

## **Existe espaço para as crianças na televisão! A presença da programação infantil na TV aberta mundial**

### **There is enough space for children on television! The presence of children's programming in worldwide broadcast TV**

*Ariane Diniz Holzbach*<sup>1</sup>

*Joana D'Arc de Nantes*<sup>2</sup>

*Gabriel Ferreirinho*<sup>3</sup>

**Resumo:** *Este trabalho objetiva compreender o lugar que a programação infantil ocupa na TV aberta considerando o papel das grades de programação na estruturação dos conteúdos televisivos. Nosso argumento tem em vista que: 1) as grades são fundamentais para compreensão das práticas de veiculação e consumo da TV contemporânea; e 2) a partir da análise das grades é possível compreender diversos fenômenos relacionados à programação infantil. A proposta é investigar a presença desse conteúdo na televisão aberta considerando para isso um mapeamento realizado em grades de 16 países e 30 canais. A análise revela a ainda marcante presença dos produtos infantis na TV e enfatiza a importância de perceber as televisões em diálogo com contextos globais.*

**Palavras-chave:** *programação infantil; grade de TV; televisão aberta.*

**Abstract:** *This paper aims to understand the place that children's TV programming occupies in broadcast TV taking into account the role of the schedule*

1 Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói, RJ, Brasil.

<https://orcid.org/0000-0002-8548-0220> E-mail: [arianeh@id.uff.br](mailto:arianeh@id.uff.br)

2 Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói, RJ, Brasil.

<https://orcid.org/0000-0001-6437-240X> E-mail: [joanadarc@id.uff.br](mailto:joanadarc@id.uff.br)

3 Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói, RJ, Brasil.

<https://orcid.org/0000-0002-1607-9142> E-mail: [gabrielferreirinho@gmail.com](mailto:gabrielferreirinho@gmail.com)

*in the structure of television contents. Our main argument is that: 1) TV Schedules are fundamental elements for understanding the consumption practices of contemporary TV and 2) from the analysis of TV schedules it is possible to understand a series of phenomena related to children's TV programming. Our proposal is to investigate the presence of children's TV content in the worldwide broadcast television by making a mapping which includes 16 countries and 30 TV channels. The global analysis reveals the strong presence of children's content on TV and the importance of perceiving local television in relation to global ones.*

**Keywords:** *children's programming; TV schedule; broadcasting TV.*

## Introdução

A programação direcionada às crianças acompanha a história da televisão aberta mundial desde seu cerne e se desenvolveu em ritmo sempre crescente até mais ou menos o início dos anos 2000. Em inúmeros casos, como o brasileiro, a programação infantil ocupou grandes fatias das grades de televisão das emissoras abertas a ponto de serem criados gêneros televisivos específicos para atrair as crianças, como os programas infantis de auditório e as telenovelas infantis e infantojuvenis. Esses programas chegaram não só a ocupar muitas horas diárias da programação como formaram cinturões de grandes audiências, o que em muitos casos acirrou disputas pela audiência mirim entre diferentes emissoras.

Atualmente, o cenário parece diferente. A televisão aberta estadunidense, por exemplo, que ajudou a consolidar a televisão como um espaço profícuo de consumo midiático infantil (STABILE; HARRISON, 2003), não exhibe nenhum conteúdo direcionado prioritariamente às crianças. No Brasil, a Globo, que durante mais de 20 anos dedicou todas as manhãs da semana a produtos infantis (com programas como *Balão Mágico*, *TV Colosso* e *Xou da Xuxa*), hoje não tem nenhum programa regular dedicado a crianças. Igualmente, em canais como Band, Record e RedeTV houve uma significativa redução no decorrer dos últimos anos<sup>4</sup>. É verdade que existe, nos casos brasileiro e estadunidense diversos canais por assinatura exclusivos para os pequenos (Cartoon Network, Disney Channel, Discovery Kids, Gloob, Nickelodeon etc.), mas convém ter em vista que a televisão por assinatura ainda é um produto de elite<sup>5</sup>. Serviços de streaming como a Netflix são relevantes, mas se no mundo todo esta plataforma reúne 63 milhões de assinantes fora dos

4 Entre 2012 e 2016, de acordo com relatórios anuais da TV aberta produzidos pela Ancine, na Band houve diminuição de um total anual de 5,08% da programação destinada a crianças para 0,25%; na Record ocorreu redução de 2,98% para 0%; na Rede TV os números foram de 2,95% para 0%.

5 O Brasil tem 17,7 milhões de assinantes de TV por assinatura em um contexto no qual há 67,3 milhões de domicílios e mais de 102,6 milhões de aparelhos de TV.

Estados Unidos<sup>6</sup>, é de se supor que se trata de um serviço ainda pouco presente no universo infantil global.

Com essas considerações em vista, este trabalho tem como objetivo investigar a presença da programação infantil na TV aberta comercial brasileira, mas sob um viés global, que insira a televisão local em um contexto mais amplo no qual ela é percebida como um dos elementos de um processo cultural (CAREY, 1992) cujas características podem ajudar não apenas a compreender fenômenos da nossa televisão, mas, complementando as conhecidas palavras de Williams (2016), sobretudo entender a televisão como uma forma cultural *global*. Nesse sentido, como medir a presença/ausência de conteúdo infantil nas TVs abertas brasileiras considerando as televisões de outras partes do mundo? Em que medida a programação infantil exibida nas televisões de diferentes países lida com a produção local? E de que maneira essa produção dialoga com os produtos importados?

Cientes de que são perguntas complexas, cujas respostas extrapolam os limites de um artigo, nossa proposta é fazer um mapeamento inicial da programação infantil encontrada mundialmente nos canais abertos, de modo a inserir o caso brasileiro em um processo cultural que, como tal, não pode ser compreendido isoladamente. Para isso, realizamos uma extensa análise da grade de programação dos canais abertos privados de 16 países, destacando especialmente: 1) o tempo dedicado aos programas infantis em cada grade, 2) o tipo de programação (se importado ou produção local) e 3) quais programas são veiculados. Esta proposta requer que, primeiramente, realizemos uma breve análise relativa à importância da programação infantil como elemento ímpar para compreensão da televisão como forma cultural para, em seguida, analisarmos as grades pesquisadas.

6 Dados de 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/04/netflix-atinge-1189-milhoes-de-assinantes.shtml>. Acesso em: 18 jan. 2019.

## A programação infantil como consequência da grade de programação

O desenvolvimento da programação infantil na televisão tem uma profunda ligação com a instituição da grade desde que a TV começou a se popularizar, após a Segunda Guerra Mundial. Nessa época, as crianças já formavam um grupo de interesse das emissoras, o que pode ser especialmente percebido nas televisões estadunidenses, britânicas e também brasileiras. Na Inglaterra, o primeiro programa televisivo para crianças foi exibido a partir de 1946 na BBC. *Muffin the Mule* era uma pequena marionete em forma de mula que interagia com a apresentadora Annette Mills. Durante a década de 1950, a BBC exibiu pelo menos sete programas para crianças, sendo grande parte direcionada a crianças pequenas<sup>7</sup>. Muitos eram inspirados no teatro infantil e contavam com fantoches, números musicais e participação de adultos e crianças, o que sinaliza um olhar hegemônico de época que formatou a percepção de que programação infantil seria direcionada especialmente para a primeira infância.

No contexto estadunidense, entre 1947 e 1963, as emissoras transmitiram mais de 100 programas infantis (SHELBY JR., 1964, p. 247). Os telecines<sup>8</sup> e, posteriormente, os kinescopes<sup>9</sup> permitiram que as televisões oferecessem uma grande variedade de produtos infantis para além dos programas de auditórios e peças teatrais, como filmes e desenhos animados, mesmo antes da invenção do *videotape*. Nesse contexto, o primeiro programa infantil das televisões estadunidenses foi *Movies for Small Fry Club*, transmitido entre 1947 e 1951 pela extinta DuMont Television Network. Nessa atração, inicialmente, eram exibidos filmes

7 Eram eles: *Andy Pandy* (1950), *Sooty* (1952), *Bill and Ben the Flowerpot Men* (1952), *Watch with Mother* (1953), *The Woodentops* (1955), *Pinky and Perky* (1957) e *Blue Peter* (1958). Disponível em: <https://www.independent.co.uk/news/media/are-you-sitting-comfortably-a-history-of-childrens-tv-1335443.html>. Acesso em: 7 fev. 2019.

8 Os telecines que captavam as projeções filmicas através de câmeras e, na sequência, transformavam as imagens óticas em sinais eletrônicos para transmissão na televisão (BALAN, 2012).

9 O kinescope foi desenvolvido em 1947 pela DuMont Laboratories e lançado comercialmente pela Kodak; através dele era possível a gravação em filme de imagens reproduzidas pela televisão (NANTES, 2018a).

para crianças acompanhados da voz em off do apresentador Bob Emery (HOLZ, 2017). Nesse mesmo período, a NBC transmitiu *Howdy Doody*, comandado por Bob Smith em companhia de uma marionete que dava nome à atração. Durante essa fase inicial da TV nos Estados Unidos, a NBC chegou a exibir 14 horas e a CBS 13 horas semanais de programação infantil (SHELBY JR., 1964)<sup>10</sup>, o que demonstra a significativa presença das crianças em frente à tela, considerando que a grade televisiva ainda não totalizava as 24 horas do dia.

Aos poucos, os fantoches e programas mais teatrais foram perdendo espaço e os desenhos animados se tornaram hegemônicos nas grades estadunidenses. Esses produtos sofreram um complexo processo de mudança de público ao migrarem do cinema para as grades das emissoras abertas. Quando eram exibidos apenas no cinema, no início do século XX, os desenhos eram percebidos socialmente como curtas-metragens e objetivavam, sobretudo, entreter os adultos, enquanto estes esperavam o filme principal começar. Esses curtas, então, foram adquiridos pelas primeiras emissoras abertas estadunidenses e passaram a compor a programação quando os canais ainda estavam definindo seu espaço (MITTELL, 2003; STABILE; HARRYSSON, 2003). Em pouco tempo, as emissoras perceberam que os desenhos tinham especial apelo junto às crianças, um público que: 1) não se incomodava com a repetição de conteúdo e 2) assistia à televisão em horários diferente dos pais, motivando a presença televisiva nos ambientes domésticos para além do horário de lazer dos adultos.

Para explorar de maneira eficiente esse conteúdo considerando a audiência infantil, as emissoras passaram a exibir os “curtas” animados em sequência, além de escolherem para isso os momentos do dia em que as crianças estariam supostamente dispostas a consumir televisão. Esse movimento foi responsável especialmente por dois fenômenos relacionados à instituição cultural da televisão: de um lado, os curtas animados – que incluíam produtos como *Betty Boop*, *Felix o Gato*, *Pica-Pau*, *Popeye* e

10 Isso aconteceu em 1956. Entre o final dos anos 1940 e 1950, a NBC expandiu sua programação infantil com outras atrações como *Judy Splinters* (1949-1950) e *Kukla, Fran and Ollie* (1947-1957).

*Tom e Jerry* – foram sendo percebidos não mais como curtas para adultos, mas como desenhos animados infantis. O mesmo conteúdo, com isso, alterou seu público ao serem modificadas a plataforma midiática e a dinâmica de exibição. De outro lado, a necessidade de aglutinar desenhos em espaços temporais determinados ao longo do dia ajudou a evidenciar, junto às emissoras, a necessidade de pensar os usos televisivos a partir de uma grade de programação. Com isso, enquanto nos Estados Unidos e no Reino Unido esse fenômeno levou os desenhos para os sábados de manhã e finais de tarde, no Brasil os desenhos foram instituídos sobretudo em diferentes horários matinais, de segunda a sábado. Mais do que empresarial, essa escolha tem relação com elementos culturais, relacionados ao cotidiano das crianças urbanas de cada contexto. Por exemplo, enquanto nos Estados Unidos e Reino Unido as crianças tinham uma rotina escolar (portanto longe da televisão) que começava de manhã e ia até o meio da tarde, no Brasil, até os anos 1990, o horário escolar ocorria em apenas um turno (manhã ou tarde), e supostamente as crianças tenderiam a estudar à tarde.

A percepção de que os desenhos são “coisa de criança” (MITCHELL, 1995) já estava culturalmente instituída em 30 de setembro de 1960, quando *Os Flintstones* estrearam na ABC. Diferentemente de todos os desenhos até então veiculados na televisão dos Estados Unidos, esse produto foi pensado para ser exibido durante o *prime-time* daquele país, na sexta-feira às 20h30 (BOOKER, 2006). Muito devido ao lugar que ocuparam na grade, *Os Flintstones* não foram considerados um *television cartoon*, mas uma *sitcom* que, como tal, competia com séries *live action* exibidas simultaneamente em outros canais. O horário do dia destinado a esse desenho permitiu que ele: 1) desenvolvesse uma narrativa mais aos moldes das estruturas seriadas do que dos desenhos animados que então faziam sucesso em outros horários e 2) lidasse com temáticas mais vinculadas ao gosto adulto, o que abarcou até o patrocínio da marca de cigarros Winston. Até a segunda temporada (de um total de seis), todo final de episódio de *Os Flintstones* terminava com uma imagem dos protagonistas Fred e Wilma compartilhando cigarros em um momento

de descanso, em um típico comportamento socialmente vinculado ao universo adulto.

No Brasil, a inserção da programação infantil nas grades se deu por meio dos programas de auditório, numa influência direta do rádio, e de maneira bastante precoce: em 1951 a Tupi exibiu *Gurilândia*, um *show* de talentos musicais infantis. A presença de apresentadores e auditórios se transformou, na década de 1960, na principal referência televisiva para crianças, ganhando contornos específicos que resvalaram na televisão aberta até o final dos anos 1990. Esses programas instituíram alguns padrões replicados exaustivamente, como a presença de crianças na plateia, cenários lúdicos, realização de brincadeiras e oferecimento de prêmios (SILVA, 2017). Sob esses moldes surgiram atrações comandadas por homens como *Capitão Furacão*, em 1965 na Globo, e *Capitão Aza*, em 1966 na Tupi. A partir da década de 1980, as apresentadoras mulheres se destacaram, como Angélica, Eliana, Mara Maravilha e, principalmente, Xuxa, cujo programa *Xou da Xuxa*<sup>11</sup> foi transmitido nas manhãs da Globo de 1986 até 1992 e chegou a ter cinco horas diariamente, de segunda a sábado (BORGES; ARREGUY; SOUZA, 2012).

Arriscamos afirmar que a enorme popularização que os programas infantis de auditório atingiram nas emissoras brasileiras pode ter sido em grande parte responsável pela hegemonia que os desenhos animados importados ocuparam nas grades. Esse modelo de programa era bastante lucrativo, pois uma única apresentadora (ladeada por uma pequena trupe de dançarinos, pessoas fantasiadas etc.) interagia com as crianças da plateia por alguns minutos; em seguida, cedia espaço para exibição de desenhos animados. Estes eram geralmente comprados da Disney, da Hanna-Barbera e de produtoras japonesas, que então vendiam *animes* e *tokusatus* a preços convidativos. Esses produtos foram reprisados incansavelmente ao longo de décadas, mesmo quando mudava a apresentadora do programa, instituindo inclusive uma cultura da reprise (KOMPARE,

11 O sucesso do programa rendeu versões para outros países também gravadas pela apresentadora, como *El show de Xuxa*, transmitido a partir de 1991 em 17 países da América Latina pela argentina Telefe, e *Xuxa*, exibido em 1993 em 100 emissoras estadunidenses, que cobriam a incrível marca de 85% do território daquele país.

2004) destinada ao público infantil ainda pouco compreendida pelos estudos de televisão. Nesse contexto, de um lado, as apresentadoras captavam a atenção das crianças em um universo crossmídia – fazendo uso de distintas plataformas para divulgação (GOSCIOLA, 2014, p. 9) – que extrapolou as televisões através de discos, *shows* ao vivo, filmes e toda sorte de produtos licenciados. De outro lado, as emissoras investiam alto em uma apresentadora popular, mas exploravam interminavelmente os mesmos desenhos, muitas vezes adquiridos a preços módicos, por anos a fio.

Nesse sentido, o final dos anos 1990 viu instituído um modelo de programação infantil no Brasil que tinha os seguintes padrões: uma apresentação lúdica realizada em *live action* (que poderia ser comandada por homens, como Sérgio Mallandro, mulheres, como Xuxa, crianças, como em *Disney Club*, e até pessoas fantasiadas de animais, como em *TV Colosso*) entrecortada por desenhos animados. Esse modelo dominou grandes fatias das grades televisivas das emissoras abertas e ajudou a consolidar a televisão aberta brasileira como um espaço fundamental de consumo midiático infantil.

### **A presença da programação infantil no mundo**

Embora sejamos ainda carentes de estudos mais dedicados à programação infantil brasileira na TV aberta, existem alguns diagnósticos que afirmam que, atualmente, esse conteúdo é aparentemente escasso. Algumas pesquisas apontam o aumento expressivo de canais por assinatura especializados em crianças (HOLZBACH, 2018) e a redução das verbas destinadas à publicidade infantil, o que teria levado à mudança de foco de público nas faixas de horário por parte das emissoras (GAMBARO; BECKER, 2016; SILVA, 2017). Além disso, a programação televisiva coexiste com o surgimento de inovações tecnológicas e plataformas digitais, que apresentam outros desafios para o campo televisivo (NANTES, 2018b, p. 6) e que estariam pulverizando o consumo midiático infantil.

Entretanto, entendemos que esses fatos indicam importantes reconfigurações da programação infantil na televisão, mas não comprovam que

esse conteúdo esteja desaparecendo. Isso porque quando se observam outros contextos numa perspectiva comparada, o olhar sobre a televisão brasileira se complexifica. Assim, por exemplo, uma rápida pesquisa nas grades televisivas dos Estados Unidos mostra que seus dois maiores canais abertos, NBC e CBS, que outrora destinaram muitas horas à programação infantil, retiraram integralmente esse produto das grades, numa proporção muito maior do que acontece no Brasil. E isso considerando que aquele país convive há 40 anos com um sólido mercado de televisão por assinatura e foi mais precoce no desenvolvimento multiplataforma. Ou seja, esses dois elementos não explicam, sozinhos, as mudanças contemporâneas nas grades. Ademais, as justificativas para dar conta de supostas mudanças na programação infantil não contam com um importantíssimo elo dessa cadeia: as práticas cotidianas das próprias crianças. Nesse sentido, convém ter em vista que a audiência infantil pode estar transformando seus hábitos de tal forma que certas emissoras não supram suas demandas por conteúdo midiático. As crianças podem estar espontaneamente abandonando essas emissoras, de modo que a redução nas grades de programas infantis seria uma resposta natural a uma nova prática social, e não o contrário.

Este trabalho, embora não intente compreender as práticas midiáticas infantis, almeja diagnosticar o lugar da programação infantil nas televisões abertas para além do caso brasileiro. Isso nos permitirá inserir a televisão brasileira e a programação infantil em um contexto mais amplo, considerando possíveis mudanças no cerne de um fenômeno cultural, e não unicamente como algo decorrente de questões particulares. Por isso, na busca por uma observação global do conteúdo infantil nas grades de programação, nós realizamos um mapeamento das grades das emissoras abertas ao redor do mundo, num total de 16 países e 30 emissoras, para saber o lugar da programação infantil nesses espaços. As emissoras analisadas foram as seguintes:

Tabela 1 - Países e canais de TV analisados

<b>País</b>	<b>Canais de TV analisados</b>
África do Sul	e.tv
Alemanha	RTL
	SAT.1
Argentina	Eltrece
	Telefe
Austrália	Nine Network
	Seven Network
Brasil	Rede Globo
	SBT
Chile	Chilevisión
	Mega
China	TVB Jade (TVB)
Colômbia	Caracol
	RCN
Coreia do Sul	MBC
	SBS
Espanha	Antena 3
	Telecinco
Estados Unidos da América	CBS
	NBC
França	M6
	TF1
Hungria	RTL Klub
	TV2
Itália	Canale 5 (Mediaset)
	Itália 1 (Mediaset)
México	Canal de las Estrellas (Televisa)
	Azteca uno (TV Azteca)
Rússia	Canal 5
	CTC

Fonte: Elaborada pelos autores

Metodologicamente, após selecionarmos os países, detivemo-nos nos dois canais comerciais abertos de maior audiência de cada local por entendermos que isso deixa a análise mais consistente do que analisar apenas um canal, considerando que em muitos países existe

competitividade entre emissoras. Excluímos, todavia, as televisões públicas por considerarmos que demandam discussões complementares que não couberam neste artigo. Em seguida, coletamos as grades televisivas dos dias 2 a 8 de janeiro de 2019, uma semana neutra que não teve grandes eventos que pudessem interferir na programação habitual das emissoras. As únicas exceções a esse período foram Austrália, China, Estados Unidos e Itália, em que não foi possível recolher material retroativo das grades, resultando na análise do período entre 11 e 17 de fevereiro de 2019. As grades foram coletadas principalmente dos *sites* oficiais das emissoras e de *sites* especializados em televisão.

A dificuldade em encontrar material confiável nos obrigou a excluir da pesquisa emissoras anteriormente selecionadas, o que englobou especialmente países dos continentes africano e asiático. Aliás, a efemeridade das grades – que em geral são disponibilizadas apenas por algumas semanas – é certamente um elemento bastante problemático porque causa o apagamento sistemático de um imensurável registro de conteúdos televisivos ao longo do tempo. Mesmo assim, tentamos ao máximo encontrar material de todos os continentes habitados, equilibrando na medida do possível o nosso mapa mundial.

Um primeiro desafio encontrado foi a definição de “programa infantil”. Para tanto, além de assistir a uma grande quantidade dos programas exibidos nas grades (normalmente através de trechos publicados no YouTube), foi necessário pesquisar em *sites* e crítica especializada para termos noção dos objetivos e do tipo de audiência dos programas. Esse problema não aconteceu apenas em grades de países distantes geográfica e culturalmente do Brasil; foi necessário delimitar critérios até para as grades brasileiras. Isso aconteceu, por exemplo, com as séries *Chaves* e *Chapolin*, exibidas pelo SBT e por outras emissoras latino-americanas. Sabemos que, embora muitas vezes veiculadas no interior de programas claramente voltados e consumidos por crianças, como *Circo Patati Patatá*, esses conteúdos têm um grande público cativo adulto. Além disso, no caso específico do SBT, *Chaves* é comumente utilizado como um “tapa-buraco” na grade de programação, encontrado nos mais diferentes



horários em diferentes momentos do ano, incluindo a madrugada (quando as grades em geral não têm as crianças como foco). Assim, os principais critérios para definir “programa infantil” que guiaram o nosso olhar foram:

- análise dos conteúdos dos programas;
- indicação explícita de ser produto destinado ao público infantil nos sites oficiais dos canais ou em sites especializados em televisão;
- observação dos programas precedentes e subsequentes para averiguar se eram também destinados às crianças;
- publicidades associadas aos programas;
- quando havia a classificação etária, consideramos apenas os programas com classificação livre ou recomendada para o público infantil.

A partir desses critérios, reunimos na pesquisa desenhos animados, programas variados – tais como educativos, de auditório e culinária – e ficções seriadas, como *Chaves*, *Chapolin*, *Chesperito*, e telenovelas infantis. Optamos por não incluir os filmes na análise por não serem fixos nas grades e por não serem direcionados prioritariamente para crianças,

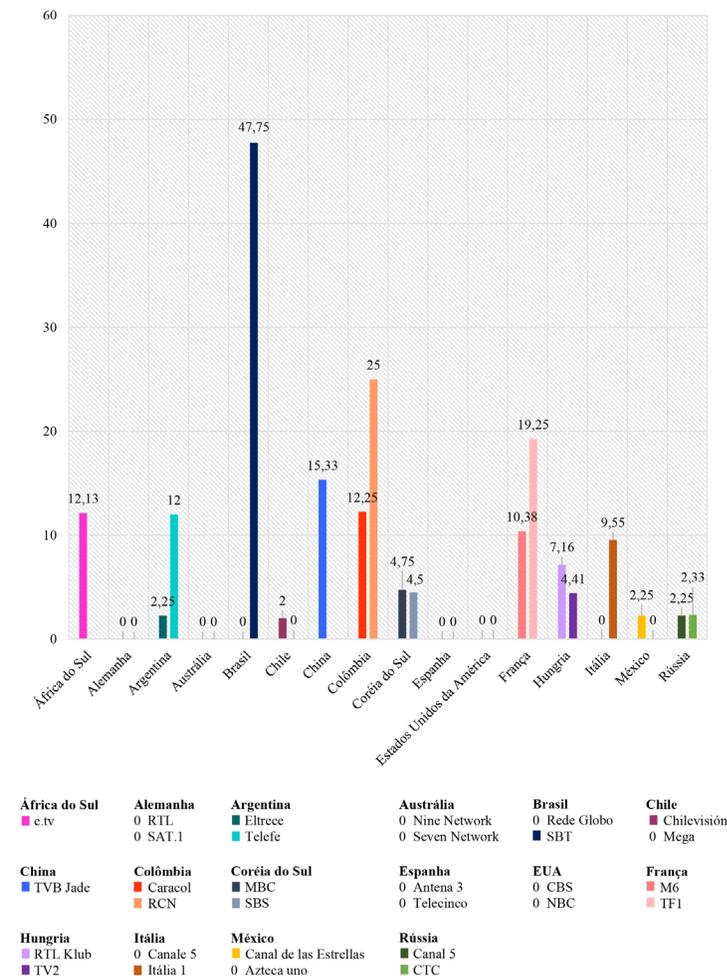
Tabela 3 - Fragmento da tabela de coleta de dados com descrição dos programas infantis

África do Sul		
Quantidade total: 17		
Programa	Tipo	Nacionalidade
Peppa Pig	Desenho animado	Reino unido
Cool Catz	apresentado por personagens fantasiados de gatos + animações com esses personagens	África do Sul
Monchhichi Tribe	Desenho animado	Estados Unidos
PJ Masks	Desenho animado	Reino Unido e França
Supa Strikas	Desenho animado	África do Sul e Malásia
Thomas & Friends	Desenho animado	Reino Unido
The Jungle Bunch: To The Rescue	Desenho animado	França
ALVINNN!!! And The Chipmunks	Desenho animado	França e EUA, franco-estado-unidense
Mia And Me	Live action CGI animated television series	Itália, Alemanha e Canadá, Italian-German-Canadian
Jelly Jamm	Desenho animado	Reino Unido; Estados Unidos; Canadá; Espanha; britânica-americana-canadense-espanhola
Be Cool, Scooby-Doo!	Desenho animado	EUA
Voltron: Legendary Defender	Desenho animado	Estados Unidos e Coreia do Sul
Ultimate Spider-Man	Desenho animado	EUA
Trolls: The Beat Goes On!	Desenho animado	EUA
Sofia The First	Desenho animado	EUA
GGO Football 2: International...	Desenho animado	China
Pokémon The Series: Sun & Moon...	Desenho animado	Japão

Fonte: Elaborada pelos autores

mas sim para a “família”. Graficamente, a programação mapeada por nós teve as seguintes características:

Gráfico 1 - Presença de programação infantil, em horas, nas grades televisivas exibidas no período de uma semana<sup>12</sup>



Fonte: Elaborado pelos autores

<sup>12</sup> A maioria das análises se concentrou no período de 2 a 8 de janeiro de 2019. Nos casos da Austrália, China, Estados Unidos e Itália a coleta foi feita entre 11 e 17 de fevereiro de 2019.

## Presença/ausência de programação infantil

Dois dos primeiros elementos que saltam aos olhos no Gráfico 1 são a quantidade significativa de países que não veiculam qualquer programa infantil nos canais comerciais abertos e, em contraponto, a grande disparidade que o Brasil ocupa nesse cenário. Levando em conta que Alemanha, Austrália, Espanha e Estados Unidos não têm nenhuma programação infantil nos canais analisados, parece haver uma tendência de ausência de programas infantis em países ocidentais historicamente mais ricos. Entretanto, acreditamos que a categorização político-geográfica convencional – que dicotomiza o mundo entre Ocidente × Oriente, ricos × pobres, anglo-saxões × latinos, por exemplo – seja simples demais para explicar fenômenos contemporâneos.

Isso fica evidente ao prestarmos atenção aos países nos quais apenas um dos canais selecionados veicula programas infantis: Brasil, Chile, Itália e México. Embora a maior parte desses países guarde um passado recente de maiores dificuldades econômicas, eles não podem ser percebidos como um conjunto homogêneo. Com efeito, enquanto Chile e México mantêm quase zerada a programação infantil também na segunda emissora, Brasil (SBT) e Itália (Itália 1) têm significativa presença de conteúdo infantil no segundo canal analisado. Além disso, países mais ricos como França e Hungria apresentam bastante conteúdo infantil, bem como seus supostos companheiros mais pobres, Colômbia e Argentina.

Da mesma forma, países “orientais” não podem ser percebidos como semelhantes considerando, por exemplo, que China e Coreia do Sul apresentam conteúdos infantis, mas o primeiro, mesmo com um único canal analisado (em virtude de o outro ser estatal), tem quase o dobro de conteúdo em relação à Coreia. Especificamente no que concerne à presença de programação infantil, a Coreia do Sul está mais próxima da Hungria, enquanto China se assemelha mais à África do Sul. E, finalmente, a Rússia, que geograficamente ocupa terrenos ocidentais (Rússia europeia) e orientais (Rússia asiática), veicula programação infantil nas

duas emissoras analisadas mas de maneira modesta: apenas 5 horas semanais no total.

Essa problematização é fundamental para compreensão do lugar do Brasil no Gráfico 1. Embora exista certa percepção de que os conteúdos infantis sejam exíguos nos canais comerciais abertos, isso só se confirma se o olhar for direcionado exclusivamente à Globo, canal que atualmente não apresenta programa destinado às crianças. Ao analisarmos o segundo canal de maior audiência, o SBT, a programação se torna não apenas significativa, como transforma o Brasil de longe no país que mais apresenta conteúdo infantil. Na semana analisada, encontramos 47,75 horas de programas infantis no SBT, o que dá praticamente dois dias inteiros com esse tipo de conteúdo. Essa grande desproporção entre Globo e SBT certamente tem razões contextuais, relacionadas às escolhas de programas da Globo e, especialmente, às respostas estratégicas do SBT, que historicamente desenvolve sua grade televisiva considerando, entre outros elementos, os públicos menos favorecidos pela sua principal concorrente.

### **O que os países exibem como programação infantil**

Além de quantificar a presença da programação infantil nas 30 grades televisivas mapeadas, a análise identificou algumas características particulares desse material, começando pela nacionalidade dos programas. A ideia era sobretudo entender melhor a presença de conteúdos estrangeiros nas diferentes grades e aferir algumas características da maneira como diferentes países lidam com a relação entre conteúdos local e global.

Esse objetivo tem relação com um aspecto contextual, já que sabemos que a programação infantil brasileira foi bastante influenciada por conteúdos e formatos estrangeiros. Isso aconteceu principalmente com os desenhos animados televisivos, cuja importação explica, em parte, a baixa produção brasileira de animação (HOLZBACH, 2018), e, também, com alguns formatos de programas, sobretudo no que concerne ao SBT. O canal manteve por muitos anos contratos com conglomerados

midiáticos, como Disney, Televisa e Warner, o que possibilitou a realização, por exemplo, do programa infantil *Disney Club* (1997-2001). Sucesso de audiência no ano de estreia, o formato era apresentado por crianças e veiculava com exclusividade na TV aberta desenhos estadunidenses, como *A Turma do Pateta*, *Hércules* e *Timão e Pumba*.

Na atual programação do SBT, desenhos de origem estrangeira continuam predominantes. No período analisado, o canal exibiu três programas que apresentam agrupamentos de desenhos animados: *Bom Dia & Cia*, *Sábado Animado* e *Sessão Desenho*. O primeiro deles é o programa infantil mais duradouro da televisão brasileira – está no ar desde 1993 – e foi responsável por 29 horas de programação infantil na semana estudada, aproximadamente 60,73% desse tipo de conteúdo. Sob o comando atual de Silvia Abravanel, a atração traz brincadeiras que valem prêmios com as crianças por telefone ou videochamadas, além dos desenhos originários quase exclusivamente dos Estados Unidos, com uma exceção: a produção russa *Masha e o Urso*. O mesmo ocorre no *Sessão Desenho*, que exhibe apenas três desenhos<sup>13</sup>, todos de origem estadunidense. Já *Sábado Animado* traz desenhos daquele país e outros de origens um pouco mais diversificadas como *Barbie Dreamtopia* (produzida pela Mattel dos EUA com animação da Snoball Studios, de Israel), *Rainbow Ruby* (coprodução de Coreia do Sul, China e Canadá) e a única exceção de desenho nacional transmitido pelo canal, *Zuzubalândia*<sup>14</sup>.

A grade do SBT apresenta ainda as ficções seriadas, que preenchem 18,75 horas da semana: *Chaves* (mexicana), *Henry Danger* (comédia de super-heróis advinda dos Estados Unidos) e as reprises de *remakes* de telenovelas *Carrossel*, *Chiquititas* e *Cúmplices de um Resgate*. Embora estes últimos sejam produzidos nacionalmente pelo canal, são adaptações de roteiros oriundos de outros países da América Latina – especialmente México, haja vista que o canal possui uma parceria de longa data com

13 *Ben 10*, *Kung Fu Panda* e *O Show de Tom & Jerry*.

14 *Zuzubalândia* foi baseado no livro *Jujubalândia* (1997), de Mariana Caltabiano, e também no programa infantil homônimo que trazia bonecos como personagens e foi exibido pelo SBT em 1998.

a Televisa, de quem compra produtos originais e formatos para adaptações. Essas produções infantis têm recebido investimento do SBT desde 2012, tornando a emissora a única brasileira que atualmente produz telenovelas voltadas para esse nicho de público.

Em apenas 5 dos 30 canais analisados todos os produtos são originais dos próprios países:

- Canal 6 (Rússia)
- Canal de Las Estrellas (México)
- M6 (França)
- RTL Klub (Hungria)
- SBS (Coreia do Sul)

Na maior parte dos casos, todavia, a quantidade de horas destinada a esses produtos é modesta, indicando que a produção local ainda pode estar se desenvolvendo, com uma exceção: o canal francês M6, que exibe mais de 10 horas semanais de programação infantil original<sup>15</sup>. A maior parte é composta por desenhos animados, incluindo a famosa produção *Alvin e os Esquilos*, exibidos de segunda a sexta, na primeira metade da manhã. O caso francês pode ter relação com a ainda forte presença da televisão estatal, que historicamente investe em produções de teor educativo para crianças e é bastante consumida naquele país. O canal estatal France 2 é o segundo maior do país, sendo mais assistido que o canal M6, o que incentiva uma concorrência que valoriza sobremaneira a produção infantil. Isso também faz com que o TF1, o canal mais assistido da França, dedique diariamente as manhãs às crianças, incluindo os fins de semana, num total de quase 20 horas semanais com programação infantil.

Treze canais têm emissoras que exibem programas de nacionalidades variadas:

- Caracol e RCN (Colômbia)
- Chilevisión (Chile)
- CTC (Rússia)

15 Algumas das produções são realizadas em coautoria com outros países.

- e.tv (África do Sul)
- Itália 1 (Itália)
- MBC (Coreia do Sul)
- SBT (Brasil)
- Telefe e Eltrece (Argentina)
- TF1 (França)
- TV2 (Hungria)
- TVB (China)

Aparentemente não há um padrão de origem dos produtos; alguns concentram a maioria das produções de seu próprio país enquanto outros apresentam produtos de regiões distintas. Contudo, constatamos em alguns casos a preferência por produtos oriundos de países com aproximação geográfica ou de idioma. Por exemplo, a e.tv da África do Sul transmite em sua maioria desenhos animados originários em grande parte de países de língua anglófona, um dos idiomas oficiais do país, como Reino Unido e EUA, sendo este último a origem de 5 das 17 produções do canal. Já no TVB, canal da China em que a maioria da programação infantil são desenhos animados, das 13 produções que compõem o período estudado, 12 são de países da Ásia (China e Japão) e apenas um é da França.

Apuramos que dos 18 canais que exibem programação infantil, 17 apresentam desenhos animados na grade, o que nos permite afirmar que os desenhos são o principal conteúdo infantil da televisão aberta mundial. A exceção é o Canal de Las Estrellas, do México, que exhibe somente *Chapolin*. Observamos também a curiosa presença de desenhos antigos como *Tom & Jerry*, criado em 1940, exibido nos canais CTC (Rússia), SBT (Brasil), TV2 (Hungria) e Itália 1 (Itália), e *Popeye*, criado em 1930, transmitido pelo SBT. Isso provavelmente tem relação com o apelo infantil desses conteúdos, que pode ter um efeito atemporal, além da já comentada afeição que as crianças guardam pelas reprises.

Embora haja certa heterogeneidade nos produtos exibidos, é acentuada a presença de desenhos oriundos dos Estados Unidos. Além de o país ser o principal exportador de desenhos, identificamos em nove

canais produções ou coproduções estadunidenses: Chilevisión (Chile), CTC (Rússia), e.tv (África do Sul), Itália 1 (Itália), MBC (Coreia do Sul), SBT (Brasil), Telefe (Argentina), TF1 (França) e TV2 (Hungria). Em compensação, países como China e França, além de canais coreanos e russos, representam um interessante contraponto na medida em que ou não contam com nenhum conteúdo estadunidense (China) ou exibem uma grande quantidade de conteúdo nacional (França). Há também a ocorrência de conteúdo exclusivamente nacional, como é o caso do Canal 5 da Rússia que exhibe como conteúdo infantil apenas *Masha e o Urso* (no inusitado horário das 5h às 5h25 da manhã). Apesar da presença tênue na grade russa, esse desenho tem uma boa circulação e apareceu em grades de Chilevisión (Chile), SBT (Brasil) e TV2 (Hungria).

### **Considerações finais**

Se de um lado a proposta deste trabalho é sedutora, por outro sabemos que se trata de algo tão complexo quanto limitado. Sedutora porque, ao mapear a programação infantil de diferentes canais ao redor do mundo, acreditamos preencher parte de uma profunda lacuna existente nos estudos de televisão relacionada, de um lado, ao lugar que as crianças ocupam como consumidoras de produtos televisivos e, de outro, ao papel da grade de programação como elemento conjuntural da televisão. Sabemos, todavia, que a complexidade do tema permite apenas que aventemos neste artigo algumas características dessa programação que precisam ser analisadas em pesquisas subsequentes, pois qualquer análise que se autodeclare “mundial” define-se de imediato como uma proposta preenchida por limitações. No nosso caso, sabemos que foi impossível dar conta, por exemplo, de análises aprofundadas das 30 emissoras analisadas, pois além de englobar uma grande quantidade de material, cada um dos 16 países incorpora elementos contextuais, o que exigiria debater características socioculturais e midiáticas de cada canal observado.

Mesmo assim, defendemos que o mapeamento realizado inseriu a televisão aberta brasileira em um contexto mais amplo, de modo a oferecer novas informações, como os conteúdos que diferentes países exibem em seus canais, além de encorajar diferentes olhares sobre fenômenos já conhecidos, como a exclusão de conteúdo infantil realizada pela Globo. Nosso estudo mostrou que, longe de exígua, a programação infantil na televisão aberta brasileira é uma das maiores do mundo, e que ainda existe uma relação entre essa programação e a produção estadunidense. Conseguimos observar esses elementos ao olhar para a Globo através de uma perspectiva global, que inseriu essa emissora em meio a outras, e contextual, considerando também o SBT, um de seus principais concorrentes brasileiros.

Constatamos o domínio dos desenhos animados nas grades e a importância que as produções importadas representam em boa parte dos canais mundiais. Isso acontece não apenas com os desenhos estadunidenses, que viajam o globo e se instituem em países como África do Sul, Austrália, Brasil e Hungria, mas também na maneira que outros países, como Rússia, exportam seus desenhos, ou ignoram o produto estadunidense, como França e China. Ademais, destacamos os países cujos canais investem na exibição de programas infantis, como Colômbia, e os países cujos canais não investem, como Alemanha, Espanha e Estados Unidos. Aliás, é no mínimo irônico perceber que os Estados Unidos são o maior exportador de desenhos, mas não estimulam esse produto na sua própria televisão aberta.

## Referências

- BOOKER, M. Keith. *Drawn to television: prime-time animation from The Flintstones to The Family Guy*. Connecticut: Praeger, 2006.
- BORGES, Admir; ARREGUY, Sergio; SOUZA, Lourimar de. O auge e o declínio da programação infantil na TV comercial brasileira. *Mediação*, v. 14, n. 15, jul./dez. 2012.
- CAREY, James. *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Londres: Routledge, 1994.
- GAMBARO, Daniel; BECKER, Valdecir. Queda de audiência e programação televisiva: uma análise das mudanças na grade da Rede Globo. *Fronteiras – estudos midiáticos*, v. 18, n. 3, p. 348-364, 2016.

- GOLDBERG, Marvin. A quasi-experiment assessing the effectiveness of TV advertising directed to children. *Journal of Marketing Research*, v. 27, 1990.
- GOSCIOLA, V. Narrativa transmídia: conceituação e origens. In: CAMPALANS, C.; RENÓ, D.; GOSCIOLA, V. (Org.). *Narrativas transmedia*. Entre teorías y prácticas. Catalonia: Editorial UOC, 2014. p. 7-14.
- HOLZ, Jo. *Kids' TV Grows Up: The Path from Howdy Doody to SpongeBob*. Carolina do Norte: McFarland & Company, 2017.
- HOLZBACH, Ariane. Para pequenos grandes espectadores: a produção televisiva brasileira direcionada a crianças pequenas a partir do caso da Galinha Pintadinha. *E-COMPÓS*, p. 1-22, 2018.
- KOMPARE, Derek. *Rerun Nation: How Repeats Invented American Television*. Nova York: Routledge, 2004.
- LOBATO, Ramon. The cultural logic of digital intermediaries: YouTube multichannel networks. *Convergence*, v. 1, n. 13, 2016.
- MAY, Albert. Who Tube? How YouTube's News and Politics Space is Going Mainstream. *International Journal of Press/Politics*, v. 15, n. 4, 2010.
- MITCHELL, Tracey L. "Kid's stuff": television cartoons as mirrors of the American mind. *Eric Collection*, 1995. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=ED386771>. Acesso em: 16 fev. 2019.
- MITTELL, Jason. The great Saturday morning exile: Scheduling cartoons on television's periphery in the 1960s. In: STABILE, Carol; HARRISON, Mark (Org.). *Prime Time Animation: Television Animation and American Culture*. Nova York: Routledge, 2003.
- NANTES, Joana d'Arc de. *Ver e rever: um estudo sobre a reassistibilidade de telenovelas mexicanas no Brasil*. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2018a.
- NANTES, Joana d'Arc de. TV aberta segmentada? O caso da programação infantil no SBT. In: III Jornada Internacional GEMInIS, 2018. *Anais [...]*. São Paulo, 2018b, p. 1-15. Disponível em: <https://www.doity.com.br/anais/jig2018/trabalho/82368>. Acesso em: 19 fev. 2019.
- SHELBY JR., Maurice E. Children's programming trends on network television. *Journal of Broadcasting*, v. 8, n. 3, p. 247-256, 1964.
- SILVA, Ana Carolina Correia Pinto da. *Querida, acolhi a programação das crianças: fluxos comunicacionais da programação infantil na televisão brasileira*. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.
- STABILE, Carol; HARRISON, Mark (Org.). *Prime Time Animation: Television Animation and American Culture*. Nova York: Routledge, 2003.
- WILLIAMS, Raymond. *Televisão: tecnologia e forma cultural*. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte, MG: PUC Minas, 2016.

## Sobre os autores

*Ariane Diniz Holzbach* – Professora adjunta de Estudos de Mídia da UFF e integrante do PPGCOM-UFF. Doutora em Comunicação pela UFF com pós-doutorado em História pela UERJ. No presente artigo, a autora realizou concepção do desenho da pesquisa, coordenou o desenvolvimento da discussão teórica e participou da redação e revisão do texto.

*Joana D'Arc de Nantes* – Mestre em Comunicação e doutoranda pelo PPGCOM-UFF. No presente artigo, a autora realizou a coleta de dados e participou da redação e da revisão do texto.

*Gabriel Ferreirinho* – Graduado em Estudos de Mídia e mestrando pelo PPGCOM-UFF. No presente artigo, o autor realizou a coleta de dados e participou da redação e da revisão do texto.

---

Data de submissão: 27/09/2019

Data de aceite: 15/06/2020