

O APOGEU E A CRISE DA PROGRAMAÇÃO INFANTIL NA TELEVISÃO BRASILEIRA: AS ADAPTAÇÕES DO *SÍTIO DO PICAPAU AMARELO*

THE APOGEE AND THE CRISIS IN CHILD PROGRAMMING OF BRAZILIAN TV: THE *YELLOW WOODPECKER RANCH ADAPTATIONS*

Jéfferson Balbino

Mestrando em História pela Universidade Estadual de São Paulo
Especialista em História, Cultura e Sociedade pela Universidade Estadual do Norte do Paraná
Jornalista do site “No Mundo dos Famosos”
Autor do livro: “Teledramaturgia: O Espelho da Sociedade Brasileira” (Giostri)
E-mail: jefferson.balbino@nomundodosfamosos.com.br

Marcela Verônica da Silva

Doutora em Literatura Brasileira pela Universidade Estadual Paulista
Professora do Programa de mestrado em Letras da Universidade Vale do Rio Verde
E-mail: prof.marcela.silva@unincor.edu.br

RESUMO

A programação televisiva infantil brasileira surge como um elemento lúdico graças à influência do teatro. Porém, aos poucos, passa a adquirir identidade própria que não deixa de ter a interferência da indústria cultural, ou cultura de massa. Assim, no presente artigo busca-se traçar o perfil dessa programação ao longo do tempo, desde o seu surgimento no Brasil até os dias atuais. Para tanto, toma-se como exemplo as diversas adaptações d’*O Sítio do Picapau Amarelo* de Monteiro Lobato para a televisão, em especial a última versão produzida pela TV Globo em 2001. Como referencial teórico, serão utilizadas algumas considerações sobre o lúdico, presentes nos trabalhos de Johan Huizinga e Walter Benjamin e reflexões de Theodor Adorno, Max Horkheimer e Edgar Morin a respeito da indústria cultural.

Palavras-chave: Adaptação. Programação Infantil. Sítio do Picapau Amarelo.

ABSTRACT

The Brazilian children's television programming appears as a playful element thanks to the influence of the theater. But gradually takes on its own identity that is not without the interference of the cultural industry, or mass culture. So in this article we seek to trace the profile of programming over time, since its emergence in Brazil until today. Therefore, it takes as an example the various adaptations of The Yellow Woodpecker Site of Monteiro Lobato for

television, particularly the latest version produced by TV Globo at 2001. The theoretical framework some considerations will be used on the playful, present in the works of Johan Huizinga and Walter Benjamin and Theodor Adorno of reflections, Max Horkheimer and Edgar Morin about the cultural industry.

Keywords: Adaptation. Children's programming. Yellow Woodpecker Site.

RESUMEN

La programación televisiva infantil brasileña surge como un elemento lúdico gracias a la influencia del teatro. Aunque los pocos, pasa tomando su propia identidad que no deja de tener la interferencia de la industria cultural, o la cultura de masas. Así, en este artículo se pretende a tallar el perfil de esa programación a largo del tiempo, desde el su surgimiento en el Brasil hasta los días actuales. Por lo tanto, tomase como ejemplo las diversas adaptaciones de El Sitio Carpintero Amarillo del Monteiro Lobato para la televisión, en el especial la última versión producida por la TV Globo en 2001. El referencial teórico algunas consideraciones serán utilizados sobre el lúdico presentes em los trabajos de la obra de Johan Huizinga y Walter Benjamin y Theodor Adorno de reflexiones, Max Horkheimer y Edgar Morin a la respeto de La industria cultural.

Palabras-llaves: Adaptación, Programación Infantil, Sitio Carpintero Amarillo.

*Que a televisão não seja o inferno, interno, ermo
Um ver no excesso o eterno quase nada (quase nada)
Que a televisão não seja sempre vista
Como a montra condenada, a janela sinistra
Mas tomada pelo que ela é
De poesia.*

Caetano Veloso, Santa Clara, Padroeira da Televisão.

1 INTRODUÇÃO

O Brasil foi o primeiro país da América Latina e o sexto país no mundo a ter uma emissora de televisão, ficando atrás apenas da Inglaterra, Estados Unidos, França, Alemanha e Holanda. Em São Paulo, no dia 18 de setembro de 1950 ocorreu pela TV Tupi-Difusora, emissora dos Diários Associados de Assis Chateaubriand¹, a primeira exibição. A emissora “começou transmitindo imagens para cerca de 500 aparelhos receptores na cidade de São Paulo, mas três meses depois havia já 2 mil aparelhos funcionando ali” (JAMBEIRO, 2002, p. 51).

As primeiras programações televisivas não contavam com muitos recursos financeiros. Segundo Sodré (1984), o fator econômico era limitado e prejudicou a expansão da televisão durante os anos cinquenta. A falta de recursos trouxe à televisão uma forte característica dos programas de rádio, uma vez que seus profissionais, muitas vezes, eram provenientes desse meio e adaptavam os programas radiofônicos para serem exibidos visualmente, como foi o caso do programa de notícias “Repórter Esso”, que passou a ser também exibido pela televisão em 1952.

Outra inspiração para a televisão foi o teatro. Os teleteatros,² exibidos pela TV Tupi nos anos de 1950, permitiram a criação de uma linguagem própria para a produção de televisão e mantinham um propósito de difusão cultural que dava prestígio à emissora. Unindo a vontade dos empresários de levar cultura e arte para a televisão, aos anseios de um telespectador seletivo, formado pela elite dominante, possuidora dos aparelhos de televisão, o teleteatro reunia os atributos que o tornaria o principal programa a ser oferecido pela televisão brasileira.

A programação infantil também teve seu advento atrelado à literatura, uma vez que os primeiros programas baseavam-se em clássicos universais como forma de inclusão da criança no universo do “público televisivo”. Essa ligação com o rádio, o teatro e a literatura possibilitava a fantasia, assim como o cinema em seus primórdios representava a magia. Porém, a era dominada pelo esclarecimento ou pela racionalidade técnica, segundo o que pensam Adorno e Horkheimer (1990, p. 65) rompeu com esse encanto: “O passo que leva da rua ao cinema não leva mais, em todo caso, ao sonho, e, desde que a mera existência das instituições deixou de obrigar à sua utilização, também deixou de haver uma ânsia tão grande assim de utilizá-las”.

A ligação com o teatro afirma o caráter lúdico dos programas televisivos infantis. Assim, fascinados diante do mundo mágico apresentado pelas histórias, as crianças, muitas vezes, sentiam-se satisfeitas, uma vez que a televisão supria, em parte, a ânsia do *homo ludens*, pois o lúdico, como afirma Huizinga (2004, p.18) “pode revestir a forma de um espetáculo ou de uma competição”. Com o passar dos tempos, esse espetáculo da programação televisiva infantil foi se modificando e deixou de ser influenciada pelo rádio ou pelo teatro, ganhando características próprias e se aproximando de filmes e telenovelas, até ser aos poucos substituída por desenhos e animações.

Deste modo, apesar da televisão ser um dos instrumentos do que Adorno e Horkheimer (1990) denominam Indústria Cultural³, percebe-se que, em alguns casos, ela permitia a fantasia e aguçava a imaginação. Deste modo, as afirmações de Edgar Morin (1997) a respeito da indústria cultural permitem compreenderem que não há apenas negatividades em torno dos produtos da televisão aberta. Segundo o teórico, é graças a esse impulso da produção em massa que a maioria das pessoas pode ter acesso a cultura, mesmo que esta muitas vezes seja usada a favor do

capitalismo. Ainda segundo o teórico “O vento que assim se arrasta em direção à cultura é o vento do lucro capitalista. É para e pelo lucro que se desenvolvem as novas artes técnicas” (MORIN, 1997, p. 22).

2 A CRIANÇA E A INDÚSTRIA CULTURAL

Se no século XIX, o jogo e o lúdico formavam as bases para a formação da cultura e da sociedade, pois era por meio dessas ações que a civilização surgia e se desenvolvia, testava regras e estratégias, e a criança desenvolvia seus valores – sua sociabilidade - após esse período e a Revolução Industrial, de acordo com Huizinga (2004), houve uma queda da ludicidade, e o brinquedo por sua vez também sofreu alterações.

Para Benjamin (2002, p. 84) os primeiros instrumentos de diversão que possuíam traços virtuais surgem no século XIX:

Ainda mais profundamente do que por teatro de marionetes, somos introduzidos nos mistérios do mundo lúdico pelas câmaras ópticas, pelos dioramas, mirioramas e panoramas, cujas imagens eram confeccionadas em sua maioria na cidade de Ausburgo. "Já não se tem mais isto", ouve-se com frequência o adulto dizer ao avistar brinquedos antigos. Na maior parte das vezes isso é mera impressão dele, já que se tornou indiferente a essas mesmas coisas que por todo canto chamam a atenção da criança (BENJAMIN, 2002, p.84).

O excerto de Benjamin sobre as transformações ocorridas no século XIX como efeito da industrialização permite depreender que essa época marca o distanciamento entre as crianças e seus pais que, antes, participavam juntos da construção do brinquedo, que, feitos a partir de objetos como

madeira, ossos, tecidos, argila, representam nesse microcosmo os materiais mais importantes, e todos eles já eram utilizados em tempos patriarcais, quando o brinquedo era ainda a peça do processo de produção que ligava pais e filhos. Mais tarde vieram os metais, vidro, papel e até mesmo o alabastro (BENJAMIN, 2002, p. 92).

Esses instrumentos de brincar arcaicos, para Benjamin, desprezam toda máscara imaginária (possivelmente ligados na época a rituais): bola, arco, roda de penas, pipa – e assumem sua forma de autênticos brinquedos, que, “quanto mais atraentes, no sentido corrente [...] mais se distanciam dos instrumentos de brincar” (BENJAMIN, 2002, p. 93).

No cenário de mudanças ocorridas no final do século XIX, pois, novos instrumentos passam a ganhar espaço e produzir sentido. Esses instrumentos como “O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema.” (ADORNO e HORKHEIMER, 1990, p. 113), e se manifestam em inúmeras dimensões, dentre elas, a infância.

Esse sistema, segundo Adorno e Horkheimer (1990, p. 114) cria “a falsa identidade do universal e do particular” e manipula as massas que não percebem o poder da Indústria Cultural. Nesse sentido, o cinema, o rádio, a televisão, as revistas e os jornais são as formas de expressão de um monopólio e “não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem” (ADORNO e HORKHEIMER, 1990, p. 114).

O termo Indústria Cultural foi usado pela primeira vez por Adorno e Horkheimer na “Dialética do Esclarecimento”, publicada em 1947, para refletir sobre a contemporaneidade e apresentar um substituto ao termo cultura de massa. Assim, a Indústria Cultural, segundo os teóricos, ligada ao sistema social, político e econômico, interfere no universo infantil, provocando mudanças significativas em sua formação.

Dentre as estratégias utilizadas pela Indústria Cultural, a diversão é uma das mais significativas em se tratando de crianças, por ser o fator que mais as atrai. Adorno e Horkheimer (1990, p. 128) abordam essa questão e são enfáticos ao defenderem que “a indústria cultural permanece a indústria da diversão”, pois no contexto da indústria cultural, a diversão é associada ao consumo, em cujo vértice converge a alienação e a massificação.

O cinema também é uma das estratégias enfocadas pelos teóricos, segundo o qual os filmes produzidos para as crianças costumam passar a ideia de que o mundo da fantasia fora substituído por um mundo definido pela técnica: “os filmes de animação eram outrora expoentes da fantasia [...] hoje, apenas confirmam a vitória da razão tecnológica sobre a verdade” (ADORNO, 1990, p. 129). Assim, a crítica que faz aos filmes deve-se ao fato deles não serem destinados à fantasia, mas sim à razão que ensina que o brincar não é criar, mas sim manipular brinquedos técnicos.

Como a diversão passa a ser artificial, o riso, cujo sentido é atrelado à espontaneidade torna-se, segundo os teóricos, “um meio fraudulento de ludibriar a felicidade [...] Rir-se de alguma coisa é sempre ridicularizar.” (ADORNO e HORKHEIMER, 1997, p. 132) e esse ridicularizar constitui-se no caminho para a violência. Assim, há a defesa de que a Indústria Cultural subtraiu um dos atos mais importantes da criança: a construção de seus próprios brinquedos.

A programação infantil, oscilando entre desenhos, programas de humor e violência, apresenta cenas rápidas que não permitem ao espectador reagir frente ao produto. De acordo com Adorno e Horkheimer (1997) é por meio da falta de reflexão que a indústria cultural ganha espaço. Na sociedade midiática, o indivíduo desde a infância é encantado pelo espetáculo que a mídia televisiva transmite e pela falsa ilusão de prazer, fantasia, gozo.

Chauí (1996) entende que seguindo a dinâmica da sociedade capitalista, cabe aos meios midiáticos estimular de todas as formas possíveis o imaginário das crianças com a finalidade de introduzir nesses indivíduos a necessidade de consumo e transformá-los em crianças consumidoras.

Edgar Morin (1977), diferente de Adorno e Horkheimer, consegue vislumbrar espaços para a arte e para a criação no contexto marcado pela indústria cultural. Para ele, a cultura penetra o indivíduo em sua intimidade. Com isso, o lado real passa a suprir constantemente o lado imaginário e *vice versa* por meio da projeção.

A televisão, o rádio e a imprensa são meios velozes em relação à produção e ao consumo psíquico, por não ser palpável. Apesar de visar produtos que satisfaçam grande número de pessoas, interesses distintos pedem sempre produtos individualizados e novos. Diante desses interesses distintos, a possibilidade para que a indústria cultural e o público consigam se organizar encontra-se na própria “estrutura do imaginário”, que se constrói a partir de arquétipos, em que “figurinos-modelo” da idealização humana ordenam os sonhos, mais especificamente os “sonhos racionalizados”. Deste modo, mesmo em um tempo tão desgastado em relação ao fornecimento de entretenimento que permita a expansão da imaginação, essa “estrutura do imaginário” consegue adaptar-se sem prejuízos.

3 AS VERSÕES PARA A TELEVISÃO DO *SÍTIO DO PICAPAU AMARELO* E A INDÚSTRIA CULTURAL

Por não conseguir oferecer produtos novos com a mesma intensidade da demanda do público, é comum que a indústria cultural atualize alguns produtos de sucesso colocando-os novamente em circulação. A reutilização de programas já exibidos corre o risco de desagradar, uma vez que os receptores estão sujeitos a transformações na maneira de pensar e agir.

O *Sítio do Picapau Amarelo* adaptado a partir da obra de Monteiro Lobato pode ser entendido como um exemplo desses produtos de sucesso reutilizados pela indústria cultural.

Em 1952, o grupo de teatro semiamador do Teatro Escola de São Paulo (TESP), formado por Júlio Gouveia e Tatiana Belinky foi convidado a se apresentar na TV Tupi de São Paulo, com uma peça de natal. Dado o sucesso, o grupo foi convidado a fazer parte da emissora. As “Fábulas Animadas”, programa baseado em obras literárias de várias origens, tinham dentre as suas adaptações a série *Sítio do Picapau Amarelo*, baseada na obra homônima de Monteiro Lobato, que foi exibida por 11 anos. Paralelamente a essas exibições, a TV Tupi do Rio de Janeiro, por dois

meses, exibiu uma versão feita por Maurício Sherman e Lúcia Lambertini, que também era a atriz que interpretava a personagem Emília. A série, segundo a *Folha de São Paulo* buscava ser fiel ao original, conservando as características de humor crítico do autor.

A série de Gouveia e Belinky encerrou sua produção em 1963, com um total de 360 episódios. Em 1964, a atriz e diretora Lúcia Lambertini levou a série para a TV Cultura onde foi produzida durante seis meses, porém, não conseguiu repetir o sucesso da versão anterior. Então, em 1967, a TV Bandeirantes criou uma nova adaptação que ficou três anos no ar. Já em 1973, foi lançado um segundo filme, *O Picapau Amarelo*, que também não atingiu o sucesso esperado. Assim, em 1977, a TV Globo comprou os direitos e começou a produzir o *Sítio do Picapau Amarelo*, em convênio com a TV Educativa e o Ministério da Educação e Cultura, entre 1977 e 1986, que foi adaptado pelos autores Paulo Afonso Grisolli e Wilson Rocha, sob direção de Geraldo Casé. O programa era uma fusão de entretenimento e informação/instrução, porém, não adotava uma linguagem pedagógica.

A TV Globo investiu nesse projeto um valor similar ao destinado à produção de suas telenovelas. No *Dicionário da TV Globo* (2003, p. 713) é salientado o investimento da emissora no projeto:

O projeto do Sítio do Picapau Amarelo começou a ser desenvolvido no início de 1976. Desde essa época começou a construção de um sítio em Barra de Guaratiba, no Rio de Janeiro, com uma casa de vários cômodos, varanda e celeiro, além de uma grande horta, pomar e jardim em volta, formando o cenário principal do programa. As gravações internas eram realizadas nos estúdios da Cinélandia também no Rio de Janeiro.

Como os autores e diretores envolvidos na produção do programa procuravam, obedecendo às diferenças de cada gênero, ser fieis à obra de Monteiro Lobato, preocupavam-se em pesquisar sobre o estilo do escritor para manter certas palavras e expressões. Assim, pode-se dizer que o programa televisivo manteve preservados os fundamentos do universo literário do escritor:

Wilson Rocha ressaltava a tentativa de recuperar certas palavras e expressões favoritas de Monteiro Lobato. Assim, a realização do programa contava com o apoio de uma equipe especializada em lingüística, ciência, educação, psicologia, pesquisa e sociologia, e a seleção do conteúdo de cada capítulo era feita pelos autores e pelo grupo de apoio pedagógico (2003, p.713).

No entanto, por ser uma adaptação, o programa também tinha como primazia aproximar os personagens lobatianos da realidade atual e, sobretudo, adequar a linguagem a esse contexto (1977).

A versão televisiva do *Sítio do Picapau Amarelo* na emissora Globo conservava o conteúdo rural que era uma característica marcante da obra de Monteiro Lobato, porém, não desolava da história a criança urbana, ou seja, o programa também trazia histórias onde o foco era

a criança que habitava as grandes metrópoles e não somente aquela que vivia nas cidades pequenas e/ou nas zonas rurais. E, é justamente nesse entrecho que o personagem Pedrinho aparece, já que é este que faz o elo entre a cidade e o campo.

Nesta versão do *Sítio do Picapau Amarelo* também há um toque de modernidade para acompanhar a sociedade brasileira da época, por isso havia na sala de Dona Benta um aparelho de televisão, algo até então pouco visto na zona rural, porém, foi inserido no programa com um intuito de atualização. No entanto, esse tipo de inserção na adaptação da obra de Monteiro Lobato era sempre feita com cautela, segundo ainda o *Dicionário da TV Globo* (2003, p. 713):

O diretor Geraldo Casé aponta a presença de um aparelho de televisão na sala de Dona Benta, embora nem sempre ele fosse usado ou mesmo mostrado. Segundo o diretor, o programa era atemporal, e houve uma preocupação de não urbanizar demais a parte rural, para não se perder o contraste vivido por uma criança que sai do centro urbano e vai para um sítio.

Outro fato interessante presente nessa versão televisiva do *Sítio do Picapau Amarelo* eram os recursos tecnológicos utilizados para dar vida aos personagens incomuns da história de Lobato. O *chromakey*, por exemplo, (recurso que permite que a imagem captada por uma câmera possa ser inserida sobre outra, criando-se a impressão de primeiro plano e fundo) permitia a aparição na tela de personagens de tamanhos diferentes.

A TV Globo ainda encomendou uma trilha sonora com músicas especialmente criadas pra ilustrar as personagens de Monteiro Lobato, a letra das músicas ressaltava a mitologia e o folclore brasileiro.

Em 1985, com o constante desenvolvimento que o país atravessava e com as mudanças de interesse das crianças, os autores dessa adaptação modificaram em parte a história do *Sítio do Picapau Amarelo* com a finalidade de aproximarem-na da realidade da atual criança brasileira. No *Dicionário da TV Globo* (2013, p. 715) há a afirmação de que:

Em 1985, segundo o diretor Geraldo Casé, o Sítio do Picapau Amarelo apresentou uma proposta de modernização, passando a usar códigos cotidianos das crianças daquele tempo, atualizando-se a linguagem e transformando-se o programa numa atração contemporânea. Assim, no Arraial dos Tucanos apareceram orelhões nas ruas e havia jeans na vendinha do Elias, por exemplo. O objetivo era dar a série uma codificação compreensível, mais próxima da realidade das crianças que assistiam ao programa.

O programa foi exportado para diversos países, porém, ao ser exibido na Angola causou uma enorme polêmica onde atribuíram a adaptação da obra de Monteiro Lobato como um programa preconceituoso:

O programa foi vendido para diversos países, entre eles Chile, Colômbia, Guatemala, Itália, Nicarágua, Paraguai e Portugal. Angola também foi um dos países que adquiriu o *Sítio do Picapau Amarelo*, em 1979, mas o governo angolano tirou a série do ar depois de já terem sido exibidos sete episódios, por considerá-la racista, sob a alegação de que não gostavam de ver o negro – principalmente a personagem Tia Anastácia – apresentado apenas em funções subalternas. (Id. Ib, p. 715).

Apesar dessa polêmica, a UNESCO elegeu essa versão do *Sítio do Picapau Amarelo* como um dos melhores programas infantis do mundo, e isso foi possível graças à genialidade de Monteiro Lobato que por ser um autor atemporal, pôde levar à criança um sábio mundo imaginário.

A segunda e, até então, última versão do *Sítio do Picapau Amarelo* exibida pela TV Globo entre 2001 e 2007, foi adaptada por Cláudio Lobato, Luciana Sandroni e Toni Brandão, contou com a direção de núcleo de Roberto Talma e tinha como proposta predominante atualizar a obra de Monteiro Lobato, sendo o mais fiel possível – como na versão da década de 1970. Porém algumas alterações tiveram que ocorrer para “modernizar” o programa, deixa-lo mais atual, como, por exemplo, a inserção do computador de Dona Benta e do forno micro-ondas de Tia Anastácia em substituição aos livros e ao antigo fogão a lenha.

Também a linguagem se modificou ou se “atualizou” na última versão do *Sítio*, porém, na fala das personagens, algumas das expressões arcaicas permaneceram, como: “canastra da Emília” ou “torneirinha de asneira”, expressões de Monteiro Lobato.

Embora com algumas mudanças, ainda assim o programa obteve boa crítica e garantiu ótima repercussão e audiência, obtendo sucesso entre seu público-alvo a ponto de impulsionar o íbope da emissora no horário de exibição.

Outro fato interessante da nova adaptação é a abertura, que mostra a simulação de uma viagem pelo universo literário de Monteiro Lobato com uma mistura de animação e personagens reais circulando pelas páginas de um livro e a trilha sonora do programa, com regravações das músicas que embalaram a adaptação anterior.

Em relação à adaptação de 1977, uma diferença marcante é a construção das personagens. A boneca Emília, assim como os netos de Dona Benta, passou a ser representada por uma criança de fato e não por um adulto, como nas versões anteriores. Essa escolha tira um dos aspectos teatrais da programação, tornando-a mais “realista”. Além disso, a partir de 2006 os personagens, figurino e cenário mais modernos, aliados às técnicas de câmera como enquadramentos e iluminações, permitiram vislumbrar nas panorâmicas todo o cenário natural do sítio.

A plasticidade do programa infantil evidenciada pela modernização da indumentária, da maquiagem e do cenário, não prejudicou em nada a construção do universo simbólico da série. No entanto, apesar do preparo e investimento da emissora, ao longo dos anos em que esteve no ar, houve gradativa queda na audiência do programa e, por essa razão, sua transmissão foi cancelada após sete anos.

As informações a respeito das versões do *Sítio do Picapau Amarelo* permitem observar aspectos da recepção desse programa. Em um primeiro momento, o sucesso surpreende os produtores acostumados ao teatro. Posteriormente, ocorrem grandes investimentos financeiros e o programa passa por adaptações a fim de modernizar-se e garantir melhor assimilação. Trata-se da padronização comum às grandes produções que são feitas com a finalidade de ampliar o número de telespectadores e a indústria cultural, segundo Adorno e Horkheimer, mantem-se da oferta desses produtos padronizados e funcionam como manipuladores das massas que os consomem.

Edgar Morin (1977) defende que em meio a essa padronização, alguns produtos contemplam a criação e a alta cultura. O *Sítio do Picapau Amarelo* pode ser considerado um exemplo desse tipo de produto, pois estabelece o diálogo com a literatura. Dessa forma, as crianças que assistem ao programa tem a oportunidade de aprender de forma divertida, por meio de um enredo e de uma linguagem que aciona o lúdico. No entanto, a padronização também se faz presente, pois o programa modifica a versão original visando a audiência, ou seja, busca exercer o controle sob o indivíduo tornando-se familiar, de fácil assimilação.

O *Sítio do Picapau Amarelo* adaptado para a televisão age, muitas vezes, estereotipando alguns personagens de modo a antecipar para o telespectador sua participação na realidade social. Os estereótipos, segundo Adorno e Horkheimer são instrumentos necessários de economia e aprendizagem. No programa, o personagem Gato de Botas, por exemplo, transforma-se no estereótipo do carioca, pois assume seu modo de falar e tem como atributo principal a malandragem. Da mesma forma, o Coronel Teodorico, personagem existente apenas na versão televisiva, assume o estereótipo do político corrupto, comprador de votos.

Assim, nota-se a presença de elementos que conservam as marcas da literatura lobatiana e que representam a alta cultura, mas também se observa que algumas mudanças são efetuadas no sentido de garantir maior audiência. Essa busca por uma versão que agradasse os espectadores afetou a trama, exigindo sua atualização. Assim, a *internet* passa a ser um meio comum nas comunicações de Dona Benta, por exemplo. A atualização é considerada por Edgar Morin um tipo de banalização, pois é um modo de se aproximar da realidade social dos telespectadores permitindo um maior conforto para assimilar a história e seu contexto.

4 APOGEU E DECLÍNIO

A programação infantil apareceu na TV brasileira logo no seu início, em 1950, contribuindo na formação de sua identidade visual. Com o passar dos anos e com a expansão dos domicílios brasileiros com aparelhos de TV, a televisão foi chegando e conquistando todas as classes sociais e, com isso, coube a ela assumir o compromisso de levar cultura para os telespectadores.

A popularização da TV foi o fator determinante na constatação de sucesso dos programas televisivos. A programação das emissoras procurava ser democrática e atender o gosto de toda a família, por isso havia e ainda há programas destinados para os adultos, outros para o público masculino, outros para os jovens, programas voltados especificamente para as mulheres e, ainda, os programas infantis.

De 1950 a 1990 o único advento tecnológico presente na maioria dos domicílios brasileiros era o aparelho de televisão, as crianças de antigamente não tinha tantas opções de entretenimento se restringindo apenas aos brinquedos, às brincadeiras de rua ou assistindo aos programas televisivos.

Os programas infantis tornaram-se, durante as décadas de 1980 à 1990, uma mania nacional entre as crianças, foi um fenômeno midiático que consolidou a televisão como um precioso objeto de cultura de massas. Sendo por isso que todas as emissoras de televisão no Brasil desse período investiram na produção e exibição desse tipo de programa, sendo produzidos os mais variados tipos de programas infantis desde os compostos por platéias integrada por crianças como o “Xou da Xuxa”, como programas literários como o “Sítio do Picapau Amarelo” ou então programas com brincadeiras pedagógicas como a “TV Colosso”. Foi uma época de ouro não somente para a televisão brasileira, mas principalmente para a geração de crianças que vivenciaram essa época.

Com o avanço da tecnologia esse cenário mudou, as crianças trocaram a diversão televisiva pelos jogos eletrônicos do computador, do celular e do *tablet*, e por isso a programação infantil foi perdendo espaço na TV aberta, sobretudo, por falta de anunciantes insatisfeita com a baixa audiência.

O público infantil que nos anos 1980 e 1990 passava em média 8 horas na frente de um aparelho de televisão, ao contrário de hoje em dia, que fica apenas cerca de 4 horas, e este tempo é atribuído, muitas vezes, aos desenhos animados dos canais de TV a cabo.

Tanto o apogeu como o declínio na programação infantil da televisão brasileira pode ser identificado através da adaptação do *Sítio do Picapau Amarelo*, adaptação da clássica obra de Monteiro Lobato que sempre será considerada um dos maiores clássicos da literatura infanto-juvenil brasileira. A adaptação do *Sítio* para a televisão conquistou crianças e adultos em todas as vezes que foi produzida, porém, depois do chamado ‘tempo de novidade’, como se diz no meio televisivo, a atração perdia o público restando-lhe apenas a audiência composta pelo público infantil e, foi assim em todas as adaptações televisivas da obra de Monteiro Lobato até mesmo na dos anos 1980 que é até hoje a de maior duração e de maior sucesso.

Devido o desinteresse das crianças por programas infantis na TV aberta as emissoras de televisão estão reduzindo cada vez mais programas destinados a esse público, os únicos que ainda restam são os desenhos animados, isso porque as crianças desse início de século XXI estão se comportando e se portando cada vez mais como adultos, com gosto e interesses por tecnologia, e com isso, aquela ‘atmosfera’ lúdica presente nos programas infantis de antigamente vai – lamentavelmente - se perdendo na história dessa nova geração.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tratar do apogeu e declínio da programação infantil da televisão brasileira é uma tarefa que exige, além de amplas pesquisas bibliográficas, um senso de observação da atualidade. Nota-se que a concepção de brinquedo modificou-se ao longo dos dois últimos séculos, graças à invenção do cinema e, depois, da televisão, assim como as outras fontes de entretenimento também se modificaram para se adequarem ao novo contexto tecnológico e global.

Se para Adorno e Horkheimer a indústria cultural representou a massificação e a acomodação intelectual, percebe-se com as teorias de Edgard Morin uma busca por enfrentá-la para dela se extrair os elementos formadores de uma nova cultura ou alta cultura, que, apesar de voltada às massas, também possui os elementos artísticos do espetáculo, do que causa encantamento e aguça a reflexão.

O *Sítio do Picapau Amarelo*, assim, pode ser considerado um exemplo de programação televisiva que se moldou aos novos tempos e tentou abarcar um vasto público, mas também procurou manter alguns dos elementos lúdicos que permitiram seu sucesso em anos anteriores. O declínio, porém, pode estar atrelado às mudanças do indivíduo e aos seus interesses, pois não foi a programação infantil *Sítio do Picapau Amarelo* que se tornou “desinteressante”, mas a televisão aberta de um modo geral deixou de ser o centro do entretenimento para ser apenas uma das formas

dele. O importante, porém, é observar que os programas infantis de qualidade conseguem, mesmo após inúmeras repetições, revestirem-se de significados novos. Assim, apesar das constantes mudanças no sentido de oferecer às massas um programa de fácil assimilação, considera-se o *Sítio do Picapau Amarelo* um programa que, retomando a citação de Caetano Veloso em epígrafe, continua sendo “tomado pelo que ele é. De poesia”.

NOTAS

- ¹ Assis Chateaubriand, proprietário dos Diários e Emissoras Associados, cadeia de estações de rádio, jornais e revistas, foi um dos responsáveis pela indústria televisiva no Brasil.
- ² Peças transmitidas ao vivo que proliferaram durante as primeiras décadas da televisão.
- ³ A expressão “indústria cultural” é cunhada por Theodor Adorno em sua obra *Dialética do esclarecimento*, escrito com a colaboração de Horkheimer e publicado em Amsterdã, em 1947. O termo é empregado como sinônimo de “cultura de massas”.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. “A Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação das massas”. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

ARREGUY, Sérgio. **O Auge e o Declínio da Programação Infantil na TV Comercial Brasileira**. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/1357/926>>. Acessado em: 20/06/2014.

BENJAMIN, Walter. **Reflexões sobre o brinquedo, a criança e a educação**. São Paulo, Ed. 34, 2002.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**, Obras escolhidas I, SP, Ed. Brasiliense, 1986.

BUCCI, Eugenio. **A TV aos 50: Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo, Fundação Perseu Abramo, 2000.

CAPARELLI, Sérgio. Televisão, programas infantis e a criança. In: ZILBERMAN, Regina. (org.) **A produção cultural para crianças**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1982.

CHAUÍ, Marilena de Souza. **Conformismo e Resistência: aspectos da cultura popular no Brasil**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1996.

FERNANDES, Guilherme Moreira; MACHADO, Marcello Pereira; RODRIGUES Diogo Mendes. **O Império Não é Mais o Mesmo: uma análise dos Programas Infantis de Auditório**. São Paulo: Unescom, 2006.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Ainda Existem Bons Programas Infantis**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/2013/08/1327587-ainda-existem-bons-programas-infantis-na-tv-aberta-veja-o-que-a-folhinha-garimpou.shtml>>. Acesso em: 20/06/2014.

GRADE INFANTIL perde 29% de Audiência. Disponível em: <<http://tvemrevistauff.blogspot.com.br/2013/10/grade-infantil-diaria-perde-29-de.html>>. Acesso em: 20/06/2014.

HISTÓRIA da televisão brasileira. Disponível em: <<http://www.microfone.com.br>>. Acesso em: 20/06/2014.

HUZINGA, Johan. **Homo Ludens**. SP: Perspectiva, 2004.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Publicidade infantil**: entenda quais são os perigos. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/publicidade-infantil-entenda-quais-so-os-perigos>>. Acesso em 15 de dez de 2014.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: 2002, EDUFBA.

MARTINS, M. H. **Outras leituras**: literatura, televisão, jornalismo de arte e cultura e linguagens itinerantes. São Paulo: Editora Senac; Itaú; Cultural, 2000.

MEMÓRIA GLOBO. **Dicionário da TV Globo, vol. 1**: programa de dramaturgia e entretenimento. Rio de Janeiro, Jorge Zahar: 2003.

MEMÓRIA GLOBO. **Almanaque da TV Globo**. Rio de Janeiro, Globo: 2008.

MEMÓRIA GLOBO. **Autores**: histórias da teledramaturgia. São Paulo, Globo: 2008.

MEMÓRIA GLOBO. **Guia Ilustrado da TV Globo**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar: 2010.

MOREIRA, R. Vendo a televisão a partir do cinema. In: HAMBURGUER, E.; BUCCI, E. **A TV aos 50**: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

MORIN, Edgar. **A indústria Cultural**. Cultura de Massa no Século 20. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1977.

OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de. **O Livro do Boni**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011.

PEREIRA, Rita Marisa Ribes. Infância, televisão e publicidade: uma metodologia de pesquisa em construção. In: **Cadernos de Pesquisa**, n. 115, março 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n116/14400.pdf>>. Acesso em 15 de dez de 2014.

SALOMÃO, Mônica. **Mídia e universo infantil**: um estudo de caso do mundo simbólico construído pelo Sítio do Picapau Amarelo. 2005. 85f. Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo – Departamento de Ciências da Comunicação, Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte-MG.

SANDRINI, Luciana. **Minhas Memórias de Lobato:** Contadas por Emília, Marquesa de Rabicó e pelo Visconde de Sabugosa. São Paulo, Companhia das Letras: 1998.

SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da Fala:** função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes. 1984.