendedores/>. Acesso em: 29 out. 2024.
- FERREIRA, Larissa Souza. *Plunct, mágico, boom: o processo de consolidação do mercado fonográfico infantil no Brasil dos anos 80*. 2014.
- FONSECA, Inês. *A televisão do futuro: um estudo sobre a plataforma YouTube*. 2018.
- GATTI JUNIOR, Wilian; GONÇALVES, Marilson Alves; BARBOSA, Ana Paula Franco Paes Leme. Um estudo exploratório sobre a indústria brasileira de animação para a TV. *REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)*, v. 20, n. 2, p. 461–495, 2014.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- GOMES, Andréia. *História da animação brasileira*. 2008.
- HOLZBACH, Ariane Diniz. Para pequenos grandes espectadores: a produção televisiva brasileira direcionada a crianças pequenas a partir do caso da Galinha Pintadinha. *E-Compós*, v. 21, n. 2, 2018.
- HOSSINI, Isabella; SANTOS, Marina; PRIOLO, Renato; et al. De pai para filho: os desejos de consumo de pais refletidos no consumo para seus filhos. *Pensamento e Realidade*, p. 101–121, 2017.

INVENTANDO SONHADORES. Saiba como nasceu o Mundo Bitá, animação feita em Pernambuco. *Instituto Inspirando Sonhadores – Recife*. Disponível em: <https://inspirandosonhadores.com.br/saiba-como-nasceu-o-mundo-bitá-animacao-feita-em-pernambuco/>. Acesso em: 29 out. 2024.

JAKOBSON, Roman. *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix, 2010.

LIMA, Maria. Indústria cultural, música-mercadoria e fonografia no Brasil. *Culturas Midiáticas*, v. 4, n. 6, 2011.

MARQUES, Miguel; BORJA, Bruno. Desenvolvimento histórico da indústria fonográfica no Brasil. *Enecult*, v. 20, 2024.

MICHEL, Caros. *MTV Brasil: pioneirismo e legado para a TV brasileira*. 2017.

MNIEMEYER, Assessoria de Comunicação. Release do Mundo Bitá. 2024.

NESTERIUK, Sérgio. *Dramaturgia de série de animação*. São Paulo: Anima TV, 2011.

ONOFRIO, Salvatore D'. Teoria preliminar: elementos comuns aos três gêneros. In: _____. *Forma e sentido do texto literário*. São Paulo: Ática, 2007.

PEREIRA, Cláudia; SICILIANO, Tatiana; ROCHA, Everardo. Consumo de experiência e experiência de consumo: uma discussão conceitual. *Dossiê: Cotidiano e Experiência*, v. 22, n. 2, p. 5–17, 2015.

PORTO DIGITAL. 1 bilhão num único vídeo e 10 milhões de inscritos. Saiba como surgiu e o futuro do Mundo Bitá. *YouTube*. Disponível em: <https://youtu.be/it0vGmYFYmY>. Acesso em: 12 jan. 2025.

SAMMUR, Jullie; SANTOS, Ronaldo. Uma breve história do entretenimento infantil na televisão brasileira. *Animus*, v. 21, n. 27, 2022.

TEIXEIRA, Felipe. O impacto da Netflix na produção e consumo de conteúdo audiovisual. 2015.

TRAMA COMUNICAÇÃO. Startup do Portomídia lança segundo DVD do personagem Bitá. *Trama*. Disponível em: <https://www.tramaweb.com.br/imprensa/startup-do-portomidia-lanca-segundo-dvd-do-personagem-bitá/>. Acesso em: 2 nov. 2024.

VELHO, Gilberto. Memória, identidade e projeto. In: _____. *Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

WU, Chin-Tao. A absorção da cultura empresarial: instituições artísticas a partir da década de 1980. In: _____. *Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80*. São Paulo: Boitempo, 2006.

Anexos

Anexo 1 – Mecanismos de legitimação

Anexo 2 – Análise de conteúdo manual

Anexo 3 – Árvore de similitude Iramuteq

Anexo 4 – Clipping conteúdo animado e gráfico

Album	Certificação do Album	Músicas	Certificações do single
Bitá e os animais	2x Diamante Diamante	Fazendinha	5x Diamante
			2x Diamante
		Fundo do mar	2x Platina
		De estimação	1x Diamante
			2x Platina
		Viajar pelo safari	5x Diamante
			2x Diamante
		Como é verde na floresta	-
		Dinossauros	1x Diamante
			2x Platina
		Pelos polos	2x Platina
			1x Platina
		Voa voa passarinho	-
		Insetos	1x Diamante
		Festa na lagoa	1x Diamante
			3x Platina
		Não existem de verdade	2x Platina
			Platina
Bitá e o futebol	2x Platina		
	Ouro		
Natal do Bitá	Platina		
Carnaval do Bitá	3x Platina		
	Platina		
Bitá e as brincadeiras	Diamante 2x Platina	Chuá Tibum	Diamante
			3x Platina
		Roda roda	3x Platina
			2x Platina
		Eu quero ver você me pegar	2x Diamante
			Diamante
		Massinha	2x Platina
			Platina
		Vou desenhar	2x Platina
			Platina
		Vamos jogar bola	3x Platina
			Platina
		Quebra-cabeça	2x Platina
			Platina
Esconde-esconde	Ouro		
Minha pipa	3x Platina		
	2x Platina		
A boneca e o boneco	Diamante		
	3x Platina		
O perquinho	3x Platina		

		O parquinho	2x Platina
Bitá e o nosso dia	3x Platina Platina	O sol já vem	Ouro
		Bom banho	Diamante
			Platina
		Troca roupa	Diamante
			x3 Platina
		Hora da escola	Ouro
		Ai, que vontade!	Platina
		Para papar	Diamante
			Platina
		Xic, xic, xic	Diamante
			2x Platina
		Vamos passear	Ouro
		Página por página	-
Boa noite	-		
Imagine-se	Platina		
	Ouro		
Bitá e o corpo humano	2x Platina Platina	Onde se fabrica o pensamento	2x Platina
			Platina
		Tagarela	Ouro
		Olha tudo	-
		A gente cresce	Platina
			Ouro
		Ela e ele	Diamante
			2x Platina
		Meu pequeno coração	Diamante
		Meu nariz	-
		Quanto cabelo que há	Ouro
		A Diferença é o que nos une	Diamante
2x Platina			
Deixe os ouvidos atentos	-		
Do mindinho até o dedão	Ouro		
Bitá e o Nosso Mundo	Platina	Canção para o universo	3x Platina
			Platina
		Como é que a gente nasce	Ouro
		O nosso relevo	Platina
			Ouro
		Chuva chove	2x Platina
			Platina
		É fogo	3x Platina
			Platina
Gostosuras naturais	Platina		
	Ouro		
Enlândida fauna	4x Diamante		

		Esperiencia tauna	Diamante
		A flora	Platina
		Nem tudo que sobra é lixo	Ouro
		Ciranda das águas	Platina
			Ouro
		Trem das estações feat. Bituca	Diamante
			3x Platina
		Natureza sempre se transforma	Diamante
			2x Platina
Bita e o circo	Ouro	O circo chegou	-
		Palhaçada	-
		Nessa dança feat. Ivete Sangalo	-
		Coragem feat. Pitty	-
		A verdadeira força	-
		Num passe de mágica	-
Bita e o nosso mundo 2	Ouro	Todo mundo chora	-
		Que saudade que eu tô	-
		Bagunça de criança	-
		Meu papai	-
		Hora de tomar vacina	-
		Cada coisa tem seu formato	-
		O esporte que escolher	-
		Aquilo que te move	-
Bita e os animais 2	Ouro	Amiga baleia	-
		Cão camarada	-
		Dona girafa	-
		O porquinho	-
		O morcego (me perdoe a hora) feat. Nando Reis	-
		Cavalinho companheiro	-
		Feito jacaré	-
		Que é que o macaco quer?	-

	Unidade - Título	Proveniência	Participação	Contexto	Trecho sustentação	Tema	Categoria	Sub Categoria	Forma
1.1.A. Bita e os animais	Fazendinha	Original	Não	Aborda o hábito de acordar cedo como um cotidiano divertido através de animais de fazenda.	"Lá na fazendinha é manhã Deixa de manhã e vem pra cá Que o Sol raiou e agora é hora de brincar"	Fazenda	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	Fundo do mar	Original	Não	Explora o imaginário do mar através de recursos sinestésicos, espécies, cores e descrições fantásticas.	"Como é legal lá no fundo do mar No fundo do mar é só diversão Uma baleia a cantarolar a música que da o tom. Azul azulado, verde esverdeado o sabor do mar é salgado"	Mar	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	De estimação	Original	Não	Retrata a diversão relacionada a posse de animais domésticos.	"Lá na minha casa tem bichinhos de estimação Um cachorro grandalhão que me lambe de montão Me divirtio muito com os bichinhos que moram lá O dia inteiro vamos brincar"	Animais domésticos	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Viajar pelo safari	Original	Não	Apresenta animais selvagens comumente relacionados a safaris na savana africana de forma fantástica.	"Vamos viajar até onde o sol possa nos guiar, vamos para a África Juntos a sorrir dar as nossas mãos e nos divertir, o safari descobrir"	Safari e animais selvagens	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Como é verde na floresta	Original	Não	Apresenta animais selvagens comumente relacionados a florestas verdes e densas de forma fantástica.	"Venha ver como é verde na floresta Tantas árvores que a gente não consegue nem contar Vem brincar que hoje é festa na floresta E os bichinhos vão se agitar"	Animais selvagens	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Dinossauros	Original	Não	Apresenta dinossauros e sua temporalidade através de descrições fantásticas e características comuns do imaginário.	"Verdinho como um jacaré Dentuço igual a um tubarão Gritava forte feito um alto-falante Dinossauro Veio muito antes do meu ta ta taravô Jogue as mãos pro ar Dance a dança do dinossauro"	Dinossauros	Criatividade/Imaginário	Animais	Lúdico
	Pelos polos	Original	Não	Apresenta animais selvagens comumente relacionados a climas polares de forma fantástica.	Passando pelo polo parecendo um picolé Um pingüim procura um peixe para pança preencher Foca, faça-lhe o favor de não ficar na frente, pois faminto ele está"	Polo	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Voa voa passarinho	Original	Não	Apresenta a figura do pássaro de forma poética com foco no céu e no voo.	"Voa, voa, passarinho voa, corta as ares deste céu azul anil O sol te aquece as costas, enquanto plana em pleno vento norte Repousa num fio a assoviar"	Pássaros	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Festa na lagoa	Original	Não	Explora o ambiente de uma lagoa e o barulho dos sapos de forma fantástica como um espaço de festa para os bichos.	"Todo bicho quando ouve o sapo começa a dançar Festa na lagoa vai de boa até o sol raiar Balance o balanço e não pare para descansar Todo mundo viu que o jacaré sabe sapatear"	Festa	Criatividade/Imaginário	Animais	Lúdico
	Insetos	Original	Não	Apresenta a classe insetos como uma vastamente numerosa de forma fantástica e dando ênfase as mais comuns no imaginário	"Há insetos por todos os lados, de todas as cores, por cima e por baixo Há milhões, bilhões, zilhões. Todos eles tão estranhos, diferentes de mim e você Há insetos de todas as formas, de tantos tamanhos, por dentro e por fora"	Insetos	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Bita e o futebol	Original	Não	Apresenta o dia de um jogo de futebol como um momento coletivo e divertido	"Hoje tem futebol, hoje o dia é todo diversão Vamos, todos juntos, somos fortes Temos um só coração, verde, amarelo, colorido Somos uma só nação: Brasil"	Futebol	Cultura, identidade e diversidade	Identidade	Lúdico
	Natal do Bita	Original	Não	Apresenta o Natal como um dia alegre, mágico e de festa	O Bita vai fazer uma festa de Natal Ele me convidou e é claro que eu vou O sapo vai cantar, o macaco dançar E a dona girafa, os enfeites colocar	Natal	Cultura, identidade e diversidade	Festividade/Data Comemorativa/Efemeridade	Lúdico
	Carnaval do Bita	Original	Não	Apresenta a festa carnavalesca como momento de diversão, dança e fantasia	O carnaval tá E a minha turma já tá toda reunida O bloco agora sai Distribuindo amor e muita alegria Na nossa troça vai Vampiro, índio, super-homem e bailarina Vamos embora agora O carnaval só fica aqui por quatro dias Pula que pula que nem pipoca, pipoca como quem samba, rebola Diz que me ama, reclama Não quero ir embora O carnaval tá na avenida E eu nunca paro de dançar	Carnaval	Cultura, identidade e diversidade	Festividade/Data Comemorativa/Efemeridade	Lúdico
	Chuá Tibum	Original	Não	Apresenta um dia de brincadeiras na praia	Sol, meu querido Sol Ilumina a minha praia Brilha, brilha o dia inteiro Que eu não canso de brincar	Praia	Desenvolvimento Infantil	Brincadeiras	Lúdico
Roda roda	Original	Não	Apresenta um dia de brincadeira andando com bicicletas	Roda roda, vamos passear, deixa o vento nos trazer de volta Roda roda, até o Sol se pôr, pois é hora de voltar pra casa	Andar de bicicleta	Desenvolvimento Infantil	Brincadeiras	Lúdico	
Eu quero ver você me pegar	Original	Não	Apresenta a brincadeira pique pega	Pega, me pega no pique-pega Eu quero ver você me alcançar Eu disse: Corre que corre no corre-corre Duvido que consiga me pegar	Pique-pega	Desenvolvimento Infantil	Brincadeiras	Lúdico	
Massinha	Original	Não	Apresenta a brincadeira com massa de modelar	Mole, mole, bole, desembole Puxa, amassa, estica, encolhe Role feito um rocambole Faça tudo que vier na cuca Crie tudo que lhe der na telha Chame toda nossa patotinha Vamos juntos brincar de massinha	Massa de modelar	Desenvolvimento Infantil	Brincadeiras	Lúdico	
Vou desenhar	Original	Não	Apresenta a atividade de desenhar como momento criativo	Uma folha lisa e branquinha Vai se transformar em uma linda ilustração Giz de cera e canetinha Deixe solta toda sua imaginação	Desenhar	Desenvolvimento Infantil	Brincadeiras	Lúdico	

1.1.B. Bita e as brincadeiras	Vamos jogar bola	Original	Não	Apresenta diferentes formas de brincar com bolas	Eu quero jogar bola com você Vamos jogar bola comigo Bate-rebate bola de gude Não desgrude meu amigo No campo, na praia, no pátio A gente rola a bola aonde for De dia, de tarde, de noite Se fizer frio ou se fizer calor	Jogar bola	Desenvolvimento Infantil	Brincadeiras	Lúdico
	Quebra-cabeça	Original	Não	Apresenta o desafio de um quebra cabeça como um momento divertido	Se você vier aqui em casa A gente brinca de um jogo que eu aprendi Uma peça encaixa em outra peça, é bom a beça A gente vai se divertir Vamos resolver o desafio comigo!	Quebra-cabeça	Desenvolvimento Infantil	Brincadeiras	Lúdico
	Esconde-esconde	Original	Não	Apresenta a brincadeira pique esconde	Esconda-se Que eu vou te procurar Você não acha Mas eu te acho Camufla-se Não vá se entregar Você não conta Mas eu te encontro	Pique-esconde	Desenvolvimento Infantil	Brincadeiras	Lúdico
	Minha pipa	Original	Não	Apresenta a pipa como um brinquedo divertido	Pi, pé-i, pi, piriri, parará, minha pipa Voa mais alto que as nuvens mais altas que estão no céu Sobe ligeiro e para no ar feito disco voador Dança no vento macio da brisa que vem do mar	Pipa	Desenvolvimento Infantil	Brincadeiras	Lúdico
	A boneca e o boneco	Original	Não	Apresenta abstrações relacionados a bonecas e bonecos	A boneca dela é bela, mora numa casa amarela Gosta de biscoitinhos com chá, se requebra e balança o corpo Boneco dele é valente, voa como a estrela cadente Pro perigo sorri paciente e segura o dragão pela pata	Bonecos	Criatividade/Imaginário	Imaginação	Lúdico
	O parquinho	Original	Não	Apresenta o parquinho como um local de socialização	Tanta alegria por aqui, tanta gente ainda pra chegar Que lindo! É lindo! Tanta amizade e repartir, tanto bem para compartilhar Que lindo! É lindo! Desce, sobe, a vida é assim Gira-gira, o mundo a girar No parquinho do meu coração É tanto amor que eu tenho pra você	Parquinho	Desenvolvimento Infantil	Convívio e relações sociais	Lúdico
1.1.C. Bita e o nosso dia	O sol já vem	Original	Não	Apresenta o momento da manhã	Venha para o lado de cá Espreguica Vire para o lado de lá Vamos despertar Acorda é manhã E o Sol já vem, ele vem lá	Manhã	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	Bom banho	Original	Não	Apresenta o momento do banho	Hora do banho Não ache estranho Qualquer pessoa de qualquer tamanho Sabe que tem que limpar o seu corpo Seu moço não fuja de mim, assim!	Banho	Saúde e higiene	Cotidiano animado	Lúdico
	Troca roupa	Original	Não	Apresenta o hábito de trocar roupa ao longo da rotina e dos contextos sociais	Troca a roupa pra ficar bem bonito Se ajeite, se ajeite direitinho Todo dia o dia todo inteirinho A gente troca de roupa pra ficar arrumadinho Para dormir na cama, vista o seu pijama Um vestido no armário, para o aniversário Tem biquini de praia, tem chinelo e sandália Saia, calça, bermuda, se não combinou muda	Trocar de roupa	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	Hora da escola	Original	Não	Apresenta a rotina de ir a escola de forma positiva e divertida.	Ai, ai, que bom Eu já não vejo a hora De chegar a hora da escola Botar toda alegria Que couber no bolso da mochila Rever os meus amigos E brincar e dançar e cantar	Escola	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	Ai, que vontade!	Original	Não	Apresenta as necessidades fisiológicas e a forma adequada de fazê-las e se higienizar após o desfralde	Expresso e direto pro penquinho Pois eu não uso mais fralda	Necessidades fisiológicas (xixi e cocô)	Saúde e higiene	Cotidiano animado	Lúdico
	Para papar	Original	Não	Apresenta variados alimentos e o momento da alimentação como importante para o crescimento	Que que tem nessa panela E quem comer tudinho num instante Vai crescer que nem gigante	Alimentação	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	Xic, xic, xic	Original	Não	Apresenta o hábito de escovar os dentes	Xic, xic, xic, para lá e para cá, da escova que Toda vez que a gente se alimentar, é preciso	Escovar os dentes	Saúde e higiene	Cotidiano animado	Lúdico
	Vamos passear	Original	Não	Apresenta o momento de passeio como algo prazeroso e que requer atenção	Para a rua atravessar De mãos dadas sem soltar Cheios de graça até a praça Leves feitos bolhas de sabão	Passear	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	Página por página	Original	Não	Apresenta a habilidade de comunicação escrita através de unidades como palavras, frases, textos, etc.	Passo página por página Numa sentença que me encantou Juntando tantas letras soltas Uma bela história um livro me contou Palavra, tradução da natureza Ensina toda forma de beleza	Palavras e escrita	Conteúdo Formativo	Comunicação e linguagem	Lúdico
	Boa noite	Original	Não	Apresenta a hora de dormir como um momento de tranquilidade, aconchego e descanso	Dorme, dorme seu soninho Meu pequenininho filhotinho Sonha, sonha com os anjinhos Eu nunca te deixarei sozinho	Hora de dormir	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	Imagine-se	Original	Não	Apresenta a imaginação como um recurso criativo para pensar sobre diversas questões	Lá dentro da cabeça da gente É que nem uma máquina Balança a cachola que ela funciona Como um passe de mágica É só fechar os olhos E abrir o coração Que o nosso pensamento Vira imaginação	Uso da imaginação	Desenvolvimento Infantil	Imaginação	Lúdico
	Onde se fabrica o pensamento	Original	Não	Apresenta a cabeça e as estruturas associadas a ela (olhos, boca, nariz, cérebro, etc)	Em cima do pescoço, abaixo do cabelo É aonde está sua cabeça É nela que moram os olhos, a boca O nariz e o ouvido também	Cabeça	Conteúdo Formativo	Corpo Humano	Lúdico

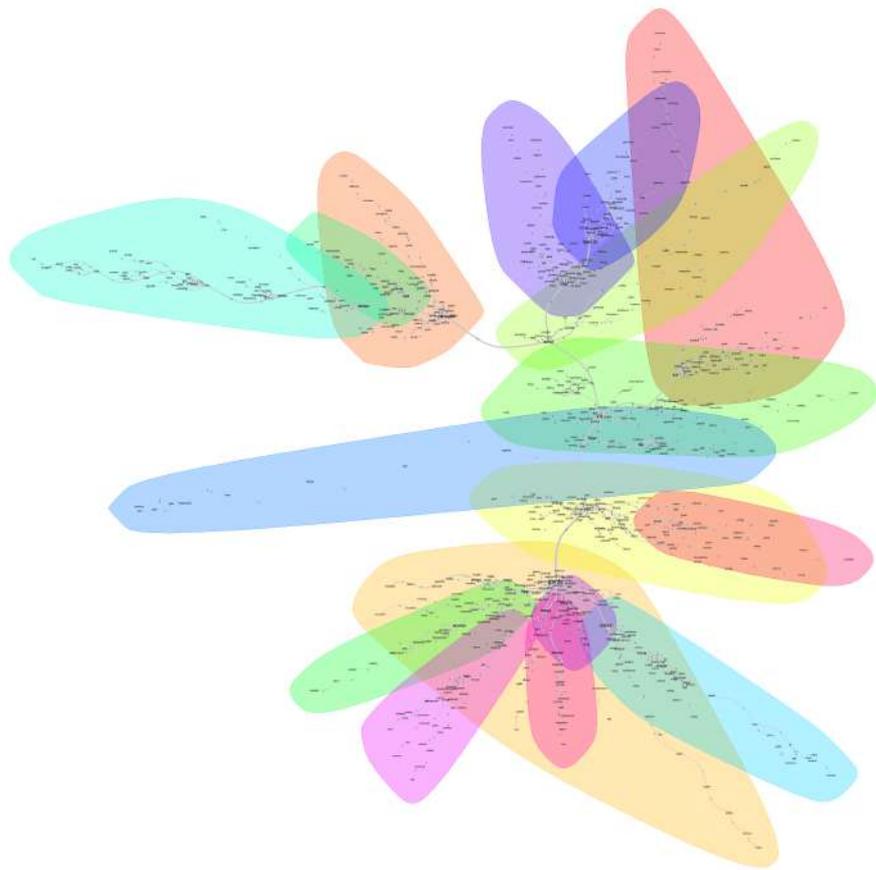
I.1.D. Bitá e o corpo humano	Tagarela	Original	Não	Apresenta a boca e suas funções como falar e comer	Da boca que tagarela As palavras vão saltar Já tá passando da hora Do bebezinho mamar Zangada, a boca com fome Chora, chora sem parar	Boca	Conteúdo Formativo	Corpo Humano	Lúdico
	Olha tudo	Original	Não	Apresenta o formato e funcionalidade dos olhos	Abre e fecha, abre e fecha Olha tudo e vê Até onde a vista alcança Longe, longe, muito longe Onde a Lua se esconde Depois de onde para o bonde O meu olho vê tudo pra mim	Olhos	Conteúdo Formativo	Corpo Humano	Lúdico
	A gente cresce	Original	Não	Apresenta o desenvolvimento fisiológico do ser humano	Sem parar o tempo segue seu caminho E a gente cresce pouquinho a pouquinho Todo mundo sabe, deve ter ouvido Que morava na barriga Bem pertinho do umbigo Depois você nasce, vira um neném Que pra crescer e ficar forte	Crescimento	Conteúdo Formativo	Corpo Humano	Lúdico
	Meu pequeno coração	Original	Não	Apresenta o coração objetivo (órgão que pulsa) e subjetivo (associado ao carinho)	Meu pequeno coração Bate, bate, faz tum-tum Quando vê mamãe Mamãe tem um Generoso coração Que só falta decolar Quando estou juntinho dela Arco-íris, luz do Sol Tudo que nos faça amar Colo de papai pra cochilar O que aquece o coração É o amor que a gente dá E o bem que a gente carrega Tum, tum, tum meu coração Batuca amor, bate bateria de lata	Coração	Conteúdo Formativo	Corpo Humano	Lúdico
	Meu nariz	Original	Não	Apresenta o nariz e a o olfato	O cheiro da rosa voou no vento A brisa dançarina tão feliz Esvoaçou a barra da cortina E fez um carinho no meu nariz	Nariz	Conteúdo Formativo	Corpo Humano	Lúdico
	Quanto cabelo que há	Original	Não	Apresenta os cabelos e suas variadas formas	Quanto cabelo que há No topo da sua cuca Qual a cor que ele tem? É liso ou se enrosca?	Cabelos	Conteúdo Formativo	Corpo Humano	Lúdico
	Deixe os ouvidos atentos	Original	Não	Apresenta os ouvidos e a audição	O assobio do vento nas árvores A cadência do toque dos tamborins A suave cantiga dos pássaros Deixe os ouvidos atentos Para escutar todos os tons	Ouvidos	Conteúdo Formativo	Corpo Humano	Lúdico
	A diferença é o que nos une	Original	Não	Apresenta que existem variadas formas de existir incluindo pessoas com deficiências	Nosso corpo fala preste muita atenção Não precisa palavra pra comunicação Tantas são as formas de cruzar a imensidão Demonstrando pro mundo nossa superação Quem disse que não podemos? Nunca duvide de nós!	Inclusão PCD	Cultura, identidade e diversidade	Diversidade	Lúdico
	Ela e ele	Original	Sim	Apresenta as diferenças subjetivas entre garotos e garotas mas reafirma a igualdade entre esses como indivíduos de direitos.	Garota, garoto espelho do outro Somos diferentes demais Menino, menina, respeito e estima Nós temos direitos iguais	Igualdade de gênero	Cultura, identidade e diversidade	Diversidade	Lúdico
	Do mindinho até o dedão	Original	Não	Apresenta os dedos das mãos e dos pés	Conte quantos dedos são Desde o mindinho até o dedão Quem sabe como é que é Que corre tanto nosso pé	Dedos	Conteúdo Formativo	Corpo Humano	Lúdico
I.1.E. Bitá e a Natureza	Canção para o universo	Original	Não	Apresenta o universo e variados corpos celestes	Eu vou fazer uma canção pro universo E pelos meus versos o infinito viajar Por entre as curvas das estrelas mais distantes Galáxias gigantes, giro interestelar Partir num rastro de cometa Voar de Marte até Plutão Aterrissar noutro planeta Surfar numa constelação	Universo	Meio Ambiente	Ciências e fenômenos	Lúdico
	Como é que a gente nasce	Original	Não	Apresenta o processo pelo qual as pessoas vem ao mundo	Em sua cantoria ele dizia que a gente crescia Dentro da barriga da mamãe Enquanto a semente floresce Papai cuidadoso acompanha O fruto que amadurece No ciclo perfeito da vida	Nascimento	Conteúdo Formativo	Corpo Humano	Lúdico
	O nosso relevo	Original	Não	Apresenta os relevos e formações geológicas (montanhas, vulcões, etc)	Vamos até lá O nosso relevo É cheio dessas maluquices Deixa eu te contar	Relevo	Meio Ambiente	Ciências e fenômenos	Lúdico
	Chuva chove	Original	Não	Apresenta o fenômeno da precipitação	Fez uma poça na calçada, o Sol secou Feito vapor de chaleira, subiu pro céu Numa ciranda de nuvens de algodão doce Toca o tambor trovoadá e nos banha Chuva chove sereno fininho	Chuva	Meio Ambiente	Ciências e fenômenos	Lúdico
	É fogo	Original	Não	Apresenta o elemento fogo e os cuidados perto dele	Onde há fumaça Há fogo E onde houver fogo Deve haver atenção O fogo é quente muito cuidado Nunca se aproxime Dele não!	Fogo	Meio Ambiente	Ciências e fenômenos	Lúdico
	Gosturas naturais	Original	Não	Apresenta os fenômenos de plantação, crescimento e colhimento de alimentos vegetais	Na nossa horta tudo é transformação É do trigo que se faz o pão As raízes são deliciosas enterradas pelo chão Levar legumes para o sopa no jantar Arroz com feijão pra almoçar Generosa nossa terra tem tanto pra ofertar	Alimentos naturais	Meio Ambiente	Ciências e fenômenos	Lúdico
	Esplêndida fauna	Original	Sim	Apresenta características de diversos animais colocando-as como divertidas e desejadas	Reflita com muita calma Tudo que é bicho se resplandece Na nossa esplêndida fauna	Fauna	Meio Ambiente	Animais	Lúdico

	A flora	Original	Não	Apresenta a flora e noções básicas de preservação por meio de estereótipos relacionados aos povos originários brasileiros	A velha tribo do coração dessa mata Sabe bem que toda planta é tesouro natural A grande árvore que mora lá na selva É prima da margarida que nasceu no meu quintal Da raiz ao galho Onde aquela folha mora Gota de orvalho Toda caprichosa Flora	Flora	Meio Ambiente	Educação ambiental	Lúdico
	Nem tudo que sobra é lixo	Original	Não	Apresenta noções básicas de reciclagem	Nem tudo se joga fora, nem tudo que sobra é lixo Por isso, a partir de agora, tenha muito mais capricho Quem vai pegar carona no meu carrinho de lata? E passear por pistas de tampinhas de garrafa? Pois tudo se recria e pode se aproveitar Se a mente é criativa, tudo se transformará	Reciclagem	Meio Ambiente	Educação ambiental	Lúdico
	Ciranda das águas	Original	Não	Apresenta de forma lúdica a conexão entre rios e marés	Na ciranda das águas No balanço macio Um peixinho dourado Vai do mar para o rio A canoa da índia Quando vai navegar Em sentido contrário Vai do rio pro mar	Marés	Meio Ambiente	Ciências e fenômenos	Lúdico
	Trem das estações feat. Bituca	Original	Sim	Apresenta as estações do ano utilizando-se da representação figurativa de um trilho de trem como a passagem cíclica do tempo	Nos vagões do trem do tempo vão as quatro estações Cada qual tem seu momento pra cantar suas canções	Estações do ano	Meio ambiente	Ciências e fenômenos	Lúdico
	Natureza sempre se transforma	Original	Não	Apresenta fenômenos variados da natureza como metamorfose, a polinização, o movimento das marés, etc.	Vira, vira outra coisa Natureza sempre se transforma Fica de uma outra forma Vira, vira, vira outra coisa	Fenômenos naturais	Meio ambiente	Ciências e fenômenos	Lúdico
1.1.F. Bituca e o Nosso Mundo	Todos os povos	Original	Não	Apresenta diferentes povos do mundo de forma simples através de estereótipos	O povo do nosso mundo é tão diferente. Deixa eu contar, que é interessante Tem gente de tudo que é jeito em qualquer nação E todo novo lugar que você conhece não é igual e nem se parece É pura cultura que pulsa no coração	Diferentes povos	Cultura, identidade e diversidade	Diversidade	Lúdico
	Nossa casa	Original	Não	Apresenta o conceito de lar como lugar acolhedor que pode ter diferentes dinâmicas	Cada mundo cabe em cada casa. Cada casa tem seu jeito de ser Eu queria ser um caramujo, ir com minha casa pra onde eu bem entender Sejam muito bem-vindos no nosso doce lar Para quem chega sorrindo, nós temos abraços pra dar	Lar	Cultura, identidade e diversidade	Identidade	Lúdico
	A amizade	Original	Não	Apresenta o conceito de amizade como relação positiva	Por onde quer que você vá, carregue no peito Quem te faz feliz de todo jeito Saiba também que o grande amor De um bom amigo, para sempre seguirá contigo	Amizade	Desenvolvimento Infantil	Relacionamentos	Lúdico
	Tô dodói	Original	Não	Apresenta o conceito de estar doente e os cuidados entorno do contexto	Quando a gente tá doente nada nos anima Nosso corpo fica mole feito gelatina Levanta o braço pra ver se tá quente embaixo do suvaco Nada de pique nem nada de pega Sossega esse facho	Estar doente	Saúde e higiene	Corpo Humano	Lúdico
	Meu. Seu. Nosso.	Original	Não	Apresenta as relações de posse entre indivíduos e coisas e a possibilidade de compartilhar e dividir	Dividir o mundo, repartir abraços Reforçar os laços Mergulhar no fundo dessa brincadeira Partilhar a vida inteira Nessa festa, eu te empresto e você me empresta também Somos muitos, todos juntos Viajando no mesmo trem	Ter e dividir	Desenvolvimento Infantil	Relacionamentos	Lúdico
	Palco de brinquedos	Original	Não	Apresenta o momento das brincadeiras com diferentes brinquedos como algo divertido, belo e fantasioso	Brincando a gente inventa Cria, descobre, conquista Num palco de brinquedos Toda a criança é artista	Brinquedos e brincadeiras	Criatividade/Imaginário	Brincadeiras	Lúdico
	Alfábata	Original	Não	Apresenta o alfabeto de forma dinâmica	Em cartas, poesias, prosas, poemas de amor Cada sentença dita tem seu devido valor Então coloque agora na caixa o ABC Pois nessa vida a gente não se cansa de aprender	Abecedário	Conteúdo Formativo	Comunicação e linguagem	Lúdico
	Matemgicamente	Original	Não	Apresenta o algarismo e operações básicas	Amor a gente tem para multiplicar Felicidade é coisa pra se dividir E quantos mais amigos a gente somar É certo que a tristeza vai diminuir	Matemática	Conteúdo Formativo	Comunicação e linguagem	Lúdico
	Magia das cores	Original	Não	Apresenta as cores	Uma andorinha só não faz verão Dois peixinhos a nadar no ribeirão Pra três tigres eu servi três pratos Quatro patas tem o par de patos	Cores	Conteúdo Formativo	Comunicação e linguagem	Lúdico
	Sinto o que sinto	Original	Não	Apresenta a relação com sentimentos negativos	Toda cort tem sua magia Qual a sua preferida Misturar amor e alegria Faz a vida colorida	Sentimentos	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	Mãe música	Original	Sim	Apresenta a música e seus conceitos básicos	Sinto muito, mas eu sinto o que sinto O meu coração não sabe se esconder Não consigo escolher o que eu sinto Mas me cabe decidir o que fazer	Música	Desenvolvimento Infantil	Comunicação e linguagem	Lúdico
	Nossa família	Original	Não	Apresenta o conceito de família e a possibilidade de diferentes dinâmicas dentro desses grupos	Do silêncio se cria a nova melodia E a batida que vem do coração É fagulha que vai virar canção Feito um novo recanto Som de cada instrumento Nasce com toda a nota tocada E repousa no colo de cada	Família	Cultura, identidade e diversidade	Identidade	Lúdico

1.1.G. Bitá e o circo	O circo chegou	Original	Não	Apresenta o circo como um lugar etérea e alegre que traz diferentes artistas e alegria	O circo chegou na cidade Espectaculares artistas A trupe da felicidade O truque do ilusionista	Circo	Criatividade/Imaginário	Brincadeiras	Lúdico
	Palhaçada	Original	Não	Apresenta o palhaço como artista que provoca gargalhadas e diversão	Que o palhaço chegou A plateia toda bate palma Solte o riso comigo, que o show começou Coração contente Bate brinçalhão Alma leve, de criança	Palhaço	Criatividade/Imaginário	Brincadeiras	Lúdico
	Nessa dança feat. Ivete Sangalo	Original	Sim	Apresenta a dança como forma de expressão prazerosa	E girar E rodar Ser feliz Nessa dança No passo da delicadeza O mundo anda mais suave Dá logo uma vontade de mexer os meus pés	Dança	Desenvolvimento Infantil	Comunicação e linguagem	Lúdico
	Coragem feat. Pitty	Original	Sim	Apresenta a coragem como uma postura que possibilita ultrapassar desafios	O calor que vence o frio Aventura e emoção Cada novo desafio Não é fácil, mas não tem segredo Basta enfrentar o nosso medo Coragem, coragem	Coragem	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	A verdadeira força	Original	Não	Apresenta a força objetiva (capacidade relacionada ao esforço físico) e subjetiva (capacidade relacionada a coragem e ao esforço)	A verdadeira força vem de lá de dentro da gente Se você acredita, ela brota feito semente E pra usá-la, é preciso ser inteligente É que os maiores cuidam dos menores carinhosamente	Força e autoestima	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	Num passe de mágica	Original	Não	Apresenta os truques do mágico	Abracadabra Sim salabim Que o poder que vem do amor prevaleça no fim Sim salabim Abracadabra Assim o nosso mundo muda Como num passe de mágica	Magia	Criatividade/Imaginário	Comunicação e linguagem	Lúdico
1.1.H. Bitá e o nosso mundo 2	Todo mundo chora	Original	Não	Apresenta o choro como algo que faz parte da vida e das relações	Choro, choro, choro Choro, choro, choro Todo mundo pode chorar Logo, logo, logo Logo, logo, logo Tudo isso passará	Choro	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	Que saudade que eu tô	Original	Não	Apresenta a saudade como um sentimento negativo porém passageiro	Quando eu tô longe de você E a gente não pode se ver Me sinto tão borocoxô Ai, que saudade que eu tô	Saudade	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	Bagunça de criança	Original	Não	Ressignifica a bagunça como um resultado da diversão e reitera a importância da arrumação	Todas as crianças do planeta foram feitas pra brincar E todo brinquedo que eu conheço foi criado para ser brincado Toda brincadeira boa vira a casa de pernas pro ar Quando acaba a farra, cada coisa volta para o seu lugar	Bagunça	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	Meu papai	Original	Não	Apresenta a relação pai e filhos	No dia em que eu nasci Você nasceu também Tu me chamavas filho Eu te chamava pai	Pai	Cultura, identidade e diversidade	Relacionamentos	Lúdico
	Hora de tomar vacina	Original	Não	Apresenta o momento da vacinação como importante, veloso e positivo	Hora de tomar vacina Tem pro menino, tem pra menina Uma picadinha só Tem pro vovô e tem pra vovó Todo mundo tá contente Nada de ficar doente Pois é sempre tempo de cuidar De quem a gente ama	Vacinação	Saúde e higiene	Identidade	Lúdico
	O amor da adoção	Original	Sim	Apresenta a adoção de forma positiva	Deixa bater o coração É de lá que vem meu filho E a cada nova estação Que ele seja o trem, eu seja o trilho	Adoção	Cultura, identidade e diversidade	Relacionamentos	Lúdico
	Querida Chupeta	Original	Não	Apresenta o fim do uso da chupeta	Tchau-tchau, adeus Querida chupeta, bye-bye Nós fomos bons amigos, mas agora tudo isso ficou para trás Siga bem, que eu também Prometo que vou ser feliz É que eu estou crescendo e o que está acontecendo não é porque eu quis	Fim do uso da chupeta	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	Cada coisa tem seu formato	Original	Não	Apresenta as formas geométricas	Veja só Calculando pra ser exato De uma forma ou de outra é fato Cada coisa tem seu formato	Formas geométricas	Conteúdo Formativo	Ciências e fenômenos	Lúdico
	O esporte que escolher	Original	Não	Apresenta os esportes como momentos de socialização, aprendizado e saúde	Nadar, pular, correr O esporte que escolher Te trará muitos novos amigos Treinando é que se aprende Jogando é que a gente Compartilha abraços e sorrisos	Esportes	Desenvolvimento Infantil	Relacionamentos	Lúdico
	Aquilo que te move	Original	Não	Apresenta os meios de transporte	Vou te falar Pedalando a bicicleta magrela Depressa eu chego em qualquer lugar Tá tudo bem Se for levar a galera A gente pode ir de ônibus ou de trem O caminho desemboca Pra lá do vento, na garupa da motoca De carona no carango Felicidade pela estrada, viajando Aquilo que te move Vai te levar pra onde quiseres	Meios de transporte	Conteúdo Formativo	Cotidiano animado	Lúdico

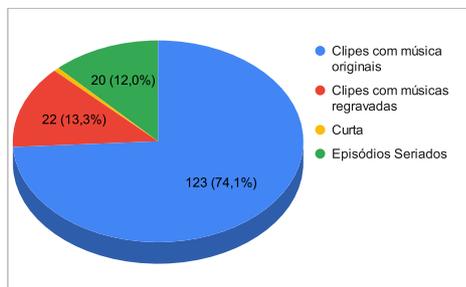
1.1.1. Bita e os animais 2	Amiga baleia	Original	Não	Apresenta a figura da baleia e gera um vínculo positivo com a criatura e a vida marinha	Quando ela vai mergulhar Enche seu pulmão de ar Um mamífero gigante Ela é bem maior que o elefante Amiga baleia	Baleia	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Cão camarada	Original	Não	Apresenta a figura do cachorro como um amigo	Meu leal escudeiro Animal bagunceiro Tão legal, dia inteiro Fazendo au, au Um primor de parceiro Meu melhor companheiro	Cachorro	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Dona girafa	Original	Não	Apresenta a figura da girafa	Pela Savana ela passeia tão graciosa Observando a natureza maravilhosa E lá no topo daquele imenso Rei baobá Há belas folhas, será que ela pode alcançar? Dona girafa, me diz qual o tamanho	Girafa	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	O porquinho	Original	Não	Apresenta a figura porco	Rabo enroladinho Rosado focinho Orelha em pé Se o Sol tá quente, ele reclama Ele é porco, mas não é banana Tá na hora de se refrescar na lama	Porco	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	O morcego (me perdoe a hora) feat. Nando Reis	Original	Sim	Apresenta a figura do morcego e seu hábito noturno	Me perdoe a hora Pois morcego que é morcego Só se aquietar na aurora	Morcego	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Lá no galinheiro	Original	Não	Apresenta a figura do galo, da galinha e do pintinho no galinheiro	Um novo ovo A galinha botou Renovou-se a esperança Lá no galinheiro	Galinho	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Cavalinho companheiro	Original	Não	Apresenta a figura do cavalo associada a liberdade	Cavalgando, vai cavalo baio Vento esvoaça sua crina Solto pelo mato Sabe que de fato Liberdade é a sua sina	Cavalo	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Feito jacaré	Original	Não	Apresenta a figura do jacaré	Tomando banho de Sol Assim, de papo pro céu Na correnteza do rio No coração do Brasil	Jacaré	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
	Que é que o macaco quer?	Original	Não	Apresenta a figura do macaco e importância ambiental da sua defesa	Que é que o macaco é? Defensor da nossa mata Que é que o macaco quer? Cacho de banana prata	Macaco	Meio Ambiente	Animais	Lúdico
1.1.K. Bita e os sentimentos	O amor é tudo de bom feat. Emicida	Original	Sim	Apresenta o conceito de amor como algo complexo, presente nas relações sociais e que permeia momentos do cotidiano	A M O Erre Mas continue em frente Por onde for, saiba, só o amor Pode ser água, terra, semente E tudo de bom Tudo de bom	Amor	Desenvolvimento Infantil	Relacionamentos	Lúdico
	Pra lidar com a raiva	Original	Não	Apresenta o sentimento de raiva e as formas saudáveis de lidar com ela	Pra lidar com a raiva Só mesmo com calma Usando o ar que há em seus pulmões Já, já tudo passa Deixe a paciência Levar pra longe os raios e trovões	Raiva	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	É alegria	Original	Não	Apresenta o sentimento de alegria como algo positivo e que, por vezes, é contraposto com a tristeza	É alegria, essa luz que alumia Nossos corações batendo em harmonia Algumas vezes, a tristeza acontece Mas a Alegria é o que a gente merece	Alegria	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	A tristeza vai passar	Original	Não	Apresenta o sentimento de tristeza enfatizando sua transitoriedade e formas de superá-lo	O nome disso é tristeza (vai passar) Eu tenho plena certeza (vai passar) Como faz a correnteza (vai passar) Teu coração, fortaleza, vai se curar Colo de mãe tem magia (vai passar) Beijo de pai, calma (vai passar) Essa tristeza tão fria (vai passar) E toda sua alegria vai regressar	Tristeza	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	Eu fico tímido	Original	Não	Apresenta o sentimento de timidez como algo normal, entretanto, superável	Uh Uh Uh Uh Uh Eu fico tímido Uh Uh Uh Uh Uh Mas isso é tão normal Espere um pouco, logo, logo eu tô legal	Timidez	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	Me deu medo	Original	Não	Apresenta o sentimento de medo como algo que pode ocorrer mas que é superável a partir da coragem/determinação	Não deixe o medo te paralisar E nem te congelar Grudar que nem chiclete Medo medo medo Não farei segredo Por isso te digo Medo medo medo Vá embora cedo Que eu sou destemido	Medo	Desenvolvimento Infantil	Educação Emocional	Lúdico
	Tudo que é sentimento	Original	Não	Apresenta diversos sentimentos colocando todos como comuns à experiência humana	Tudo que é sentimento Tem a sua vez e o seu momento Vem da emoção da batida do coração Desemboca na cabeça, que é coberta de razão	Sentimentos	Conteúdo Formativo	Educação Emocional	Lúdico
	Cheirinho de família	Original	Não	Apresenta o conceito de família destacando a diversidade entre os diferentes núcleos e que o amor é algo em comum entre esses grupos	Família: é nosso lugar Família: pra se respeitar Família: é a verdadeira riqueza Família: do tipo que for Família: carinho e amor Família: a forma real da beleza	Família	Cultura, identidade e diversidade	Relacionamentos	Lúdico
	Senhor tubarão	Original	Não	Apresenta figura do tubarão como um animal importante para o bioma marinho	Senhor tubarão Tá compreendido Cuidar das águas é cuidar do seu abrigo Senhor tubarão Somos bons amigos A nossa tropa cuida da maré contigo	Tubarão	Meio ambiente	Animais	Lúdico
	Sábia coruja	Original	Não	Apresentar a figura da coruja	Ah, ah, a Coruja vai passar gritando pra lembrar Ah, ah, que o que importa nessa vida é amar Ah, ah, e ser feliz ouvindo o coração falar Ah, ah, esse é o conselho sábio que a Coruja dá	Coruja	Meio ambiente	Animais	Lúdico

1.1.L. Bita e os animais 3	Todo gato é amor e magia	Original	Não	Apresenta a figura do gato	Miau, miau, miau Brincar de felino é fenomenal Miau, miau, miau A felicidade é sensorial	Gato	Meio ambiente	Animais	Lúdico
	A foca fofoca	Original	Não	Apresenta a figura da foca	Atrás do peixinho, querendo papar Balança o bigode pra se orientar Saracoteando pra lá e pra cá A foca fofoca no fundo do mar	Foca	Meio ambiente	Animais	Lúdico
	Leão, leãozinho, leãozão	Original	Não	Apresenta a figura do leão	Leão, Leão, Leãozinho Tua juba parece o Sol de manhã cedinho Leão, Leão, Leãozão Teu rugido ecoou na vasta imensidão	Leão	Meio ambiente	Animais	Lúdico
	Elefante	Original	Não	Apresenta a figura do elefante	Elefante A tua beleza é estonteante É ver a vida em muito, muito mais cores Vamos agradecer Tão fofinho Eu só queria estar do teu lado Te dar muito carinho e te abraçar	Elefante	Meio ambiente	Animais	Lúdico
1.1.M. Bita e a Escola	Aos nossos professores	Original	Não	Apresenta a relação entre aluno e professor e a importância desta profissão	Viver e aprender É ver a vida em muito, muito mais cores Vamos agradecer A nossos mestres Caros professores	Professores	Cultura, identidade e diversidade	Convívio e relações sociais	Lúdico
	Meu lanchinho saboroso	Original	Não	Apresenta o momento do lanche escolar	Que fome, fome, fome, que fominha que dá Agora lave as mãos, que tá na hora de lanchar Eu quero meu papá Senão buá-buá De barriga vazia Não dá mesmo pra estudar	Lanche	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	Criança rima com educação	Original	Não	Apresenta conceitos relacionados ao momento de se arrumar para ir para a escola	Vem, vamos embora Tá na hora da escola Então, vê se não enrola Sempre é tempo de aprender Eu quero ver quem se organiza rapidinho Fica muito cheirosinho, de cabelo arrumadinho Não se demore, veste logo esse uniforme A mochila nos conformes, tudo pronto pra estudar	Rotina escolar	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	Seu material escolar	Original	Não	Apresenta os materiais escolares de forma poética	Cola pra colar o nosso coração Vê se cabe no caderno nossa diversão O que imaginar, dá pra inventar Basta usar o seu material escola	Material Escolar	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
	O recreio começou	Original	Não	Apresenta o momento do recreio escolar	Tic-tac, tic-tac O sinal já tocou Tic-tac, tic-tac O recreio começou	Recreio escolar	Desenvolvimento Infantil	Cotidiano animado	Lúdico
1.1.R. Outros	Recadinho para mamãe	Original	Não	Representa um recado de filhos às suas mães	Mamãe, eternamente eu serei seu filhotinho O teu sorriso ilumina meu caminho Meu coração de alegria faz tum-tum	Mãe	Cultura, identidade e diversidade	Relacionamentos	Lúdico
	Parabéns do Bita	Original	Não	Releitura da música Parabéns pra Você	Parabéns (parabéns) pra você (pra você) Eu só vim pra te ver Parabéns (parabéns) para ti (para ti) Viva sempre a sorrir	Aniversário	Cultura, identidade e diversidade	Festividade/Data Comemorativa/Efemeridade	Lúdico
	Assim é ser criança	Original	Não	Apresenta o que é ser criança	Elas são abelhudas Tudo que se vê elas querem tocar Tipo assim curiosas Todos os porquês elas vão perguntar	Infância	Desenvolvimento Infantil	Identidade	Lúdico
	São João do Bita	Original	Não	Apresenta a festividade de São João	No São João, teu sorriso me ilumina Ele é a lua da minha festa junina De longe vejo bandeirinhas de papel E a chama da fogueira brinca com o vento no céu	Festa de São João	Cultura, identidade e diversidade	Festividade/Data Comemorativa/Efemeridade	Lúdico



Conjunto	Unidade - Título	Proveniência	Participação	
Bita e os animais	Fazendinha	Original	Não	
	Fundo do mar	Original	Não	
	De estimação	Original	Não	
	Viajar pelo safari	Original	Não	
	Como é verde na floresta	Original	Não	
	Dinossauros	Original	Não	
	Pelos polos	Original	Não	
	Voa voa passarinho	Original	Não	
	Festa na lagoa	Original	Não	
	Insetos	Original	Não	
	Não existem de verdade	Original	Não	
	Bita e o futebol	Original	Não	
	Natal do Bita	Original	Não	
	Carnaval do Bita	Original	Não	
Bita e as brincadeiras	Chua Tibum	Original	Não	
	Roda roda	Original	Não	
	Eu quero ver você me pegar	Original	Não	
	Massinha	Original	Não	
	Vou desenhar	Original	Não	
	Vamos jogar bola	Original	Não	
	Quebra-cabeça	Original	Não	
	Esconde-esconde	Original	Não	
	Minha pipa	Original	Não	
	A boneca e o boneco	Original	Não	
	O parquinho	Original	Não	
	O sol já vem	Original	Não	
	Bom banho	Original	Não	
	Troca roupa	Original	Não	
Bita e o nosso dia	Hora da escola	Original	Não	
	Ai, que vontade!	Original	Não	
	Para papai	Original	Não	
	Xic, xic, xic	Original	Não	
	Vamos passear	Original	Não	
	Página por página	Original	Não	
	Boa noite	Original	Não	
	Imagine-se	Original	Não	
	Onde se fabrica o pensamento	Original	Não	
	Tagarela	Original	Não	
	Olha tudo	Original	Não	
	A gente cresce	Original	Não	
	Meu pequeno coração	Original	Não	
	Meu nariz	Original	Não	
Quanto cabelo que há	Original	Não		
Deixe os ouvidos atentos	Original	Não		
A diferença é o que nos une	Original	Não		
Ela e ele feat. Bia Medeiros	Original	Sim		
Do mindinho até o dedão	Original	Não		
Bita e a Natureza	Canção para o universo	Original	Não	
	Como é que a gente nasce	Original	Não	
	O nosso relevo	Original	Não	
	Chuva chove	Original	Não	
	É fogo	Original	Não	
	Gostosuras naturais	Original	Não	
	Esplêndida fauna feat. Jr. Black	Original	Sim	
	A flora	Original	Não	
	Nem tudo que sobra é lixo	Original	Não	
	Ciranda das águas	Original	Não	
	Trem das estações feat. Bituca	Original	Sim	
	Natureza sempre se transforma	Original	Não	
	Bita e o Nosso Mundo	Todos os povos	Original	Não
		Nossa casa	Original	Não
A amizade		Original	Não	
Tô dodói		Original	Não	
Meu. Seu. Nosso.		Original	Não	
Palco de brinquedos		Original	Não	
Alfabeto		Original	Não	
Matemgicamente		Original	Não	
Magia das cores		Original	Não	
Sinto o que sinto		Original	Não	
Mãe música		Original	Sim	
Nossa família		Original	Não	
Bita e o circo		O circo chegou	Original	Não
		Palhaçada	Original	Não
	Nessa dança feat. Ivete Sangalo	Original	Sim	
	Coragem feat. Pitty	Original	Sim	
	A verdadeira força	Original	Não	
Bita e o nosso mundo 2	Num passe de mágica	Original	Não	
	Todo mundo chora	Original	Não	
	Que saudade que eu tô	Original	Não	
	Bagunça de criança	Original	Não	
	Meu papai	Original	Não	
	Hora de tomar vacina	Original	Não	
	O amor da adoção	Original	Sim	
	Querida Chupeta	Original	Não	
Cada coisa tem seu formato	Original	Não		

Clipes Animados	145
Clipes com música originais	123
Clipes com músicas regravadas	22
Originais feat.	9
Regravações feat.	15
Narrativas Seriadas	21
Curta	1
Episódios Seriados	20
Conjunto	166



	O esporte que escolher	Original	Não
	Aquilo que te move	Original	Não
Bitá e os animais 2	Amiga baleia	Original	Não
	Cão camarada	Original	Não
	Dona girafa	Original	Não
	O porquinho	Original	Não
	O morcego (me perdoe a hora) feat. Nando Reis	Original	Sim
	Lá no galinheiro	Original	Não
	Cavalinho companheiro	Original	Não
	Feito jacaré	Original	Não
	Que é que o macaco quer?	Original	Não
Bitá e os sentimentos	O amor é tudo de bom feat. Emicida	Original	Sim
	Pra lidar com a raiva	Original	Não
	É alegria	Original	Não
	A tristeza vai passar	Original	Não
	Eu fico tímido	Original	Não
	Me deu medo	Original	Não
	Tudo que é sentimento	Original	Não
	Cheirinho de família	Original	Não
Bitá e os animais 3	Senhor tubarão	Original	Não
	Sábia coruja	Original	Não
	Todo gato é amor e magia	Original	Não
	Cigarra feat. Simone	Regravação	Sim
	A foca fofoca	Original	Não
	Leão, leãozinho, leãozão	Original	Não
Bitá e a Escola	Elefante	Original	Não
	Aos nosso professores	Original	Não
	Meu lanchinho saboroso	Original	Não
	Criança rima com educação	Original	Não
	Seu material escolar	Original	Não
	O recreio começou	Original	Não
Outros	Recadinho para mamãe	Original	Não
	Parabéns do Bitá	Original	Não
	Assim é ser criança	Original	Não
	São João do Bitá	Original	Não
Rádio Bitá - Temporada 1	Como é grande meu amor por você	Regravação	Não
	Como uma onda no mar feat. Lulu Santos	Regravação	Sim
	A vida do viajante	Regravação	Não
	Sina	Regravação	Não
	Anúnciação feat. Alceu Valença	Regravação	Sim
	Aquarela	Regravação	Não
Rádio Bitá - Temporada 2	O carimbador maluco	Regravação	Não
	La bamba	Regravação	Não
	Vento ventania ft. Bruno Gouveia	Regravação	Sim
	Velha Infância feat. Carlinhos Brown	Regravação	Sim
Rádio Bitá - Especial Gilberto Gil	Realce feat. Gilberto Gil	Regravação	Sim
	Andar com fé feat. Gilberto Gil	Regravação	Sim
	Palco feat. Gilberto Gil	Regravação	Sim
	Barato total feat. Gal Costa e Gilberto Gil	Regravação	Sim
Rádio Bitá - Especial Caetano Veloso	O leãozinho feat. Caetano Veloso	Regravação	Sim
	Odara feat. Caetano Veloso	Regravação	Sim
	Lua de São Jorge feat. Caetano Veloso	Regravação	Sim
	Paulo e bebeto feat. Caetano Veloso e Milton Nascimento	Regravação	Sim
Outros	Recadinho para mamãe	Original	Não
	Primavera (Vai Chuva)	Regravação	Não
	Parabéns do Bitá	Original	Não
	Assim é ser criança	Original	Não
	São João do Bitá	Original	Não
	Deixa a vida me levar feat. Zeca Pagodinho	Regravação	Sim
Curta Metragem	O show tem que continuar feat. Péricles	Regravação	Sim
	"Mundo Bitá - O curta"		
Imagine-se - Temporada 1	Todos juntos, vamos lá		
	Mesmo longe, sempre perto		
	Festa no Escuro		
	Que nem gigante		
	Meu, seu, nosso		
	Cada coisa em seu lugar		
	Tem hora para tudo		
	Tente outra vez		
	Quando pinta a harmonia		
	O tempo das coisas		
Imagine-se - Temporada 2	Sentir e falar: como é bom se expressar		
	Cuida dessa boca		
	Abrás as portas da criatividade		
	A verdade é o melhor caminho		
	De onde vem a chuva?		

Olhar o passado entender o presente
Que bicho é esse?
Adeus, querida Chupeta
Todo mundo é diferente