



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIENCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE COMUNICACAO SOCIAL**

NATACHA CABETE LINS RODRIGUES

**O ESPAÇO DAS CRIANÇAS NA TV ABERTA: O CASO DA REDE GLOBO NUM
CONTEXTO MERCADOLÓGICO.**

CAMPINA GRANDE-PB

2016

NATACHA CABETE LINS RODRIGUES

**O ESPAÇO DAS CRIANÇAS NA TV ABERTA: O CASO DA REDE GLOBO NUM
CONTEXTO MERCADOLÓGICO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada
ao Curso de Graduação em Comunicação
Social da Universidade Estadual da Paraíba,
como requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social
Área de concentração: Comunicação Social

Orientadora: Profa. MSc. Michele Wadja da
Silva Farias

CAMPINA GRANDE-PB

2016

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

R696e Rodrigues, Natacha Cabete Lins.
O espaço da criança na tv aberta [manuscrito] : o caso da Rede Globo no contexto mercadológico / Natacha Cabete Lins Rodrigues. - 2016.
23 p. : il. color.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2016.
"Orientação: Profa. Ma. Michele Wadja da Silva Farias, Departamento de Comunicação Social".

1. Televisão. 2. Programação infantil. 3. TV Globo. 4. TV por assinatura. I. Título.

21. ed. CDD 070.195

NATACHA CABETE LINS RODRIGUES

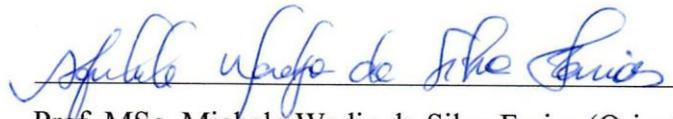
**O ESPAÇO DAS CRIANÇAS NA TV ABERTA: O CASO DA REDE GLOBO NUM
CONTEXTO MERCADOLÓGICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada
ao Curso de Graduação em Comunicação
Social da Universidade Estadual da Paraíba,
como requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Comunicação Social
Área de concentração: Comunicação Social

Orientadora: Profa. Dra. Michele Wadja da
Silva Farias

Aprovada em: 17/05/2016.

BANCA EXAMINADORA



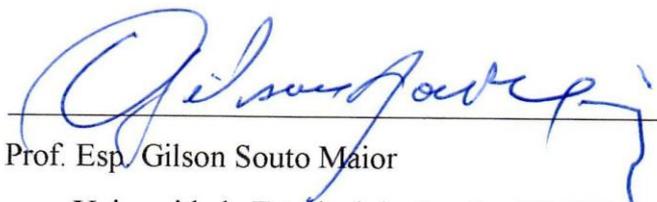
Prof. MSc. Michele Wadja da Silva Farias (Orientadora)

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. MSc. Orlando Ângelo da Silva

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Esp. Gilson Souto Maior

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

DEDICO este trabalho a meu tio Eduardo Jorge Rodrigues por cobrar de mim o máximo do meu desenvolvimento intelectual, acadêmico e pessoal e sempre acreditar com afinco no meu desenvolvimento como ser humano, na capacidade de realizar meus sonhos, que nunca foram pequenos...Suas conversas e o carinho gratuito, investindo em prol de meu bem-estar e sucesso profissional. A meu pai, e a minha mãe, que apesar de distante, sempre me ajudou e protegeu como pôde. A minha dedicada avó paterna Dalvinha Rodrigues pelos ensinamentos e amor de avó/mãe. A minha irmã Stefany Rodrigues, a quem quero inspirar sempre e servir de bom exemplo por toda a vida. A minha tia Fatima Nascimento por ser sempre uma pessoa que me apóia, acredita e designa a mim o tratamento de mãe, fundamental no meu crescimento pessoal no decorrer de toda a minha vida e academicamente, foi determinante para a conclusão deste projeto.

AGRADECIMENTOS

A Deus que me deu forças para prosseguir com o curso mesmo quando a situação estava difícil a ponto de sempre querer desistir.

A minha orientadora Professora Michele Wadja que nunca desistiu de mim e que sempre vê potencial em seus alunos tentando sempre extrair o melhor deles a cada semestre.

Aos maravilhosos mestres professores Orlando Ângelo e Gilson Souto Maior. que aceitaram o convite de compor minha banca examinadora.

A meu pai, homem íntegro, pela disposição e coragem de me carregar em seu colo enfrentando os desafios de me criar “sozinho”, mesmo com tantas dificuldades, obrigada pelo apoio.

Agradeço a meus tios e tias pelo apoio e carinho ao longo dos anos, pelos momentos bons e ruins que me fizeram crescer e ser grata por tudo o que consegui conquistar até agora.

A minhas primas que sempre foram muito presentes em minha vida e em especial a minha prima Fanny pelo apoio nos últimos meses, para a conclusão deste trabalho.

A professora Roeria Nádia que sempre me serviu de inspiração para perseguir meus ideais acadêmicos assim como o professor Moisés e o professor Luís Custódio que sempre acreditaram que eu poderia cruzar territórios mais distantes com minhas habilidades técnicas e profissionais.

Aos professores e técnicos da instituição que sempre me trataram com muito carinho.

A meus amigos Adriana Nascimento e Bismarck Viana que sempre estiveram ao meu lado nos bons e maus momentos e em especial ao meu amigo Júlio Cezar Perez que me ajudou bastante na construção desse projeto. Agradeço

pela ajuda, por todas as vezes que me guiou em assuntos pessoais, com sua paciência, boa vontade e leal amizade.

A Rita Araújo e Maria Dalva que nunca me ofereceram nada menos que amor e proteção nos anos que trabalham junto a mim e minha família em cuidados com a minha avó.

“A verdadeira proposta do processo de comunicação e do meio não está nas mensagens, mas nos modos de interação que o próprio meio – como muitos dos aparatos que compramos e que trazem consigo seu manual de uso – transmite ao receptor”.

Martin-Barbero

O ESPAÇO DAS CRIANÇAS NA TV ABERTA: A REDE GLOBO NUM CONTEXTO MERCADOLÓGICO:REVISÃO DE LITERATURA

Natacha Cabete Lins Rodrigues*

RESUMO

Numa época não muito longínqua, a televisão brasileira exibia na sua programação diária vasta diversidade de programas infantis, o que proporcionava as crianças momentos de lazer e às suas famílias a comodidade de ter uma “babá eletrônica” dentro de suas casas. Com o tempo e a queda do “merchandising” a programação dedicada ao público infantil foi diminuindo, até chegar a sua extinção, em agosto de 2015. Este trabalho tem o objetivo de analisar os possíveis motivos da extinção dessa programação na TV Globo, emissora que, desde seu início, teve uma gama diversidade de programas infantis. Foram destacados alguns aspectos da programação infantil na trama histórica da TV GLOBO e levantadas algumas hipóteses sobre como se deu tal processo de extinção. Através de pesquisa bibliográfica, foram analisados alguns dos principais programas que marcaram época e fizeram história sob a ótica da TV brasileira. Foi possível evidenciar que mercadologicamente, existem algumas diferenças entre os primórdios da emissora e o cenário atual, dado seu desenvolvimento através dos anos. A programação infantil na TV aberta declinou com o surgimento da TV a cabo, que inovou, empreendeu e conquistou o público infantil. Transmitiu maior segurança aos pais, com a possibilidade de controle sobre a escolha do melhor programa para os filhos.

Palavras-Chave: Televisão; Programação infantil; TV Globo; TV por Assinatura

1INTRODUÇÃO

A televisão aberta chegou as casas dos brasileiros causando verdadeira revolução e contentamento transformando a vida da população, que iria mais a diante eleger esse meio como o principal mediador entre os meios de comunicação de massa. Trazida ao país em 1950 por Assis Chateaubriand, abriu um leque de possibilidades para expandir educação, cultura e lazer para a sociedade. Passado o clima de euforia, a realidade financeira com os custos de operacionalização apareceu de maneira mais evidente, já que a emissora não podia arcar com os custos de produção e operacionalização da programação. Desta forma, era preciso buscar patrocinadores para que a grade continuasse, o que gerou um propósito financeiro que mudou a forma de conduzir a programação e tudo o que a envolve.

As agências de propaganda disputavam a exibição, os horários nobres e a programação com crescente audiência faziam com que fosse preciso cada vez maiores investimentos. Crescia o interesse em fazer com que os produtos desejados pudessem se popularizar e cair no gosto do público. O público infantil muito contribuiu para esse desfecho, pois formava uma parcela muito alta dos “*targets*” da TV aberta. Com a propaganda, os produtos atraíam os olhares dos pais e das próprias crianças, estas que não podem ser desconsideradas como segmento de consumidores. Mas a legislação, tanto para propagandas como os de proteção da criança, desencadeara a crise para a redução da programação infantil.

A sobrevivência da televisão não só de outrora, mas dos dias atuais, é a base da propaganda, que oferece suporte financeiro e subsídio para a realização das grandes produções televisivas em detrimento da realização das mesmas. Com o surgimento da legislação de proteção à criança e do adolescente, foram geradas imposições e dificuldades na veiculação e comercialização desse tipo de mídia. Este fato afetou diretamente o investimento financeiro e lucro das empresas de comunicação, que os tinham como fator essencial para sua sobrevivência. Evidentemente, o trabalho das emissoras também ficou comprometido.

Nesse sentido, percebemos uma nova formulação na grade das emissoras: a substituição gradativa dos programas direcionados ao público infantil por outras programações com enfoque voltado a outros públicos, por exemplo, o público feminino.

O objetivo deste trabalho foi buscar possíveis motivos pelos quais o espaço da programação infantil da TV Globo tenha sido extinto da emissora de forma tão abrupta a partir do ano de 2015. **NOVO!!!!** Leia e coloque fonte preta

2 A TV GLOBO - UM BREVE PANORAMA

A TV Globo foi fundada em 26 de abril de 1965, pelo jornalista e empresário brasileiro Roberto Marinho¹. Atualmente, é a emissora de maior audiência no Brasil e segundo Tolipan (2012), a maior em renda comercial do mundo, desde 2012. A

¹ Roberto Pisani Marinho nasceu em 3 de dezembro de 1904, no Rio de Janeiro, e faleceu no dia 6 de agosto de 2003. Foi um dos homens mais influentes do país no século XX.

página de negócios da emissora na internet – a Negócios Globo², revela que a rede já alcança 200.716.683 pessoas (98,47% da população brasileira), de 5.175 municípios, através de 123 emissoras – entre próprias e afiliadas. .

NOVO!!!! Leia e coloque fonte preta

2.1 A programação infantil na TV Globo – os primórdios

A programação infantil faz parte da TV Globo desde sua fundação. Ou melhor, o primeiro programa exibido na emissora foi de tal gênero, como rememora Senna (2012), ao dizer que,

Em 1965, foi inaugurada a TV Globo, canal 4, [...]. O locutor Rubens Amaral apresentou a emissora aos cariocas às 10h45m, do dia 26 de março. O primeiro programa a ir ao ar foi o infantil "Uni-Duni-Tê", que entrou no ar em seguida, e era exibido apenas para o público carioca. Ele teve seu formato inspirado no programa infantil norte-americano "Romper Room".

Tal programa, tinha duração de uma hora e ia ao ar de segunda à sexta-feira, a partir das 11h. O cenário simulava uma sala de aula e era apresentado pela professora Fernanda Barbosa Teixeira, a "Tia Fernanda". Senna (2012) lembra ainda que, "também estava na programação dos primeiros dias o segundo programa dedicado ao público infantil 'Capitão Furacão', exibido na parte da tarde, às 17h".

Segundo Castro (2005) o programa Capitão Furacão também foi ao ar no dia da estréia da emissora; a autora classifica o programa 'Uni-Duni-Tê' como o primeiro programa educativo da emissora e destaca que sua duração foi de apenas três anos, enquanto o 'Capitão Furacão' teve duração de 5 anos.

Há de se destacar, ainda em 1965, o programa 'O Mundo Mágico de Alakazan', que foi ao ar entre maio e dezembro daquele ano. O programa infanto-juvenil de auditório, tinha periodicidade dominical e ia ao ar às 18h30 – ao que consta ser o primeiro programa no horário noturno voltado para o público de crianças e adolescentes.

Castro (2005) destaca também os programas 'Clube do Titio', que apresentava desenhos animados e seriados aos Sábados. O site Memória Globo³

² Disponível em: <<http://comercial2.redeglobo.com.br/atlasdecobertura/Paginas/Totalizador.aspx>>. Acesso em 20 de mar de 2016.

registra que o programa foi ao ar entre os dias 05/02/1966 e 02/11/1968, com horários variados - na maioria das vezes, entre 12h e 13h.

Dados do Painel Nacional de Televisão apontam aumento constante do tempo de exposição das crianças à televisão nos últimos dez anos. A pesquisa revelou que, entre 2004 e 2014, o tempo de exposição dos menores à emissão televisiva foi aumentado em 52 minutos, com dados coletados a partir de canais abertos e fechados, contabilizados diariamente em 15 regiões metropolitanas do Brasil (IBOPE, 2015).

Para tanto, foram analisadas as programações da emissora TV Globo – notoriamente a de maior audiência no país. Com um panorama dos espaços destinados ao público infantil desde sua inauguração, em 1965, até os dias atuais. Este trabalho, como se trata de temática atual, tem como elementos de pesquisa obras relacionados à emissora, site da emissora e sites oficiais ligados a pesquisas e regulamentações televisivas.

2.3 Alguns casos que merecem destaque

Durante a década de 1970, Castro (2005) observou algumas alterações na programação, ao que ela associa a uma projeção do que veio a ficar conhecido como “padrão Globo de qualidade”. A autora diz que à época, “na área da educação e entretenimento infantil, chegava às telas [...] o programa Topo Gigio Especial, um ratinho falante feito de pano que surgiu no programa de auditório Mister Show e fez grande sucesso na época”

O programa Mister Show, surgido em 08 de maio de 1986, tinha uma hora de duração, era apresentado às quintas-feiras no horário de 20h30, porém, como destaca o site Memória Globo⁴, “a última intervenção do ratinho ia ao ar 21h15”. No programa eram apresentados calouros-mirins, quadros humorísticos, imitações, entrevistas e conversas com artistas famosos.

³ Em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/infantojuvenis/clube-dotitio/formato.htm>

⁴ Em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/mistershow/formato.htm>

O site Memória Globo traz este como um programa exibido em cores, porém, o mesmo foi ao ar até 05 de novembro de 1970, e a primeira transmissão em cores da emissora foi em 10 de fevereiro de 1972, como frisa o site Memória Roberto Marinho⁵.

Findo o programa 'Mister Show', o ratinho "Topo Gigio" passou a ter um programa só seu, entre 1970 e 1971, o 'Topo Gigio Especial'. Segundo o site Memória Globo⁶, "o programa procurava orientar o público infantil em suas obrigações cotidianas, como escovar os dentes, lavar as orelhas ou fazer orações".

Castro (2005) chama atenção para a série 'Vila Sésamo', adaptação da série americana 'Sesame Street', que entrou no ar no Dia das Crianças de 1972. Inicialmente o programa foi co-produzido junto à TV Cultura de São Paulo e a partir de 1974, apenas pela TV Globo e durou até 1977. E que, o êxito do programa levou a TV Globo a estreiar, em 1975, em parceria com a TV Educativa, a primeira novela em cores voltada para o público infanto-juvenil – 'Pluft, o fantasminha'.

Tal novela era apresentada às terças e quintas-feiras, às 18h30min. Tinha duração de 30 minutos e ficou no ar durante um mês. Foi uma adaptação da peça infantil de mesmo nome, escrita por Maria Clara Machado. Dados do site Memória Globo apontam ainda para o fato de que "foi a primeira produção dedicada ao público infanto-juvenil realizada em cores no Brasil".

Dentre os programas acima citados, pretende-se destacar o espaço do horário noturno para programação infantil na grade de programação "de segunda a sexta", o que parece ser inviável na atualidade, por motivos que serão expostos adiante.

1.4 A TV como babá eletrônica em décadas passadas

O aumento do tempo de exposição das crianças em frente à televisão nem sempre é repercussão da "boa" grade da emissora, mas de fatores sociais de longa data, que acabaram por implicar no favorecimento dessa condição. É exemplo a inserção da mulher no mercado de trabalho ou até mesmo o aumento do índice de

⁵ Em: <http://www.robertomarinho.com.br/mobile/obra/a-chegada-da-cor-1.htm#>

⁶ Em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/infantojuvenis/topo-gigioespecial/formato.htm>

criminalidade e o medo que vem agregado a esse fato, que acaba por favorecer a substituição da usual brincadeira de rua pelo conforto do sofá de casa, em frente aos aparelhos de televisão ou rádio.

É certo que, desde a inauguração da TV no Brasil, em 1950, os programas infantis já tomavam conta das telas televisivas. Não só: já faziam parte do cotidiano brasileiro através do rádio, que criou atrações que ainda hoje são modelos para a televisão, como ressalta a jornalista Lara Maria na sua tese *50 anos de televisão: um inventário da programação infantil*:

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

De fato, já no século XVII havia a consciência de se produzir para as crianças, como demonstram a produção dos contos de fadas. Desde esta época, os contos de fadas compõem a mais antiga manifestação da literatura infantil ocidental, surgidos na França em 1697; segundo o psicanalista de crianças Bruno Bettelheim, se trata de uma ferramenta primordial para tocar o imaginário das crianças, falar a elas à sua maneira e ajudá-las a enfrentar e vencer seus desafios.

Tendo levado a criança numa viagem a um mundo fabuloso, no final o conto devolve a criança à realidade, da forma mais reasseguradora possível. Isto lhe ensina o que mais necessita saber neste estágio de desenvolvimento: que não é prejudicial permitir a fantasia nos domine um pouco, desde que não permaneçamos presos a ela. (BETTELHEIM, 2000. *Apud* GUEDES, 2001, p. 19)

Para diversos psicólogos o estudo da mídia gera um tema interessantíssimo de discussão e dá vazão a várias interpretações sobre a modernidade e a forma de consumir o que nestes meios está agregado. Aos pais, parece sempre existir uma perspectiva conflituosa quando o assunto é a permanência dos pequenos em frente à televisão. Ora a televisão desempenha o papel de “baba eletrônica” para suas crianças mantendo sua atenção cativa e “longe do perigo”, ora a televisão surge como influencia nociva a esses pequenos receptores que não sabem diferenciar bem os valores morais a serem espelhados e perpetuados a margem social.

O tempo de uso diário da TV, estimado em três horas, já colocou a criança brasileira como maior telespectadora do mundo. Através da observação de suas atividades cotidianas nota-se que o brincar com os amigos, a prática

de esportes e a leitura perderam espaço no universo infantil para as produções televisivas. (CASTRO, Daniel 2004. P.E1)

O meio é capaz de desenvolver e alterar influências acerca do comportamento que a criança vai desenvolver a partir dos constantes estímulos que recebe de inúmeras fontes ao qual é exposta diariamente. Ao estabelecer uma relação lúdica com as imagens digitalizadas, criando e recriando o imaginário, construindo e reconstituindo os seus valores. Isto porque a TV, como os contos de fada, investe no imaginário do espectador. O desenvolvimento cognitivo e intelectual, por exemplo, se fixa e se desenvolve de forma dinâmica e constante através da percepção de sons, movimentos e estímulos visuais que cercam o cotidiano da criança. A interação com o mundo vai se moldando a partir do repertório de estímulos que a criança recebe e alguns desses comportamentos vão ser perpetuados por ela por toda a vida, e por essa razão, se faz necessária a discussão a respeito dessas socializações entre a comunicação veiculada pelo meio televisivo e as ressignificações que serão formuladas pela criança a partir da recepção desses estímulos.

Para Jones (2004), as brincadeiras com estímulos de violência moderada são importantes para o desenvolvimento das crianças, pois esses termos as ajudam a lidar com coisas que também temem. Para o autor, as crianças não se tornam hipersensíveis em relação a violência, pelo contrário, a sensação de controle e poder que muitas das brincadeiras infantis e programas de televisão dão ao público jovem amenizam a diminuição natural sofrida pelas crianças com relação a sua falta de voz e conseqüentemente poderio democrático junto a outros indivíduos de mais idade, sejam irmãos um pouco mais velhos ou adultos em geral. As crianças não constituem grupo minoritário em nenhuma parte do mundo de forma que a atenção específica a esse grupo precisa ser dirigida. Segundo dados da UNESCO,ano??? o público infantil menor de 18 anos, constitui aproximadamente 37% da população mundial.

É de fundamental importância que entendamos que o modo de construção do indivíduo é pautado pelos processos agregados a sua cultura. Ela oferece uma ampliação e é determinante no processo de formação e agregação de significantes e significados ao indivíduo. O produto final, espelho dessa absorção do meio, são as ações, pensamentos e maneiras de convivência. Hoje, entendemos que, estas

características, em um paradigma bastante holístico, são moldadas e decodificadas junto aos meios de comunicação, parte extremamente importante nesse processo de significação e ressignificação do eu junto a sociedade. Dessa forma, o sujeito é novo produtor de simbolismos próprios da cultura em que vive, ao mesmo tempo em que é espelho desse domínio social ao qual está inserido.

Ao considerar seu caráter nacional, com o advento de novas tecnologias e novas relações artísticas propostas pela mídia de massa, já na segunda metade do século XX, os programas passaram do rádio à televisão, e rapidamente obtiveram o *status* de “grande atração moderna”, globalizando este tipo de entretenimento. O resultado foi a formação de fenômenos midiáticos, neste cenário bastante propício à “cultura do lazer”. Com o aprimoramento tecnológico e logístico destes meios de comunicação de massa, foi possível perceber uma segmentação ao longo do tempo (cada vez mais severa); estratificações da sociedade pós-industrial, quanto à programação e preocupações da mídia: produções específicas para os públicos feminino, juvenil, infantil, masculino etc. foram se tornando freqüentes.

No caso a se tratar, de produções voltadas para o segmento infantil da sociedade massiva, é possível perceber a inserção de um modelo de consumo de massa por parte deste tipo de público. Além de motivações comerciais que, de fato, atuam nas relações artísticas e culturais. Eis que temos uma programação voltada para os interesses do público infantil, ajustadas e formatadas para o bom aceitação por parte do público adulto, segmento que os infantes viriam a ocupar com o passar dos anos. Seguindo esta “regra”, foram criados inúmeros “programas para criança”. Entre eles, muitos se destacaram e marcaram época.

Quando se analisam as crianças em relação à mídia de massa e à cultura popular, nossa tendência é defini-las como consumidores, expectadores, receptores, vítimas. Mas elas também são usuários daquela mídia e daquela cultura e fazem escolhas e interpretações. Enxergar as crianças como receptoras passivas do poder da mídia nos coloca em conflito com as fantasias que elas escolheram e, portanto, com as próprias crianças. Enxergá-las como usuárias ativas permite que trabalhem com o entretenimento que as ajuda a crescer JONES (2004)

2.5 Anos 90 - anos de ouro da emissora e para o público infantil

O formato que mais sobressaiu, inserido no gênero de programa infantil, foi o programa de auditório. Nota-se que o programa de auditório infantil sempre esteve presente no Brasil, de certa forma, desde o surgimento da televisão. Ele apenas veio buscando a sua “identidade”, sua linguagem e o seu formato, no decurso das décadas. Segue um delineamento histórico-descritivo de um dos principais programas infantis da Rede Globo de Televisão dos anos 90, o “Xou da Xuxa”. Para tanto, será usado como apoio fundamental uma trajetória linear de acordo com as fases de desenvolvimento da TV (Mattos, 2002). Juntamente, se faz necessária uma categorização mais datada e específica – anual, em que as fases do programa foram transmitidas e se desenvolveram, para montar um contexto histórico completo que torne possível caracterizá-lo como ativador de tendências com relação a cenários, figurinos e tipos de atrações e espetáculos do programa. Gilberto Vasconcellos na sua obra *O cabaré das crianças* confirma:

(...) quatro a cinco horas diárias em cada canal de TV são destinadas a cativar o público infantil. O programa de auditório é realizador de desejo (...) O nome pouco importa. Se Xuxa ou Angélica. Há um paradigma em todo programa de auditório infantil; alguma coisa imanente ao olhar televisivo. (VASCONCELLOS, 1998: p.181)

O Xou da Xuxa (1986 – 1992), foi o programa de maior audiência para o horário e em meio ao *merchandising* de produtos licenciados pela Xuxa e dos patro-

cinadores, o programa misturava atrações musicais, brincadeiras, sorteios e desenhos. Dirigido por Paulo Netto e produzido por Marlene Mattos (que, a partir de 1987, passou à direção geral), o programa era exibido de segunda a sábado, das oito horas ao meio-dia. Xuxa chegava sempre em uma nave espacial ao som de suas canções. O programa foi líder no horário, alcançando até 22 pontos de audiência⁷.

O elenco aumentou em número e em funções com o decorrer dos anos e, ao final, chegou a contar com mais de 30 pessoas, com destaque para as ajudantes de palco, denominados ‘Paquitas’ (13 adolescentes vestidas de uniformes no estilo

⁷ Fonte: site Wikipédia. Cada ponto de audiência medida pelo Ibope equivale a 49,5 mil domicílios na Grande São Paulo.

“soldados de chumbo”, que dançavam de forma coreografada e tinham a função de controlar as crianças), e ‘Paquitos’ (seis jovens vestidos a rigor, que acompanham a apresentadora no início e no final do programa), além das gêmeas ‘Irmãs Metralha’ e os animadores ‘Praga’ (anão vestido de tartaruga) e ‘Dengue’ (baseado no mosquito *Aedes egypt*, transmissor da doença).

Além das atrações de palco, havia quadros em que Xuxa interpretava uma avó contadora de histórias (‘Vovuxa’) ou uma cigana (‘Madame Caxuxá’)⁸; outro em que sorteava cartas com pedidos diversos dos seus fãs. Entre um bloco e outro, eram inseridos desenhos, como “Caverna do Dragão”, “He-man”, “She-ha”, “Os Smurfs” que juntos ocupavam a maior parte do tempo do programa.

No que concerne ao auditório, às atrações seguiam diversas fases, que podem ser divididas da seguinte forma:

- Abertura do programa: a “Rainha dos baixinhos” descia da nave, cantando uma de suas canções e era escoltada por dois ‘Paquitos’ que acompanhavam a rainha dos baixinhos para ir de encontro aos pequenos. As ‘Paquitas’ “abriam espaço” para que a apresentadora chegasse até o palco e não fosse levada pelos seus fãs mirins que insistiam em manter contato direto com a modelo e apresentadora.
- Café da manhã: nesse momento, tocava-se a música referente ao café da manhã para chamar as crianças ao banquete matinal. Normalmente, uma criança da platéia escolhia o que deseja comer visualizando suas opções em duas bandejas trazidas por “paquitos” e servidas a eles.
- Brincadeiras: as brincadeiras eram incluídas durante toda a atração. O grande incentivo para a participação dos baixinhos nesse momento eram os prêmios oferecidos a eles; em geral, brinquedos nacionais e importados fabricados pelos patrocinadores e muitas vezes doados pelos mesmos em prol de agregar ainda mais publicidade fora a já veiculada durante os intervalos da atração.
- Atração musical: havia sempre um convidado, uma atração musical por programa. O cantor ou grupo musical se apresentavam e conversavam em um descontraído bate papo com a apresentadora. Nesses breves momentos os fãs podiam conhecer um pouco melhor seus ídolos através dessa mini entrevista que a apresentadora realizava com seus convidados. Futuramente em outros programas apresentados pela mesma essa

⁸ Xuxa enfatizava a letra “X”, que virou uma espécie de marca da apresentadora e estava por toda a parte no programa: nos nomes das paquitas, no cenário, no figurino, nos nomes dos seus produtos etc.

conversa usual se transformaria em um quadro importante do programa chegando a ter em media 20 minutos de duração.

- Despedida: Xuxa se despedia do seu público, lendo antes os cartazes da platéia e agradecendo efusivamente cada um dos cartazes e o carinho de seu publico. Ao final, uma criança era escolhida para receber a marca de batom com um beijo da Xuxa, enquanto outra criança, escolhida por uma das paquitas, a esperava dentro da nave, para assim se despedir do Planeta Xuxa. Ela subia na nave e se despedia, encerrando o programa.

¹ INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – dois a seis de set de 2003. Trabalho apresentado no Núcleo de Comunicação e Cultura das Minorias, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de set de 2003.

¹ Fonte: site Wikipédia. Cada ponto de audiência medida pelo Ibope equivale a 49,5 mil domicílios na Grande São Paulo.

¹ Xuxa enfatizava a letra “X”, que virou uma espécie de marca da apresentadora e estava por toda a parte no programa: nos nomes das paquitas, no cenário, no figurino, nos nomes dos seus produtos etc. ?????? n identifiquei o 1

2.6 A televisão brasileira, a programação e o horário nobre

Machado (2011) define o horário nobre como “o pico de maior audiência, quando a maioria das pessoas volta da escola e do trabalho, mas ainda não foi dormir [...], onde se concentram os programas mais populares, ambiciosos e caros de cada rede”.

A Agência Nacional do Cinema (Ancine), em instrução normativa de 2012 ⁹, voltada para canais de TV por assinatura, considera esse horário como sendo:

I - para os canais de programação direcionados para crianças e adolescentes: as 7 (sete) horas compreendidas entre as 11h (onze horas) e as 14h (quatorze horas) e entre as 17h (dezessete horas) e as 21h (vinte e uma horas) do horário oficial de Brasília;

II - para os demais canais de programação: as 6 (seis) horas compreendidas entre as 18h (dezoito horas) e as 24h (vinte e quatro horas) do horário oficial de Brasília.

Ora, a TV Globo como uma emissora de programação mista, embora não sendo exclusivamente de TV por assinatura, considera como horário nobre o horário entre às 18h e às 24h. Logo, estaria fora de cogitação a veiculação de programação infantil naquele horário.

⁹ Em: <http://www.ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n100-de-29-de-mai-de-2012>

E por falar em TV por assinatura, segundo Brittos (2004 p?), a disputa por audiência na concorrência com estas vem trazendo mudanças significativas na programação da TV aberta.

A disputa pela audiência, diante do maior número de emissoras/redes e da migração progressiva para a TV fechada dos estratos sócio-econômicos mais elevados, tem levado à queda na qualidade da programação da televisão aberta, proliferando a exploração humana.

Para este autor, que analisa conseqüências das emergências da TV por assinatura no Brasil na década de 1990 – períodos que ele chama de “Fase da Multiplicidade da Oferta” deste bem – esse é apenas um dos aspectos que podemos constatar com “boom” dos canais pagos.

A TV aberta voltada para crianças vem sendo substituída, nos últimos 15 anos, pelos canais pagos que hoje detêm 70% do bolo publicitário direcionado ao segmento infantil. Apesar da alardeada popularização da TV paga, impulsionada pelo maior acesso da classe C ao serviço, a programação segmentada atinge apenas 18% da população com idade entre 4 e 11 anos. Isso significa que 19,6 milhões de crianças brasileiras simplesmente não têm o que assistir na TV aberta. A questão é que as crianças, dificilmente, vão deixar de ver televisão. Zylberkan (2012 p?),

2.7 A TV por assinatura no Brasil e o ingresso do Grupo Globo em tal mercado

A Associação Brasileira de Televisão por Assinatura¹⁰ destaca como marco principal as primeiras transmissões realizadas pelos canais CNN e MTV. Argumenta que, “os serviços foram o embrião para a implantação da TV por Assinatura no país”.

O site da Globosat¹¹, complementa que “em 1991, grandes grupos de comunicação ingressaram no setor, investindo em novas tecnologias”. E que, “a Globosat foi a primeira programadora a atuar no Brasil criando quatro canais: o GNT, o Top Sports, o Multishow e o Telecine”.

É a partir desse nicho que a programação infantil da TV Globo passou a ser modificada nos últimos anos.

A TV aberta voltada para crianças vem sendo substituída, nos últimos 15 anos, pelos canais pagos que hoje detêm 70% do bolo publicitário direcionado ao segmento infantil. Apesar da alardeada popularização da TV paga, impulsionada pelo maior acesso da classe C ao serviço, a programação segmentada atinge apenas 18% da população com idade

¹⁰ Em: <http://www.abta.org.br/historico.asp>

¹¹ Empresa brasileira, pertencente ao Grupo Globo, considerada a maior programadora de televisão da América Latina.

entre 4 e 11 anos. Isso significa que 19,6 milhões de crianças brasileiras simplesmente não têm o que assistir na TV aberta. A questão é que as crianças, dificilmente, vão deixar de ver televisão. E isso vale inclusive para as famílias em que os pais se esforçam para manter a atenção dos filhos longe da tela. Um mundo em que os meninos e meninas são estimulados exclusivamente por conteúdos educacionais e altamente instrutivos é uma utopia. No mundo real, é mais sensato oferecer uma televisão com opções pensadas para as crianças, ainda que longe do ideal. (ZYLBERKAN 2012 p?),

2.8 A criação do canal Globob e o fim da programação infantil na emissora

Em 15 de junho de 2012 foi lançado o canal Globob, da Globosat. Um meio exclusivo para o público infantil, em alta definição e com programação 24h ao dia, de domingo a domingo, na TV por Assinatura. Uma semana depois, no dia 22 de junho de 2012, o programa TV Globinho – último semanal da emissora voltado para o público infantil – teve fim e foi substituído pelo programa Encontro; apresentado por Fátima Bernardes desde 25 de junho daquele ano.

A partir de 23 de junho daquele ano, o TV Globinho passou a ser exibido apenas aos sábados e a partir de 1º de dezembro de 2012 passou a não ter mais apresentadores, exibindo apenas filmes infantis. Porém, no dia oito de agosto deste ano, o programa saiu do ar para dar lugar a uma nova aposta da emissora, o programa É de Casa, extinguindo completamente o espaço infantil de sua programação.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A programação infantil da Rede Globo dos anos 90 apresentava um teor lúdico e em geral educativo.

A criança é um adulto em desenvolvimento que vai fazendo distinções acerca do mundo fora de seu contexto familiar e que para isso, dispõe de referências visuais, sonoras, táteis e gustativas que permitem a projeção sob os mecanismos de identificação que irão determinar comportamentos por períodos específicos e as vezes, por boa parte da vida.

Mesmo com o declínio da TV aberta e no auge da TV a cabo, a TV Globo é a emissora de maior audiência também, da TV por assinatura. Ou seja, mesmo com a gama de possibilidades, o público ainda se mantém fiel à emissora.

Notável a preocupação da emissora em empreender esforços, buscando meios de se adaptar aos moldes da TV por assinatura na atual conjuntura, já que o grupo detém canal exclusivo de jornalismo, o Globo News e canal exclusivo para programação infantil, o *Gloob*, dentre outros.

Ora, dados da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel¹²¹³, disponibilizados no dia 1 de setembro de 2015, dão conta que no Brasil, em julho de 2015 19,6 milhões de domicílios possuíam TV por Assinatura. Naquele mesmo mês, segundo a Anatel, de cada cem domicílios, 29,6 possuíam o serviço.

REFERÊNCIAS

BRITTOS, Valério Cruz. **A television no Brazilhome: a multiplicative da overtax.** Reena publicityno's Anais do Intercom. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/f598158a628de8a08b91a34c9ebd7e5b.PDF>> Acesso em 23 de abr de 2015.

CASTRO, Cosete. Globo e Educação: um casamento que deu certo, In: BRITTOS, Valério e BOLAÑO, César (org.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia.** São Paulo: Paulos, 2005. Aqui falta o intervalo de páginas do capítulo do livro ex p 115-118

CARLSSON,U E FEILITZEN,C.von. **A Criança e a Violência na Mídia.** Tradução Dinah de Abreu Azevedo; Maria Elizabeth Santo Matar, 1999. Título Original: Children and Media Violence UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence — Yearbook 1998. Copyright © 1999, Edições UNESCO Brasil.

MARIA, Lara. *50 anos de Televisão: um inventário da programação infantil*. **DISSERTAÇÃO** (Mestrado em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo)2000.São Bernardo do Campo:2000 ,.

MATTOS, S. **História da Televisão Brasileira – Uma Visão Econômica, Social e Política** - Petrópolis, RJ: Editora Vozes Ltda, 2002

SENNÁ, Paulo. “O Primeiro Programa Infantil da TV Globo: Uni-Duni-Tê (Rede Globo, 1965)”. **O Globo**.2011. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/blogs/nostalgia/posts/2012/12/10/uni-duni-te-redeglobo-1965-477348.asp>>. Acesso em 10 de abr de 2016.

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

TOLIPAN, Heloisa. “Globo sobe em ranking e torna-se segunda maior emissora do mundo!”. **Jornal do Brasil**. 2012. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/heloisa-tolipan/noticias/2012/05/09/globo-sobe-emranking-e-torna-se-segunda-maior-emissora-do-mundo/>>. Acesso em 8 de abr de 2016.

VASCONCELOS, G. Felisberto. **O cabaré das crianças.**, Rio de Janeiro: Espaço e Tempo 1998.

ZYLBERKAN Mariana. “A babá eletrônica está a um passo da aposentadoria”. **Revista Veja**. 2012.Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/a-baba-eletronica-esta-a-um-passo-da-aposentadoria>>. Acesso em: 22 de abr de 2016.

ANEXOS – Fotos de Xuxa Meneghel “Xou da Xuxa”



ANEXO A - O que?

ANEXO B –Final do programa?

