

Edição v. 42
número 2 / 2023

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 42 (2)
mai/2023-ago/2023

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

DOSSIÊ

O universo audiovisual infantil no cinema e na televisão do Brasil: uma perspectiva histórica

The children's audiovisual universe in cinema and Brazilian television: a historical perspective

ARTHUR FIEL

Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) – Vitória, Espírito Santo, Brasil.
E-mail: arthur.fiel@ufes.br
ORCID: 0000-0002-1468-5958

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

FIEL, Arthur Felipe. O universo audiovisual infantil no cinema e na televisão do Brasil: uma perspectiva histórica. **Contracampo**, Niterói, v. 42, n. 2, maio/ago. 2023.

Submissão em: 27/04/2023. Revisor A: 29/06/2023; Revisor B: 01/08/2023. Aceite em: 01/08/2023.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v42i2.58282>

Resumo

Esta publicação tem por objetivo a apresentação, em caráter histórico, político, social e econômico, das produções que compõem o universo audiovisual infantil do Brasil. Para este fim, foi realizado um amplo levantamento bibliográfico acerca da história e trajetória desta produção e buscamos aqui organizar numa linearidade temporal, a partir de determinados marcos políticos e legislativos que afetaram o rumo dos conteúdos infantis nos mercados de cinema e televisão do país, algumas das produções de maior destaque em cada período destes mais de setenta anos de produção. Por fim, notamos a relevância das produções infantis para o audiovisual brasileiro, a potencialidade de suas narrativas e deste público consumidor, bem como, as nuances e ideais políticos e econômicos que guiaram e atravessam a história dessa produção.

Palavras-chaves

Cinema; Televisão; Conteúdo infantil; Mercado audiovisual; História.

Abstract

This publication aims to present, in a historical, political, social and economic way, the productions that make up the Brazilian children's audiovisual universe. To achieve this objective, a broad bibliographical survey was carried out about the history and trajectory of this production and we seek to organize it in a temporal linearity, based on certain political and legislative milestones that affected the course of children's content in the country's film and television markets, some of the most outstanding productions in each period of these more than seventy years of production. Finally, we note the relevance of children's productions for the Brazilian audiovisual, the potential of their narratives and this consumer public, as well as the nuances and political and economic ideals that guided and cross the history of this production.

Keywords

Film; Television; Children content; Audiovisual market; History.

Introdução

Durante algum tempo, pesquisas que se dedicaram a analisar as relações estabelecidas entre as crianças e os conteúdos audiovisuais foram, majoritariamente, oriundas dos campos da educação, da psicologia, e, mais recentemente, dos campos da antropologia e sociologia. Muitas destas pesquisas estavam interessadas em entender os efeitos da exposição das crianças diante da mídia televisiva partindo do pressuposto dos efeitos desta exposição no comportamento, na socialização e na educação do público infantil. Tal fato, no entanto, tem mudado e vemos emergir, em diversas partes do país, pesquisadoras e pesquisadores do próprio campo da comunicação e do audiovisual com estudos inerentes à história, políticas e poéticas dos conteúdos audiovisuais infantis, seja em nosso cinema, televisão e/ou nas demais audiovisualidades e telas.

Neste trabalho, buscando dialogar e ampliar o campo de estudos dedicado aos conteúdos infantis, pretende-se registrar numa perspectiva histórica, política, social e econômica, a trajetória da produção audiovisual infantil brasileira em nossos mercados de cinema e televisão, ao longo dos seus mais de setenta anos de existência. Para tanto, partimos de um amplo levantamento bibliográfico acerca da presença e potência do audiovisual infantil em ambos os mercados aqui delimitados, e organizamos em grupos temáticos e temporalmente lineares algumas das produções de destaque neste amplo período de tempo a partir de determinados marcos: influências literárias e radiofônicas, tecnologias, imaginário, campeões de audiência e bilheterias, espaços e conteúdos qualificados, reconfiguração dos mercados, entre outros.

Assim, é objetivo central deste trabalho revelar as características, nuances, alcance e potência dos conteúdos infantis em diversos momentos do tempo, bem como, chamar a atenção para a necessidade de uma contínua observação destas obras e de seus impactos políticos, culturais, sociais e econômicos em nossa sociedade. Dada a limitação contextual deste trabalho, que, majoritariamente, está centrado em conteúdos e produtos realizados pela técnica de live-action, informações relativas à história da animação brasileira aparecem de forma tangenciada, mesmo sendo este, atualmente, o maior e mais potente produto audiovisual infantil brasileiro. Esse tangenciamento justifica-se pela delimitação necessária para tratarmos de tais temáticas. No entanto, cabe mencionar que, no tocante à animação, Moreno (1978), Nesteriuk (2011) e Fiel (2019; 2023), em trabalhos de relevante impacto, apontam que a produção brasileira animada, tanto para o cinema como para a televisão, sofreu diversas nuances em sua realização devido à pouca atenção de políticas públicas de incentivo à sua produção, algo que somente passou a ser discutido em meados dos anos 2000. De toda forma, registra-se aqui não só a importância das produções animadas para o mercado de cinema e televisão brasileiro, como também a necessidade de novos, atentos e cuidadosos estudos que se debruçam sobre suas características políticas, estéticas e narrativas.

O começo da história: influências literárias e radiofônicas no cinema e na televisão

De modo geral, a produção audiovisual infantil no cinema brasileiro possui um paralelo e uma relação peculiar com a produção infantil de nossa televisão. Isto porque é na década de 1950 que temos o primeiro lançamento de um longa-metragem notoriamente dirigido às crianças brasileiras em nossas salas de cinema¹, mesmo ano em que a televisão chega nos lares brasileiros. A respeito disso, vale destacar

1 O filme em questão é o Sinfonia Amazônica, de Anélio Latini Filho, lançado em 1952, a obra também é considerada o primeiro longa animação brasileira. Sobre esse mesmo fato há algumas controvérsias, pois o Sinfonia seria considerado apenas a primeira animação em formato de longa-metragem e não o primeiro longa infantil a ser lançado nas salas de cinemas no Brasil, este posto pertenceria ao filme O Saci, de Rodolfo Nanni, mas sites de cinema e pesquisadores divergem em relação à data de sua finalização e lançamento comercial, que teria ocorrido entre 1951 e 1953, como aponta João Batista Melo em sua dis-

que a TV Tupi é inaugurada no dia 18 de setembro de 1950, trazendo ao Brasil o tão esperado e aclamado aparato televisivo, símbolo mor do desenvolvimento do país naquele momento (FIEL, 2019).

Mesmo recém-chegada, nossa televisão já entendia que precisava estabelecer, de alguma forma, um diálogo com as crianças brasileiras. Assim, já no ano seguinte, havia em sua grade atrações especificamente dirigidas ao público infantil. A primeira delas, o programa *Gurilândia*, como boa parte das atrações desse primeiro momento, teve sua origem advinda do rádio. No *Gurilândia* as crianças declamavam poemas e interpretavam algumas canções, de forma idêntica ao programa que continuava a ir ao ar na Rádio Tupi. Com o mesmo formato, O Clube do Papai Noel² era exibido. Eram atrações de sucesso em ambos os aparatos, tanto na TV como na Rádio.

O lançamento de *O Saci*, cujos dados constam em nota de rodapé já apresentada, coloca o cinema em diálogo com a nossa literatura. É a primeira vez que uma obra de Monteiro Lobato chega à telona. Não distante disso, a programação televisiva, já no ano de 1952, também levava adaptações literárias à telinha³. *Os programas Fábulas Animadas (1952)* e *Teatrinho Troll (1956)*, ambos da TV Tupi⁴, realizavam adaptações de obras da literatura brasileira e universal que se dirigiam ao público infantil. Neste momento, é preciso lembrar que os teleteatros eram as grandes atrações de nossa televisão, sendo caracterizados por Amorin (2007) como um importante laboratório para a criação de uma linguagem dramática televisiva.

A encenação continha-se dentro das possibilidades técnicas e do pequeno valor econômico destinado às produções, o que fazia com o que a criatividade dos profissionais envolvidos se evidenciasse ao máximo. Os cenários eram mais inventivos que ricos, e os figurinos eram trazidos pelos próprios atores, que adaptavam ou alugavam roupas para suas encenações (AMORIN, 2007, p. 11).

No final da década de 1950, o mercado cinematográfico brasileiro havia recebido apenas dois lançamentos de longa-metragem direcionados ao público infantil. Contudo, desde a criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), em 1936, durante o Governo Vargas, uma numerosa sequência de filmes educativos/instrutivos, em sua maioria realizados no formato de curtas-metragens, foram produzidos e distribuídos para as escolas públicas do Brasil. Apesar da produção do INCE não ser necessariamente pensada para ser infantil, algumas de suas narrativas possuem características que o pesquisador João Batista Melo considera como inerentes à ideia do que, no futuro, caracterizaria o conteúdo infantil.

Assim como se pode, um tanto arbitrariamente, atribuir a “O regador regado” a primazia de ser o primeiro filme infantil (ainda que seja um curta-metragem não destinado especificamente às crianças), houve um curta brasileiro de 25 minutos, realizado pelo INCE, que reuniu alguns dos atributos do que no futuro de conceituaria como filme infantil: *Jonjoca, o dragãozinho manso*, de 1946, feito com recursos de animação e que não tinha prioritariamente um objetivo educacional. Realizado com fins de entretenimento, e com uma temática mais próxima do universo das crianças, é possível atribuir-lhe o

sertação de mestrado (Melo, 2011).

2 Oficialmente, O Clube do Papai Noel (1950) antecede a atração *Gurilândia* (1951), pois antes de receber esse nome e, inspirado no Clube, foi criado o Clube do Guri – colocando em evidência a marca de achocolatado que patrocinava a atração. Esta pequena confusão com nomes e datas ocorre devido à origem dos conteúdos, pois, ambos oriundos da Rádio Tupi possuíam, basicamente, os mesmos criadores, formatos e até integrantes.

3 Fato curioso é notar que a obra de Lobato também estava na televisão, O Sítio do Picapau Amarelo teve sua primeira versão produzida e exibida na televisão brasileira no ano de 1952, na TV Tupi, permanecendo no ar por surpreendentes 11 anos. A versão mais popular d’O Sítio, que foi ao ar pela Rede Globo, no ano de 1977, é a quarta versão exibida em nossa televisão, antes dela houve uma versão na TV Cultura (1964) e na Bandeirantes (1967). Para o público mais jovem, a versão mais conhecida é a dos anos 2000, com a atriz Isabelle Drummond como Emília. Sequenciando o sucesso do Sítio, em 2012, a Mixer Filmes produziu uma versão animada dessa mesma obra, sendo exibida também na Rede Globo, e totalizando três temporadas.

4 De acordo com Amorin (2007), das 33 horas de programação semanal destinadas à infância na primeira década da televisão, 23 horas eram exibidas na TV Tupi.

mérito de ter sido o primeiro filme infantil brasileiro (MELO, 2011, p. 92).

Melo (2011) também chama atenção para algumas produções cinematográficas que, mesmo não pensadas para crianças, mas sim para a família, atingia e agradava muito ao público infantil, como é o caso das obras protagonizadas por Amácio Mazzaropi. Para o autor, mesmo não podendo ser definidos como infantis, boa parte dos filmes do comediante “fazem parte das referências cinematográficas de mais de uma geração de crianças brasileiras” (p. 100). A discussão acerca do que é um filme infantil e o que seria um filme familiar existe há longa data e segue presente nos mercados de cinema e televisão de diversos países, inclusive do Brasil. Essa é uma distinção, a priori, mercadológica e de endereçamento que objetiva a distribuição, promoção e comercialização das obras. Para fins de sintetização, partimos aqui da discussão levantada por Bazalgette e Staples (1995), e enquadrámos o filme familiar como sendo majoritariamente composto por grandes produções estadunidenses, cujas dinâmicas se reproduzem em diversos outros territórios. Essas obras possuíam como seu maior objetivo o retorno comercial, ao abarcar o maior número de espectadores possíveis. Sendo assim, esses filmes não seriam direcionados ao público infantil de maneira particular, mas buscariam atrair também as crianças, em especial, por partirem de uma concepção de conteúdo e mercado com qual todos os membros da família se relacionem. Assim, seriam produções que, por mais que possuíssem classificação indicativa livre — um dos primeiros indicativos para atribuí-lo como um filme infantil —, não fazem da infância ou das vivências infantis seu maior interesse. Por conta disso, tais obras contariam com um importante personagem adulto, ou mais de um, e não se deteriam nas especificidades de seus personagens crianças nem de seus interesses e universo.

Já o filme efetivamente infantil segue um outro viés. Eles seriam de caráter não-comercial e, por conta disso, teriam origem em países que ofereceriam apoio governamental à realização dessas obras. Suas narrativas seriam centradas em vivências da audiência infantil, possuindo problemas típicos de seu cotidiano. O pano de fundo também seria composto por ambientes frequentados por essa faixa-etária como a sua própria casa ou a escola. Os adultos, caso apareçam, não são tão importantes visto que as personagens crianças invariavelmente necessitam resolver as complicações da narrativa à sua própria maneira (FIEL, 2020). Existe uma dosagem entre o caráter pedagógico e de entretenimento presente em cada uma das produções consideradas infantis, como pontuam Noel Brown e Bruce Babington (2015). Esse tipo de conteúdo, portanto, está preocupado na maneira que atingirá o seu público-alvo e em como pode auxiliar em sua formação. Por conta disso, ele necessita de maior atenção durante a sua elaboração (FIEL, 2023).

Tecnologias, transformações e imaginário: VT, enlatados e militares

Quando a televisão chega ao Brasil é logo considerada símbolo do que havia de mais moderno no país. Essa modernidade era também o que almejava o projeto político daquele período, que se baseava numa lógica político-desenvolvimentista, cujo foco principal era o desenvolvimento tecnológico, econômico e industrial do país. Para tanto, não bastava apenas investimentos massivos, era preciso popularizar os esforços empreendidos e demarcar no imaginário coletivo simbologias e ícones do avanço perseguido. Assim, a primeira pessoa a figurar em nossa televisão foi uma criança, a pequena Sonia Maria Dorce, que ficou responsável pelo primeiro “Boa noite” da TV brasileira (RICCO e VANNUCCI, 2017). Dessa maneira, o símbolo da criança vinculava-se à ideia de futuro proposta à nação brasileira.

A associação da figura da criança à ideia de modernidade é apenas uma das muitas outras simbologias que cercam a chegada e o estabelecimento da televisão em nosso país. Nesse sentido, vale ressaltar que a modernidade prometida avançou a passos largos, no que diz respeito à tecnologia da televisão, em especial, com a chegada do videoteipe e com as possibilidades trazidas com sua utilização. Como salienta Amorin (2007):

A partir de 1960, a televisão brasileira acelerou o uso do videoteipe, ao perceber sua utilidade técnica e artística. O aparelho permitiu que o veículo se estruturasse como empresa industrial, espalhando seus programas por todo o país. Embora muitos profissionais, no início, o censurassem como estabilizador de emoções, que tornava a atuação artística fria e mecânica, outros logo o reconheceram com o grande incentivador técnico de uma nova linguagem para a televisão. (...) O VT permitiu que a televisão comercializasse seus programas e que se inaugurassem, nos anos 60, mais 27 emissoras no país, com 80% de sua programação exibindo, em VT, as produções do eixo Rio-São Paulo (AMORIN, 2007, p. 24).

A década de 1960, e todo o momento político que a envolveu, trouxe à sociedade o golpe de Estado que depôs o Presidente João Goulart e impôs ao país a ditadura militar. Nesse contexto, a televisão e o rádio, como veículos de comunicação de massa, passaram a sofrer com a censura, que se instaurou de forma gradativa, sendo agravada com o Ato Institucional de número 5 (AI-5), de 1968, que perseguiu diversos artistas e adversários políticos dos ditadores. Assim, determinadas temáticas e abordagens de conteúdos, especialmente nos telejornais, precisavam de aprovação para serem veiculadas na televisão (AMORIN, 2007).

Compreendendo o poder de persuasão e o potencial no estabelecimento de um imaginário coletivo da televisão, os militares passaram a apropriar-se deste veículo para a construção de uma figura heroica que precisava ser colocada à frente da nação. Assim, muitos dos conteúdos infantis veiculados nos anos imediatamente posteriores ao golpe possuíam militares no centro da atração, algumas vezes, inclusive, dando voz às narrativas. As atrações *Capitão Furacão* (1965), da Rede Globo, e *Capitão AZA* (1966), da TV Tupi⁵ são um nítido exemplo de como essa figura militar e heroica foi colocada como condutora da narrativa. Nessas atrações, os militares contavam às crianças histórias de suas aventuras e vivências como capitães. Para além dessas histórias captarem a atenção e interesse do público, os capitães promoviam brincadeiras e cantorias com as crianças e num dado momento também chamavam por desenhos animados. A presença de militares nos conteúdos infantis na década de 1960 nos chama especial atenção ao considerarmos, por exemplo, a classe social e idade atual daqueles que, naquele momento, tinham acesso aos aparelhos de televisão, bem como ao levarmos em conta o espaço ocupado pela figura militar no imaginário dessas pessoas e como elas, hoje, se relacionam e percebem essas figuras, suas atuações e serviços que prestam ou não à nação. Neste sentido, e não exclusivamente no conteúdo infantil, mas também nele, cabe apontar que a figura heroica do militar se deve a uma construção midiática em grande parte elaborada e sustentada por nossa televisão.

Ainda a respeito das tecnologias e dinâmicas que afetaram nossa televisão, foi na década de 1970 que este meio sofreu mais uma transformação: a chegada dos enlatados. Como era de alto custo produzir determinados conteúdos, especialmente desenhos animados, o comércio de enlatados teve nesta década uma enorme expansão em toda a América Latina. Dessa forma, muitos dos programas destinados às crianças possuíam a figura de uma apresentadora ou apresentador, como nos casos citados acima, que em momentos específicos de seus programas chamavam os desenhos, suspendendo a sua narrativa e abrindo espaço para a reprodução dos conteúdos enlatados. Essa lógica de produção era muito mais barata e bastante lucrativa para os canais de televisão (COSTA e AMANCIO, 2015).

Por sua vez, no campo cinematográfico brasileiro, as décadas de 1960 e 1970 vivenciam o nascimento de um marco que, significativamente, vai estabelecer e impulsionar o mercado de narrativas direcionadas à infância, aqui nos referimos especificamente à filmografia protagonizada por Renato Aragão e Dedé Santanna, que, num outro momento, farão parte do quarteto *Os Trapalhões*. O primeiro filme lançado com Didi e Dedé no cinema é datado de 1965, trata-se da obra *Na Onda do iê-iê-iê*, dirigida por Aurélio Teixeira. Desde então, até o ano de 1991, havia sempre algum lançamento do quarteto trapalhão⁶,

5 A atração da Tupi foi, inclusive, dedicada à memória do aviador Adalberto Azambuja, morto em guerra.

6 Com a formação clássica, com Mussum e Zacarias, foram lançados 23 filmes entre 1978 e 1990.

que em alguns anos chegaram a lançar até três filmes nas salas de cinema (RAMOS, 2004; MELO, 2011) e, a partir da importação da lógica norte-americana estabelecida pelos estúdios Disney, demarcaram o período das férias escolares como período-chave para o lançamento de obras dedicadas às crianças.

Para além da filmografia atribuída ao quarteto trapalhão, foram lançados quinze filmes destinados ao público infantil nas salas de cinema do Brasil. Dentre eles: a trilogia do Tio Maneco⁷, protagonizados e dirigidos pelo ator e diretor Flávio Migliaccio, que, logo após o lançamento e sucesso da primeira obra, se fez presente também na telinha da TVE do Rio de Janeiro; *A dança das Bruxas* (1970), de Francisco Dreux; *Meu Pé de Laranja Lima* (1970), de Aurélio Teixeira; *O picapau amarelo* (1973), de Geraldo Sarno; *O detetive Bolacha contra o gênio do crime* (1973), de Tito Teijido; *Uma aventura na floresta encantada* (1977), de Mário Latini; entre muitos outros.

Diferente das narrativas exibidas na televisão, o mercado cinematográfico destas décadas preocupou-se mais em entreter do que servir a um projeto de educação moral e civil imposto pelo governo de então. Assim, percebe-se que, mesmo no caso do conteúdo infantil, comportaram-se de formas distintas os produtores e produtos de nosso cinema e televisão.

Campeões de audiência e bilheteria – relações e inter-relações entre a telona e a telinha

De forma geral, a década de 1980 é marcada por uma reconfiguração no mercado da televisão. Com o fim da ditadura militar brasileira, em 1985, e, conseqüentemente, o fim da censura, o veículo ousou novas experimentações de linguagem, buscando, gradativamente, abordar temas que antes eram proibidos. Outro fator importante deste momento de nossa televisão, já presente em meados da década de 1970, é o desejo de atingir o mercado exterior, como aponta Colvara (2007):

No início da década de 70, a Globo contava com uma grande audiência com uma programação voltada para as camadas mais baixas da população, baseada em novelas, programas de concurso e filmes importados dos EUA, mais baratos que os brasileiros. Em 1976, a Globo inverte o quadro e passa a produzir seus próprios programas, controlando o mercado interno e no final da década já exportava programas para mais de 90 países (COLVARA, 2007, p. 6-7).

Já em relação ao conteúdo infantil, temos um momento interessante e, de alguma forma, preocupante. Os programas de auditório, já bastante populares, se tornam cada vez mais notórios e palanques de uma massiva e ainda mais agressiva publicidade, especialmente nos programas destinados às crianças. Um grande sucesso neste formato é o programa do palhaço Bozo, no SBT, que chegou a ocupar quase oito horas diárias da grade e obrigou outras grandes emissoras a repensar sua programação, como apontam Ricco e Vannucci (2017):

Foi somente em meados dos anos 1980, depois de um longo período com investimentos pesados em dramaturgia diária, que a Globo resolveu dar mais atenção à sua linha infantil. O aporte se mostrava necessário porque a recém-chegada TV Manchete já se movimentava nesse sentido e Sílvio Santos iniciava as operações de sua televisão, dedicando bom espaço a animações e atrações para a garotada, entre elas o Bozo (RICCO e VANNUCCI, 2017, p. 345).

Assim, em 1983, a Rede Globo leva ao ar o programa *Balão Mágico*, com a pequena Simony e cachorro Fofão ao seu lado. Contudo, a maior jogada da Rede Globo e seu maior símbolo de sucesso, quando consideramos a programação infantil, foi a contratação da modelo e apresentadora Xuxa Meneghel, que neste mesmo ano estava à frente do *Clube da Criança*, na extinta TV Manchete. Com essa

⁷ As aventuras com tio Maneco (1971), Tio Maneco, o caçador de fantasmas (1975) e Maneco, o supertipo (1978).

contratação, o programa *Xou da Xuxa* surge gigante, no ano de 1986, e absolve o horário de quase todas as atrações infantis do canal naquele momento, dentre elas o próprio *Balão Mágico*, que teve seu horário reduzido. Anos depois, a dinâmica do *Xou da Xuxa* foi reproduzida, com outro nome e título, em países como EUA, Espanha, atingindo também outros países da América Latina e levando a apresentadora à fama internacional.

Para além dos programas de auditório, a nossa televisão viveu um frutífero momento em relação ao conteúdo infantil. Assim, foram ao ar a telenovela *Meu Pé de Laranja Lima* (1980), da TV Bandeirantes e TVE; *Curumim* (1981), grande sucesso da TV Cultura; a novela mexicana *Chispita* (1982), produzida pela Televisa e exibida no Brasil pelo SBT; *Brincando na Paulista* (1984), na TV Gazeta; *Canta Conto* (1987), sob o comando de Bia Bedran, na TVE-RJ e afiliadas; o enorme sucesso de audiência do SBT, também produzida pela Televisa, *Carrossel* (1989), entre muitos outros.

No cinema, também são pertencentes à década de 1980 os sucessos: *Os saltimbanco Trapalhães* (1981), de J.B. Tanko, considerado um clássico do quarteto, com músicas de Chico Buarque; *As aventuras da Turma da Mônica* (1982), de Maurício de Sousa; *Boi Aruá* (1983), de Chico Liberato; *O cavalinho azul* (1984), de Eduardo Scorel; *A dança dos bonecos* (1985), de Helvécio Rattón; *Super Xuxa contra o Baixo Astral* (1988), de José Alvarenga Jr., que também dirigiu *A princesa Xuxa e os Trapalhães* (1989); *Fofão e a máquina sem rumo* (1989), de Dactoir Danialetto Jr., entre muitos outros lançamentos que garantiram reconhecimento da crítica ou do público.

Na década seguinte, diferentemente do mercado televisivo, que vivia sua fase mais promissora e cujo aparato já estava presente em grande parte dos lares brasileiros, o mercado cinematográfico iniciou a década de 1990 perante uma grande crise. Após assumir a Presidência da República, em março de 1990, Fernando Collor de Mello reduziu o Ministério da Cultura à Secretaria da Cultura, colocando o órgão diretamente ligado ao gabinete da Presidência, e extinguiu vários institutos, fundações e empresas ligadas ao setor público⁸, sendo a Empresa Brasileira de Filmes S.A., a Embrafilme, uma delas. O impacto foi direto. A produção cinematográfica nacional sofreu uma queda abismal.

A operação de desmonte da atividade cinematográfica atingiu a capacidade de produção e competição do cinema brasileiro no seu próprio mercado. Nem mesmo foram preservados os mecanismos de controle estatísticos por parte do Estado. De uma situação de estabelecimento confortável frente ao mercado o cinema reduziu-se novamente a uma atividade periférica, recomeçando do zero. A produção nacional, que atingira nos picos dos anos 1970 mais de 100 filmes por ano, com uma ocupação de mercado da faixa de um terço, vai voltar a níveis insignificantes, e nesse vácuo permitir a reconquista desse terreno pelo cinema americano (AMANCIO, 2007, p. 181).

Já no ano seguinte, diante da ausência do Estado no incentivo à produção cultural brasileira e como meio provisório de, minimamente, subsidiar o mercado cultural no Brasil, foi criada a Lei 8.313/91, popularmente conhecida como Lei Rouanet. Não sendo especificamente pensada para fomentar o setor audiovisual, apesar de ser apontada como a grande responsável pela retomada do cinema brasileiro, a Lei Rouanet possuía falhas que só foram amenizadas com a criação de uma lei específica para o setor audiovisual, que, perante às outras artes, possui altos custos e peculiaridades em suas dinâmicas de produção e distribuição. Assim, em 1993, após a criação da Secretaria do Audiovisual e do reestabelecimento do Ministério da Cultura, já no governo de Itamar Franco, surgiu a Lei 8.685/93, conhecida popularmente como a Lei do Audiovisual. Juntas, ambas as leis, consideradas naquele momento medidas emergenciais e provisórias, foram as responsáveis pelo reestabelecimento da produção cinematográfica do país.

No mercado televisivo, apesar de termos, no fim da década de 1990, um leve aceno à uma

⁸ As políticas culturais e, em especial, o cinema sente fortemente o impacto do plano neoliberal do governo Collor, pois, para além da Embrafilme, outros órgãos ligados ao audiovisual também foram extintos, tais como: o Concine, a Fundação do Cinema Brasileiro e até mesmo órgãos encarregados de realizar estatísticas e coletar dados do mercado.

reconfiguração das grades de programação que afetaria o conteúdo infantil, como a inserção dos programas dedicados às mulheres e ao lar nas manhãs e tardes de alguns grandes canais, ainda permaneceu constante a exibição de conteúdos destinados às crianças. Um dos marcos deste momento é o investimento do SBT na manutenção de novelas importadas, especialmente vindas do México, através da parceria com o canal Televisa, e a produção da primeira versão da novela *Chiquititas* (1997), febre entre as crianças daquela década. Merece destaque também a programação da TV Cultura que sempre manteve em sua grade conteúdos voltados ao público infantil. É pertencente à esta data, inclusive, o mundialmente premiado *Castelo Rá-Tim-Bum* (1993), de Cao Hambúrguer. Além dele programas como *Glub Glub* (1991), *X-Tudo* (1992), *Cocoricó* (1996), entre muitas outras atrações nacionais e importadas recheavam a grade da TV paulista que marcou o imaginário de várias gerações de crianças deixando um belo registro em suas memórias afetivas.

Espaços Qualificados e novos experimentos no cenário: redesenho e reposicionamento dos conteúdos infantis no mercado televisivo e cinematográfico brasileiro

A chegada da TV a cabo, no final da década de 1990 e o desenvolvimento do mercado pago de televisão, reconfigura política e economicamente a história da televisão brasileira, pois a produção infantil vê seu espaço ser, gradativamente, reduzido na TV Aberta. Neste cenário, como já apontado, novos programas surgem e, agora direcionados à mulher e aos cuidados com o lar, ocupam o espaço que outrora era quase que completamente preenchido por conteúdos direcionados ao público infantil. Assim, surge, por exemplo, o programa matinal *Mais Você*, sob o comando de Ana Maria Braga, levada da Record⁹, emissora na qual comandava o feminino *Note e Anote*, à Rede Globo de televisão. Especificamente na Rede Globo, no ano 2000, surge, para compor sua grade de programação e reorganizar os conteúdos infantis do canal, o programa de estúdio *TV Globinho*, que utilizava das técnicas de chamada de quadros, interprogramas e desenhos animados nacionais e importados. O programa tornou-se um sucesso e passou a ocupar um lugar significativo no imaginário afetivo de parte da geração que foi criança entre os anos 2000 e 2015, quando o programa foi extinto da grade do canal. Vale ressaltar que, mesmo com alguma presença nacional, boa parte das produções exibidas aqui eram importadas. Ao ser lançado, o *TV Globinho* logo ganha notoriedade e começa a competir diretamente com o sucesso do SBT *Bom dia & Cia*, à época sob os comandos da apresentadora Eliana, que seguia o mesmo esquema de exibição de importados, porém, era recheado com brincadeiras, curiosidades, quadros com experimentos e interação direta com os espectadores.

A TV Cultura, mundialmente premiada, continua mantendo em sua grade seu maior sucesso, *Castelo Rá-Tim-Bum*, de Cao Hamburger, e realiza novas produções seriadas como *Um menino muito maluquinho*, baseado na obra de Ziraldo, um remake de *Vila Sésamo* e vários outros programas originais e alguns importados¹⁰. Apesar de, neste momento, já se configurar como uma rede televisiva de alcance nacional, perante às outras redes de apelo comercial, a TV Cultura não atingia níveis muito altos de audiência devido à concorrência com atrações da Globo e do SBT, líderes de audiência naquele momento.

Foi, especificamente, a partir de meados dos anos 2000 que se percebeu uma maior e mais notória redução do espaço do conteúdo infantil na TV aberta, movimento oposto à ascensão do mercado

9 Apesar do programa comandado por Ana Maria Braga ser dirigido propriamente ao público feminino, a criação do Louro José, levado por ela à Rede Globo, foi uma estratégia de comunicação encontrada para garantir a audiência do público infantil (RICCO e VANNUCCI, 2017).

10 Mesmo sendo uma referência para a produção nacional, um número considerável de atrações importadas fazia parte da grade da TV Cultura, especialmente as animações, a exemplo de: *Caillou*, *Os Sete Monstrinhos*, canadenses; *Doug*, animação estadunidense, entre outras.

pago de televisão que já destina produções voltadas às crianças com canais exclusivos e com conteúdo sendo exibidos durante 24 horas. Porém, é, em especial, após a aprovação e sanção da Resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), em 2014, que um esvaziamento quase que completo dos conteúdos infantis é notado em nossa televisão. A Resolução, encabeçada pelo Instituto Alana, órgão não governamental que dedica-se à proteção da criança bem como aos cuidados e preocupação com a infância, ao lado de diversas outras organizações sociais de proteção à infância, causa um impacto direto na captação de recursos privados oriundos das campanhas publicitárias dos canais, uma vez que campanhas publicitárias consideradas abusivas para o público infantil passam a ser proibidas, gerando uma reação quase que imediata de quase todos os canais da TV aberta, que optam por extinguir a programação infantil de suas grades. Dos grandes canais comerciais apenas o SBT manteve e ainda mantém algum espaço para este nicho.

Em 2015 a Rede Globo extingue a única atração direcionada às crianças que ainda veiculava em seu segmento aberto, o já mencionado *TV Globinho*, após se aventurar, por três anos, com o lançamento de seu primeiro canal dedicado ao público infantil no mercado pago de Televisão, o Gloob. No ano de 2017 o Gloob segmenta-se, seguindo uma tendência do mercado mundial, em Gloob e Gloobinho, objetivando atender a demanda do período pré-escolar da infância comum ao mercado de televisão por assinatura.

Em maio de 2017, ao divulgar pela primeira vez dados do monitoramento do Mercado pago de Televisão, o então Diretor-Presidente da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), órgão responsável pelo fomento e regulamentação do mercado, aponta que, de 2014, quando a Lei 12.485/11 (também conhecida como Lei da TV Paga ou Lei do Serviço de Acesso Condicionado – SeAC) atingiu sua cota máxima de exigência à produção independente e nacional até aquele momento, o conteúdo infantil demonstrou um crescimento de 92,4% em relação ao conteúdo geral, que atingiu notórios 53% (MONITORAMENTO, 2017).

Ainda sobre o mercado de TV Paga, aqui vale um adendo: a estrutura brasileira de TV por assinatura, hoje, é organizada em oferta de canais e pacotes. A Lei da TV Paga estabelece diversas demandas a serem cumpridas pelas empacotadoras de canais, como as cotas de canais e conteúdos nacionais, por exemplo. Um conceito central na estruturação desse mercado é a ideia de “espaço qualificado”, conforme apontado por Lima (2015):

O conceito estruturante dos mecanismos de fomentos é o “espaço qualificado”, sobre o qual incidem as cotas. De acordo com o Art. 2, inciso XII, a lei o define como o espaço total do canal de programação ou do catálogo de conteúdos audiovisuais, excluindo conteúdos jornalísticos, programas de auditório ancorados por apresentador, conteúdos religiosos ou políticos, concursos, publicidade, televentas e infomerciais, jogos eletrônicos e propaganda política (LIMA, 2015, p. 46).

Até o ano de 2019, foram catalogados 21 (vinte e um) canais, HDs e similares, categorizados como Canal de Espaço Qualificado (CEQs)¹¹. Além deles, dois outros canais, o TV Rá-Tim-Bum e ZooMoo, que operavam dois canais similares aos de HD, naquele momento, eram classificados enquanto Canais Brasileiros de Espaço Qualificado (CABEQs)¹². Apesar do pouquíssimo tempo passado daquela data até o presente momento, esses dados já apresentam algumas alterações, mesmo que não tão gritantes, é possível notar a saída e desativação de alguns canais atuantes naquele momento, como o NatGeo Kids,

11 CEQs: canais de espaço qualificados credenciados, declarados como ativos e submetidos à cota de veiculação de conteúdo brasileiro de espaço qualificado, mínimo legal de 3h30 no horário nobre, sendo pelo menos metade independente, nos termos do art. 16 da Lei 12.485/11.

12 CABEQs (canais brasileiros de espaço qualificado): deve ser programado por programadora brasileira; veicular majoritariamente, no horário nobre, conteúdos audiovisuais brasileiros que constituam espaço qualificado, sendo metade desses conteúdos produzidos por produtora brasileira independente; e não ser objeto de acordo de exclusividade que impeça sua programadora de comercializar, para qualquer empacotadora interessada, os direitos de sua exibição.

bem como o agrupamento e fusão de alguns outros perante acordo entre conglomerados midiáticos. O número total, no entanto, não sofreu grandes alterações, apesar de ser, hoje, maior que o apontado naquele momento (FIEL, 2019; 2023). Enquanto novidade podemos apontar os canais Cartoonito, do grupo Warner, dedicado ao segmento pré-escolar, e o brasileiro e independente Box Kids TV, do grupo Box Brazil, lançados em 2021 e 2022, respectivamente.

O mercado muda a todo momento, as nuances econômicas e políticas afetam notoriamente os conteúdos infantis, como vimos até aqui e seguiremos vendo. O próprio ZooMoo, por exemplo, mesmo que operado inicialmente com capital estrangeiro, por ter sido primeiramente sediado e lançado seu sinal no Brasil, classificou-se, naquele momento, enquanto CABEQ, conforme verificável no quadro abaixo.

Quadro 1 – Canais De Espaço Qualificado (CEQs) e Canais Brasileiros de Espaço Qualificado (CABEQs) até 2019

CATEGORIA	PROGRAMADORA	CANAIS
CEQs	GLOBOSAT	Gloob e Gloob HD / Gloobinho
	DISCOVERY LATIN AMERICA LLC	Discovery Kids / Discovery Kids HD
	BUENA VISTA INTERNATIONAL INC	Disney Channel / Disney Channel HD
		Disney XD Disney JR / Disney JR HD
	FOX LATIN AMERICA CHANNEL INC	Baby TV NatGeo Kids / NatGeo Kids HD
		TIME WARNER - TURNER INTERNATIONAL
VIACOM - MTV NETWORKS L.A. INC	Nick JR Nickelodeon / Nickelodeon HD	
CABEQs	FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA	TV Rá-Tim-Bum TV Rá-Tim-Bum HD
	ZOOMOO PROGRAMADORA S.A.	ZooMoo Brasil / ZooMoo HD

Fonte: FIEL, 2019

Porém, dados mais recentes da Agência Nacional do Cinema, publicizados pelo portal do Observatório do Cinema e Audiovisual – OCA¹³, já apontam ZooMoo enquanto CEQ e não mais enquanto

13 Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/televisao->. Acesso em: 27 mar. 2023.

CABEQ. A diferença entre essas duas categorias está, basicamente, no selo emitido pela agência e na ideia de vinculação às obras exibidas oriundas no país. São os próprios canais que solicitam à ANCINE a sua categorização enquanto CEQ ou CABEQ, a agência apenas emite o certificado e o monitora quanto ao cumprimento do total de horas de obras nacionais veiculadas em seu canal, demandadas pela legislação. Dessa forma, vale salientar que o número de CEQs e CABEQs, infantis ou não, constantemente sofrem variação.

Em relação ao Cinema, no início dos anos 2000, após a Retomada, as produções estreladas por Xuxa Meneghel são significativas. Durante toda essa primeira década, Xuxa faz jus ao título de rainha e, quase sozinha, reina nas salas de cinema brasileiras¹⁴. Os Trapalhões, mesmo sem sua formação clássica, ainda possuem alguma força e continuam a levar milhões de crianças e familiares aos cinemas. Algumas outras produções ganham destaque e conquistam a crítica, como o filme homônimo da obra televisiva *Castelo Rá-Tim-Bum* (1999), com a direção de Cao Hamburger, mas com público inferior às produções de Xuxa ou dos Trapalhões. Tainá, a pequena indígena conquista uma boa parcela do público com sua trilogia¹⁵, mas, considerando a história e trajetória do conteúdo infantil em nosso cinema, ainda são poucas as produções destinadas às crianças neste período¹⁶.

Foi somente em 2015, com o lançamento de *Carrossel*, de Maurício Eça e Alexandre Boury, spin-off do remake da novela levada ao ar pelo SBT em 2012, um sucesso de audiência, e de sua sequência, *Carrossel 2 – o sumiço de Maria Joaquina* (Maurício Eça, 2016), que os produtores de cinema nacional retornaram a lançar olhar ao público infantil brasileiro. Ambos os filmes, estrelados pelas carismáticas crianças já conhecidas na telinha, levaram às salas de cinema 2,5 milhões de espectadores cada, abrindo espaço para novas produções¹⁷. O que chegou a ser uma grata surpresa é que uma outra produção oriunda da televisão, e, dessa vez, especificamente do mercado pago (Gloob), *Detetives do Prédio Azul* (2017), de André Pellenz, garantiu a segunda maior bilheteria em seu ano de lançamento. Foi a primeira vez que uma produção infantil não veiculada em rede aberta de televisão, e sem ter em seus protagonistas uma estrela consolidada neste segmento, atinge números tão altos no mercado cinematográfico.

Ainda sobre o cinema, um outro acontecimento se faz digno de menção e aprofundamento: trata-se dos filmes oriundos do universo narrativo criado por Maurício de Sousa com *A Turma da Mônica*. Além de sua série original, iniciada na década de 1980, no setor audiovisual, a turminha deu origem a outras diversas obras dedicadas a diversos segmentos do público infantil, desde crianças menores, como, por exemplo, a obra *Mônica Toy*, às crianças em fase de rápido crescimento e transição para juventude, como *A Turma da Mônica Jovem* (FIEL, 2023). Por ora, vale apontar também aqui o sucesso dos filmes de live-action protagonizados pela turma: *Turma da Mônica – Laços* (Daniel Rezende, 2019) e *Turma da Mônica – Lições* (Daniel Rezende, 2021). Estes filmes alcançaram, respectivamente, cerca de 2,5 milhões e 800 mil espectadores nas salas de cinema. Aqui também cabe mencionar que o lançamento do *Lições* aconteceu depois de um longo e árduo momento de isolamento social decorrente da pandemia de Covid-19 (Sars-CoV-2), que nos trouxe medidas restritivas de proteção à disseminação do vírus e vitimou cerca de 700 mil vidas brasileiras. No entanto, além de ter sido considerado o filme mais visto daquele ano nas salas de

14 Após o fim da Embrafilme, em 1990, Xuxa leva ao mercado dez filmes, entre 1999 e 2009, dentre eles: *Xuxa Requebra* (1999), *Xuxa Popstar* (2000), *Xuxa e os Duendes* (2001), *Xuxa Gêmeas* (2006), *Xuxa e o Mistério de Feiurinha* (2009). Em resumo, o único ano, desde 1990 que Xuxa não possui lançamento é em 2008. Vale lembrar também que *Lua de Cristal* (1990) é a maior bilheteria da década, com mais de 5 milhões de espectadores. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/cinema>. Acesso em: 29 mar. 2023.

15 *Tainá – Uma aventura na Amazônia* (2000), *Tainá 2 – A aventura continua* (2004) e *Tainá – A origem* (2011)

16 Nas salas de cinema do Brasil, do ano de 2010 até 2018, tivemos 16 filmes dirigidos ao público infantil, ou seja, 2 filmes por ano. Fonte: Filme B. Disponível em: <http://www.filmeb.com.br>. Acesso em: 29 mar. 2023.

17 Fonte: OCA/ANCINE. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/cinema>. Acesso em: 29 mar. 2023.

cinema, a obra também foi disponibilizada, em sequência, no serviço de streaming *Amazon Prime Vídeo*¹⁸. O sucesso da Turma em live-action foi tamanho, que gerou também uma série coproduzida pelo Globo em 2022, *Turma da Mônica – a série*, com os mesmos protagonistas das obras anteriores, sendo agora veiculada pelo canal no mercado de televisão por assinatura. Além de impulsionar o desenvolvimento de diversas outras narrativas oriundas da Turma da Mônica mirando plataformas de streaming e, novamente, às salas de cinema.

Considerações finais

Após realizada esta travessia sintética e panorâmica pela história dos conteúdos componentes do universo audiovisual infantil brasileiro, nos é possível perceber e inferir sua importância para os mercados de cinema e televisão do país. Tal fato, exige de nós, pesquisadoras e pesquisadores, uma contínua e dedicada atenção às mais diversas características dessa produção, seja por seu viés estético, narrativo, contexto político, ideológico e afins. Isto porque é certo, a partir do foi exposto aqui, a localização estratégica dos conteúdos infantis em nossos mercados de cinema e televisão. Assim, faz-se primordial o desenvolvimento de análises e políticas públicas para fomento e manutenção de um nicho de mercado tão particular e potente para nossa produção audiovisual.

Além de olharmos de modo exclusivo aos mercados hegemônicos de cinema e televisão, considerando as características contemporâneas de nossas práticas de consumo, interação e compartilhamento midiático, faz-se igualmente necessário atentarmos às novas mídias, em especial os *streamings* e aplicativos com os quais as crianças sejam miradas enquanto público-alvo. Neste sentido, é crucial buscarmos compreender suas dinâmicas de produção, promoção e recepção de conteúdos infantis, para além das próprias formas e características dos conteúdos suportados por essas mídias.

À guisa de conclusão, chamamos atenção para o fator político que atravessa e afeta todo o ciclo de produção e consumo do audiovisual infantil, que, como vimos, segue sendo uma potência no mercado audiovisual brasileiro nas mais diversas mídias. Esses conteúdos, no entanto, estiveram e estão a mercê de complexas relações políticas, e, conseqüentemente do desenvolvimento de políticas públicas que, no contexto brasileiro, apresenta-se de modo não estratégico, descontínuo e no centro de um palanque de embates e lutas ideológicas que, ora incentiva, ora persegue a potencialidade multicultural do Brasil, afetando, de modo sem-igual, as imagens, imaginários e vivências infantis de nosso país.

Referências

AMANCIO, Tunico. Pacto cinema-Estado: os anos Embrafilme. **Alceu**, v. 8, n. 15, p. 173-184, jul./dez. 2007.

AMORIM, Edgar Ribeiro de. **História da TV brasileira**. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007.

BAZALGETTE, Cary; STAPLES, Terry. Unshrinking the kids: Children's cinema and the family film. In: BAZALGATTE, Cary; BUCKINGHAM, David (Eds.). **In front of the children: Screen entertainment and young audiences**. London: British Film Institute, 1995. p. 92-108.

BRAGANÇA, Hermínia Fróes. **Audiovisual e Criança: reconhecimentos, usos e apropriações**. Tese (Doutorado em Cinema e Audiovisual) – Universidade Federal Fluminense, 2022.

BRASIL. **Lei 6.288 de 11 de dezembro de 1975**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1970-1979/l6288.htm. Acesso em: 16 jan. 2023.

BRASIL. **Lei 8069 de 13 de julho de 1990**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/

¹⁸ Disponível em: <https://radiomixfm.com.br/turma-da-monica-lico-es-ganha-data-de-estreia-no-streaming/>. Acesso em: 3 abr. 2023.

l8069.htm. Acesso em: 26 dez. 2022.

BRASIL. **Lei 12.796 de 4 de abril de 2013**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12796.htm. Acesso em: 12 jan. 2023.

BRASIL. **Medida Provisória 222-8/2001**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm. Acesso em: 3 jan. 2022.

BROWN, Noel; BABINGTON, Bruce (Ed.). **Family Films in Global Cinema: The World beyond Disney**. UK: I.B. Tauris, 2015.

CANESSO, Natacha Stefanini. **A animação seriada infantil e os condicionantes dos processos criativos dos gestores nas produtoras independentes brasileiras**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, 2020.

CANESSO, Natacha Stefanini et al. O Prodav e a produção audiovisual infantil e infantojuvenil no Brasil. In: OLIVEIRA, Madalena; ÉVORA, Silvino Lopes. (Eds.). **Livro de atas do XII Congresso da Lusocom: Cibercultura, regulação mediática e cooperação**. Braga: CECS, 2018. p. 409-421.

COLVARA, Lauren Ferreira. Os Programas Infantis e sua trajetória na TV aberta brasileira: os casos mais importantes. **Anais do V Congresso Nacional de História da Mídia**, Universidade Católica de Santos, 31 de maio a 2 de junho de 2007.

CORDELIAN, W. et al. A televisão e as crianças. **Comunicação & Educação**, n. 7, p. 45-55, dez. 1996.

COSTA, Ana Paula Silva Ladeira; AMANCIO, Tunico. Franquias Televisivas: Processos de produção, venda e circulação. **Geminis**, v. 6, n. 1, p. 154-173, jan./jun. 2015.

FIEL, Arthur Felipe de Oliveira. **O Mônicaverso e diretrizes criativas para a produção audiovisual infantil** (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, 2023.

FIEL, Arthur et al. Carrossel encantado: apontamentos iniciais para um mapeamento das mostras e festivais de cinema infantil distribuídos pelo Brasil. **Rebeca**, v. 11, n. 1, p. 120-145, 2022.

FIEL, Arthur Felipe.; AMÂNCIO, Tunico. HISTÓRIA, POLÍTICA E NARRATIVAS INFANTIS: ENTREVISTA COM BETH CARMONA. **GEMINIS**, v. 12, n. 1, p. 173-188, 2021.

FIEL, Arthur Felipe de Oliveira. **A tela encantada: infância e conteúdo infantil na TV do Brasil**. Dissertação (Mestrado em Cinema e Audiovisual) – Universidade Federal Fluminense, 2019.

FILMES Brasileiros com Mais de 500.000 Espectadores entre 1970-2020. **Ancine**, 28 de mar. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/cinema/arquivos-pdf/listagem-de-filmes-brasileiros-com-mais-de-500-000-espectadores-1970-a-2020.pdf>. Acesso em: 29 mar. 2023.

HERGESEL, João Paulo. **A telepoética nas produções do SBT**. Alumínio/Votorantim: Jogo de Palavras/Provocare, 2019.

HOLZBACH, Ariane Diniz et al. Existe espaço para as crianças na televisão! A presença da programação infantil na TV aberta mundial. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 17, n. 49, p. 244-267, 2020.

HOLZBACH, Ariane. Onde estão as crianças? Uma investigação mundial da programação infantil na TV Aberta. **Anais do XXVIII Encontro Anual da Compós**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 11 a 14 de junho de 2019.

HOLZBACH, Ariane; SILVA, Pedro Henrique Alves. De Branca de Neve a gremlins: a instituição do audiovisual de terror infanto-juvenil. **Anais do XXX Encontro Anual da Compós**, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 27 a 30 de julho de 2021.

IKEDA, Marcelo Gil. O papel da Ancine nas políticas públicas para o audiovisual brasileiro. **Extraprensa**, v.

14, n. 2, p. 122-142, 2021.

LIMA, Heverton de Souza. **A Lei da TV Paga**: impactos no mercado audiovisual. Dissertação (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) – Universidade de São Paulo, 2015.

LIMA, Marcelo Oliveira. **Serialidade e narrativa nos desenhos animados**: o caso de Steven Universo. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, 2020.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira**: uma visão econômica, social e política. Petropolis: Vozes, 2002.

MELO, João Batista. **Laterna Mágica**: infância e cinema infantil. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

MONITORAMENTO de TV Paga. **Ancine**, 17 jun. 2017. Disponível em: <https://antigo.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/Apresentação%20TV%20Paga%20v%20final.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2023.

MORENO, Antonio. **A experiência brasileira no cinema de animação**. Rio de Janeiro: Arte Nova/Embrafilme, 1978.

NESTERIUK, Sérgio. **Dramaturgia de série de animação**. São Paulo: Edição do autor, 2011.

RAMOS, José Mário Ortiz. **Cinema, Televisão e Publicidade**: cultura popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980. São Paulo: Annablume, 2004.

RICCO, Flávio; VANNUCCI, José Armando. **Biografia da Televisão Brasileira**. São Paulo: Matrix, 2017.

ROCHA, Lorena Bicchieri. **Cartoon Network e a Lei 12.485/11**: uma análise dos impactos das políticas públicas do audiovisual na programação do canal infantil. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Cinema e Audiovisual) – Universidade Federal Fluminense, 2022.

VALENTE, Eduardo. Noções de infância e educação: filmes infantis. **Sinopse**, v. 2, n. 4, p. 16-21, 2000.

Arthur Fiel é Doutor em Comunicação (PPGCOM), Bacharel e Mestre em Cinema e Audiovisual (PPGCine) pela Universidade Federal Fluminense. Atualmente é Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), onde coordena o Observatório do Cinema e Audiovisual Capixaba (OCAC).