

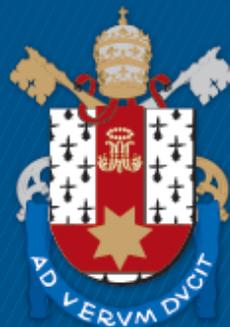
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

PATRÍCIA RUAS DIAS

**THE VOICE KIDS BRASIL: UMA REFLEXÃO SOBRE A INFÂNCIA CONTEMPORÂNEA NA
TELEVISÃO**

Porto Alegre
2017

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

PATRÍCIA RUAS DIAS

***THE VOICE KIDS BRASIL: UMA REFLEXÃO SOBRE A INFÂNCIA
CONTEMPORÂNEA NA TELEVISÃO***

Porto Alegre

2017

PATRÍCIA RUAS DIAS

***THE VOICE KIDS BRASIL: UMA REFLEXÃO SOBRE A INFÂNCIA
CONTEMPORÂNEA NA TELEVISÃO***

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Dr. Carlos Gerbase

Porto Alegre

2017

PATRÍCIA RUAS DIAS

***THE VOICE KIDS BRASIL: UMA REFLEXÃO SOBRE A INFÂNCIA
CONTEMPORÂNEA NA TELEVISÃO***

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovada em: ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Carlos Gerbase - PUCRS

Prof^a. Dr^a. Juliana Tonin - PUCRS

Prof. Dr. João Damasceno Martins Ladeira - UNISINOS

Porto Alegre

2017

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço ao meu orientador, Dr. Carlos Gerbase, por ter apostado no meu trabalho. A calma, o bom humor e a compreensão ao longo de todo o Mestrado foram os diferenciais para que eu me sentisse à vontade para expor todas minhas dúvidas e desenvolver esta etapa com tranquilidade. Suas dicas de séries foram meus escapes para desopilar e trabalhar com serenidade.

Às professoras Dra. Juliana Tonin e Dra. Cláudia Peixoto de Moura, por seus conselhos nos momentos que eu me senti insegura e com medo. Suas experiências compartilhadas, como pesquisadoras e docentes, serão meus guias para de agora em diante.

Ao professor Dr. João Damasceno Martins Ladeira, pela disponibilidade em participar e contribuir para meu trabalho e trajetória acadêmica nas etapas decisivas deste Mestrado, na qualificação e na defesa.

À minha irmã Francine Dias, que esteve ao meu lado desde o dia em que descobri minha missão, pesquisar e lecionar. Seu apoio como amiga, além de auxílios em momentos de dificuldade no progresso da dissertação, foram imprescindíveis para que minha pós-graduação ocorresse.

À minha mãe, que sempre esteve disposta a ouvir minhas dúvidas e teorias fantasiosas a respeito de autores. Apesar de afirmar se arrependeu amargamente em ter me perguntado o que é Imaginário, seu apoio foi fundamental.

Agradeço, também, aos meus colegas de pós-graduação. As angústias, incertezas, festas de congressos, viagens e piadas compartilhadas tornaram esta caminhada amena.

Ao Grupo Imagem e Imaginários, coordenado pela professora Dra. Juliana Tonin. Todos os colegas e pesquisadores que ali estiveram durante os dois anos se mostraram como uma verdadeira família que compartilha as dificuldades e alegrias junto.

Finalmente, à minha psicóloga Cristina Lessa Horta, que me auxiliou em todas as etapas de minha vida pessoal. Suas risadas de meus medos e angústias fizeram parecer tudo bobagem e, dessa forma, aprendi a compreender melhor a mim mesma e enfrentar os problemas com calma.

RESUMO

Esta pesquisa objetiva compreender quais as características da infância na contemporaneidade a partir da análise do *talent show The Voice Kids Brasil*, assim como de seus participantes. Dessa forma, fez-se necessária uma reflexão a respeito da indústria cultural no que se trata de celebridades, compreensão do funcionamento do programa através de teorias do cinema e literatura, apropriação de conceitos a respeito de infância e sua história, além de averiguação junto aos participantes da competição. Para o desenvolvimento do estudo, a metodologia utilizada foi análise literária e entrevista. As entrevistas realizadas serviram para comprovação das teorias defendidas pelos teóricos utilizados na pesquisa.

Palavras-chave: Comunicação Social. Infância. The Voice Kids Brasil. Televisão.

ABSTRACT

This research aims to understand the characteristics of childhood in the contemporary world based on the analysis of the talent show The Voice Kids Brazil, as well as its participants. In this way, it was necessary to reflect on the cultural industry in what concerns celebrities, to understand the operation of the program through theories of cinema and literature, appropriation of concepts about childhood and its history, as well as investigation with the participants of the competition. For the development of the study the methodology used was literary analysis and interview. The interviews conducted served to prove the theories defended by the theorists used in the research.

Key words: Social Communication. Childhood. The Voice Kids Brazil. Television.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1 - Deslocamento temporal e de ambiente.....	52
Imagem 2 – Inserção de Franciele Fernanda no elenco	53
Imagem 3 – Jurado vira a cadeira	53
Imagem 4 – Cenário do programa	54
Imagem 5 – Flávia recebendo as boas vindas	58
Imagem 6 – Thomas Machado no dia de Natal	59
Imagem 7 – Vídeo da vinheta em que os Irmãos Machado participam	60
Imagem 8 – Adereço que relaciona a personalidade com o nome	61
Imagem 9 – Thomas dizendo para sua mãe não ter ciúme	62
Imagem 10 – Cena do próximo episódio com significante temático	66
Imagem 11 – Figurino de Luís Arthur Seidel	67
Imagem 12 – Comercial Sundown	84

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Participantes do 1º episódio da 2ª temporada do The Voice Kids Brasil.....	63
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 INDÚSTRIA CULTURAL E A RELEVÂNCIA DA TELEVISÃO	15
2.1 O PÚBLICO DA INDÚSTRIA CULTURAL.....	17
2.1.1 As Crianças e Os Adolescentes	19
2.2 A ARTE E O ESPETÁCULO DA INDÚSTRIA CULTURAL	20
2.3 AS CELEBRIDADES DA INDÚSTRIA CULTURAL	23
2.3.1 Os Clubes de Fãs	26
2.3.2 A Mercadoria	28
2.3.3 As Celebridades Infantis	30
2.3.3.1 Os Tutores das Celebridades Infantis	33
2.4 TELEVISÃO ABERTA	34
3 O TALENT SHOW: THE VOICE KIDS BRASIL	42
3.1 O GÊNERO <i>TALENT SHOW</i>	42
3.2 <i>THE VOICE KIDS BRASIL</i>	46
3.3 A NARRATIVA COMPLEXA DO <i>THE VOICE KIDS BRASIL</i>	47
3.3.1 O início da Temporada 2 de <i>The Voice Kids Brasil</i>	50
3.3.2 Os personagens do <i>The Voice Kids Brasil</i>	64
3.3.3 O final da Temporada 2 de <i>The Voice Kids Brasil</i>	68
3.3.4 Os vencedores dos <i>talent shows</i>	70
3.3.4.1 <i>The Voice of Holland 2012: Fabiënne Bergmans</i>	70
3.3.4.2 <i>The Voice Kids Brasil 2016: Wagner Barreto</i>	71
3.3.4.3 <i>The Voice Kids Brasil 2017: Thomas Machado</i>	71
3.3.4.4 Ponderações a respeito dos vencedores	72
4 A CRIANÇA: DENTRO E FORA DA TELEVISÃO	74
4.1 ASPECTOS HISTÓRICOS DA INFÂNCIA.....	74
4.1.1 O aparecimento da infância	76
4.1.2 O início do desaparecimento da infância	81
4.2 AS CRIANÇAS NA TELEVISÃO: ANÁLISE DE ENTREVISTAS DOS PARTICIPANTES DO <i>THE VOICE KIDS BRASIL</i>	85
CONSIDERAÇÕES FINAIS	95
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	99

APÊNDICE A – Entrevista com Luís Arthur Seidel.....	106
APÊNDICE B – Entrevista com Thomas Machado.....	122
ANEXO A – REGULAMENTO DO MISS BRASIL INFANTO JUVENIL.....	133
ANEXO B – REGULAMENTO DE INSCRIÇÃO <i>THE VOICE KIDS</i>	137
ANEXO C – TERMO DE CONSENTIMENTO – THOMAS MACHADO.....	149
ANEXO D – TERMO DE CONSENTIMENTO – LUÍS ARTHUR SEIDEL.....	150

1 INTRODUÇÃO

Ao observar o cotidiano das pessoas, das famílias e das mídias, pode-se notar uma mudança de comportamento em relação às crianças e às infâncias vividas e representadas. Os valores expressos pelos pais, filhos e criadores de entretenimento anunciam formas diferentes de lidar com esse mesmo período da vida em relação a outras épocas.

No século XVII as crianças eram consideradas frágeis por estarem em fase de aprendizado e formação de valores. A educação era obrigatória para que elas abandonassem a fragilidade, a ingenuidade e passassem a ser obedientes, além de exigir vigília permanente dos adultos para que se mantivessem em segurança e em ordem, porém obtendo liberdade para brincar e interagir com colegas e amigos.

Entretanto, observa-se, nos dias de hoje, que apesar de a infância ainda ser considerada uma etapa de aprendizado e formação de valores, as crianças não são mais tidas como frágeis. A educação, ainda obrigatória, passou a ter função de preparação para os desafios que acontecerão no decorrer do desenvolvimento. Além disso, os adultos não estão estritamente empenhados na tarefa educacional das crianças, dividindo a atenção com outras áreas da vida. Sendo assim, as crianças acabam surpreendidas por acontecimentos que requerem maturidade, fazendo com que pulem etapas e amadureçam rapidamente.

O *talent show The Voice Kids Brasil* (programa de entretenimento da TV Globo em que crianças e adolescentes disputam para concorrer ao posto de melhor voz do país) é um recorte da realidade atual e foi escolhido como objeto de estudo dessa dissertação. O programa envolve a indústria cultural e de entretenimento e sugere uma possibilidade de reflexão sobre a infância. Isso tudo corrobora com o que foi mencionado anteriormente a partir da observação das relações familiares. O programa se apresenta como um desafio colocado na fase de desenvolvimento das crianças, que elas devem enfrentar sozinhas, como na vida adulta.

Ao levar em consideração que os meios audiovisuais em geral, e o programa *The Voice Kids Brasil*, em particular, são recortes do que acontece na sociedade, tem-se o seguinte problema de pesquisa: quais são as tarefas e atitudes das crianças atualmente na vida real e na sua representação televisiva?

A partir desse questionamento, a dissertação tem como objetivo geral a compreensão da dinâmica da infância contemporânea, usando como recorte o *talent show*. Dessa forma, tem-se como objetivos específicos:

- Refletir sobre a lógica da indústria cultural quando lida com as celebridades;
- Compreender o funcionamento do *talent show The Voice Kids Brasil*;
- Apropriar-se de conceitos a respeito de infância;
- Analisar os participantes do *talent show* de acordo com os aspectos levantados.

Para responder a tais objetivos, a pesquisa revisa o conceito de indústria cultural, que é determinante ao julgar um produto como cultural ou não, e assim o reproduz de forma deliberada. Dessa forma, o funcionamento das sociedades foi alterado a partir do século XX (MORIN, 1997), modificou sistemas de projeções e identificações baseados em símbolos, mitos e imagens, unindo vida real e imaginária. Alguns dos produtos desse processo são o entretenimento, o espetáculo (DEBORD, 1997), o bem-estar, a sedução e a estética.

A indústria cultural está alicerçada em repetições e clichês de fórmulas que geram sucesso, e com novidades e diferenciais para suprir demandas dos públicos. Adaptações e diferentes versões dos mesmos gêneros de programas de televisão são comuns para garantir audiência. Para Morin (1997), a mescla de fatos reais com características ilusórias é o que encanta o público de massa originário dessa cultura. O gênero que mais se encaixa nessa fórmula é o *talent show*.

Os sistemas de projeções e identificações são baseados em características sempre positivas, exaltando mercadorias e paixões, além de que os modelos dominantes constantemente reafirmam suas aparências (DEBORD, 1997). Essas características sedutoras apresentadas para as pessoas, através dos *talent shows*, trazem implicações para estruturas familiares. Essas consequências são apontadas, como o esvaziamento de qualidade das relações humanas, o fácil descarte de laços afetivos, as mudanças de valores pessoais e visões de mundo, distanciamento dos papéis dos pais na vida das crianças (STEINBERG e KINCHELOE, 2001), além de acesso a diversos tipos de informações por todas as pessoas (POSTMAN, 2012), que é o que será tratado nesta pesquisa.

Inserido na indústria cultural está a espetacularização do cotidiano, que é o exagero produzido pela mídia, utilizando o imaginário e a estética como sistemas de projeções para gerar identificação com os espectadores. Dessa forma, orientando, regulando e divertindo pelo espelhamento da audiência nos personagens, os *talent shows* transmitem apenas a cultura da

felicidade. Para Morin (1997, p. 125), “a felicidade é mito, isto é, projeção imaginária, de arquétipos de felicidade, mas é ao mesmo tempo ideia-força, busca vivida por milhões de adeptos. Esses dois aspectos estão, em parte, radicalmente dissociados”.

As celebridades veiculadas pela televisão são modelos projetivos e identificativos dessa felicidade, que é a ideologia do sujeito moderno. Assim como os programas, as estrelas são idealizadas e transformadas em entretenimento - são “pseudo-acontecimentos humanos” (JORGE, 2014, p. 10). Características positivas dessas pessoas, como amor, bondade e beleza, são constantemente reafirmadas, transformando-as em seres divinos e anulando qualquer característica negativa. Forma-se, então, em torno delas, uma comunidade de fãs que as idolatram e possuem interesse em suas vidas públicas e privadas. As celebridades, por serem mercadoria da indústria cultural, possuem suas vidas controladas e organizadas permanentemente, assim como seus corpos, que devem se encaixar em padrões.

Além das mesmas responsabilidades dos adultos, quando essas celebridades são crianças, há aspectos a serem levados em consideração, como escola, desenvolvimento de valores morais, profissionalismo precoce, família etc. Libardi (2013) e O’Connor (2017) trazem a discussão a respeito dos familiares das celebridades infantis, por serem eles os responsáveis legais e, também, pelo desenvolvimento emocional das crianças.

Na pesquisa, ainda, é abordada a trajetória dos shows de talentos no Brasil, na década de 1940, desde seu princípio nas rádios. Além do prazer estético, os concorrentes visavam engrandecer e dar voz à sua categoria social desprivilegiada (TINHORÃO, 1981). Apesar dos participantes nutrirem sonhos em relação aos seus talentos, episódios de humilhação se tornaram comuns para enaltecimento dos jurados. Com a transição para a televisão, esses conflitos foram atenuados e encobertos pela técnica, e os shows de talentos passaram a ser vistos como laboratórios de observação e monitoramento comportamental.

Na averiguação, é estudado o objeto *The Voice Kids Brasil*, assim como a vencedora da primeira versão holandesa e os ganhadores das duas versões brasileiras. São feitas ponderações a respeito das semelhanças entre as trajetórias, focando antes e depois do programa, assim como interesses políticos explícitos em relação à imagem desses vencedores.

Através das teorias de Bordwell e Thompson (1995) e Mittel (2015) foi realizada uma decupagem da segunda temporada de *The Voice Kids Brasil*, levando em consideração aspectos que comprovam a relação desse programa com séries televisivas. Tomaram-se

emprestados conceitos de personagem literário de *Cândido* (1968), para que pudesse ser realizada a análise das crianças que concorreram ao prêmio de melhor voz do Brasil em 2017.

De acordo com as teorias de Ariès (1981), a denominação de infância não existia até o século XVII, porque essa fase da vida não era considerada importante para as sociedades. Estudos sobre as crianças e a infância atestam que essa definição e abordagem é histórica e produto de situações que marcaram as sociedades.

Apenas a partir do século XVI, as crianças passaram a ter suas características diferenciadas dos adultos. Dessa forma, ocorreu uma mudança do sentimento que havia em relação a elas. Passou a existir, então, a educação especialmente destinada às crianças, assim como atividades, jogos, regras, leis etc - a partir dos 12 anos são chamados de adolescentes, uma palavra surgida no século XX. As teorias de Santrock (2014) afirmam que essa é uma etapa do desenvolvimento humano que, além de controlada por aspectos biológicos, ela também é fruto de bases sócio-históricas.

A infância é tida como um artefato social com características definidas que a diferencia das outras etapas da vida, dentre elas: ler, escrever, educação e vergonha (POSTMAN, 2012). Porém, esses aspectos passaram por alterações a partir do instante que as crianças passaram a ter acesso a todo tipo de informação, assim como os adultos. Em função do advento da televisão, as capacidades de ler e escrever se tornaram dispensáveis para o alcance de certos assuntos, inclusive os que, anteriormente, causariam vergonha em pessoas com pouca experiência.

Diante dessas observações sociais e históricas levantadas, mostra-se relevante, academicamente, compreender os fatos contemporâneos que envolvem a mídia e a infância. A análise desses fatos, portanto, permite discutir o conceito de infância que tem-se atualmente.

Para o desenvolvimento da dissertação, optou-se pela pesquisa qualitativa de perfil exploratório, por levar em consideração que é um tema que necessita de resgates históricos, conceituações, além de conexões com questões econômicas, sociais e profissionais. O estudo utiliza como método entrevistas semiestruturadas e revisão de literatura.

A revisão de literatura objetiva fundamentar teoricamente os pontos abordados para tratar do tema e responder ao problema de pesquisa. Por meio dela, é possível traçar um panorama com teorias e conceitos para sustentar e desenvolver a pesquisa sugerida (MATIAS-PEREIRA, 2010). Através do aprofundamento teórico, é viável, por meio de autores, tomar uma posição sobre os assuntos tratados.

As entrevistas irão constituir uma porta de acesso à realidade, para que a pesquisa exploratória obtenha profundidade a partir das perspectivas dos entrevistados, para compreender e interpretar suas vivências (POUPART, 2010). Esse método propicia aos pesquisadores elementos subjetivos não disponíveis na observação apenas. Opiniões, percepções e vivências só podem ser obtidas através desse processo.

Para a realização das entrevistas, foram selecionados dois participantes do programa *The Voice Kids Brasil*: Thomas Machado e Luís Arthur Seidel. Essas escolhas foram baseadas em proximidade geográfica para que o acesso a eles fosse de forma mais simplificada, além disso, Thomas participou do primeiro ao último episódio da segunda temporada do *talent show*, sendo assim o vencedor da competição, e Luís Arthur, apesar de eliminado na etapa semifinal, realizou apresentações diversas vezes.

A partir dessa etapa, pode-se confirmar, de forma empírica, alguns aspectos teóricos a respeito de alterações no conceito de infância, como proposto neste trabalho, ressaltando que não se trata de afirmativas, tendo em vista que, para isso, seria necessário um estudo multidisciplinar aprofundado.

2 INDÚSTRIA CULTURAL E A RELEVÂNCIA DA TELEVISÃO

A indústria cultural pode ser estudada com diferentes enfoques, como, por exemplo, pelo viés do imaginário ou pela teoria crítica, que é do que trata a Escola de Frankfurt. Essa Escola foi desenvolvida a partir de sólidos pilares histórico-filosóficos e deu origem à teoria crítica da sociedade através de três pesquisas que estudavam: (1) a crítica da economia política marxista, (2) a crítica da razão moderna, utilizando do racionalismo ocidental e (3) a ciência social crítica.

Os responsáveis por iniciar os estudos das teorias da indústria cultural nas pesquisas da crítica da razão moderna, em 1941, foram Horkheimer e Adorno, professores da Escola de Frankfurt. O objetivo deles era compreender o que estava acontecendo no plano civilizatório em âmbito universal. O trabalho dos estudiosos identificou que o desenvolvimento do sujeito voltado para a razão só seria possível se a sociedade se libertasse das amarras míticas do tradicionalismo. Porém, como afirma Rüdiger (2004, p. 21), “o progresso da razão é gerador de um avanço que não pode ser separado da criação de novas sujeições e dependências, responsáveis pelo aparecimento de sintomas regressivos na cultura e de uma silenciosa coisificação da humanidade”.

Os pesquisadores citados acima direcionaram seus estudos para o crescimento e ápice do homem, que, para eles, era obtido através da substituição da imaginação pelo saber. Segundo Adorno e Horkheimer (1985), ao acabar com os mitos, os elementos ilusórios, as desigualdades, que permeavam as sociedades, também seriam extintas. Aos poucos, os mitos foram substituídos por objetivos a serem alcançados, e os espíritos e demônios por hierarquias a serem seguidas.

Na passagem do século XIX para o XX houve uma grande crise cultural causada por uma mudança brusca nas engrenagens de funcionamento das sociedades. A utilização excessiva da razão atrofiou os valores sociais que antes estavam harmonizados pelas narrativas míticas (RÜDIGER, 2004). A arte abandonou a sua finalidade puramente contemplativa para ter uma função prática nas sociedades. O homem passou a reproduzir na arte os ensinamentos apreendidos da natureza. Esse conhecimento consistia em formas de dominar tanto a própria natureza como seus iguais.

A teoria crítica focada na operacionalidade, com seus fundamentos rígidos, foi bastante relevante no estudo da organização econômica e política de cada sociedade, porém,

para a presente pesquisa, ela não está em primeiro plano. A teoria empregada neste estudo será a de Edgar Morin, que concebe a cultura de massa como uma produção psíquica produzida e consumida de forma não-palpável (MORIN, 1997). O autor compreende que a partir século XX, como nunca antes, mercadorias passaram a ser comercializadas em grande escala e transformaram o cotidiano financeiro. Todavia, com isso, vieram à tona aspectos relevantes da dimensão humana de quem entrava em contato com esses novos produtos.

De acordo com Morin (1997, p. 15):

Uma cultura fornece pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio à vida imaginária; ela alimenta o ser semi-real, semi-imaginário, que cada um secreta no interior de si (sua alma), o ser semi-real, semi-imaginário que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade).

Dessa forma, a cultura de massa também consiste em uma cultura, ela é uma parte do todo. A cultura de massa lapida um sistema de projeções e identificações calcado em símbolos, mitos e imagens que fazem referência à vida real e à vida imaginária. Como afirma Morin (1997), o perfil de industrialização é determinante em categorizar um produto como cultural ou não. Os artistas sofrem uma espécie de violência ao serem inseridos em uma categorização capitalista de um direcionamento industrial, obrigados a produzir arte de maneira racional e despersonalizar seus trabalhos.

Os produtos culturais orientados para as massas são originados a partir de arquétipos formadores do imaginário.

(...) existem figurinos-modelo do espírito humano que ordenam os sonhos e, particularmente, os sonhos racionalizados que são os temas míticos ou romanescos. Regras, convenções, gêneros artísticos impõem estruturas exteriores às obras, enquanto situações-tipo e personagens-tipo lhes fornecem as estruturas internas. A análise estrutural nos mostra que se pode reduzir os mitos a estruturas matemáticas. Ora, toda estrutura constante pode se conciliar com a norma industrial. A indústria cultural persegue a demonstração à sua maneira, padronizando os grandes temas romanescos, fazendo clichês dos arquétipos em estereótipos. (MORIN, 1997, p. 26).

As repetições e clichês são os pontos de engessamento dos artistas, porém, o público, cada vez mais sedento por novidades e diferenciais, exige a conciliação entre invenção e padronização, o que, para Morin (1997), é o equilíbrio da dinâmica da cultura de massa.

Os programas de auditório, como os *talent shows*, originados pelo rádio e, posteriormente, continuados pela televisão, são um bom exemplo desse equilíbrio da dinâmica da cultura de massa. Esse gênero de programação surgiu no Brasil, em 1935, quando o radialista Celso Guimarães soube pela revista *Variety* que, em Nova York, existia uma atração chamada *A Hora do Amador*, apresentada por Major Bowes. A partir de então, Guimarães lançou, em São Paulo, na *Rádio Cruzeiro*, um programa semelhante chamado *Os Calouros do Rádio* (TINHORÃO, 1981).

De acordo com Tinhorão (1981), a partir da década de 1960, Sílvio Santos, Chacrinha e Flávio Cavalcanti absorveram o sucesso do rádio e foram os pioneiros a inserir na grade de televisão *talent shows*, tendo como jurados as pessoas do auditório. Através desse perfil de atração, sujeitos de grupos pouco abastados começavam a ser conhecidos e poderiam expressar suas ideias para todas as classes sociais.

Atualmente, por meio de adaptações, é possível estar de acordo com a dinâmica cultural brasileira e apontar programas desse gênero como *The Voice Brasil*, *The Voice Kids Brasil*, *MasterChef*, *Batalha dos Confeiteiros*, *X Factor*, *Superstar*, entre outros.

Além de entreter o espectador, os *talent shows* apresentam como objetivo escolher um participante que se destaque pelo dom proposto pela competição. A partir desse momento, o participante vencedor passa a ser a estrutura central. Ocorre, assim, uma contradição, o então artista/criador do programa transfere seu êxito por ter produzido a atração para a mais nova celebridade, passando a ser o interesse principal. Segundo Morin (1997), o prazer do artista/criador, ao ser identificado com sua criação, deixa de existir, caracterizando, assim, outro modelo de engessamento da cultura de massa.

2.1 O PÚBLICO DA INDÚSTRIA CULTURAL

A lógica da produção de massa prevê que todo produto precisa ser consumido, obtendo o máximo de satisfação econômica. A indústria cultural também obedece a essa regra, deseja atender o maior número de pessoas através de grande variedade de imaginários e informações (MORIN, 1997). As mensagens passadas ao público devem ser claras e inteligíveis para que sejam compreendidas pelo maior número de espectadores.

Ao formatar um conteúdo para um meio de comunicação é definido o “homem médio” (MORIN, 1997, p. 36), um espectador ideal com características homogêneas daquela

sociedade a que o programa é destinado. Dessa forma, os conteúdos são desenvolvidos e direcionados para esse receptor, tornando a informação mais facilmente assimilável.

Ao retroalimentar o sistema, o homem médio continua a ser formatado pela homogeneização de comportamentos, gostos e interesses, não levando em consideração o fator classe social do espectador que absorve as produções, pois esse seria um quesito inviabilizador na lógica de maior recepção.

Nesse sentido, ao mesmo tempo em que a produção cultural capta as características padrão do homem, ela desenvolve, a partir delas, o público de massa. Pode-se perceber que permeia a dualidade pelas fórmulas da invenção/padronização, da imprensa/público e da democratização/valorização.

Morin (1997) afirma que na lógica de consumo a unidade adequada que encanta o homem médio é a mescla de fatos reais e características ilusórias. “A cultura de massa é animada por esse duplo movimento do imaginário arremedando o real e do real pegando as cores do imaginário” (MORIN, 1997, p. 37).

Através de críticas que examinam os meios de comunicação para compreensão da sociedade, Morin (1997) afirma que a cultura de massa é essencialmente dirigida para elementos femininos como bem-estar, amor, sedução e conforto; quando a mídia de massa é direcionada para o público feminino, a mulher é representada como mulher-sujeito, já quando o *mass media* é destinado ao público masculino, apresentam-se conteúdos com os mesmos aspectos, porém com a representação de uma mulher-objeto.

A característica sedutora incitada pela busca constante de cosméticos, tratamentos estéticos, acessórios, vestimentas, transformou a mulher na “boneca do amor” (MORIN, 1997, p. 141). Enquanto o homem deixou de lado a figura dominadora, vestindo-se de pai maternal, companheiro, sentimental e terno.

A obsessão dos pais marcou o imaginário até esses últimos decênios. Da tragédia antiga ao romance popular, a família é o lugar dos dilaceramentos existenciais (filhos e pais, sogras e genros, vindita); o melodrama encontra seus motores no mistério do nascimento (criança abandonada, roubada), o padrasto e a madrasta (MORIN, 1997, p. 150).

Os diversos papéis exercidos pelas mulheres e homens, que também são mães e pais, desencadeiam problemáticas familiares, como espaços vazios nas relações com os filhos,

salienta Morin (1997, 1999). Esses filhos, na busca por acolhimento e aconselhamento, dirigem-se a grupos para diferentes fins. Enquanto a figura paterna, ainda representada com autoridade e virilidade, apesar de uma disposição à afetividade cada vez maior, também não se faz presente.

2.1.1 As Crianças e os Adolescentes

Na obra de Steinberg e Kincheloe (2001) é defendida que, desde o início da era da infância, em 1850, as crianças eram protegidas e afastadas das agruras do mundo adulto. A partir do começo do século XX acontece uma nova configuração das dinâmicas dos adultos, os pais passam a ser figuras cada vez menos participantes na cultura infantil, distanciando-se dos papéis de formuladores de visão de mundo e valores. Essas crianças sentem-se isoladas pela ausência dos pais e até mesmo pelo senso de comunidade. Frente a esses sentimentos, consideram-se desafiadas a enfrentar sozinhas seus obstáculos pessoais.

Em programas de televisão como *The Voice Kids Brasil* e *MasterChef Junior*, essa posição frente aos desafios é retratada de forma natural. Crianças participam de competições e realizam atividades austeras, além de serem julgadas com bastante rigor pelo seu desempenho.

Posteriormente, quando jovens, os frutos dessas famílias levam consigo a importância da imagem pessoal e da estética¹ e unem-se a grupos de indivíduos semelhantes por diversos motivos, “como a cultura dos sentimentos, a importância do afetual ou do emocional” (MAFFESOLI, 2005, p. 153), ou até mesmo por identificação de objetos e imagens.

Esses adolescentes constituem uma classe com consistência sociológica importante representada em diversos meios de comunicação da cultura de massa. Para Morin (1997, p. 155), os jovens encontram

(...) na cultura de massa, um estilo estético-lúdico que se adapta ao seu niilismo, uma afirmação de valores privados que corresponde a seu individualismo, e a aventura imaginária, que mantém, sem saciá-la, sua necessidade de aventura. É isso que pode explicar o fato de a adolescência ter podido cavar uma abertura na cultura de massa (...).

¹ “(...) entendo por estética, de acordo com a etimologia do termo, o fato de experimentar emoções, sentimentos, paixões comuns, nos mais diversos domínios da vida social.” (MAFFESOLI, 2005, p. 188).

A televisão brasileira, desde 1995, aposta em uma telenovela direcionada para o público adolescente intitulada *Malhação*, produzida pela Rede Globo, atualmente na 24ª temporada. Nela, são retratados casos como investigações de paternidade de casos extraconjugais, tentativas de assassinato, gravidezes na adolescência, crises amorosas, uso de drogas, grupos de ativistas, aborto, *bullying*, entre outros.

Coutinho (2009) afirma que, para estimular a identificação do público-alvo como a telenovela, *Malhação* utiliza jovens como o centro das narrativas da trama. A televisão é apontada pelos adolescentes como uma das principais formas de lazer, entretenimento e informação. A telenovela atua “como espelho, sonho ou consolo” (ibid. p. 14) para as pessoas que a assistem, criando significados e fixando papéis de juventude através de modelos estereotipados. Nas suas inquietudes de individualidade e busca permanente por aceitação em grupos, vislumbram modelos e heróis produzidos pela cultura de massa, caindo, assim, na fórmula de invenção/padronização.

Morin (1997, p. 152) afirma que “o novo modelo é o homem em busca de sua auto-realização, através do amor, do bem-estar, da vida privada. É o homem e a mulher que não querem envelhecer, que querem ficar sempre jovens para sempre amarem e sempre desfrutarem do presente”.

2.2 A ARTE E O ESPETÁCULO DA INDÚSTRIA CULTURAL

Através da democratização pela reprodução, a cultura erudita, antes consumida apenas por uma classe privilegiada financeiramente, passou a ser de conhecimento público, a chamada “cultura cultivada” (MORIN, 1997, p. 53). Apesar da reprodução não poder ser contemplada com atualidade, originalidade, assinatura, vivacidade, ela supervaloriza a erudita por ser cobiçada.

Simplificação, maniqueização, atualização, modernização concorrem para *aclimatar* as obras de “alta cultura” na cultura de massa. Essa aclimatação por retiradas e acréscimos visa a torná-las facilmente consumíveis, deixa mesmo que se introduzam nelas temas específicos da cultura de massa, ausentes da obra original como, por exemplo, o *happy end* (MORIN, 1997, p. 55).

As reproduções eram realizadas por diversos motivos, como, por exemplo, educativos e financeiros, porém as técnicas foram sendo aperfeiçoadas. As repetições de obras antigas

ficaram em alto grau similares às originais, a ponto de que as cópias podem também ser classificadas como arte (BENJAMIN, 2000).

A *Mona Lisa* (1503), quadro do pintor italiano Leonardo da Vinci e principal atração exposta no Museu do Louvre, em Paris, foi reproduzida inúmeras vezes, inclusive como estampa de camisetas, chaveiros, chão de shoppings, entre outros. Adoradores da arte de Da Vinci, apesar de não terem viajado a Paris, têm a possibilidade de expor em suas casas a *Mona Lisa* através de reproduções (SHEARER, 2006).

Assim como as artes plásticas, as produções audiovisuais também sofreram processos de reprodução. Morin (1997) assegura que, a partir do século XVIII, o imaginário popular era nutrido de projeções, e o burguês, ancorado no realismo,² através de contos fantásticos, lendas, narrativas folclóricas. A cultura de massa trabalha com a metamorfose entre as correntes projetiva e realista. Contudo, no começo do século XX, o imaginário conquistou lugar importante na televisão, no cinema e no rádio.

A possibilidade de acesso a infinitas informações a qualquer momento e a onipresença da cultura por meio de salas de cinema, televisão a cabo, internet e outros, conduz o espectador à positividade, festa, abundância, sensação de vivacidade. Debord (1997, p. 171) define esse processo como espetáculo, “nada mais seria que o exagero da mídia, cuja natureza, indiscutivelmente boa, visto que serve para comunicar, pode, às vezes, chegar a excessos”. No espetáculo, é a estética que relaciona o imaginário com o real.

Vivemos um momento histórico, retrato de um modelo de vida dominante que reafirma suas aparências. Ter uma sociedade mediada por imagens, que exalta as mercadorias e suas paixões, é uma necessidade moderna (DEBORD, 1997).

O onirismo, cada vez mais, mistura-se com a técnica de produção audiovisual, apresentando contos como histórias verídicas, mesclando o imaginário e o real. Para que ocorra uma relação humana entre o espectador e os personagens dos *mass media* são utilizadas ferramentas de identificação. É preciso, para isso, interiorizar o personagem de forma complementar e simultânea por transferências psíquicas. Essas transferências asseguram a participação do espectador no universo imaginário. De acordo com Morin (1997, p. 80), “por certo, não há verdadeiras fronteiras entre as três ordens – prática, mágico-religiosa, estética – e suas relações são fluidas”.

² Morin (1989) define realismo como multiplicação de registros de atividades plausíveis e crédulas. Atenuando estruturas melodramáticas e exacerbando intrigas verossímeis. O principal componente do realismo é a motivação psicológica.

O imaginário, reforçado pela estética, é um sistema de projeções que permite identificações que refletem na vida das pessoas. Ele age de forma reguladora, orientando pressões, satisfações, agressividades, compensações, divertimentos e outros sentimentos (MORIN, 1997).

Através desse espelhamento, é esperado que o personagem obtenha sucesso em sua trajetória, afinal é assim que a audiência deseja se sentir. Segundo Morin (1997, p 94), ao aproximar uma trama fictícia da vida real, ela termina por ser “mais irreal, mais mítica: satisfação dos desejos, a felicidade eternizada”.

Um caso de projeção conhecido no Brasil é o da aposentada Luciane Santiago, telespectadora do programa *Big Brother Brasil 2017*, apresentado na Rede Globo. De acordo com o site da Revista Veja (2017), a senhora havia perdido sua filha por uma doença grave e, ao assistir a concorrente da atração, Emily Araújo, 20 anos, identificou características relacionadas à personalidade da sua filha falecida. Esse espelhamento motivou Luciane a dispendar cerca de 1.200 reais em ligações telefônicas, votando para que a concorrente vencesse o *reality show*.

Morin (1997) afirma que a imprensa seleciona fatos que carregam grande apelo afetivo, para enaltecer acontecimentos e celebridades. Ao retratar personalidades em situações corriqueiras, como exemplos de perfeição e felicidade, elas se tornam símbolos de idolatria.

Assim como a cultura de massa discutida anteriormente, a felicidade também é ancorada em bipolaridades, abarcando projeções e identificações. Para Morin (1997, p. 125), “a felicidade é mito, isto é, projeção imaginária, de arquétipos de felicidade, mas é ao mesmo tempo ideia-força, busca vivida por milhões de adeptos. Esses dois aspectos estão, em parte, radicalmente dissociados, em parte, radicalmente associados”.

A ideia-força está presente na vida gozada de forma intensa em que a própria trajetória é a felicidade, enquanto a projeção está nas possibilidades de ações criadoras da felicidade que a cultura de massa apresenta para os que preferem o conforto.

Morin (1997) afirma que existem características comuns entre a projeção e a identificação. Uma dessas características é o entusiasmo primordial no “indivíduo privado” (Ibid. p. 126). Interesses coletivos são relevantes e, constantemente, levados em consideração, porém a felicidade individual nunca é sacrificada em virtude da comunitária.

Outra característica importante é a perpetuação de momentos de vitória e alegria. Em estudo realizado pela empresa de pesquisas Nielsen (2015), foi constatado que 41% das

peças entrevistadas pertencentes à Geração Y³ possuem grande probabilidade de abandonar seu emprego por insatisfação após dois anos de trabalho. Esse dado comprova que a qualquer desprazer, independente da atividade ou situação, o emprego será renunciado em benefício da felicidade.

Na contemporaneidade, os valores afetivos e materiais se misturam. Para Morin (1997, p. 127):

a concepção da felicidade, que é a da cultura de massa, não pode ser reduzida ao hedonismo do bem-estar, pois, pelo contrário, leva alimentos para as grandes fomes da alma, mas pode ser considerada consumidora, no sentido mais amplo do termo, isto é, que incita não só a consumir os produtos, mas a consumir a própria vida.

A felicidade é a ideologia do sujeito moderno regida por aparatos técnicos e mitos. As celebridades, com suas vidas afetivas frenéticas e lares luxuosos, além de ícones, são os modelos projetivos e identificativos dessa felicidade. Porém, de acordo com Taraborrelli (2005), por vezes a fama também é causa de infelicidade, como o caso de Michael Jackson, que, após obter sucesso, passou a ser ridicularizado por seus sonhos e ser perseguido por jornalistas de mídias sensacionalistas.

2.3 AS CELEBRIDADES DA INDÚSTRIA CULTURAL

As celebridades sempre existiram e são manifestadas como forma de diferenciar indivíduos de determinadas sociedades. Essa diferenciação acaba revelando valores importantes de cada época. A primeira pessoa a ser considerada celebridade na história foi Alexandre, O Grande. Com intuito de afirmar sua personalidade, tomou o controle de seu memorial, contratando um historiador, um pintor e um escultor para que trabalhassem sua imagem a fim de endeusá-lo (JORGE, 2014).

Aliadas às celebridades estão as tecnologias de comunicação que fazem delas “pseudo-acontecimento humanos” (JORGE, 2014, p. 10), visto que não há um manual de como se tornar uma celebridade, apenas a necessidade de visibilidade. A indústria de comunicação de massa idealiza as celebridades como forma de entretenimento da mesma maneira que suas programações. Ao utilizar exagero para transmissão de informações, a união

³ Conceito sociológico que refere pessoas nascidas desde a década de 1970 até 1990 (NIELSEN, 2015).

do imaginário e do real transforma seus produtos em forma romântica, trágica ou mítica para a criação de celebridades, facilitando o processo de projeções-identificações ocorrido em todas as relações humanas.

A informação romanciada e vedetizada, de um lado, o sensacionalismo, de outro, apelam finalmente para os mesmos processos de projeção-identificação que os filmes, romances, novelas. De fato, os personagens em situação romanciada da atualidade fornecem uma matéria real, mas da mesma estrutura afetiva do imaginário. O sensacionalismo funciona como tragédia, a vedetização funciona como mitologia (MORIN, 1997, p. 101).

Dessa forma, as celebridades nascem do imaginário, de papéis interpretados, de funções sagradas, de trabalhos heroicos e, até mesmo, eróticos; são príncipes, artistas, campeões, atletas, participantes de programas de televisão, entre outros. Morin (1989) esclarece que se obtém uma celebridade a partir do instante em que o intérprete se apropria de um personagem elevando-o ao patamar mítico⁴.

O *Jornal El País* (2016), por exemplo, realizou uma matéria explicando por que o Príncipe George, filho do Príncipe William e da Duquesa de Cambridge, Kate Middleton, independente da estação do ano, utiliza bermudas. A explicação para a vestimenta do menino é a tradição da aristocracia britânica como forma de sinalizar a classe social. Nesse caso, o menino, por ser membro de uma família real, sofre o processo de divinização, uma espécie de caminho entre um mortal e um deus. Além de admirado, o Príncipe George é cultuado .

O amor é uma das estruturas da divinização para Morin (1989). A estrela, geralmente com feições belas, é banhada em romantismo, aberta para amar e ser amada. Ela, então, “se torna objeto do mito do amor, a ponto de despertar um verdadeiro culto” (Ibid, p. 27). A beleza não é secundária no universo das celebridades, é capital para suportes míticos, como comprova o objetivo da marca de maquiagens *Max Factor*. A polonesa Maximilian Faktorowicz, maquiadora dos bailarinos do *Royal Ballet*, da Rússia, desenvolve produtos específicos para atores de cinema desde 1914, dentre eles graxas cosméticas e pomada labial resistente ao calor dos estúdios de gravação (ESTRÁZULAS, 2011).

Caso a maquiagem não cumpra com as expectativas, tanto das celebridades quanto dos espectadores, a cirurgia plástica o fará; somando ao artifício da câmera de filmagem, que deve

⁴ “Um mito é um conjunto de condutas e situações imaginárias. Essas condutas e situações podem ter por protagonistas personagens sobre-humanas, heróis ou deuses” (MORIN, 1989, p. 26).

ser posicionada para capturar o melhor ângulo da estrela, esconder alguma marca, aumentar a altura, dentre inúmeras estratégias.

A bondade é outra estrutura da divinização. A celebridade deve desvelar a bondade não só nas telas, mas também na vida real. Cuidar de seus admiradores e fãs resulta em vínculo sentimental, fazendo dela uma espécie de conselheira. Para Morin (1989, p. 33), “na dialética do ator e da representação, a estrela cede beleza à personagem e recebe dela virtudes morais. Beleza e espiritualidade se conjugam para constituir a essência mítica de seu caráter, ou melhor, de seu sobrecaráter”.

O mito se inicia fora do universo das estrelas, afinal, aparentemente, beleza é o único pré-requisito para ser celebridade, mas pode ser adquirida artificialmente. Incontáveis pessoas sonham em ser encontradas por olheiros e virar famosas, porém o reino das estrelas é bastante seletivo. Não só beleza é o passaporte para esse universo, é necessário o dom (MORIN, 1989).

As celebridades dotadas de um dom vivem sob pressão. De acordo com Jorge (2014), a ascensão traz consigo o medo da queda, de não conseguir dar continuidade às demonstrações de seus talentos. A mídia e o público demonstram grande interesse por esse momento de declínio das celebridades, porque o ápice do sucesso não é possível à maioria dos mortais e, por isso, esse momento de queda oferece tanta satisfação para a audiência (JORGE, 2014).

Ao ocorrerem fatos transgressores na vida particular das celebridades e essas conseguem se recuperar, as narrativas pessoais se tornam notáveis e começam a ser usadas como discursos por elas, principalmente entre concorrentes de *reality shows*. A percepção de representação transmitida anteriormente, quando os concorrentes simplesmente cumpriam com a sua função, passa agora a ser interpretada como a projeção de um ser autêntico (JORGE, 2014).

A vida pública-privada das celebridades nada mais é do que um mito coletivo. Segundo Morin (1989), há uma espécie de diálogo entre a alma e a consciência da estrela. Comumente, são veiculados momentos de alegrias de esplendor, quando nem sempre a realidade condiz.

Assim a mitologia da tela se estende para além da tela, para fora dela. A estrela é envolvida por uma dialética do desdobramento e da reunificação da personalidade, como, aliás, o ator, o escritor, o político. Todo ator tende a acentuar seu desdobramento (adotando um pseudônimo) e ao mesmo tempo procura superá-lo. O ator acaba por representar seu papel na vida e se torna um comediante. A estrela não

é cabotina; não representa um papel exterior a si; como as rainhas, ela vive seu próprio papel (MORIN, 1989, p. 47).

Esse papel desempenhado pelas celebridades é alimentado por uma indústria poderosa culturalmente por gerar produtos em torno dos pseudo-acontecimentos humanos e é repleta de sujeitos que participam de forma ativa.

2.3.1 Os Clubes de Fãs

Existem diferentes níveis de audiência para os produtos comunicacionais: consumidores, cultistas, fanáticos, admiradores, entusiastas, relutantes, desinteressados, antagonistas, resistentes, pequenos produtores e fãs. Essas definições são de acordo com a intensidade da relação com o objeto cultural e elas também podem variar (JORGE, 2014).

Ao redor das celebridades, uma das maiores categorias de audiência que as circundam são os fãs, sujeitos que produzem objetos para o cotidiano em razão da celebridade. Para Jorge (2014, p. 58), “o consumo do fã não tem apenas a ver com economia, mas também com tempo, investimento pessoal e emocional: procura de vestígios do ídolo, de objetos raros e únicos, originais. Por isso, essas práticas estão relacionadas com questões de auto-identidade”.

Muitos fãs criam clubes para debater e compartilhar questões ligadas à celebridade que os contempla com sua presença ou notícias exclusivas. O Matteus Fã Clube Oficial⁵ realiza esse trabalho para o cantor Matteus Brunetti, ex-participante do programa *The Voice Brasil*, apresentado na Rede Globo, em 2015. Três jovens montaram o clube para divulgar a agenda de shows, organizar todas as aparições do cantor na mídia, compartilhar clipes de músicas e manter contato com o famoso. Demais pessoas podem realizar cadastro e obter uma carteirinha que os valida como fãs. Assim, podem receber periodicamente e-mails com novidades a respeito do Matteus, podendo manter contato por WhatsApp com as organizadoras do clube, assessoria do cantor e até mesmo com ele. Dessa forma, é estabelecido um relacionamento íntimo em função de uma celebridade. Jorge (2014, p. 59) afirma que:

⁵ MATTEUS Fã Clube Oficial. Disponível em <<https://www.matteusfcoficial.com.br/sobrenos>>. Acesso em: 7 mai. 2017.

Há regras internas, protocolos, ritos de iniciação e reconhecimento dentro da comunidade de fãs (Darling-Wolf 2004), que dependem da disponibilidade dos fãs para investir tempo e recursos para reactivar, renovar e reforçar a sua veneração pelo objecto mediático. A intensidade e as características de cada comunidade de fãs desenham-se na conjugação entre o tipo de objecto (um grupo de fãs em torno da música é distinto do cinema, da televisão, seja produto ou personalidade), os contextos sociais e culturais a que esse objecto apela e os em que ela pode ser mantida.

O fã sente amor pela celebridade, sem ciúme ou inveja, apenas admiração. “A adoração implica uma relação verme-estrela. Certamente essa relação se estabelece num amor verdadeiro entre dois seres, em toda parte a sua reciprocidade. O adorador quer que a adorada também seja uma adoradora. Por outro, o verme quer ser estrela” (MORIN, 1989, p. 52).

Como forma de culto à celebridade, os fãs enviam mensagens despindo suas almas apaixonadas, humildemente oferecem presentes simbólicos. Em contrapartida, esperam uma resposta que supra seus anseios, medos e dúvidas, confundindo a celebridade com algum exemplar de santo ou missionário (MORIN, 1989).

Por esse motivo, a imprensa procura, ou até mesmo cria, notícias falsas a respeito das estrelas. A conversão da realidade da vida em mito e do mito em realidade, atrelados ao desvelamento dos detalhes desse processo, gera curiosidade (MORIN, 1989). A idolatria e sede por saber mais sobre a celebridade estreita a distância da mesma.

Apesar dos avanços tecnológicos também contemplarem os meios de comunicação, muitos fãs, por não poderem estar fisicamente perto de seus ídolos, ainda encaminham cartas e e-mails solicitando fotos. A fotografia é um artefato que sintetiza uma intensidade transitória que, após revelada, é eternizada. Para Fontcuberta (2012), esse poder de transformação se aproxima ao do mágico.

A dinâmica de colar fotos e pôsteres de ídolos nas paredes, por exemplo, ainda é atual. A foto encaminhada pela celebridade para o fã é uma cortesia, ela é parte de um ritual do novo sistema de comunicação social (FONTCUBERTA, 2012). No momento em que o fã recebe a fotografia, ele entende que está perto da celebridade que a enviou, iniciando uma relação.

O fã é um cultuador do que gostaria de ser e, muitas vezes, imita a celebridade, de forma consciente ou não, com intuito de superar a si mesmo. Acontece um ato de divinização quando o espectador projeta na celebridade o que desejaria ser, comumente gerando figuras irreais, que, em sua maioria, são mitos femininos. Morin (1989, p. 68) explica esse fato da

seguinte maneira: “a mulher é um sujeito e um objeto mais mítico que o homem, nas atuais condições sociais. E, naturalmente, é mais estrela que o homem. (...) Feminiza-se naturalmente a estrela, palavra já por si feminina”.

Em Dallas, nos Estados Unidos, é prática comum pessoas procurarem consultórios médicos de cirurgiões plásticos com fotos de celebridades solicitando que fiquem parecidas com elas. Ellin (2014), jornalista do *The New York Times*, conta como a empresária de uma consultoria de tecnologia imobiliária, Deborah Davenport, 41 anos, tomou a decisão por suas cirurgias:

Ela perguntou a si mesma com quem gostaria de ser parecida, e depois de olhar revistas e filmes, a resposta chegou: Kate Winslet. Deborah recorreu a Dr. Sam Lam, que desgastou a cartilagem de seu nariz, injetou o preenchimento dérmico Sculptra para aumentar as suas bochechas e inseriu um pouco de Botox em sua testa e ao redor dos seus olhos para torná-la mais parecida com Winslet. Totalizando 15 mil dólares.⁶

Ao mesmo tempo que a imprensa exhibe as celebridades como belas e intocáveis, também invade suas vidas a ponto de desmistificar a concepção de irreabilidade perfeita e permitir a identificação do público. Dessa forma, as celebridades viram modelos de conduta a serem seguidos, heróis de celebração da vida privada que “realizam os fantasmas que os mortais não podem realizar, mas chamam os mortais para realizar o imaginário” (MORIN, 1997, p. 107).

Modos de agir, penteados, acessórios e relações são imitados por espectadores, ditando um estilo de vida baseado, como dito anteriormente, no bem-estar, sedução e paixão das celebridades (MORIN, 1997). Isso simboliza o ideal da cultura de massa, a busca pela felicidade baseada em imagens artificiais das celebridades, originando uma sociedade mitológica.

2.3.2 A Mercadoria

Os espectadores elevam as celebridades a deuses, porém quem os fazia ser verdadeiras estrelas era o chamado *star system* (MORIN, 1989, p. 74). Uma espécie de fabricação de

⁶ No original: “She asked herself whom she would want to look like, and after scouring magazines and movies, the answer arrived: Kate Winslet. She went to Dr. Lam in Dallas, who shaved cartilage from her nose, injected the dermal filler Sculptra to plump out her cheeks and squirted a little Botox into her forehead and around her eyes to make her more Winslettish. The bill was \$15,000” (ELLIN, 2014).

celebridades em que “uma autêntica produção em série absorve belas moças descobertas pelo *talent scout*, racionaliza, uniformiza, seleciona, se descarta as peças defeituosas, burila, monta, dá forma, lustra e enfeita – isto é, faz estrelas” (Ibid, p. 75).

Essa prática era, comumente, empregada como um sistema econômico, todavia essa formatação não é mais usual atualmente. Contudo, há atividades que ainda perpetuam, como os agenciadores, contratos direcionando a conduta das celebridades, profissionais especializados para ajudar atrizes a modificar sotaques, entre outros.

Caso a celebridade, vista como produto, obtenha sucesso, sua vida privada será permanentemente controlada e organizada. Por sua vida ser comercial e eficaz na publicidade, além de a própria figura ter valor, seu corpo deve encaixar em padrões exigidos pelo mercado (MORIN, 1989), sendo essa prática evidenciada pelas múltiplas plataformas de comunicação.

As redes sociais Instagram e Snapchat facilitaram a exposição e o contato das celebridades entre elas e até mesmo com o público. Através desses recursos, é possível que, em tempo real, seja exposto o que estão fazendo durante as 24 horas do dia. Além disso, esses aplicativos possibilitam que exibam diariamente os presentes que recebem de empresas em suas residências: chocolates, sapatos, cremes de beleza, acessórios para seus cachorros de estimação e outros. Ou seja, constantemente, independente do horário, estão à disposição para publicidade.

Através das mesmas redes sociais, exibem os exercícios físicos que praticam para cuidar dos corpos e as dietas que seguem como forma de entregar aos fãs os segredos para que se pareçam com elas, validando o padrão ditado pelo mercado.

O *Jornal Estadão* (2015) assegura que, por cada postagem nas referidas redes sociais, as celebridades podem receber das marcas contratadas até 2,5 mil reais. Elas utilizam os aplicativos de redes sociais para mostrar seu dia-a-dia, arrecadando seguidores que desejam saber mais sobre a rotina pessoal das estrelas; quanto mais seguidores, maior o potencial mercadológico das celebridades.

A estrela do ponto de vista de seu potencial mercadológico não se arruína no momento do consumo, ao contrário, quanto mais sua imagem se multiplica, mais almejada e maior valor terá. “Dessa forma, a estrela é ao mesmo tempo mercadoria de série, objeto de luxo e capital fonte de valor. É uma mercadoria-capital” (MORIN, 1989, p. 76).

As necessidades dos sujeitos da contemporaneidade, no que tange o capitalismo, fazem das celebridades deuses e mercadorias em uma mesma realidade. Morin (1989, p. 77) afirma que:

O padrão tinha que se encontrar um dia com o arquétipo, os deuses tinham que ser fabricados um dia, os mitos tinham que se tornar mercadorias. O espírito humano tinha que encontrar no circuito da produção industrial, não só como engenheiro, mas também como consumidor e consumido.

O universo das celebridades é comumente percebido pelo público com excessos, brilhos, felicidades e, também, exploração. Em decorrência dos pilares da sociedade de massa, ser celebridade é um objetivo de vida a ser alcançado, tanto pelos adultos quanto pelas crianças.

2.3.3 As celebridades Infantis

Desde a Grécia Antiga é comum ver crianças apresentando-se publicamente nos palcos, porém o conceito de celebridade infantil, como um jovem idolatrado por seus diferenciais e talentos, foi criado na cultura ocidental a partir do século XVIII, com Mozart, Mendelssohn, Paganini e Beethoven, de acordo com O'Connor (2017). Desde então os fenômenos infantis aumentaram o interesse do público, além do fato das famílias se beneficiarem financeiramente com o talento das crianças.

No Brasil, a participação de crianças em programas de televisão deu-se a partir da década de 1970 com a transmissão da série *Vila Sésamo*, pela TV Cultura, em co-produção com a Rede Globo. Nas décadas seguintes, 1980 e 1990, programas com apresentadores conduzindo brincadeiras com crianças no intervalo de desenhos animados tornaram-se comuns (CARMONA, 2002).

As estrelas infantis transformaram-se um verdadeiro negócio para as famílias que viam nelas a esperança de condições financeiras melhores para todos. De acordo com O'Connor (2017), durante a década de 1920 diversos nomes importantes no cenário infantil surgiram, como Shirley Temple, Judy Garland e Mickey Rooney. Ao visar riqueza e fama, as famílias não priorizavam educação, escolaridade e privacidade das pequenas celebridades.

Segundo Libardi (2013), bebês com poucos meses de idade geralmente são selecionados para estrelar comerciais de fraldas, talcos e pomadas infantis, entre outros. Para que esses comerciais sejam realizados, há uma grande equipe formada com agentes, diretores, maquiadores e outros integrantes, com uma meta a ser alcançada e um orçamento definido - o ambiente é de seriedade, e o bebê é um profissional.

As crianças maiores, depois que caminham e falam, não podem ser tímidas e devem ter capacidade de aprender rapidamente, porém, para cada trabalho, são solicitadas características especiais. As modelos devem ser criativas para realizar poses, despojadas ao caminhar e ter dentes bonitos, enquanto para atuar é necessário boa memória para decorar os diálogos, saber se comunicar de forma espontânea e ser criativa (LIBARDI, 2013).

Outro caminho usual para as crianças se tornarem celebridades são os tradicionais concursos de beleza, como o *Miss Brasil Infante Juvenil* (ANEXO A), que podem concorrer meninas de 4 até 17 anos, dependendo da categoria. As meninas são fantasiadas como pequenas adultas pelas mães, com unhas postiças, maquiagens pesadas e, até mesmo, bronzeamento artificial. Alguns concursos movimentam muito dinheiro, envolvendo roupas, hotéis, viagens, treinamentos, maquiadores, cabelereiros (GIROUX, 2017).

A cada trabalho, uma experiência diferente e um cenário singular. Viagens são comuns devido às demandas dos produtores, gerando alegrias e experiências novas, no entanto há casos que impossibilitam as crianças de acompanharem as atividades escolares. De acordo com Libardi (2013, s. p.):

(...) o afastamento da vida estruturada exige bastante equilíbrio e força para superar a distância de tudo que sempre construiu sua própria felicidade, incluindo pessoas, hábitos e lugares que frequenta. Nesses casos, um acompanhante (geralmente pai ou mãe) vai junto com o artista mirim, mas o restante da família fica longe mesmo. Mães que acompanham o filho artista chegam a deixar o emprego, o marido e outros filhos por um período para dar esse suporte àquele que está trabalhando. No caso de uma novela, chegam a ficar uns nove meses morando longe da família (LIBARDI, 2013, s.p.).

A regularidade dos trabalhos pode ser um empecilho para as crianças. A atriz, cantora e apresentadora Maísa Silva, 15 anos, começou sua vida artística aos 3 anos de idade como apresentadora do programa *Sábado Animado*, no canal aberto SBT. Maísa comenta que, apesar de gostar de brincar de pega-pega e andar de skate, a rotina de estudos pela manhã e trabalho à tarde não permite a diversão regularmente (VIEIRA, 2014).

De acordo com Filho (1998), a veiculação de crianças atrai a atenção de telespectadores infantis, sendo essa a principal razão pela escolha desse elenco, além de emocionar e persuadir o público adulto. Por isso, a *Disney* está entre as companhias que associam a sua marca à imagem de celebridades infantis, como Miley Cyrus, Britney Spears e Lindsay Lohan. O'Connor (2017) afirma que a infância norte-americana apresenta uma potência cultural forte, obrigando as mini-celebridades a interpretarem para o resto de suas vidas virtudes infantis, como inocência e pureza. Além disso, a criança permanece rotulada de acordo com o papel encenado, independente do lugar e do tempo posterior ao personagem ter sido veiculado (FILHO, 1998). Por exemplo, a atriz Bruna Marquezine interpretou, em 2003, aos sete anos, a personagem Salete, na telenovela *Mulheres Apaixonadas*. A personagem ficou bastante conhecida por ser cega, sofrer maus tratos pela avó e perder a mãe, além de ser bastante emotiva. A atriz, apesar de ter interpretado diversos papéis posteriores, ainda é conhecida pela história de Salete (ESTADÃO CONTEÚDO, 2016).

O desenvolvimento da criança cercada pelos holofotes também apresenta outras consequências. Apesar de em alguns casos haver assessores de imprensa auxiliando, nem sempre há controle sobre a imagem pública da celebridade. Comentários e fotos são postados constantemente em redes sociais e sites, denunciando que estão expostas a todos os tipos de público. Há meios de comunicação que objetivam posicionar celebridades infantis como desviantes, transgressoras e até mesmo amaldiçoadas, em parâmetros culturalmente definidos considerados normais para crianças (O'CONNOR, 2017).

Miley Cyrus foi uma das vítimas da indústria das celebridades. Desde os 11 anos ouvia que era uma celebridade, mas para manter seu estrelato era necessário ser loira, ter cabelos compridos, vestir roupas apertadas e brilhantes, quando, na verdade, sentia-se uma menina frágil, com peruca e maquiagem ao interpretar a personagem Hannah Montana. Em entrevista à revista *Marie Claire*, em setembro de 2015, Cyrus afirmou que, nos momentos em que não estava vestida para o personagem, não sabia quem era, desenvolvendo transtorno dismórfico corporal, uma doença mental em que constantemente esteve preocupada com defeitos de sua aparência (TAN, 2015).

Para Libardi (2013), o universo das celebridades espera que todos tenham maturidade e comportamento profissional, confundindo as crianças com mini-adultos em determinadas situações. Para elas, os momentos de desfilar, atuar, cantar são de divertimento e brincadeira, enquanto o profissionalismo para tratar de assuntos referentes à carreira são de responsabilidade dos tutores.

2.3.3.1 Os Tutores das Celebidades Infantis

A atriz, dançarina, cantora e diplomata norte-americana Shirley Temple foi uma das estrelas de Hollywood que a mãe acompanhou no decorrer de sua carreira; quando Temple completou três anos de idade, Gertrude Amelia Krieger, sua mãe, a matriculou em uma escola de dança em Los Angeles. Na escola, a pequena foi vista dançando por dois produtores de filmes que a selecionaram para estrear uma série de curtas-metragens chamada *Baby Burlesks*.

De acordo com Barrett (2017), essa série era composta de paródias de filmes adultos em que Temple sobrepunha à sua inocência infantil a consciência sexual. Segundo o Site Oficial, Shirley Temple, após *Baby Burlesks*, assinou contrato com a Fox Film Corporation, deslançando a carreira de estrela.

Existem crianças que, apesar de nunca incentivadas, demonstram interesse na carreira artística, por uma questão de espelhamento nas celebridades que aparecem na televisão ou estão nas capas de revistas; quando o desejo é bastante intenso, a criança se esforça, e com o apoio dos tutores, realmente, desenvolve talentos (LIBARDI, 2013).

Conforme Libardi (2013), muitas pessoas, ao redor de crianças, sonham que elas estejam estampadas em capas de revistas. Mesmo que não entrem no universo das celebridades, uma aparição na mídia para que guardem de lembrança já é o bastante.

E assim muitas gestantes incluem a fama entre seus desejos. Elas tentam uma oportunidade até a última semana de gravidez. Depois entram em contato com as agências avisando que o bebê nasceu. Chegam a enviar fotos da criança no hospital, com os olhinhos ainda sem definição, do primeiro banho etc. Isso acontece com frequência (LIBARDI, 2013, s.p.).

Os tutores tem, por obrigação, proteger e orientar as crianças, porém, em algumas situações, ocorre o contrário. Para isso, nos Estados Unidos, associada às mudanças de direitos e proteção às crianças no início do século XX, surgiu a Lei Coogan, que assegura que os ganhos monetários da celebridade infantil seja pertencente a ela e não de seus tutores. Coogan foi um ex-artista infantil que assumiu a responsabilidade financeira da família, inclusive proporcionando a ela momentos luxuosos. Ao entrar na puberdade, não obteve tanto sucesso e deixou a carreira de artista, acreditando que o dinheiro adquirido a partir de seu trabalho estava guardado para que pudesse usufruir no futuro. Ao completar vinte anos,

Coogan descobriu que havia apenas mil dólares preservados, levando-o a processar sua mãe e seu padrasto, que também era seu gerente. Ao ter sucesso nos tribunais, o artista deu origem à lei com o seu nome (O'CONNOR, 2017).

Dentre os diversos meios de comunicação em que as celebridades podem ser exibidas, a televisão se destaca por sua dimensão técnica que remete ao divertimento e espetáculo e a comunicação que origina o laço social entre os espectadores (WOLTON, 1996). Ela une de forma igualitária todas as classes sociais, pessoas das mais diferentes idades, de todos os cantos do mundo e todas as culturas; assistir a ela e falar sobre ela, unindo os mais diversos públicos.

2.4 TELEVISÃO ABERTA

A televisão é um dos símbolos da democracia da sociedade de massa, nela são investidas esperanças que ela não será capaz de satisfazer. Através dela são exibidos programas que permitem que os espectadores tenham a sensação de que é possível ter, de forma instantânea, os estilos de vida ali representados. Não são promovidos apenas produtos e serviços, mas a cultura em que aquele produto é valorizado, como, por exemplo, o programa *Casamento à Moda Antiga*, veiculado pelo canal SBT, baseado no formato norte-americano *Married by America*. Neste *reality show* o objetivo é unir homens e mulheres que desejam se casar e formar uma família.

A televisão reorganizou a maneira com que as pessoas lidam com o tempo, ela funciona como um espécie de relógio auxiliando a estruturar as atividades diárias de acordo com as programações. Detentora de poder por doar momentos de alegria e renovar perspectivas através de imagens, a televisão se apropria da cultura em que está inserida por meio da grade de programação (CASHMORE, 1998).

Nas 24 horas por dia ela disponibiliza acontecimentos, tramas provocantes e está preparada para instigar o espectador. De acordo com Kottak (2008), através da televisão é possível desenvolver referências, entrar em contato com diferentes culturas e formar impressões próprias sobre diversos assuntos; além de estimular a curiosidade, aumentar a capacidade de comunicação e acelerar a participação em sistemas socioculturais.

Esse meio de comunicação audiovisual expõe modelos culturais de acordo com o lugar e momento que a programação é desenvolvida; levando em consideração que as empresas norte-americanas desse segmento apossaram-se da produção e distribuição de programas para

muitos países - os Estados Unidos, de certa forma, exportam cultura através da televisão. Para Cashmore (1998, p. 232), “isso é feito pelo entretenimento. Enquanto outros se ocupam com a elevação cultural ou com o enriquecimento didático, a natureza comercial da TV americana assegurou-lhe uma ambição cultural mais estreita”.

Muitas vezes, os programas de televisão não discutem assuntos polêmicos, são escolhidos temas despreziosos e leves, mas constituem padrões para as audiências sem que seja percebido por elas. São estereótipos e clichês originando uma fórmula, representando a realidade porque se utiliza de referências comuns a quem assiste. De acordo com Cashmore (1998), as pessoas, ao assistirem televisão, firmam uma espécie de pacto para produzir significados de maneira que o que está sendo transmitido pareça de bom senso e natural.

A televisão brasileira desenvolveu um sistema de códigos que possibilita aos brasileiros se reconhecerem como pertencentes ao país, integrando expectativas, desejos, além de transmitir originalidade. A partir dos anos 1970, ela proveu aos cidadãos a auto-imagem de brasilidade, auxiliando na organização da sociedade pela integração social almejada pela ditadura militar, introduzindo as pessoas no universo da autoridade da informação visual, “dinâmica pragmática e publicitária da população” e a incandescência da “sociedade do espetáculo” (BUCCI, 1997, p. 19). A eminência tecnológica, agregada à população iletrada que dependia dessa tecnologia para ter ciência dos acontecimentos políticos, fez a televisão ser imperiosa naquele momento no país.

Em uma sociedade, a importância que é admitida à televisão é diretamente proporcional aos índices de subdesenvolvimento e analfabetismo. Para Bucci (1997, p. 15), “se compararmos o Brasil com os países europeus, veremos que aqui não apenas a TV é um hábito mais cultivado e uma referência mais constante, como o poder do veículo (e de cada uma das grandes redes) é incomparavelmente superior”. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia, desenvolvida em 2016 pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 63% dos brasileiros optam por se informar através da televisão, desses, 77% a assistem todos os dias, em uma média de 3h35min por dia. Esse estudo também evidenciou que 82% dos brasileiros preferem canais abertos a canais por assinatura.

No Brasil, existem seis redes de canais abertos em atividade: Globo, SBT, Record TV, Bandeirantes, RedeTV! e TV Cultura. Conforme Borgerth (2003), a TV Globo foi fundada em 1961 pelo jornalista e empresário Roberto Marinho, com subsídio de capital estrangeiro da empresa associada Time-Life. A partir da década de 1970, com modernos sistemas de comunicação de massa, passou a ter um grande número de audiência, conseguindo conquistar

e absorver cerca de dois terços das verbas privadas de publicidade destinadas à televisão. Segundo o site da Rede Globo, atualmente, a Rede conta com 118 filiadadas no Brasil, chegando a 5.490 municípios.

O SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) surgiu em 1981 com a assinatura da concessão do Canal 4 por Silvio Santos, assumindo, ainda, quatro canais locais formando o Sistema. De acordo com Silva (2000), um dos principais diferenciais é a denominação da organização, chamando-se Sistema, e não Rede.

Rede subentende uma programação rígida, imposta do centro para fora, obrigando as emissoras afiliadas a transmitir a mesma programação gerada pela matriz, ignorando as conveniências e as peculiaridades regionais. Já *sistema* é um conjunto de emissoras, espalhadas pelo território nacional, que não se limitam a repetir uma programação imposta. O sistema respeita as aspirações e as potencialidades regionais, artísticas e de comercialização e, assim, as emissoras afiliadas dispõem de algumas horas de programação própria diariamente (SILVA, 2000, p. 106).

A Rede Record TV é a mais antiga do país, fundada em 1953. A Rede possui um total de 108 emissoras espalhadas por todos os estados, possibilitando maior agilidade e difusão dos acontecimentos no Brasil, além de valorização da regionalização e dos costumes, de acordo com o Site da Record TV. Ela também disponibiliza ao público o site Emissoras, para que, a qualquer momento, os telespectadores possam se informar sobre as programações, eventos, notícias de última hora.

Em 1967, a TV Bandeirantes iniciou a operar, porém, foi em 1976, com a aquisição da TV Vila Velha e da TV Guanabara, que se deu a Rede Bandeirantes. Foi a pioneira em realização de debates políticos transmitidos pela televisão - em 1982, para eleições do governo do estado de São Paulo, e em 1989, para Presidência da República (SITE GRUPO BANDEIRANTES).

Marcelo de Carvalho e Almicare Dallevo são os fundadores da RedeTV!. Ambos adquiriram a concessão da extinta TV Manchete e a transformaram, em 1999, na Rede, que hoje possui nove emissoras afiliadas e outras cinco próprias. De acordo com Folha Online (2009), atualmente, a grade de programação da Rede é direcionada, na sua maioria, para programas de entretenimento, como *talk shows*, programas esportivos e humorísticos.

A TV Cultura, idealizada pelo ex-governador de São Paulo Roberto de Abreu Sodré, teve início em 1969, destacando-se pela programação com aspectos culturais e educativos.

Segundo Galvão e Galvão (1989), a missão da TV Cultura é atingir, principalmente, os telespectadores intelectualmente menos privilegiados para visar o desenvolvimento dos públicos e aprimorar culturalmente a população.

Inseridos nas grades de programação dessas redes de canais abertos, Souza (2015) identificou, através de pesquisa realizada entre os anos 1994 e 2003, 31 formatos de programas, aplicados em 37 gêneros e distribuídos em cinco categorias.

Para compreender os gêneros dos programas, é preciso entender o desenvolvimento da televisão sob distintos aspectos, principalmente o tecnológico⁷. Os recursos para produção exigem áudio, efeitos especiais, equipamentos, técnicas adequadas, inclusive o canal é uma determinante. Toda pesquisa realizada a esse respeito também deve observar acontecimentos não habituais que possam interferir nas grades das emissoras.

McQuail (2003) define gêneros midiáticos como categorias de produtos culturais que auxiliam os meios de massa a produzir seus programas em harmonia com as expectativas das audiências. Os gêneros devem conter identidade reconhecida pelos produtores e consumidores; essa identidade deve estar relacionada com a função (informação, entretenimento etc.), forma (duração, ritmo, estrutura etc.) e conteúdo; a identidade deve ser preservada através do tempo convencional e formas culturais preservadas; e determinado gênero deve seguir uma narrativa ou sequência de ações.

Os gêneros são constituídos por formatos que dizem respeito a suas possibilidades e limitações. Para McQuail (2003), os formatos são roteiros para lidar com determinados temas dentro de um gênero - são características gerais, aspectos, elementos de produção como: planos de câmera, edição, figurino, horários, diálogos, periodicidade.

No Brasil, a classificação dos gêneros não acompanha um padrão internacional, ela é flexível de acordo com os interesses de cada rede. Souza (2015) sugere que as definições das emissoras têm como objetivo atrair telespectadores e não enquadrar-se nos regimes. No país, há três categorias de maior abrangência: entretenimento, informativo e educativo. Há uma classificação informal de acordo com os objetivos do programa, que possibilita essa divisão, o que também não impede a inter-relação entre as esferas.

O conceito de entretenimento é relativamente recente (séculos XIX e XX), surgiu em decorrência da consolidação do capitalismo na fase pós-industrial, em que esse setor cresceu

⁷ Alguns pontos deste subcapítulo foram retirados do artigo desenvolvido pela autora intitulado “Televisão Brasileira: Entretenimento do Espetáculo ao Mito”, publicado nos Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 5 a 9 de setembro de 2016.

mais do que outras indústrias. Ele é uma vantagem competitiva na economia do consumo por estar diretamente ligado no momento da decisão de compra (TRIGO, 2003). O entretenimento é o divertido, irracional, fácil, sensacional, previsível, subversivo; por isso utilizado pelas emissoras e solicitado pelos telespectadores.

Malcher (2009) afirma que o conceito de entretenimento é bastante ligado ao universo popular, envolvendo uma carga pejorativa, tendo em vista que o considerado popular é geralmente caracterizado como menor. Um dos dogmas da cultura era a necessidade de esforço para compreender a arte, enquanto que, para o entretenimento, não era exigido nada, apenas aguçar sentidos e emoções.

De acordo com Watts (1990, p. 20):

O entretenimento é necessário para toda e qualquer ideia de produção, sem exceções. Todo programa deve entreter, senão não haverá audiência. Entreter não significa somente vamos sorrir e cantar. Pode ser interessar, surpreender, divertir, chorar, estimular ou desafiar a audiência, mas despertando sua vontade de assistir. Isso é entretenimento.

Esse perfil, então, consolidou-se na programação brasileira e na expectativa da audiência, além das diversas funções sociais da televisão, como manutenção do equilíbrio, informação etc. A razão pelo prazer é um dos traços da sociedade contemporânea, retrato da busca pelo encantamento, e esse meio de comunicação de massa pode estimular o divertimento fácil (FRANÇA, 2009).

Silva (2012) assegura que as tecnologias - neste caso, a televisão - são instrumentos de aproximação entre as pessoas, habitando a mente com sensações fundamentais, impondo símbolos em uma sociedade do espetáculo. As imagens, partilhadas e reverenciadas, sentimentos e afetos perpassam pelo imaginário e formam o laço social do país. O desenvolvimento da ciência e da tecnologia transformaram as possibilidades de cultura, artes e entretenimento (TRIGO, 2003), mesclando, cada vez mais, esses aspectos com esporte, educação, moda - uma das características da fase pós-moderna, em que o mundo virtual congregou segmentos.

As previsões da década de 1970, de que a informatização iria possibilitar maior tempo ao lazer para os trabalhadores, não passou de uma ilusão; podendo estar conectado ao trabalho todo o tempo e em qualquer lugar, o ócio se tornou escasso. No pouco tempo livre que lhes resta, a busca pelo divertimento é intensa para fazer valer aquele momento. Assistir televisão

garante, virtualmente, a satisfação simulada do desejo do tempo livre (TRIGO, 2003). De acordo com pesquisa realizada pelo IBGE, o total de domicílios sem antena parabólica e TV por assinatura passou de 28,5%, em 2013, para 19,7%, em 2015. O investimento em televisores de tela fina aumentou 7,6%, em 2015, em comparação com o ano de 2014. Esses dados indicam que os brasileiros se mostram interessados em investir nas contrapartidas que esse meio de comunicação pode proporcionar.

O pilar de sustentação do espetáculo está no campo da economia, assim como as redes de televisão. Autores das sociedades pós-industrial indicaram insaciedade por algo que os encantasse, então, as emissoras, pretendendo angariar telespectadores, optaram por colocar um pouco de brilho em diversos pontos da grade de programação. Assim, ambas partes estariam satisfeitas. Debord (1997, p. 40, grifo do autor) afirma:

A vedete do espetáculo, a representação espetacular do homem vivo, ao concentrar em si a imagem de um papel possível, concentra pois essa banalidade. A condição de vedete é a especialização do vivido aparente, o objeto de identificação com a vida aparente sem profundidade, que deve compensar o estilhaçamento das especializações produtivas de fato vividas (...).

As emoções são cada vez mais vividas de forma coletiva, “o espetáculo abarca o mundo. Até mesmo eventos não programados transformam-se em entretenimento e reproduzem-se exponencialmente” (TRIGO, 2003, p. 22). No dia 13 de novembro de 2015 notícias e imagens de pessoas mortas e feridas dominaram os canais televisivos de todo o mundo. O maior ataque terrorista da história de Paris mobilizou diferentes meios de comunicação que procuravam transmitir dados de agências e fontes diversas. Dessa forma, o espetáculo televisionado permitiu unir o mundo em uma vibração, uma espécie de comunhão. Segundo Siqueira (1999), esse fenômeno pode ser considerado como um transe coletivo, em que os participantes se encontram conectados pela corrente, porém separados espacialmente.

Qual é o caráter da televisão? Reunir indivíduos e públicos que tudo tende a separar e oferecer-lhes a possibilidade de participar individualmente de uma atividade coletiva. É a aliança bem particular entre o indivíduo e a comunidade que faz dessa técnica uma atividade constitutiva da sociedade contemporânea (WOLTON, 1996, p. 15).

Esse estar junto pode ser visto no programa *The Voice*, que já apresentou cinco temporadas no canal Globo, e no programa *Ídolos*, que era transmitido pelo SBT e,

posteriormente, pela rede Record, exemplos de *reality shows* de competições de cantores. Pessoas que têm o sonho de seguirem carreira musical se inscrevem e passam por seletivas até serem escolhidas para participarem do programa. Enfim, o momento em que aparecem na televisão, sendo treinadas por artistas conhecidos e duelando entre si. O público é convidado, em algumas etapas, a participar através de votações para escolher os cantores que gostaria que ganhasse. É um ritual que agrega valor para as emissoras, para os programas e que une os telespectadores, além de lidar com os desejos dos participantes que investem para estar ali. Como explica Trigo (2003, p. 165), “a indústria do entretenimento é uma representação da trama delicada e intrincada da vida. Encarar a vida como um brinquedo ou um jogo é parte integrante dessa indústria”.

Silva (2012) explica que as tecnologias que lidam com o imaginário apelam para a sedução. Na pós-modernidade, elas forjam o afeto e dominam as pessoas por adesão, pelo consentimento, como um contrato revogável a qualquer instante. Nesse contrato, são assimilados valores e discursos efêmeros - o retorno por essa adesão é o prazer imediato.

Por usar dessa estratégia para angariar o maior número possível de segmentos de audiência, esse meio de comunicação lida com discursos textuais e imagéticos em diferentes tipos de programas. Por fazer parte de um sistema em que a sua missão é mediar e informar, o uso de tantas estratégias para prender a atenção dos telespectadores pode interferir na originalidade da mensagem. Siqueira (1999, p. 53) aponta o paradoxo deste sistema:

(...) se, por um lado, a mediação dos meios de comunicação de massa promove o conhecimento e a aproximação do grande público com a ciência, tendendo a facilitar sua compreensão, por outro lado, a faz em forma de espetáculo, como “ficção científica”, diminuindo a credibilidade do conhecimento divulgado.

Debord (1997), em sua 14ª Tese, afirma que no espetáculo o que importa é a economia, o resultado é irrelevante. Nesse ponto em específico, em que o jornalismo científico prioriza o entretenimento, tornar aquele profissional referência em determinado assunto apesar dele não dominar, em detrimento de audiência, pode ser um ícone do espetáculo jornalístico na televisão. O programa *Bem Estar*, produzido pela Rede Globo, tem caráter jornalístico e trata de assuntos relacionados à saúde. Apesar de levar diariamente profissionais da área como convidados, as figuras de referência são os apresentadores que são jornalistas e também desenvolvem a respeito dos temas selecionados.

Debord (1997, p. 173) esclarece que:

(...) o sentido final do espetáculo integrado é o fato de ele se ter integrado na própria realidade à medida que falava dela e de tê-la reconstruído ao falar sobre ela. Agora essa realidade não aparece diante dele como coisa estranha. Quando o espetáculo era concentrado, a maior parte da sociedade periférica lhe escapava; quando era difuso, uma pequena parte; hoje, nada lhe escapa. O espetáculo confundiu-se com toda a realidade, ao irradiá-lo (DEBORD, 2007, p. 173).

O espetáculo mesclado com a realidade permeia todos os gêneros de programas de televisão, porém, nos shows de talentos, é vivido tanto pelos participantes quanto pelos telespectadores essa homogeneidade, tornando-se difícil distinguir o que é parte do espetáculo e o que é real. Além desses aspectos levantados, a televisão, como um meio de comunicação, apresenta formas narrativas para conduzir os programas, que permitem o desenvolvimento da história contada, assim como a compreensão por parte dos telespectadores. Interessa, portanto, saber como os programas se constituem para, posteriormente, poder entender como o *The Voice Kids Brasil* se apresenta, assim como a infância nele é representada.

3 O TALENT SHOW: THE VOICE KIDS BRASIL

Este capítulo apresenta a história do gênero *talent show*, desde a sua criação, no rádio, passando para a televisão, com as respectivas especificidades. Também se ressalta a importância das categorias sociais para esta categoria de programa, baseado em Tinhorão (1981). O desenvolvimento da técnica e novas plataformas também são abordados pelas teorias de Jenkins (2009, 2014) e Castro (2006), através do aspecto *Social TV* de Montpetit (2008, 2010). A análise do programa *The Voice Kids Brasil* deu-se através das teorias do cinema de Bordwell e Thompson (1995) e conceitos de narrativa televisiva de Mittel (2015). Já os personagens foram analisados por meio da teoria literária de Candido (1968).

3.1 O GÊNERO TALENT SHOW

Os *talent shows* ou programas de calouros, como eram chamados nos anos iniciais, surgiram na *Rádio Cruzeiro do Sul*, em 1935, idealizados pelo radialista Celso Guimarães. Porém, o gênero se solidificou nas grades de programação apenas nas décadas de 1940 e 1950. De acordo com Tinhorão (1981), durante o decorrer do tempo, os auditórios das rádios se tornaram casas de diversão e teatro das classes mais baixas, porque os programas de calouros eram vistos com esperança entre os que acreditavam possuir talentos artísticos.

Pereira (1967) afirma que grande número de negros e mulatos se inscreviam em programas de talentos das rádios do estado de São Paulo, entre 1950 e 1960. Esse movimento devia-se às limitadas oportunidades de trabalho e renda. Além de entretenimento gratuito e prazer estético, eles procuravam perspectivas de alta remuneração, prestígio, popularidade, além de engrandecer sua categoria social, como o autor supracitado se refere.

Conseguir um lugar nos quadros artísticos de uma emissora de rádio equivalia a realizar, de uma só vez, duas das mais respeitáveis necessidades humanas, ou seja, ganhar o necessário para viver e afirmar a sua personalidade, tonando-se alguém capaz de ser reconhecido no meio da multidão (TINHORÃO, 1981, p. 57-58).

Muitas vozes anônimas puderam expor seus talentos para milhares de ouvintes e obtiveram sucesso, como: Cauby Peixoto, Agnaldo Rayol, Chico Anísio, Ângela Maria e outros. Entretanto, as inúmeras tentativas de ascensão social se tornavam em verdadeiros

dramas para outros. Muitas pessoas inscreviam-se em diversos programas, durante anos para tentar realizar um sonho, que, na prática, nunca aconteceu.

“*Os calouros do rádio*” (TINHORÃO, 1981, p. 59), programa de Celso Guimarães, era conduzido por pessoas com intuito de dinamizar e animar. De acordo com a personalidade e sensibilidade de cada condutor, eram feitos comentários incentivadores ou ridicularizadores em relação aos candidatos.

A oportunidade de acompanhar de casa as tentativas de conquista artística de gente anônima das camadas mais humildes conferiu aos programas de calouros um interesse humano extraordinário. (...) Os ouvintes, porém, não deixavam nunca de identificar-se com esses personagens que encarnavam, no fundo seus próprios anseios frustrados de superação da rotina desumana da vida urbana (TINHORÃO, 1981, p. 60).

Segundo Tinhorão (1981), o primeiro programa de talentos carioca, apresentado por Ari Barroso, na *Rádio Cruzeiro do Sul*, do Rio de Janeiro, trouxe um novo elemento, um gongo tocado pela suposta figura de um carrasco. A configuração de uma espécie de tribunal em que os candidatos são julgados e condenados por suas qualidades artísticas se tornou dominante. Esse critério se estendeu aos programas de televisão nas décadas de 1960 e 1970, apresentados por Flávio Cavalcanti, Sílvio Santos e Chacrinha.

Os conflitos sociais existentes na sociedade são atenuados e encobertos através da técnica e da ciência da televisão. Ela é uma espécie de laboratório de observação de monitoramento comportamental. A técnica possibilitou a atração do espectador pela televisão, por meio da imagem em movimento, com poder e encantamento. De acordo com Siqueira (1999), algumas das técnicas utilizadas são: câmera lenta, efeitos animados, cenas escurecidas; e os *talent shows* podem focar em detalhes, alterar voz, filmar em diferentes planos, ter estúdios de gravação, efeitos de luzes e outros.

Desde os primeiros anos do século XXI a televisão brasileira transmite programas do gênero *reality shows*, porém o grande sucesso, o *Big Brother*, apresentado em 45 países, estreou em 2002. O programa foi desenvolvido em 1998, na Holanda, pela empresa local especializada nesse formato, a Endemol, em parceria com a Talpa Media, de John de Mol. O programa *The Voice*, do gênero *talent show*, também do mesmo criador, possui franquias em 60 países, sendo que o maior número de telespectadores são chineses, com 120 milhões, enquanto o *The Voice Kids* é apresentado em 27 países (ROXBOROUGH, 2015).

O *The Voice* oferece ao público a fantasia de poder escolher quem é a próxima voz para representar seu país. Essa promessa ajuda a construir a tribo de fãs (MAFFESOLI, 2005), mas também leva a decepções quando sentem que seus votos e energia despendida não foram levados em consideração (JENKINS, 2009). Os meios de audiovisuais são uma indústria de sonhos, mitos, criação de associações de emoções - essa conexão de emoções com o inconsciente incide nas crenças e comportamentos de modelo de vida.

A quantidade abundante dessa mercadoria já não satisfaz apenas ao ser assistida, é preciso procurar o reconhecimento do valor, e ele está no uso, na liberdade que ela tem de interação. A estratégia transmídia utilizada envolve maior tempo dos espectadores, gerando maior popularidade entre os engajados em apreciar o programa. Ela mantém as pessoas mais tempo envolvidas no decorrer da programação para apreciar os detalhes, a complexidade do que acontece e não é transmitido por tempo escasso na televisão (JENKINS, 2014). Induz o público a procurar cada vez mais informações a respeito dos participantes, como, por exemplo, onde estão sendo realizados os ensaios, como é o dia a dia deles, depois do término do programa como é a volta para suas cidades.

Para Jenkins (2009), o intuito do *talent show* é conquistar as emoções dos telespectadores para estabelecer vínculo com a rede de televisão, e o investimento, para isso, começa na fase das inscrições para participação; posteriormente, as eliminatórias para concorrer às vagas do programa, com milhares de inscritos fazendo testes. Depois começa a transmissão e os selecionados vão ao ar, sendo que poucos viram finalistas. A cada um desses passos, os espectadores são convocados a imaginar que cada uma daquelas pessoas poderia ser ele ou um amigo próximo, aumentando, assim, as votações a cada semana.

Outra forma de manter os espectadores envolvidos com os *talent shows*, organizar o diálogo entre a programação e o público e estimular a interação, é a conjugação da televisão com outros meios de comunicação. De acordo com Castro (2006), por exemplo, através da Internet é possível que o público vote no seu candidato favorito, encaminhe e-mails para a assessoria de imprensa do artista e para a produção do programa, acompanhe por meio do site oficial do *talent show* as últimas notícias a respeito dos participantes; pelo *Facebook* é possível saber em tempo real as repercussões do programa, através do *Twitter* é viável que o espectador escreva um recado para o concorrente e essa mensagem apareça ao vivo no programa, entre outras ações nesse canal de comunicação. O telefone é comumente utilizado para que o público vote tanto para que os candidatos permaneçam, quanto para que saiam dos programas, isso ocorre através de ligações e envios de SMS.

Com mais frequência, outras plataformas de interação estão sendo agregadas aos programas televisivos para ressignificar conteúdos e tornar a relação com os públicos mais dinâmica. Para Castro (2006, p. 30, grifo do autor):

(...) a televisão mundial encontra-se em um novo momento: o da *pós-televisão*, uma televisão que se dirige a públicos cada vez mais diversificados, rompendo com o modelo cristalizado que a televisão generalista e aberta construiu há algum tempo. Os programas estão cada vez mais híbridos e a ficção está constantemente misturada à realidade, assim como a realidade à ficção, utilizando diferentes recursos tecnológicos como a TV aberta e a por assinatura, seja analógica ou digital, a telefonia fixa ou celular, e também a Internet. Além disso, apresenta programas transnacionais de caráter *glocalizado*; isto é, formatos globais adaptados às características culturais e valores de cada país.

O conceito de glocalização, de acordo com Ortiz (1994), refere-se à mundialização da cultura, interligando os homens através de cotidiano, independente de suas vontades. Dessa forma, desenvolvendo novos sentidos para espaço local e global, por meio de mesclas de conhecimentos populares e internacionais, de maior ou menor intensidade.

Segundo Montpetit (2008), a utilização de diferentes plataformas socializa o *talent show* televisionado, para criação de experiências, tirando o programa da sala de estar e levando para todos os lugares. Através dos diversos dispositivos de comunicação é possível partilhar emoções desenvolvidas a partir de uma programação com pessoas de outros lugares do mundo. Esse aspecto é social é chamado de *Social TV*.

A *social TV* é um serviço de vídeo que integra outros serviços de comunicação, como chat, voz, consciência de contexto, avaliações de pares e recomendações, de acordo com Montpetit (2010). O objetivo principal é compartilhar as experiências obtidas através da televisão com grupos de amigos espalhados por redes sociais, em tempo real, como *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Instagram*, *Snapchat*. A dinamicidade dos *talent shows* com os públicos eleva o programa para uma prática televisiva, unindo momentos distintos, passivo e ativo - o momento passivo do entretenimento e o momento ativo da interação.

O programa *The Voice Kids Brasil* se utiliza dos serviços de *social TV* para, além de compartilhar experiências entre os espectadores, permitir que fiquem mais próximos dos concorrentes da atração durante os dias da semana que ela não é transmitida pela televisão. Através de seus conteúdos, as demais ferramentas de comunicação são capazes de cativar e encaminhar a audiência para a televisão.

3.2 THE VOICE KIDS BRASIL

O *The Voice Kids* é a versão infantil do programa *The Voice*, desenvolvido pela Endemol. A primeira edição aconteceu no ano de 2012, na Holanda, intitulada *The Voice of Holland*, tendo como vencedora uma jovem de 14 anos chamada Fabiënne Bergmans. De acordo com o site da Talpa (2017), “atualmente, existem 25 versões locais do *The Voice Kids* em produção, e o show tornou-se um sucesso no horário nobre em seu próprio direito.”⁸

Segundo a Rede Globo (2017), produtora do programa no Brasil, ele se constitui em cinco etapas: Audições, Batalhas, Shows ao Vivo, Semifinal e Final. As Audições são desenvolvidas ao longo de seis episódios em que os jovens cantam para inspirar os técnicos, que estão de costas, a virarem para os verem. Dessa forma, cada técnico escolhe 24 vozes para formar seu time, totalizando 75 concorrentes.

Durante a fase das Batalhas, os competidores cantam em trios e os técnicos selecionam apenas um para dar continuidade à disputa. Após essas eliminatórias, restarão apenas 24 candidatos, oito em cada time. Para os Shows ao Vivo, é preciso que os adversários cantem individualmente para serem julgados pelo público, continuando na disputa apenas 4 jovens. Na Semifinal, novamente deve haver apresentação para o público que votará, além de cada técnico atribuir pontos aos participantes, assim preenchendo três vagas os melhores colocados. Durante a fase Final, quando houver apresentação dos jovens, o público realiza votação. A voz mais votada é a vencedora, ganhando um prêmio de 250 mil reais e a oportunidade de desenvolver um CD pela gravadora Universal Music.

Para se inscrever no programa é necessário que o concorrente e o representante legal assinem o Regulamento de Inscrição *The Voice Kids* (ANEXO B), que o jovem tenha entre nove e 15 anos de idade, preencha um questionário, faça um vídeo de cinco minutos interpretando uma canção e fotos para encaminhar à produção do *The Voice Kids Brasil*. Após essa etapa serão realizadas eliminatórias regionais, ou seja, os selecionados previamente pelos vídeos irão participar de seletivas por regiões do país, para que os melhores sejam escolhidos para o programa (GSHOW, 2017).

No Brasil, já foram realizadas duas temporadas do *talent show*, nos anos de 2016 e 2017. Em 2016, o vencedor foi o paranaense Wagner Barreto, 16 anos, e, em 2017, foi o gaúcho Thomas Machado, 9 anos.

⁸ No original: “There are currently 25 local versions of The Voice Kids in production and the show has become a primetime success in its own right. (TALPA, 2017)”

3.3 A NARRATIVA COMPLEXA DO *THE VOICE KIDS BRASIL*

Este estudo sobre narrativas tomará emprestado ideias e conceitos de autores que trabalham com seriados tradicionais de televisão, que o programa *The Voice Kids Brasil* apresenta no desenvolvimento de seu caráter seriado. Durante a dinâmica do *talent show*, é possível enquadrar situações semelhantes com séries tradicionais, como narrativas episódicas e serial, personagens que se ausentam em determinados momentos, enquanto outros completam sua jornada com louvor. Além do mais, o programa traça o perfil psicológico desses personagens, apresenta um episódio inicial que ensina aos telespectadores como assistir e interagir com o programa, utiliza-se de outros meios de comunicação para que o consumidor possa interagir e aprender mais sobre os personagens, entre outros aspectos que serão trabalhados na análise do *The Voice Kids Brasil*.

A narrativa é uma cadeia de acontecimentos com relações de causa-efeito que transcorre pelo tempo e espaço (BORDWELL e THOMPSON, 1995), permite ao telespectador compreender pistas, recordar informações, antecipar acontecimentos e, inclusive, participar da criação da programação. Segundo Bordwell e Thompson (1995), toda narrativa inicia com uma situação que, ao longo do tempo, apresenta modificações, de acordo com a dinâmica causa-efeito, para que, finalmente, ocorra outra situação que leve ao término dessa narrativa.

Normalmente, são apresentadas informações explícitas e reconhecidas como pertencentes ao universo da história, mas, para compreender esses materiais, é preciso estabelecer a diferença entre história e argumento (que também pode ser chamado de discurso). Essas distinções são básicas para entender a forma narrativa.

Segundo Bordwell e Thompson (1995), a história é um conjunto de ações de uma narrativa, tanto as que se apresentam de forma explícita (por exemplo: apresentação do personagem X em um palco), como as deduzidas pelos telespectadores (por exemplo: o personagem X empenhou-se muito para se apresentar em cima do palco). Concluir as causas, a sequência temporal e o ambiente, mesmo que nenhuma informação a respeito tenha sido apresentada diretamente, denomina-se história.

De acordo com os autores supracitados, o argumento descreve tudo que é visível e audível. O argumento inclui todas as ações da história que são descritas de forma explícita (exemplo: apresentação do personagem X em um palco), além de poder conter materiais

externos ao mundo da história (exemplo: *flashback* mostrando que o personagem X reside em um orfanato).

Em suma, história e argumento coincidem parcialmente em um aspecto e divergem em outros. O argumento apresenta explicitamente certos fatos da história, de modo que esses fatos são comuns a ambas esferas. A história vai além da trama sugerindo alguns fatos que nunca testemunhamos. O argumento vai além do mundo da história, apresentando imagens e sons não-diegéticos que podem afetar nossa compreensão da história (BORDWELL; THOMPSON, 1995, p. 67, tradução nossa)⁹

Conforme os autores supracitados, o argumento tem a função de fornecer informações da história. Através desse elemento, é possível despertar e manipular o foco da atenção do espectador, por meio de divulgação de informações, em certos momentos. No decorrer de uma narrativa, com a administração de informações, é possível criar expectativas e aumentar o suspense.

Segundo Mittell (2015), a televisão é um fenômeno cultural que permanece em diálogo com contextos culturais, formações históricas e modos de prática. Baseado nesse aspecto, a televisão passa por transformações para que possa se adequar às demandas existentes. Para Mittell (2015), a partir do final da década de 1990 e início dos anos 2000, ocorreram mudanças nas narrativas televisivas, encorajadas pelo contexto em que ela está inserida, como práticas culturais na tecnologia, indústria e audiência.

Esse novo modo narrativo explora os prazeres e os padrões de consumo, além de apresentar borrões entre as fronteiras série-episódio. Mittell (2015) refere-se a esse fenômeno como complexidade narrativa, que se apresenta de maneira criativa e econômica. Acontece um equilíbrio mutável, através da redefinição das formas episódicas, influenciadas pela narrativa serial. Dessa forma, o fim de um enredo dentro de um episódio não é necessário, apresentando conhecimentos sobre variados gêneros de forma contínua.

A televisão complexa emprega diversas técnicas em série, com a suposição subjacente de que uma série é uma narrativa cumulativa que se desenvolve ao longo do tempo, em vez de reiniciar de volta ao equilíbrio no estado estacionário no final de cada episódio. Embora as narrativas complexas de hoje possam ser

⁹ No original: “En suma, historia y argumento coinciden parcialmente en un aspecto y divergen en otros. El argumento presenta explícitamente ciertos hechos de la historia, por lo que esos hechos son comunes a ambos terrenos. La historia va más allá del argumento al sugerir algunos hechos que nunca presenciamos. El argumento va más allá del mundo de la historia al presentar imágenes y sonidos no diegéticos que pueden afectar a nuestra comprensión de la historia” (BORDWELL e THOMPSON, 1995, p. 67).

marcadamente diferentes dos seus predecessores do século XX, elas se basearam em inúmeros inovadores a partir da década de 1970. Este novo modo não é tão uniforme e convencional que as normas episódicas ou em série tradicionalmente foram - de fato, a característica mais complexa da televisão complexa pode ser a não convencionalidade - mas ainda é útil agrupar um número crescente de programas que trabalham contra as convenções de tradições episódicas e de série em uma variedade de maneiras intrigantes (MITTELL, 2015, s.p., tradução nossa).¹⁰

Uma característica da complexidade narrativa é a reciprocidade entre as narrações episódicas e serial, que variam entre arcos de longo prazo e episódios independentes. Inserido nesse atributo, desenvolvem-se histórias que não são continuadas e outras que persistem, as chamadas continuidade situacional e serialidade condicionada (MITTELL, 2015). A serialização da televisão contemporânea é uma variável com diversas faces, não apenas um marcador de continuidade.

De acordo com Mittell (2015), para que os espectadores reconheçam o lugar e as pessoas todas as semanas, as narrativas em série são compostas por quatro elementos principais: cenário da história, personagens, eventos e temporalidade. Programas serializados acumulam, continuamente, eventos narrativos, articulando, através das memórias dos personagens, ocorrências anteriores. Dessa forma, a televisão complexa contemporânea utiliza variações, nas estratégias narrativas, sinalizadas com sutileza.

Criar um modo de narração autoconsciente é outra característica da televisão complexa. Os espectadores sentem mais prazer ao assistir a mecânica estrutural dos programas e menos sobre o que irá acontecer (MITTELL, 2015). Nos fóruns de fãs, são naturalizadas as discussões sobre como determinado programa ou cena foram desenvolvidos. “Os episódios individuais podem desencadear a estética operacional através do espetáculo narrativo, mas programas inteiros também podem ser baseados em pirotecnia de narrativa através de seis arcos maiores ou sua estrutura inerente¹¹” (MITTELL, 2015, s.p., tradução nossa). A forma seriada é elaborada sem receio de confusão temporária por parte dos espectadores, porque exige um novo engajamento ao assistir.

¹⁰ No original: “Complex television employs a range of serial techniques, with the underlying assumption that a series is a cumulative narrative that builds over time, rather than resetting back to a steady-state equilibrium at the end of every episode. While today’s complex narratives can be markedly different from their 20th-century predecessors, they built on numerous innovators from the 1970s forward. This new mode is not as uniform and convention driven as episodic or serials norms traditionally have been — in fact, complex television’s most defining characteristic might be its unconventionality — but it is still useful to group together a growing number of programs that work against the conventions of episodic and serial traditions in a range of intriguing ways” (MITTELL, 2015).

¹¹ “Individual episodes can trigger the operational aesthetic through narrative spectacle, but whole programs can also be predicated on such storytelling pyrotechnics, through either their larger arcs or their inherent structure” (MITTELL, 2015).

Para que se possa analisar o *talent show The Voice Kids Brasil*, que apresenta um caráter seriado, é necessário elencar aspectos a serem examinados, como o seu início, os personagens/participantes, narrativa, temporalidade, extensões transmídia e o encerramento.

3.3.1 O início da Temporada 2 de *The Voice Kids Brasil*

O começo de um programa seriado caracteriza-se por sugerir, simultaneamente, um final. Um dos objetivos de episódios abridores de temporada em curso é convidar novos espectadores e reorientar visualizadores antigos, afirma Mittell (2015). O programa-piloto apresenta diversas tarefas, como fornecer o plano para o programa em andamento, montar o elenco, a equipe e as rotinas.

O episódio inicial apresenta um encapsulamento do que um programa seriado pode ser de forma contínua, ao mesmo tempo em que expõe a narrativa, para orientar os telespectadores, dentro de um mundo de histórias complexas. Ele deve introduzir o elenco, através de seus nomes escritos na tela, de maneira que suas personalidades se relacionem. Mittell (2015) também ressalta que, nesse momento, deve ser estabelecido o gênero do programa para mapeamento do horizonte de expectativas dos telespectadores.

Mittell (2015, s.p., tradução nossa) afirma “que a principal função de um piloto de televisão é ensinar-nos a assistir a série, ao fazê-lo, para nos deixar querer continuar assistindo – assim, os pilotos de sucesso são simultaneamente educativos e inspiradores¹²”. Para incitar os telespectadores, o episódio inicial deve fornecer pontos de engajamento aos fãs, adicionando uma camada de análise reflexiva para que eles possam discutir. Dessa forma, é apontada a operacionalidade estética, ao direcionar o público para a mecânica da narrativa do programa, através de dispositivos narrativos autoconscientes (MITTELL, 2015).

Para a análise, será utilizado o primeiro episódio da segunda temporada do programa *The Voice Kids Brasil*, porque, apesar de inúmeras tentativas de ter acesso ao primeiro episódio da primeira temporada, a *Rede Globo*, produtora do programa, não o disponibilizou na íntegra. Sendo assim, o episódio selecionado foi ao ar no dia oito de janeiro de 2017. Ele inicia com a vista panorâmica de uma parte financeiramente prejudicada de uma cidade, ao som de uma música instrumental. Aos poucos, é dado *close* em uma menina

¹² No original: “I contend that the chief function of a television pilot is to teach us how to watch the series and, in doing so, to make us want to keep watching — thus successful pilots are simultaneously educational and inspirational” (MITTELL, 2015).

caminhando pelas ruas estreitas do local e cumprimentando as pessoas que também caminhavam ali, enquanto uma voz-over diz: “Meu nome é Franciele Fernanda, tenho 14 anos”. Nesse momento, o espectador não sabe a quem pertence a voz. Porém, é possível compreender que se trata da jovem caminhante.

A hipótese confirma-se quando, em um corte, a câmera mostra essa mesma menina sentada em uma escadaria, tendo como ambiente uma rua parecida pela qual ela passeava e então fala: “Sou da cidade de Araputanga, no Mato Grosso. Atualmente, estou morando aqui no Vidigal, no Rio de Janeiro”. Nesse instante, é possível compreender que a vista panorâmica pertencia ao Vidigal e situa a menina como uma moradora do local.

Através de uma passagem azul com o nome do programa *The Voice Kids* repetido diversas vezes, aparece uma foto de Franciele Fernanda cantando, com uma voz-over dizendo: “Faz mais ou menos quatro anos...”, quando aparece, na sequência, uma senhora, com um dizer na tela, situando que é mãe da menina. Assim, essa senhora continua a frase “...que a gente percebeu que ela cantava”, cortando, temporalmente, para a imagem de um vídeo antigo de Franciele cantando e uma foto tocando violão. Nesse momento, entra a voz da menina, dizendo: “É, eu cantava pela casa toda, assim, no banheiro, em tudo quanto é lugar”. Temporalmente, há outro corte, mostrando Franciele e a mãe cozinhando, com a voz de fundo da menina afirmando: “É bem complicado sair lá de Mato Grosso, vir pra cá, pro Rio de Janeiro, deixar meu pai”.

Outro corte temporal mostra a mãe dizendo: “Assim, eu abandonei tudo, tudo, tudo. Meu marido está lá trabalhando, mas a gente sabe que é por uma boa causa”, quando ocorre um corte na imagem e passa a aparecer a mãe e Franciele abraçadas em um lugar alto, tendo, como fundo, a visão panorâmica da cidade do Rio de Janeiro. Nesse instante, a mãe chora e a menina sorri e comenta: “Que isso, só alegria daqui pra frente”. A emoção transmitida para os espectadores é que essas duas pessoas estão com esperança de que algo positivo ocorra em suas vidas, demonstrando um significativo temático. Repentinamente, por uma passagem quadriculada, verde e com o nome do programa repetido diversas vezes, há outro deslocamento de tempo e de ambiente, mostrando um palco, quatro pessoas sentadas de costas para Franciele e plateia ao redor (IMAGEM 1).

Imagem 1 - Deslocamento temporal e de ambiente



Fonte: print screen do vídeo *The Voice Kids – Programa do dia*, 08/01/2017, na íntegra (2017)

Durante os primeiros 47 segundos de programa, ocorreu o primeiro argumento da narrativa desse episódio do *The Voice Kids Brasil*. Como descrito anteriormente, as ações explícitas são a personagem Franciele Fernanda contando quem ela é, e o material não-diegético adicionado – ou seja, externo ao mundo da história – é ela e a mãe explicando que deixaram o pai em outra cidade para que Franciele estudasse música, além de mostrar o lugar onde residem.

A história do *The Voice Kids Brasil* acontece dentro do cenário em que as competições ocorrem, afinal, o programa é um show de talentos. Sendo assim, a história desenvolvida é quando os talentos estão competindo. Todos os acontecimentos externos a esses momentos são não-diegéticos adicionados.

A partir do deslocamento temporal e de ambiente em que Franciele Fernanda aparece cantando, dos 47 segundos em diante, inicia-se a primeira história da narrativa. No momento em que a menina começa a canção, aparece, na parte inferior e centralizada da tela, o seu nome, sua idade e a cidade onde reside, com uma ilustração de uma representação sua (IMAGEM 2). Nesse instante, acontece a inserção dela no elenco, com a associação do nome com a pessoa e sua personalidade.

Imagem 2 – Inserção de Franciele Fernanda no elenco



Fonte: print screen do vídeo The Voice Kids – Programa do dia, 08/01/2017, na íntegra (2017)

Uma das pessoas que está de costas para Franciele Fernanda abre os braços com expressão de espanto ao ouvi-la cantando. A câmera, então, corta para a menina e, imediatamente, mostra esse jurado apertando um botão e virando sua cadeira para que ele possa assistir à apresentação. Durante o movimento de virar a cadeira, seu rosto é focado para que sua emoção de felicidade seja registrada (IMAGEM 3).

Imagem 3 – Jurado vira a cadeira



Fonte: print screen do vídeo The Voice Kids – Programa do dia, 08/01/2017, na íntegra (2017)

Assim que o jurado virou, a câmera corta para Franciele Fernanda e, posteriormente, para a mãe dela, que está feliz e abraçando uma pessoa, até então desconhecida, que está assistindo à apresentação com ela, nos bastidores. Nesse momento, a senhora é apresentada com a legenda “Mãe de Franciele”, inserindo-a como personagem da história também.

Imediatamente, é feito mais um deslocamento ambiental e mostra o jurado que havia virado a cadeira sinalizando que está arrepiado, para uma jurada que permanece de costas. No instante seguinte, são focados outros dois jurados, e, então, a câmera retorna para a cantora, que traz como legenda o título da música que está cantando e os autores (“Maria Maria” – Fernando Brant e Milton Nascimento). Assim, repetem, diversas vezes, as mudanças de câmera para focar em Franciele, nos jurados e na sua mãe, com o intuito de apresentar a dinâmica do programa e as emoções dos personagens envolvidos.

Durante as mudanças de câmera, é possível notar que, no cenário do programa, aparece uma banda tocando e estátuas com o logotipo do programa, que é uma mão direita segurando um microfone e dois dedos levantados insinuando um V de vitória (IMAGEM 4).

Imagem 4 – Cenário do programa



Fonte: print screen do vídeo The Voice Kids – Programa do dia, 08/01/2017, na íntegra (2017)

Ao completar 2 minutos e 25 segundos de programa, Franciele Fernanda termina sua canção e a jurada, no mesmo instante, aperta o botão e vira sua cadeira de frente para a cantora. A câmera, então, foca Franciele, que sorri, enquanto os jurados que viraram as poltronas com os dizeres “eu quero você” se apontam e fazem caretas. Apenas nesse momento

fica claro para o telespectador o significado dos jurados virarem de frente para a cantora. Eles apreciaram a canção e gostariam que ela continuasse no programa.

A jurada levanta-se, realiza uma dança e diz: “Te peguei, te peguei, te peguei”. Imediatamente, os demais jurados, que não gostaram da performance, são virados de frente para a menina, que é focada e comenta: “Eu queria dizer que escolhi essa música em homenagem à minha mãe (coloca a mão no peito e a câmera corta para a mãe nos bastidores) e a todas as mulheres, porque somos todas Marias”. A partir dessa declaração, os jurados e a plateia a aplaudem. Então, o primeiro jurado, que havia apertado o botão, pergunta qual seu nome e ela responde: “Muito obrigada por terem virado para mim. Franciele, Franciele Fernanda”. O jurado segue questionando: “Franciele, quantos anos você tem, Franciele?”. Ela responde: “Fiz 14 agora em novembro”. Questionada, novamente, sobre qual sua cidade, responde: “Eu sou...Estou morando no Vidigal, aqui no Rio de Janeiro, mas eu sou do Mato Grosso”.

O jurado explica que virou a cadeira porque a menina o impressionou nas primeiras notas da canção, pela sua afinação e garra e que, através do seu modo de cantar, deu a entender que está disposta a vencer. Continuou afirmando que está feliz por Franciele estar ali, a chamou de “artista brilhante”, além de prever que ela irá desenvolver a carreira de cantora e finalizou agradecendo por ela estar participando da competição.

Franciele Fernanda agradeceu as palavras do jurado, quando foi interrompida pela jurada, que diz:

Franzinha, vou te falar uma coisa. Um artista é feito de uma composição, são muitas coisas. Eu lhe escutando, achei que você tem uma voz muito forte, imaginei que você tivesse a idade que você tem pela maneira que você canta, pela maneira que você divide. Claramente influenciada por Elis, que é uma bagagem que se deve levar, que tem que ser influenciada por ela. Acho que deveria ser um pré-requisito. Vai cantar, tem que ouvir Elis pra saber como uma cantora deve se portar cantando através da emoção, ritmo. E quando eu virei a cadeira, toda essa composição que a gente fala vem à tona. E tem uma tranquilidade que espero que você leve para a vida profissional que vai lhe ajudar muito. Parabéns, você é uma grande cantora, a gente vai arrasar. Eu sei que você vai para o meu time.

Franciele sorri, por causa do comentário da jurada. Em seguida, os outros jurados que não viraram as cadeiras afirmam que a homenagem para a mãe da menina foi linda, além do que, através do sorriso dela, pode ser constatado que a mãe teve muito cuidado com sua criação; eles finalizam perguntando para Franciele qual time ela escolhe. Então, uma música

transparecendo tensão começa e a câmera varia o *close* no rosto dos jurados, que haviam virado as cadeiras e a menina. Finalmente, a menina estica a mão apontando e diz: “Ivete Maria”. Nesse momento, o público passa a conhecer o nome da jurada: Ivete.

Franciele desce as escadas que estavam em sua frente, os jurados levantam-se e vão ao encontro tocar nos cabelos e na mão da menina. O jurado agradece às mulheres, em nome dos homens, fazendo menção à música cantada. Ivete olha para a menina e afirma: “Franzinha, vamos arrebentar. Vou te falar, o Vidigal jogou você numa energia muito boa”. Nesse momento, acontece uma passagem temporal e ambiental em que aparece Franciele Fernanda encontrando sua mãe e a abraçando nos bastidores, ao som da música que havia cantado.

Através de mais uma passagem com o nome do programa, acontece um deslocamento temporal e ambiental, em que aparece a pessoa que estava acompanhando a mãe de Franciele Fernanda nos bastidores, falando no microfone e com seu nome escrito na parte inferior da tela. Nesse momento, é informado, para o público, que ele se chama André Marques e é o apresentador do *talent show*. André explica:

Boa tarde. A segunda temporada do *The Voice Kids* já começou a todo vapor com uma voz se apresentando muito bem no nosso palco. Como todo mundo sabe, essa competição é dividida em três times, cada técnico tem que montar suas equipes com 24 vozes. Então, vamos dar boa tarde para Victor e Léo. Boa tarde para minha parceira Ivete Sangalo. E boa tarde para o gênio Carlinhos Brown. A gente já começou no clima quente, pra cima! Vou dar boa tarde, também especial, para minha parceira nessa temporada, Thalita Rebouças.

Nesse instante, acontece um deslocamento espacial, e aparece a outra apresentadora, também identificada com seu nome na tela, em um cenário com o nome do programa, e ela diz: “Oi, André, estou muito feliz de estar aqui. A voz ganhadora leva pra casa um contrato com a Universal Music, gerenciamento de carreira e 250 mil reais. E vamos logo conhecer a próxima voz!”.

A partir dos 5 minutos e 50 segundos de programa, todo o elenco fixo é apresentado, é definido o gênero e mapeado do horizonte da narrativa, através da explicitação das regras e dos prêmios do vencedor. Pode-se notar que todos esses dados foram explicitados depois da narrativa ter tido início, porque se trata do primeiro episódio da segunda temporada, ou seja, os personagens fixos e a dinâmica já são de conhecimento do público. As regras que foram explicadas têm a função de ensinar o novo telespectador a assistir e reorientar o consumidor antigo, como afirma Mittel (2015).

A camada de análise reflexiva, para que os telespectadores possam discutir o *talent show*, também começa a ser fornecida nesse instante, quando acontece a demarcação de gênero. Ao ter conhecimento de que é uma competição com times, o público é instigado a torcer por algum concorrente, formando as tribos de fãs (MAFFESOLI, 2005).

Logo após Thalita falar, aparece outra passagem, e ocorre um deslocamento temporal e ambiental para iniciar mais um argumento. Aparece uma menina colocando uma coroa e mexendo uma varinha, com uma voz-over que fala: “Eu gosto de princesas. Eu vejo filmes, livros, as historinhas”. Como no argumento anterior, essa voz pertence à menina. Ela continua: “E as princesas sempre jogam um pozinho mágico com unicórnio. E eu acho bonitinho”. Então, a menina se apresenta e começa a fazer parte do elenco da narrativa, afirmando: “Meu nome é Flávia Scanuffo, de São José dos Pinhais, Paraná”. Em seguida, aparecem fotos de Flávia fazendo caretas e tocando violão. Depois, através de uma passagem, aparece Thalita Rebouças entrevistando Flávia e uma senhora. A menina conta que canta há dois anos; quando assistiu artistas se apresentando, sentiu que era ao lado deles que gostaria de estar, além de afirmar estar nervosa para subir ao palco do *The Voice Kids Brasil*. Porém, com coragem e entusiasmada para dançar junto com a música.

Através de um salto temporal e ambiental a menina aparece no palco cantando a música *Splish Splash*. Deslocamentos são utilizados para mostrar a senhora, que então é apresentada através de um adereço como mãe de Flávia, André Marques e os jurados. Como resultado da sua apresentação, todos os jurados viraram suas cadeiras, aprovando a performance, Victor e Léo, Ivete Sangalo e Carlinhos Brown.

Acabada a apresentação, os jurados conversam, elogiam Flávia, perguntam seu nome, sua idade, tipo de músicas que gosta e questionam qual time ela gostaria de integrar. A menina escolhe Ivete Sangalo, que a abraça. Um deslocamento temporal e ambiental leva Flávia para abraçar sua mãe e conversar com André Marques, que ouve da menina qual a emoção de ter todos os jurados a aprovando para a competição. O apresentador, então, dá as boas-vindas para ela, ao ter sido selecionada para participar das etapas seguintes (IMAGEM 5).

Imagem 5 – Flávia recebendo as boas vindas



Fonte: print screen do vídeo The Voice Kids – Programa do dia, 08/01/2017, na íntegra (2017)

Pode-se perceber que o episódio é composto por pequenos arcos. Cada um se constitui pelo argumento que fornece informações da história dos concorrentes (MITTEL, 2015) e sua apresentação no palco do *talent show*. A dinâmica e a complexidade narrativa seguem por todo o piloto e é a mesma para todos os concorrentes, para que os telespectadores possam se familiarizar com o cenário, personagens, temporalidade e eventos. De acordo com Mittel (2015, s.p.):

O piloto também estabelece as normas do programa para equilibrar tramas múltiplas. Embora, como muitos pilotos, grande parte do tempo do episódio seja dedicado a introduzir a configuração, personagens e relacionamentos, em vez de se concentrar em eventos narrativos e argumentos, o episódio apresenta um número notável de eventos e tramas (MITTEL, 2015, s.p., tradução nossa)¹³.

Dentre os 13 participantes do programa, apresentados no primeiro episódio da temporada, está Thomas Machado. Como os anteriores, sua narrativa inicia com um argumento em que ele aparece tocando acordeom, sentado em uma pedra, às margens de um riacho. O menino, em voz-over, conta: “Um dia, eu e minha mãe estávamos passeando no centro da minha cidade, e eu vi uma gaitinha lá, e pedi pra minha mãe dizer ao Papai Noel dar a gaitinha”. Então, aparece uma foto de uma pessoa vestida de Papai Noel, com o menino

¹³ No original: The pilot also establishes the program’s norms for balancing multiple plotlines. Although like many pilots, much of the episode’s time is spent introducing the setting, characters, and relationships rather than focusing on narrative events and storylines, the episode does introduce a remarkable number of events and plots (MITTEL, 2015).

sentado no colo, e a voz-over continua: “ No dia do Natal, de noite, me acordei e vi a gaita lá.” (IMAGEM 6).

Imagem 6 – Thomas Machado no dia de Natal



Fonte: print screen do vídeo The Voice Kids – Programa do dia, 08/01/2017, na íntegra (2017)

Em um deslocamento temporal, Thomas aparece dançando e dizendo: “Eu sou o Thomas Machado e sou do Rio Grande do Sul”. Em um próximo salto temporal e ambiental, aparecem muitas pessoas em volta de uma mesa, cantando e batendo palmas, com voz-over do menino dizendo: “O primo da minha mãe, ele ensinou as primeiras notas pra mim e pro meu irmão”. Então, logo em seguida, aparece uma foto do menino tocando guitarra com dois senhores. Posteriormente, o primo de sua mãe aparece em um deslocamento temporal, afirmando: “Eles iam lá pra casa, não me lembro se foram sete ou oito vezes, então disse para o pai deles: Eles estão tocando muito melhor do que eu, não posso mais dar aula pra eles”.

Nesse instante, aparece um vídeo de Thomas e o irmão tocando gaita e cantando. Através de um deslocamento temporal e ambiental aparecem os pais contando: “Hoje eles têm uma dupla de gaiteiros”. Imediatamente, a mudança temporal volta a ocorrer e aparece o menino falando: “Os irmãos Machado e grupo”. Em mais um deslocamento, aparecem vídeos dos irmãos tocando instrumentos e cantando com voz-over de Thomas: “A gente se apresenta em todos os cantos do sul do Brasil”. A seguir, aparece a mãe afirmando: “Aí veio o convite pra vinheta, aí foi uma alegria”. Na sequência, aparece a vinheta de televisão intitulada Campanha Hoje é Um Novo Dia – 2014, em que os irmãos participaram, cantando e tocando

suas gaitas em um campo. Em voz-over, Thomas conta: “Todo mundo falava: te vi na TV. Ficamos muito famosos” (IMAGEM 7).

Imagem 7 – Vídeo da vinheta em que os Irmãos Machado participam



Fonte: print screen do vídeo *The Voice Kids* – Programa do dia, 08/01/2017, na íntegra (2017)

Em outro deslocamento temporal e ambiental, aparecem os pais dos meninos, e a mãe comenta: “Nós estávamos conversando ontem, e ele disse assim, falou pra mim: mãe, a música é minha vida. Então, a gente se emociona pelo tamanho dele, por ele ser tão pequeno”. Nesse momento, aparecem diversas cenas do Thomas tocando acordeom e cantando com sua voz-over: “O *The Voice Kids* é a chance de eu ser alguém na vida. Mostrar para o público que eu também sei cantar”. Dessa forma, acaba o argumento e se inicia a história, através de uma passagem roxa, com o nome do programa repetido diversas vezes.

Dessa forma, o menino aparece, no palco do programa, tocando gaita, e os jurados demonstram, através de gestos e expressões, que se surpreenderam com o fato de ele lidar com o instrumento. No instante em que Thomas começa a cantar “Beijinho Doce”, Carlinhos Brown, Ivete Sangalo e a dupla Victor e Léo apertam o botão, aprovando-o para a competição. Durante toda apresentação, é realizado um jogo de câmeras que mostra a apresentação, as reações dos jurados e os bastidores com André Marques e a mãe de Thomas. Thomas Machado é inserido na história como personagem pelo adereço definido na parte inferior e centralizada da tela, que o relaciona com seu nome, idade, cidade que reside e uma representação sua em forma de desenho (IMAGEM 8).

Imagem 8 – Adereço que relaciona a personalidade com o nome



Fonte: print screen do vídeo The Voice Kids – Programa do dia, 08/01/2017, na íntegra (2017)

Com a apresentação encerrada, todos os jurados se levantam e o aplaudem. Ivete Sangalo o chama de lindo, Carlinhos Brown fala “Barbaridade! Como é seu nome, coisa linda?”. O menino responde “Thomas Machado”. Em seguida, Carlinhos Brown o questiona sobre sua idade, e ele responde que possui nove anos. Ao afirmar que é natural de Estância Velha, Rio Grande do Sul, Brown pede palmas da plateia para o estado.

O jurado questiona: “Me fala uma coisa, há quanto tempo você toca este belo instrumento?”. Então, Thomas responde: “Desde os cinco”. Brown continua: “E canta desde os cinco?”. O menino responde positivamente. “Seus pais são músicos?”, é a pergunta de Brown, e o menino responde que seu pai é, e toca violão. Carlinhos pede que Thomas mande um recado para seu pai, após ser aprovado para participar do *The Voice Kids Brasil*. O menino responde: “Pai, eu queria agradecer por tudo que tu me ajudou. Decorar as músicas e tudo”.

Victor elogia a multiculturalidade do Brasil, comenta que Thomas toca muito bem gaita, afirma que ele possui voz encantadora, sua presença é pura e que o talento do menino é impressionante. Léo complementa: “Eu diria que você vai servir de exemplo para muita gente que, de repente, segue alguns afluentes, mas precisa saber que tudo vem de um rio só, que é a música sertaneja de raiz, do campo, do interior, da simplicidade da música sertaneja. Você representa isso muito bem. Parabéns. Todo mundo aqui emocionado, com você, o Brasil inteiro”. Ivete Sangalo continua:

Sabe o que eu achei incrível? Que é muito dentro disso que você falou Léo, uma criança de nove anos ter a vontade, a personalidade de trazer o seu lugar junto com ela. A escolha do instrumento, a escolha da canção, como você está vestido. Isso reitera o quanto você ama o seu lugar, ama o que você é, de onde você vem. Isso, hoje, para as nossas crianças assistirem a isso, isso gera autoestima elevada, isso é maravilhoso. A independência com que você canta, afinado, com bom gosto e toca o

seu instrumento, também é louvável. Agora, esse cabelinho e essa bochechinha. Você é um grande artista, e o que nós tínhamos para dizer a você antes de que escolha o time é, muito obrigada por ter vindo fazer este espetáculo aqui pra gente.

Thomas responde agradecendo pelos jurados terem virado as cadeiras. Então, Ivete Sangalo o questiona sobre qual time ele gostaria de ficar e Thomas a escolhe para ser sua instrutora durante o *The Voice Kids Brasil*. A cantora, muito surpresa com a escolha, levanta-se e vai ao encontro do menino para beijá-lo. Ela pede que ele repita: “Mãe, não fica com ciúme, não, mãe” (IMAGEM 9). Thomas e sua mãe sorriem, e ele desce do palco aplaudido pela plateia e pelos jurados.

Imagem 9 – Thomas dizendo para sua mãe não ter ciúme



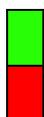
Fonte: print screen do vídeo *The Voice Kids – Programa do dia*, 08/01/2017, na íntegra (2017)

Nesse instante, acontece um deslocamento temporal e ambiental. O menino aparece correndo para os braços de sua mãe, nos bastidores. Posteriormente, André Marques o entrevista e dá as boas-vindas por ter passado pela primeira etapa. Thomas afirma estar muito feliz e, assim, é encerrada a participação dele neste episódio.

O episódio piloto teve a participação de 13 crianças, disputando vagas nos times dos jurados, mas apenas 11 foram selecionadas (TABELA 1).

Tabela 1 – Participantes do 1º episódio da 2ª temporada do *The Voice Kids Brasil*

NOME	IDADE	CIDADE	APROVADO
Franciele Fernanda	14	Rio de Janeiro/RJ	Sim
Flávia Scanuffo	10	São José dos Pinhais /PR	Sim
João Vitor Mafra	10	Mogi das Cruzes/SP	Sim
Luís Arthur Seidel	12	Guaíba/RS	Sim
Amanda Nunes	10	Ribeirão das Neves/MG	Não
Valentina Francisco	11	Petrópolis/RJ	Sim
Alexandre Nunes	13	Fortaleza/CE	Sim
Thomas Machado	9	Estância Velha/RS	Sim
Ystefani	15	Paranaguá/PR	Sim
Giovana Galdino	9	Rio de Janeiro/RJ	Sim
Luísa Rossoni	14	Tucunduva/RS	Não
Maria Victoria	12	Iconha/ES	Sim
Juan Carlos Poca	14	Foz do Iguaçu/PR	Sim

LEGENDA:

Entrevista para a pesquisa

Não selecionado para participar do programa

Fonte: vídeo *The Voice Kids* – Programa do dia, 08/01/2017, na íntegra (2017).

Após o último participante se apresentar, o programa é finalizado com cenas do próximo episódio, demarcadas por significante temático (IMAGEM 10), para que o telespectador saiba o que irá acontecer, e como uma forma de torná-lo fiel.

Imagem 10 – Cena do próximo episódio com significante temático



Fonte: print screen do vídeo *The Voice Kids – Programa do dia*, 08/01/2017, na íntegra (2017)

Na sequência, André Marques diz que o programa terminou, mas informa ao telespectador que há informações e conteúdos exclusivos, disponíveis no site do *The Voice Kids Brasil*, além de anunciar que, na próxima semana, a fase de “Audições às Cegas” continuará. O apresentador ainda confirma o horário e dia em que o segundo episódio irá ao ar. Nesse instante, todos os jurados se levantam para se abraçarem, e os créditos começam a aparecer na tela.

O fato de o apresentador convocar o público para conhecer conteúdos sobre o programa que estão disponíveis apenas no site demonstra estratégia transmídia. De acordo com Mittel (2015), esse é um ponto de engajamento para os consumidores, que percebem a mistura entre personagens e participantes do programa através do contato diário nas outras mídias. Como visto anteriormente, Morin (1989) firma que celebridades se originam da apropriação de papéis interpretados.

3.3.2 Os personagens do *The Voice Kids Brasil*

Estudar sobre personagem é um processo complexo, porque esse conceito transita por diversas áreas, como: cinema, literatura, televisão, psicologia e outras. Optou-se pela abordagem da literatura por compreender que essa é a melhor perspectiva para tratar dos participantes do *The Voice Kids Brasil*. Sendo assim, o estudo dos personagens do *The Voice Kids Brasil* tomará emprestado as teorias de Antônio Candido e Massaud Moisés sobre

personagens de romance, por compreender que os aspectos de realidade e ficção se misturam em ambos casos. Acredita-se que os autores supracitados fornecem pilares para análise de personagens midiáticas, apesar de não abarcarem conceitos de representação mimética da realidade, pois, quando se refere a pessoas que participam de espetáculos de realidade, no papel de “si mesma”, passa a existir um “ser inventado” agindo no cenário em que foi inserido, em contato com outros “serem inventados” (MORAES, 2008).

Moisés (2006) afirma que o termo “romance” ganhou um significado moderno no século XVII, designando narrativas com características de aventuras imaginárias e fantásticas. Trata-se de um gênero com raízes no tecido social, “seu anseio mais íntimo consiste em captar todas as formas do mundo, todas as facetas das coisas, todas as reverberações das trocas sociais: convicto de haver uma interação conduzindo os seres e os objetos, busca detectá-la e transfundi-la num palco imaginário” (MOISÉS, 206, p. 166).

No entretenimento, o romance se apresenta como uma história, fascinando o telespectador pelo o que acontece, não necessariamente como acontece. As personagens desse gênero só podem ser exercidas por pessoas que, quando colocadas no mesmo plano no corpo da narrativa, não são iguais. As ações podem ser semelhantes, porém a personalidade não (MOISÉS, 206).

Ao assistir um *talent show* não há como dissociar a narrativa dos personagens, afinal o enredo só existe através deles. Esses personagens possibilitam a identificação afetiva e intelectual dos telespectadores porque eles dão vida à narrativa.

(...) a criação literária repousa sobre este paradoxo, e o problema da verossimilhança no romance depende desta possibilidade de um ser fictício, isto é, algo que, sendo uma criação da fantasia, comunica a impressão da mais lídima verdade existencial. Podemos dizer, portanto, que o romance se baseia, antes de mais nada, num certo tipo de relação entre o ser vivo e o ser fictício, manifestada através da personagem, que é a concretização deste (CANDIDO, 1968, p. 55).

A relação entre a pessoa e o personagem é o que possibilita a concretização da narrativa. As semelhanças entre eles são tão importantes quanto as diferenças. Candido (1968) ressalta que, nesse contexto, o principal aspecto é a continuidade física e a descontinuidade espiritual, porque as pessoas são capazes de abranger aspectos externos, mas incapazes de abarcar a personalidade por ser de natureza oculta e impossível ser explorada em sua totalidade.

Essas considerações visam a mostrar que o romance, ao abordar as personagens de modo fragmentário, nada mais faz do que retomar, no plano da técnica de caracterização, a maneira fragmentária, insatisfatória, incompleta, com que elaboramos o conhecimento dos nossos semelhantes (CANDIDO, 1968, p. 58).

No *talent show* essa visão fragmentária é orientada pelo diretor do programa, que delimita e finaliza momentos de conhecimento do outro. Nesse instante, faz-se necessária a simplificação, que pode ser a escolha por determinados gestos, frases, locais e objetos significativos, para marcar o personagem e realizar a identificação com o telespectador. Candido (1968) afirma que a realidade das pessoas é bastante fluida e varia de acordo com o tempo, porém, no *The Voice Kids Brasil*, é retratada uma vivência coesa, menos variável para formar a lógica do personagem.

Para o autor supracitado, o personagem é uma modificação do real, que pode se dar através de acréscimos ou deformações, contudo com a ilusão de fidelidade. Essa modificação ocorre de acordo com a intenção da pessoa.

Poderíamos, então, dizer que a verdade da personagem não depende apenas, nem sobretudo, da relação de origem com a vida, com modelos propostos pela observação, interior ou exterior, direta ou indireta, presente ou passada. Depende, antes do mais, da função que exerce na estrutura do romance, de modo a concluirmos que é mais um problema de organização interna que de equivalência à realidade exterior (CANDIDO, 1968, s.p.).

A performance dos participantes do *The Voice Kids Brasil* só é de determinada maneira porque eles estão naquele cenário, participando de um *talent show* de televisão, programa maioritariamente formado por crianças, os jurados são aqueles personagens específicos, entre outros aspectos que constituem as características da atração.

Luís Arthur Seidel, inserido no programa no primeiro episódio da segunda temporada, faz parte do mesmo corpo narrativo que os demais concorrentes - porém, com suas singularidades. No momento do seu argumento, acontece, explicitamente, a simplificação do personagem, uma vez que só são inseridos momentos em que ele está diretamente ligado à música.

O menino faz a sua inserção na narrativa ao falar seu nome e sua idade, tocando guitarra. São apresentadas fotos dele lidando com instrumentos, como o violão, cantando e

dançando, além de um trecho de sua apresentação em um festival. Luís Arthur conta para o telespectador sua trajetória na música e suas preferências de estilo musical.

Ele relata que, desde os oito anos de idade, brincava com panelas como se fossem partes de uma bateria. O maior incentivador para a carreira musical foi o cantor e dançarino Michael Jackson, que despertou a vontade de Luís Arthur de ser igual ao famoso cantor.

Durante a passagem do menino pelo *The Voice Kids Brasil* não foi mencionado nenhum outro aspecto a respeito de sua vida, como, por exemplo, sua relação com amigos, com a família, o que gosta de fazer em seus momentos de lazer. Essas questões não entraram na pauta do programa por não serem de interesse para o personagem, que estava, naquele momento, somente para cantar. Dessa forma, Luís Arthur foi simplificado à sua relação com a música, pois outros aspectos não são relevantes.

No dia 17 de fevereiro de 2017, houve a segunda participação do menino no programa. Nesse episódio, ele aparece, no argumento, realizando ensaios com outras duas concorrentes do mesmo plano de corpo narrativo, Bella Alencar e Gabi Morato. Posteriormente, o trio apresentou-se no palco do *The Voice Kids Brasil*, em que Luís Arthur Seidel foi selecionado para continuar no programa, e as duas colegas, eliminadas.

Em 19 de março de 2017, o menino volta a participar, dessa vez da terceira etapa do programa, que são os *shows* ao vivo. Nesse episódio, ele foi escolhido pelo público para continuar na disputa pela melhor voz infantil do Brasil.

A fase semifinal do *talent show* ocorreu no dia 26 de março de 2017, quando Luís Arthur Seidel fez sua última participação, pois foi eliminado. Sendo assim, nesse dia, a narrativa do personagem se encerra no programa.

Por meio de todas suas aparições no *The Voice Kids Brasil*, pode-se perceber que Luís Arthur utilizou o mesmo estilo de roupa: calça jeans, camiseta e camisa (IMAGEM 11).

Imagem 11 – Figurino de Luís Arthur Seidel



O participante do *The Voice Kids Brasil* concedeu entrevista aos pesquisadores, para desenvolvimento deste trabalho (APÊNDICE A), em que comenta sobre a escolha dos figurinos.

Luís Arthur Seidel: A roupa é meio que um consenso, né? Eu levo umas sugestões e eles escolhem uma daquelas sugestões lá e também eles complementam com alguma coisa que eles acham que ficaria legal.

Patrícia Dias: Quem complementa? A família?

Luís Arthur Seidel: Não, os figurinistas que se fala, né?

Mãe: É, na verdade nas audições e até as batalhas, nas duas primeiras apresentações, são eles que têm que levar uma muda de roupa para cada um deles, né? Eles que levam as roupas.

Luís Arthur Seidel: Para eles verem o meu estilo até, eu acho...

Mãe: E eles escolhem entre aquelas que eles levaram. Depois das batalhas, já nas quartas de final e nas semifinais, eles já pesquisam para eles. A gente até leva, mas chegamos lá e eles já têm a roupa pronta e se tu... Né, se quiser pode usar. Na verdade, eles estudam tudo o que eles acham que combina e fazem uma roupa especial para ele, desde as quartas de final e as semifinais, que aí é a Globo que produz a roupa. A gente leva também, se bem que a gente misturou, né? Algumas coisas que a gente levou com a deles, mas eles já pensam na criança e já fazem. E nas batalhas, como são muitas crianças, cada um leva a sua.

Como afirmado por Candido (1968), a realidade das pessoas apresenta fluidez. Porém, quando essas pessoas interpretam personagens, são coesas em suas variações, a fim de formar uma lógica. O figurino de Luís Arthur mostrou uma constância, trazendo a ilusão de fidelidade ao real.

Esse participante completou sua narrativa no programa ao ser eliminado da competição, na fase semifinal, no dia 26 de março de 2017. Contudo, para que se possa compreender de forma completa o *The Voice Kids Brasil*, faz-se necessário analisar o último programa da temporada, exibido no dia 2 de abril de 2017.

3.3.3 O final da Temporada 2 de *The Voice Kids Brasil*

O final é a parte essencial de uma narrativa de televisão em série. Muitos programas seriados se desenvolvem tendo como alvo o término do todo ou de temporadas. Para Mittel (2015, s.p., tradução nossa)¹⁴, “eles terminam com sinais de pontuação de eventos narrativos

¹⁴ No original: “they wrap up with punctuation marks of climactic narrative events and partial resolution but with “game changers” that set up the possibility for a new narrative direction if the series gets renewed.” (MITTEL, 2015, s.p.)

climáticos e resolução parcial, mas com trocadores de jogos que estabelecem a possibilidade de uma nova direção narrativa se a série for renovada”.

Normalmente, os finais têm o objetivo de autenticar a relevância ou o intuito daquele programa. Mittel (2015) afirma que os significados e a importância de estudar o término de uma série são analisar os contextos culturais inseridos no capitalismo contemporâneo. “[...] essas são questões importantes de cultura e política que, certamente, importam e merecem seu lugar central no campo de estudos de mídia” (MITTEL, 2015, s.p., tradução nossa)¹⁵.

O último episódio da segunda temporada do *The Voice Kids Brasil* foi ao ar no dia 2 de abril de 2017. Ocorreu a etapa final da competição, em que disputaram Juan Carlos Poca (time Victor e Léo), Thomas Machado (time Ivete Sangalo) e Valentina Francisco (time Carlinhos Brown). Os concorrentes cantaram, individualmente, para que, através de ligações e mensagens, o público escolhesse a melhor voz.

Posteriormente, aconteceu uma retrospectiva dos melhores momentos e situações emocionantes que tiveram durante todo o concurso. Léo e Ivete Sangalo fizeram um apelo, ao governo brasileiro, para que a música e a arte sejam melhores exploradas na educação e nas escolas. Carlinhos Brown realizou um apelo por um progresso moral dos brasileiros. As falas desses artistas corroboram com o contexto cultural e capitalista do Brasil e ressaltam o intuito do programa, que é incentivar crianças a seguirem seus sonhos e mostrar que, através da arte, é possível mudar a situação de um país.

Em seguida, cada candidato cantou, em dupla, com seus técnicos. Nos intervalos das apresentações, André Marques e Thalita Rebouças reiteravam os prêmios que o ganhador receberia, informaram que todas as famílias ganharam aparelhagens de música de marcas renomadas e ainda convidaram o público para se inscrever para a próxima temporada do *talent show*.

Os técnicos dos times contaram a trajetória de cada concorrente da etapa final, ressaltando o crescimento que obtiveram durante todo o programa, mostrando os momentos das apresentações. Depois, os três concorrentes fizeram uma apresentação juntos e, ainda, com os personagens que haviam saído da disputa, ao longo do *The Voice Kids Brasil*.

¹⁵ No original: “these are important issues of culture and politics that certainly do matter and deserve their central place in the field of media studies.” (MITTEL, 2015, s.p.)

O final narrativo climático deu-se quando André Marques anunciou que o vencedor da temporada foi Thomas Machado. O menino foi abraçado por todos os técnicos, os concorrentes e pelos familiares. Em seguida, todos cantaram uma canção e o programa terminou.

3.3.4 Os vencedores dos *talent shows*

Cada vencedor e cada participante de edições do *The Voice Kids* possuíram uma história antes e depois de ganhar a atração. Para que se compreenda o programa, é preciso saber mais a respeito dos seus vencedores e as alterações que a passagem pelo *talent show* acarretou em suas vidas.

3.3.4.1 *The Voice of Holland 2012: Fabiënne Bergmans*

Fabiënne Bergmans, 14 anos, nasceu em uma família de músicos que a inspiraram. Apesar de ter problemas auditivos e escutar apenas 75% da capacidade, isso não foi um impedimento para que se tornasse a voz infantil da Holanda. A menina surpreendeu a todos na primeira edição do *talent show* para crianças, porém afirmou, na época, que gostaria de ser atriz (ROOSENDAAL OP INTERNET, 2012).

Ao vencer o programa, Fabiënne voltou para sua cidade natal, Roosendaal, onde fez uma apresentação no pátio de sua escola para os estudantes, posteriormente se dirigiu para a antiga Câmara Municipal da cidade para uma cerimônia com o prefeito. Cercada de fãs, a cantora recebeu uma bolsa de dez mil euros para estudar no Conservatório (DOORN, 2012).

De acordo com Charissa (2017), após ser classificada como a voz da Holanda, Fabiënne Bergmans fez breve sucesso na indústria da música e do cinema. Todavia, de acordo com o autor supracitado, junto com o estrelato, começou a sofrer *bullying* e fofocas, levando-a desenvolver Transtorno de Déficit de Atenção com Hiperatividade (TDAH). A vencedora, sob pressão dos acontecimentos, começou a utilizar drogas e parou de frequentar a escola, até que seus pais a internaram em uma clínica de reabilitação. Atualmente, com 18 anos, recuperada dos vícios em álcool e drogas, planeja retomar carreira como cantora nos Estados Unidos.

3.3.4.2 The Voice Kids Brasil 2016: Wagner Barreto

Wagner Barreto, antes de participar da primeira edição do *The Voice Kids Brasil*, morava na Ilha Floresta, às margens do Rio Paraná. Tinha como hobby nadar no rio, cantar e pescar. De acordo com o Site Oficial Wagner Barreto (2017), Antônio, seu pai, percebeu que o menino possuía dom para o canto, então lhe presenteou com um violão, porém não havia dinheiro para investir em aulas para que o menino aprendesse a tocar o instrumento.

Antônio soube pela televisão que seria realizado o *The Voice Kids Brasil*, então inscreveu o filho que, no dia 10 de janeiro de 2016, subiu ao palco pela primeira vez. Wagner Barreto tornou-se vencedor e assinou contrato com a gravadora Universal Music, lançando seu primeiro álbum e realizando a primeira turnê de shows chamada *Do outro Lado do Mundo* (Site Oficial Wagner Barreto, 2017).

Atualmente, o jovem reside em Nova Esperança, cidade localizada no estado do Paraná, onde estuda, cumpre agenda de shows e grava suas músicas. Em entrevista ao *Jornal Tribuna Paraná* (2017)¹⁶, Wagner afirma: “Minha vida deu um giro. Mudou tudo mesmo. Morava numa ilha que não tinha energia elétrica, água, nem nada, e hoje viajo o país inteiro cantando”.

O vencedor já gravou o segundo álbum e está projetando o terceiro, que terá formato pop romântico. Corrêa (2017) afirma que durante a entrevista o jovem salientou que não há tempo para ser adolescente e é necessária muita atenção com o público que o prestigia.

3.3.4.3 The Voice Kids Brasil 2017: Thomas Machado

Thomas Machado, o ganhador da segunda edição do programa *The Voice Kids Brasil*, em 2017, tem nove anos e reside em Estância Velha, cidade do Rio Grande do Sul. O menino valoriza as raízes gaúchas, dedicando-se à música tradicionalista. Antes de participar da atração, havia formado dupla com o irmão Eduardo, 16 anos, ambos tocando gaita e realizando apresentações.

¹⁶ CORRÊA, Angela. **Saiba como está a vida de Wagner Barreto um ano após vencer o The Voice Kids**. Tribuna Paraná, Paraná, 30 Mar. 2017. Disponível em: <<http://www.tribunapr.com.br/mais-pop/saiba-como-esta-vida-de-wagner-barreto-um-ano-depois-de-vencer-o-the-voice-kids/>>. Acesso em: 22 Jun. 2017.

De acordo com o site Gshow (2017), aos 7 anos de idade, Thomas participou do programa *Galpão Crioulo*, atração de música regionalista da RBS TV, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul. Após se tornar vencedor do *The Voice Kids Brasil*, o menino

[...] foi recebido como um grande herói na sua terra natal. Depois de uma carreata entre Porto Alegre e Estância Velha, o grande artista de apenas 9 anos chegou na cidade em cima de um caminhão de bombeiros, sendo escoltado por uma cavalaria formada por membros de CTG's da cidade (JORNAL NOVO HAMBURGO, 2017).

Ao retornar a sua cidade natal, Thomas Machado foi recebido pela prefeita e pelo vice-prefeito, que agradeceram sua presença e lhe ofereceram o palco para que fizesse uma apresentação para os moradores da cidade. O primeiro dia de aula, após receber o título de voz mirim do Brasil, foi acompanhado pela RBS TV e transmitido pelo telejornal *Jornal do Almoço*¹⁷. A professora de Thomas, Carine Medtler, afirma que o menino retornou às aulas bastante preocupado com as matérias que havia perdido em decorrência de suas ausências, então, para que não fosse prejudicado, Carine disponibilizou aulas e materiais especiais para que ele pudesse acompanhar os colegas no desenvolvimento escolar.

Nesse primeiro dia de aula foram reservados alguns instantes para que o artista mirim falasse para seus colegas de turma suas experiências durante o programa *The Voice Kids Brasil*. Posteriormente, a professora iniciou a matéria de aula. No horário do recreio, o menino se dirigiu ao pátio para jogar cartas com os amigos como era costume, e foi cercado por estudantes curiosos para ver de perto a celebridade. Ao final da reportagem, Thomas revela: “Espero que eles não parem de ser meus amigos”, referindo-se aos seus colegas.

3.3.4.4 Ponderações a respeito dos vencedores

Após discorrer a respeito das trajetórias dos vencedores de edições do *The Voice Kids* Holanda e Brasil, pode-se constatar alguns pontos convergentes e relevantes. Por trás de todas essas histórias de sucesso há a presença constante da família; incentivando a cantar, apesar de não ser o sonho da criança, como o caso de Fabienne; percebendo o talento e possibilitando o

¹⁷ THOMAS Machado retoma a rotina escolar após vitória no ‘The Voice Kids’. **RBS TV RS**, Porto Alegre, 11 Abr. 2017. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/RBSTVRS/noticia/thomas-machado-retoma-a-rotina-escolar-apos-vitoria-no-the-voice-kids.ghtml>>. Acesso em: 26. Jun. 2017.

acesso a instrumentos, como o pai de Wagner fez, ou unindo-se ao irmão para formar uma dupla, como o caso de Thomas.

Além do pilar familiar, a questão política definida pelas recepções dos prefeitos e vice-prefeitos das cidades em que as pequenas celebridades moram ficou evidente - o interesse dessas figuras governamentais em utilizar momentos importantes, e de glória, dos moradores que para lá retornam após alta exposição na mídia.

O regresso para as escolas também demonstra que os ganhadores não são tratados como alunos ou colegas como os demais. Fabienne realizou uma apresentação para todos os estudantes e Thomas relatou para sua turma como foi a experiência de participar de um programa de televisão. Esses fatos demonstram que os talentos desses se sobressaem e merecem ser reconhecidos pelos seus iguais por terem participado do *The Voice Kids*.

Thomas, em entrevista realizada para o Jornal do Almoço, demonstrou que o desejo dele não é se sobressair em relação aos colegas, mas que eles continuem sendo seus amigos como eram antes dele ser vencedor do *talent show*. A principal preocupação demonstrada pelo menino é em relação às matérias de aula que perdeu no período que se dedicou ao programa, não com compromissos profissionais, assim como Wagner afirmou não ter tempo para ser adolescente, apenas para se dedicar aos estudos e ao sucesso conquistado após participação no programa *The Voice Kids Brasil 2016*.

As críticas e doenças desenvolvidas por Fabienne em decorrência de seu sucesso traçam um paralelo com a história da artista Miley Cyrus, já discutida anteriormente. Ambas se tornaram alvo do público e mídia por serem figuras públicas e a falta de preparo para lidar com críticas negativas fez com que desenvolvessem problemas psiquiátricos.

A preocupação em não ter tempo para ser adolescente, em não perder matérias do colégio, não estar preparado para críticas e responsabilidades que são consequências do sucesso, fazem parte de fases do desenvolvimento dos sujeitos. Os participantes desses *talent shows* são crianças e adolescentes que, por estarem nesses momentos de vida, possuem preocupações, desejos, sonhos diferentes dos adultos. Por estarem nos anos de mudanças e transformações, ainda não apresentam capacidade total de arcar com determinadas responsabilidades e pressões que a profissão exige.

Faz-se necessário, a partir de agora, compreender melhor o desenvolvimento das crianças e adolescentes para, posteriormente, refletir a respeito da participação de sujeitos nessas etapas de vida no programa *The Voice Kids Brasil*.

4 A CRIANÇA: DENTRO E FORA DA TELEVISÃO

Este capítulo é direcionado a compreender quem são as pessoas que o *talent show The Voice Kids Brasil* apresenta como competidores. Para isso, é necessário discorrer sobre os conceitos de infância, da mesma maneira que perceber como os participantes se encaixam na sociedade atual e passada. Para embasar esses tópicos, foram utilizados os seguintes autores: Ariès (1981), Santrock (2014) e Postman (2012). Posteriormente, é desenvolvida uma análise a respeito de entrevistas realizadas com competidores do programa, Thomas Machado e Luís Arthur Seidel.

4.1 ASPECTOS HISTÓRICOS DA INFÂNCIA

O comportamento das pessoas é resultado de uma soma de características genéticas e culturais. De acordo com Plomin et al. (2011), os estudos anteriores à década de 1970 pesquisavam a ciência do comportamento apenas seguindo a vertente biológica, porém os estudos contemporâneos reconhecem que as influências ambientais possuem a mesma relevância, sendo necessário levar em consideração essa dicotomia. O presente trabalho se atem apenas nos aspectos culturais para tratar de infância.

As etapas da vida nem sempre foram conhecidas e separadas como são atualmente. Por não se perceber as diferenças e peculiaridades das fases, não era possível sequer denominá-las. De acordo com Ariès (1981), a ciência antigo-medieval desenvolveu categorias para separar momentos do desenvolvimento humano através dos elementos naturais, temperamentos, planetas, sentidos astrológicos e simbolismo dos números.

Conforme a categoria amparada nos planetas, a primeira etapa da vida é marcada pelo nascimento dos dentes, sua duração é até os sete anos. Nesse período, por não ter a dentição completa, a fala fica prejudicada, sendo assim chamado de *enfant*, ou seja, não-falante. A segunda etapa, dos oito aos 14 anos, é chamada de *pueritia*, pela pessoa ainda ser admirada e cuidada pelos pais. A terceira etapa, dos quinze aos 23 anos, é chamada de adolescência, porque o sujeito se encontra apto a procriar (ARIÈS, 1981).

O calendário das idades foi desenvolvido a partir dos doze signos do zodíaco, de acordo com escritos dos séculos XIV, XV e XVI (ARIÈS, 1981, p. 7):

Os seis primeiros anos que o homem vive no mundo,
 A janeiro com razão os campáramos,
 Pois nesse mês nem força nem virtude abundam,
 Não mais do que quando uma criança tem seis anos.
 Os outros seis anos fazem-na crescer...
 Assim também faz fevereiro todos os anos,
 O qual, enfim, conduz à primavera...
 E quando a pessoa faz 18 anos,
 Ela se modifica de tal forma
 Que pensa valer mil pedaços
 Assim também o mês de março
 Se transforma em beleza e readquire calor...
 No mês que vem depois de setembro
 E que chamamos de outubro,
 A pessoa tem 60 anos e não mais.
 Então ela se torna velha e encarquilhada,
 E se lembra de que o tempo a leva a morrer (ARIÈS, 1981, p. 7).

As idades da vida analisadas sob a ótica das estações do ano foram desenvolvidas em quatro intervalos de 20 anos. Ariès (1981) afirma que se dividiam em quatro elementos, quatro temperamentos e quatro temporadas da vida.

Funções exercidas pelas pessoas também serviram como diferenciadoras das etapas de desenvolvimento. No século XIV foram empregados termos e divisões que permaneceram até o século XVIII, como a idade dos brinquedos, em que as brincadeiras são as únicas tarefas dessa fase da vida. A idade da escola é o momento em que os meninos aprendiam a ler e as meninas a fiar. Já na idade do amor ou dos esportes da corte, festas e passeios eram comuns. A idade da guerra era destinada à batalha. A fase marcada pela barba branca e calma diante da lareira era chamada de idade sedentária, afirma Ariès (1981).

A arte dos séculos XIV até XIX retratou, com frequência, os “*Degraus das idades*” (ARIÈS, 1981, p. 9), em que representava as idades desde o nascimento até a morte em degraus, que subiam à esquerda e desciam à direita. Essas imagens estampavam as paredes das casas na época, fixando a ideia de vidas divididas em etapas, assim como a consolidação de ciclos da natureza.

Segundo Ariès (1981), no seio das famílias nobres do século XVII foram desenvolvidas expressões que são utilizadas ainda hoje. Apesar de adotar os termos *criança pequena* ou *criancinha*, o vocabulário francês, por exemplo, não possui palavra que se aplicasse a crianças grandes. Para preencher essa lacuna foram sendo usadas expressões de outras línguas até que se desenvolvessem palavras para designar todas as fases da vida.

Embora um vocabulário da primeira infância tivesse surgido e se ampliado, subsistia a ambiguidade entre a infância e a adolescência, de um lado, e aquela categoria a que se dava o nome de juventude, do outro. Não se possuía a ideia do que hoje chamamos de adolescência, e essa ideia demoraria a se formar (ARIÈS, 1981, p. 14).

Após a Primeira Guerra Mundial (1914), em que militares novatos foram contrários a gerações antigas, formou-se a consciência sobre o conceito de juventude. Não eram adolescentes, mas homens jovens carregados de novos valores, “capazes de reavivar uma sociedade velha e esclerosada” (ARIÈS, 1981, p. 14). Essas não são características apenas de ex-combatentes, mas uma consciência iniciada por eles, que, a partir de então, fariam a adolescência se expandir, “empurrando a infância para trás e a maturidade para frente” (ARIÈS, 1981, p. 15).

Para Ariès (1981), o século XX foi o momento de surgimento da adolescência. A etapa em que a alegria de viver, misturada com a força física, o naturismo e a espontaneidade fariam o adolescente vir à tona. A juventude, por trazer novos valores à sociedade, foi privilegiada no século XVII, e a infância teve suas primeiras definições duradouras no século XIX.

Contudo, as crianças nem sempre foram vistas como pessoas em fase de crescimento e que necessitam de cuidados diferenciados dos adultos. Ariès (1981), através da arte e da história, evidencia os lugares que a criança e a infância ocuparam nas famílias ao longo do tempo.

4.1.1 O aparecimento da infância

As representações da criança na arte das civilizações arcaicas do século XI ao XII revela que a infância não era considerada importante. As crianças personificadas eram deformadas para parecerem como homens adultos em escala menor sem que apresentassem diferenciação de expressão ou traços. De acordo com Ariès (1981, p. 17), “O pintor não

hesitava em dar à nudez das crianças, (...) pouco depois de seu nascimento, tem os músculos abdominais e peitorais de um homem.” Para o autor, os homens desses séculos não apresentavam interesse pelo período da infância, era uma fase entendida como passageira e que não preservaria lembranças.

Por volta do século XIII surgiram algumas representações de crianças com aparência de rapazes jovens, esses já sabiam ler, porém mamavam em suas mães. “(...) seria um menino já grande, mais do que uma criança, mas os artistas sublinhariam com afetação os traços redondos e graciosos – e um tanto afeminados - dos meninos mal saídos da infância. (...) Esse tipo de anjos adolescentes se tornaria muito frequente no século XIV (...) (ARIÈS, 1981, p. 19)”.

O terceiro tipo de criança apareceu nas artes da fase gótica - sua principal característica é a nudez fazendo referência à morte e à alma. No século XV, as almas de mortos eram representadas por crianças assexuadas nuas, os cadáveres eram menores que os corpos dos vivos. As pessoas, agonizando, apresentavam uma criança saindo pela boca, simbolizando a alma que estaria partindo. Para Ariès (1981), nesse período a criança era tida como pequeno anjo, pois imaginava-se a partida da terra e entrada no céu de forma milagrosa e sagrada.

(...) o tema da infância sagrada, a partir do século XIV, não deixaria mais de se ampliar e de se diversificar: sua fortuna e sua fecundidade são um testemunho do progresso na consciência coletiva desse sentimento da infância, que apenas um observador atento poderia isolar do século XIII, e que não existia de todo no século XI (ARIÈS, 1981, p. 20).

Através do conhecimento de imagens, estátuas, tapeçarias, pinturas e artes plásticas que notavam a infância de forma sagrada, descobriu-se, também, o enriquecimento de lendas e contos com temáticas de devoção da infância. Nessa mesma época, séculos XV e XVI, foram desenvolvidas transformações nas artes convencionais, passando a inspirarem-se nos já citados conceitos antigo-medievais da natureza: idades da vida, estações, sentidos, elementos etc (ARIÈS, 1981).

Nessas representações, as crianças eram as protagonistas principais ou secundárias, sugerindo que, cotidianamente, elas estavam reunidas com os adultos para trabalhos, passeios e jogos, ou eram especiais para os pintores por sua graça. Para Ariès (1981), a primeira ideia ruma para o arcaico, já a segunda antecipa o sentimento que temos atualmente sobre infância.

Inclusive, os túmulos de crianças, no final do século XVI, eram ornamentados com representações simbólicas dos falecidos com trajes próprios de suas idades, vestidos, toucas. Postman (2012) acredita que a invenção da infância, como estrutura social e condição psicológica, deu-se na Renascença, e é fortalecida, até os dias de hoje.

Quando, num período de dois anos, entre 1601 e 1607, Jaime I perdeu duas filhas, uma com três dias e a outra com dois anos, mandou-as representar sobre seus túmulos de Westminster com todos os seus adereços, e quis que a menor repousasse num berço de alabastro em que todos os acessórios – como as rendas da roupa e da touca – fossem fielmente reproduzidos para dar ilusão de realidade (ARIÈS, 1981, p. 24).

Durante alguns séculos coexistiram retratos de crianças mortas representando o sentimento de perda de determinadas famílias tanto como o sentimento de desapego. Para o autor, a questão da mortalidade infantil era a principal causa de indiferença em relação à infância. Os casais tinham diversos filhos para que apenas alguns sobrevivessem. Ariès (1981, p. 22) afirma que, apesar das precárias situações demográficas, surgiu o “sentimento da infância” baseado pela graça das crianças, pela diversão e passatempo que elas proporcionam aos adultos.

Não se pensava, como normalmente acreditamos hoje, que a criança já contivesse a personalidade de um homem. Elas morriam em grande número. ‘As minhas morrem todas pequenas’, dizia ainda Montaigne. Essa indiferença era uma consequência direta e inevitável da demografia da época. Persistiu até o século XIX, no campo, na medida em que era compatível com o cristianismo, que respeitava na criança batizada a alma imortal (AIRÈS, 1981, p. 22).

A partir do século XVII as crianças passaram a ser representadas sozinhas, exibindo traços de personalidade e criando o hábito de conservar, através da pintura, o aspecto passageiro da infância. As famílias desenvolveram o costume de armazenar retratos dos seus filhos enquanto crianças, o que persiste até hoje. Apesar de a fotografia ter substituído a pintura a partir do século XIX, esse sentimento não mudou.

Nesse momento, no início do século XVII, surgiram os primeiros livros pedagógicos destinados aos pais e educadores, abordando a fragilidade da infância, de acordo com Ariès (1981). O autor afirma que, embora a infância ter sido considerada apenas como uma fase de transição e sem importância, as crianças eram a diversão dos adultos, que, nessa mesma

época, passaram a desenvolver sentimento de irritação em relação à infantilidade. O costume de comemorar aniversário de criança praticamente inexistiu no século XVIII, nos Estados Unidos. Para Postman (2012), a indicação exata da idade de uma criança é um hábito cultural relativamente recente.

A educação passou a ser considerada uma obrigação para que as crianças deixassem de ser frágeis, ingênuas e desobedientes. Houve uma multiplicação de instituições educacionais que continham em seus regulamentos normas exigindo que os menores fossem permanentemente vigiados, porém com confiança e liberdade para brincar e interagir com seus colegas. Os livros pedagógicos convencionavam que não se devia mimar as crianças para que elas aprendessem a seriedade desde cedo, elas não deveriam dormir juntas na mesma cama com intuito de se guardarem para o casamento. Além disso, advertiam os pais e educadores a respeito de canções que manifestavam “paixões desregradas” e “cheias de equívocos indecentes” (ARIÈS, 1981, p. 89).

O sentido da inocência infantil resultou portanto numa dupla atitude moral com relação à infância: preservá-la da sujeira da vida, e especialmente da sexualidade tolerada – quando não aprovada – entre os adultos; e fortalece-la, desenvolvendo o caráter e a razão. Pode parecer que existe aí uma contradição, pois de um lado a infância é conservada, e de outro é tornada mais velha do que realmente é. Mas essa contradição só existe para nós, homens do século XX (ARIÈS, 1981, p. 91).

O cenário em relação às crianças mudou a partir da Revolução Francesa, em 1789, passando para o Estado a responsabilidade sobre elas, enquanto, no Brasil, de acordo com a Constituição Federal de 1988, pelo artigo 227, assegurou prioridade em educação e bem-estar para crianças e adolescentes. De acordo com Corsaro (2003), desde então, a institucionalização da escola alterou o conceito de infância, sugerindo o desenvolvimento de uma pedagogia específica e a construção social dessa etapa da vida.

Os primeiros registros a respeito da adolescência são de Platão e Aristóteles. Platão (século IV a.C.) afirmava ser uma fase destinada aos estudos das ciências e matemática, já que, para ele, as crianças deveriam se dedicar apenas aos esportes e à música. Para Aristóteles (século IV a.C.), a característica mais importante dessa fase é a capacidade de escolha, sendo a autodeterminação uma expressão de maturidade, além de o egocentrismo ser particular dessa etapa do desenvolvimento (SANTROCK, 2014).

Até o século XX houve diversas especulações sobre a adolescência, porém, no início desse século, iniciaram as explorações científicas - nessa época foi desenvolvido o conceito por G. Stanley Hall. De acordo com Santrock (2014), Hall publicou seus estudos em uma coleção de livros intitulada *Adolescence*, em 1904. Para ele, a adolescência é uma etapa do desenvolvimento humano fundamentalmente controlada por aspectos biológicos, baseado nas pesquisas do evolucionista Charles Darwin.

Modelo de turbulência e estresse é o conceito de Hall de que a adolescência é um período turbulento, carregado de conflitos e alterações no humor. Segundo sua visão, pensamentos, sentimentos e ações dos adolescentes oscilam entre presunção e humildade, boas intenções e tentações, alegria e tristeza. Um adolescente pode ser desagradável com um amigo em determinado momento e gentil no momento seguinte; ou ter necessidade de privacidade em um momento, mas, segundos depois, querer companhia (SANTROCK, 2014, p. 37).

Os estudos de Hall serviram de base para muitas pesquisas que seguiram e aperfeiçoaram o conceito de adolescência. Apesar de essa fase da vida ter essência biológica, ela também é fruto de bases sócio-históricas. Para Santrock (2014), a visão intervencionista acredita que as circunstâncias históricas do início do século XX, como aprovação de legislações que garantem a dependência dos jovens e seus movimentos em direção ao universo econômico, causaram uma queda na qualificação educacional e aumento de mão-de-obra durante a Revolução Industrial.

De acordo com esse ponto de vista, as esferas da escola, mercado de trabalho e economia são intervencionistas na adolescência. Para Santrock (2014, p. 38, grifo do autor):

Alguns estudiosos argumentam que o conceito de adolescência foi inventado, principalmente, como um subproduto do movimento para criar um sistema de educação pública compulsória. Sob esse ponto de vista, a função do ensino médio é transmitir habilidades intelectuais para os jovens. Entretanto, outros estudiosos argumentam que o objetivo principal do ensino médio é inserir os jovens na esfera econômica. Segundo esta visão, a sociedade estadunidense conferia o *status* de adolescência aos jovens da legislação de cuidados à criança (Lasley, Enright e Serlin, 1985). Ao desenvolver leis especiais para os jovens, os adultos restringiram suas opções, encorajaram sua dependência e tornaram sua entrada no mundo do trabalho mais admirável (SANTROCK, 2014, p. 38, grifo do autor).

Para Postman (2012), entre os anos de 1850 e 1950, a infância foi definida como uma categoria biológica, não como produto cultural. Porém, é possível verificar que, nesse mesmo período, o ambiente simbólico que originou a infância começou a ruir.

4.1.2 O início do desaparecimento da infância

De acordo com Postman (2012), após um ano de vida, a infância deixa de se encaixar em uma categoria biológica e passa a ser um artefato social, que necessita de quatro pontos indispensáveis que são desprezados: a capacidade de ler e escrever, a educação, a vergonha e, como consequência desses, a infância.

A capacidade de ler e escrever está relacionada com o milênio que começa pela queda do Império Romano e se estende à invenção da imprensa. A grafia das letras transformou-se diversas vezes, rebuscando-se cada vez mais. Na Europa, a capacidade do leitor de interpretar o que se escrevia era insuficiente, além de a Igreja restringir o acesso à alfabetização para manter o controle sobre uma população numerosa. Todos nascem sabendo se comunicar, mas de forma oral.

A leitura é o flagelo da infância porque, em certo sentido, cria a idade adulta. A literatura de todos os tipos – inclusive mapas, gráficos, contratos e escrituras – reúne e guarda segredos valiosos. Assim, num mundo letrado, ser adulto implica ter acesso a segredos culturais codificados em símbolos não naturais. Num mundo letrado, as crianças precisam transformar-se em adultos. (POSTMAN, 2012, p. 27).

Um dos principais pontos que diferencia uma criança de um adulto é saber algumas peculiaridades, como mistérios, tragédias, contradições, violência. Esses aspectos, além de não serem apropriados às crianças, são considerados vergonhosos; baseando-se nesse aspecto, Postman (2012) afirma que a idade adulta passou a ser definida na competência de leitura e a infância, na incompetência.

A tipografia deu origem a um novo mundo simbólico, exigindo uma nova concepção de idade adulta, que excluiu as crianças. Dessa forma, foi necessário encontrar outro lugar no qual as crianças se encaixassem, conhecido como infância. As mudanças na comunicação, em função da tecnologia, acarretam em alteração das estruturas de interesse das pessoas e no desenvolvimento dos pensamentos (POSTMAN, 2012).

Sendo assim, “[...] podemos então dizer que a prensa tipográfica nos deu nossos eus, como indivíduos únicos, para pensar e falar deles. E esse senso exacerbado do eu foi a semente que levou, por fim, ao florescimento da infância” (POSTMAN, 2012, p. 42).

A tipografia proporcionou a proliferação de assuntos que, antes, eram reservados - por isso, a divisão entre os que sabiam ler e os que não sabiam. Os letrados tinham maior conhecimento. Já para os analfabetos, o conhecimento era restrito. Com essa explosão do saber, em menos de um século de existência da prensa, surgiu o primeiro livro de pediatria, com uma lista completa de doenças graves e perigosas.

Antes da tipografia, todos compartilhavam o mesmo ambiente, onde as informações se espalhavam, viviam no mesmo mundo social, com condições intelectuais similares. Porém, com o advento da prensa tipográfica, uma idade adulta havia sido criada.

A partir daí a idade adulta tinha de ser conquistada. Tornou-se uma realização simbólica e não biológica. Depois da prensa tipográfica, os jovens teriam de se tornar adultos e, para isso, teriam de aprender a ler, entrar no mundo da tipografia. E para realizar isso precisariam de educação. Portanto a civilização europeia reinventou as escolas. E, ao fazê-lo, transformou a infância numa necessidade (POSTMAN, 2012, p. 50).

Passou-se, assim, a ter novos estágios de vida. O primeiro acontecia até dominar a fala, e o segundo, com a missão de aprender a ler e escrever. Segundo Postman (2012), a palavra *child* era utilizada para denominar adultos que não tinham domínio da escrita, considerados intelectualmente infantis.

Foi este o ponto essencial. Essa preocupação em se colocar ao alcance dos alunos opunha-se tanto aos métodos medievais de simultaneidade ou de repetição, como à pedagogia humanista, que não distinguia a criança do homem e confundia a instrução escolar – uma preocupação para a vida – com a cultura – uma aquisição de vida. Essa distinção das classes indicava portanto uma conscientização da particularidade da infância ou da juventude, e do sentimento de que no interior dessa infância ou dessa juventude existiam várias categorias. A instituição do colégio hierarquizado no século XIV já havia retirado a infância escolar da barafunda em que, no mundo exterior, as idades se confundiam. A criação das classes no século XVI estabeleceu subdivisões no interior dessa população escolar (ARIÈS, 1981, p. 112).

De acordo com Postman (2012), os longos períodos em que as crianças foram obrigadas, socialmente, a serem educadas da maneira formal, levou a mudanças nos relacionamentos com os pais. Esses pais passaram a ser encarregados de funções religiosas e educacionais, tendo papéis de tutores, protetores, punidores. Em decorrência disso, as crianças passaram a ter maior visibilidade social.

Essa nova classe passou a falar de maneira diferente dos adultos, desempenhava funções, durante os dias, diferente dos adultos, vestiam-se e pensavam de modo distinto. Os adultos tinham controle do ambiente simbólico dos jovens e os convocavam para a vida adulta.

O telégrafo foi o propulsor da indústria das notícias, com muitas informações anônimas e fora de contexto. Ele também intensificou a importância do presente instantâneo e simultâneo (POSTMAN, 2012). O controle da informação, que antes estava sob poder da escola e do lar, passou a ser de domínio do telégrafo, alterando a classificação de informações que as crianças podiam acessar, a quantidade, a qualidade e como seriam administradas.

Após o advento desse sistema, surgiu “um mundo simbólico que não pode sustentar as hierarquias sociais e intelectuais que tornam a infância possível” (POSTMAN, 2012, p. 88). O universo imagético exige uma resposta estética que necessita da emoção e da sensação, enquanto a razão e o pensamento são dispensados. A televisão pôs fim à linha que dividia a infância da fase adulta.

A televisão comporta, através das imagens, os significados cruciais. “Particularmente, a televisão *não* é um salão de conferências. É um *show* de imagens, um meio de comunicação pictográfico, não linguístico” (POSTMAN, 2012, p. 92).

Esse meio de comunicação não necessita que o telespectador tenha passado pela educação formal para compreender as informações, além de fornecer alternativas primitivas de conhecimento, de acordo com Postman (2012). Além disso, a televisão não exige nada de seu público e não os segrega.

A televisão, em contrapartida, é uma tecnologia com entrada franca, para a qual não há restrições físicas, econômicas, cognitivas ou imaginativas. Tanto os de seis anos quanto os de sessenta estão igualmente aptos a vivenciar o que a televisão tem a oferecer. A televisão, neste sentido, é o perfeito meio de comunicação igualitário, ultrapassando a própria língua oral. Porque quando falamos, sempre podemos sussurrar para que as crianças não ouçam. Ou podemos usar palavras que elas não compreendam. Mas a televisão não pode sussurrar, e suas imagens são concretas e autoexplicativas. As crianças veem tudo o que ela mostra. (POSTMAN, 2012, p. 98)

Dessa forma, a vergonha desaparece quando o meio de escondê-la some. Diferentes culturas possuem diferentes tabus, e o que é vergonhoso para uma não o é para outra, mas a televisão torna todos os assuntos ao alcance de todos. As crianças passaram a desacreditar na

autoridade dos adultos e a confiar em notícias sem origem - elas recebem respostas de perguntas que nunca fizeram.

O campo simbólico de crescimento humano se altera em forma e conteúdo, especialmente mudando para um horizonte em que não existe diferença entre adulto e criança, fundindo as duas etapas. “Realmente, nada me parece mais óbvio do que isso: a infância é uma função do que uma cultura necessita comunicar e o meio de que dispõe para fazê-lo” (POSTMAN, 2012, p. 136).

Como explicitado anteriormente por Cashmore (1998), a televisão reflete os estilos e os valores dominantes da sociedade e, de acordo com Postman (2012), os valores e estilos atuais de crianças e de adultos se fundem.

Pode-se confirmar a teoria de Postman (2012), ao perceber que, na televisão aberta, são veiculados comerciais em que crianças têm atitudes adultas, como a propaganda intitulada “Não Passa”, da marca *Sundown*, em que um menino não quer que sua mãe passe protetor solar nas suas orelhas para que sua colega de classe, por quem ele é apaixonado, passe o produto nele (IMAGEM 12).

Imagem 12 – Comercial Sundown



Fonte: print screen do vídeo “Sundown – Não Passa”, Youtube (2017).

Outros exemplos podem ser percebidos, como crianças utilizando roupas de adultos, terno, salto alto. Comerciais de alimentos também não fazem diferenciação entre comidas ideais para crianças e adultos. “[...] à medida que o conceito de infância diminui, os indicadores simbólicos da infância diminuem com ele” (POSTMAN, 2012, p. 142).

Violência e crimes eram tidos como assuntos de adultos. Contudo, por não haver mais barreira, crianças e adolescentes estão cientes dessas informações e sendo agentes deles. Bretas (2016) afirma que, em 2015, cerca de 96 mil menores de idade cumpriam medidas socioeducativas no Brasil - já em 2016, passou para 192 mil. Das infrações cometidas, a mais recorrente é tráfico de drogas, seguida por roubo qualificado.

Postman (2012) ainda questiona concursos e competições entre crianças, como, por exemplo, o *Miss Brasil Infante Juvenil*, mencionado anteriormente.

Mas as perguntas permanecem. Por que os adultos devem estimular essa possibilidade? Por que alguém desejaria negar às crianças a liberdade, a informalidade e a alegria das brincadeiras espontâneas? Por que submeter as crianças a rigores de treinamentos, concentração, tensão e publicidade na mídia à maneira dos profissionais? A resposta é a mesma de antes: os pressupostos tradicionais sobre a singularidade das crianças estão desaparecendo rapidamente. O que temos aqui é o surgimento da ideia de que não se deve brincar só por brincar, mas brincar com algum propósito externo, como renome, dinheiro, condicionamento físico, ascensão social, orgulho nacional. (POSTMAN, 2012, p. 145)

As perguntas realizadas por Postman (2012) vêm ao encontro com os questionamentos dos pesquisadores. Sem intenção de respondê-las, porém, como forma de trazer à tona a dinâmica atual da infância veiculada pela televisão, foram realizadas entrevistas com participantes do *talent show The Voice Kids Brasil*, transmitido pela *Rede Globo* em 2017.

4.2 AS CRIANÇAS NA TELEVISÃO: ANÁLISE DE ENTREVISTAS DOS PARTICIPANTES DO *THE VOICE KIDS BRASIL*

No dia 15 de novembro de 2017 foi realizada a entrevista com o vencedor da segunda edição do *The Voice Kids Brasil*, Thomas Machado (APÊNDICE B), e no dia 27 de novembro de 2017 Luís Arthur Seidel concedeu entrevista para o desenvolvimento desse trabalho (APÊNDICE A). Em ambas ocasiões foi explicitado que as perguntas deveriam ser respondidas somente pelas crianças, porém a mãe do menino Thomas afirmou que não deixa o filho sozinho em nenhuma ocasião relacionada à sua participação no *talent show*. Sendo assim, ela esteve sentada em frente ao menino todo o tempo e realizava intervenções na entrevista respondendo algumas perguntas e fazendo comentários.

Durante a entrevista com Luís Arthur, não só a mãe como o pai dele também estiveram presentes. Apesar de o pai comentar poucos aspectos, a mãe se mostrou bastante interessada

em participar da pesquisa. Luís Arthur, inclusive, solicitou verbalmente ou por gestos que ela respondesse alguns questionamentos que a pesquisadora havia feito.

Esses acontecimentos reforçam o que ambas mães disseram a respeito de seus empregos:

É que tipo assim, quando ele passou, eu trabalhava na (...), eu era Gerente lá fazia anos. E eu trabalhava quase 12 horas por dia, então era impossível. Aí eu saí e fiquei só com ele. Porque era muita coisa durante o programa. Na primeira semana, das vezes que ele apareceu, até uns 2 meses depois, no mínimo 2 vezes por semana tinha entrevista em algum canal, em alguma revista, em algum site e tinha que estar levando ele. Fora as coisas normais; a Fono, que ele vai direto, que bem na fase do Programa, ele teve a troca de voz, então a gente teve que ter um acompanhamento gigante da Fono e ela ajudou um monte, né? Então ainda fazem uma vez por semana a Fono, porque ainda está na troca, né? Vai até mais um ano. Então ele tem que ir direto. Mais aula de música, mais aula de violão. Então fora essas coisas normais, tinham mais essas entrevistas, né? E fora daí os shows. Mas os Shows sempre eram à noite, então até poderia. Mas é que tinha ensaio de tarde. E aí não tinha mais como fazer outra coisa. E tinha que responder e-mails. E os e-mail eram um monte, convidando para uma coisa ou outra, então tinha que parar. Tinha dias que eu acordava às 8 e ficava até meio-dia, almoçava e continuava respondendo e-mail atrasado, aí não tinha como fazer outra coisa. Parei de trabalhar e fiquei só com ele. E aí agora faz um mês, nem isso, que aí eu voltei a trabalhar. (MÃE DE LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Eu tinha uma empresa, né? Que eu prestava serviço, daí eu só troquei o nome para 'eventos', 'feiras e eventos' e é a gente mesmo que cuida. Não tem porque outros cuidarem. Nada melhor do que a gente mesmo. (MÃE DE THOMAS MACHADO)

As duas mães abandonaram seus empregos para dedicar seu tempo, exclusivamente, no auxílio aos filhos referente às tarefas ligadas à música após a participação no *talent show*. Por serem menores de idade, muitas atividades necessitam de acompanhante, além de autorização de responsável para realização. Esse posicionamento não corrobora com a teoria de Morin (1997, 1999) referente aos papéis de mães atarefadas que não possuem tempo para relação com os filhos.

Esses dois casos não podem servir como exemplo de uma dinâmica familiar atual porque foram especificamente escolhidas crianças que são celebridades, porém, pode-se notar a mudança na estrutura da família em relação a suas participações no *The Voice Kids Brasil*. As mães puderam abandonar seus trabalhos por não ser mais necessário trazer o dinheiro para as casas pois os cachês que os filhos recebem são suficientes para arcar com parte das despesas das famílias, como confirma Luís Arthur e sua mãe:

Não, nem mexo no dinheiro. Não gosto. (...) É que dinheiro... Tipo assim, eu comprei um Mac agora, né, com o dinheiro. Um Macbook, acho que é o Pro, que vem com um programa de música e tudo mais, para fazer né. É porque o retorno quando eu começar a postar e alavancar, vai ser maior né. Mas eu não mexo muito. Eu comprei porque é uma necessidade assim. Às vezes eu quero, pergunto: “Ah, dá para comprar alguma coisa, sei lá” e às vezes, “ah, não tem esse mês...”, beleza. Mas eu não mexo muito. Eu ganho dinheiro, aliás, eu não sei quanto que eu vou ganhar de cachê. Se eu sei também eu não... Quem mexe mais é minha mãe e meu pai, acho. (LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Tu tens a tua conta e o teu cartão. Mas tipo, é um pouquinho que eu deixo para ele, para aqueles ‘gastinhos’ que ele quer comprar, sabe? Que ele tem um pouquinho em uma conta corrente. Mas aí o resto eu coloco na poupança para pagar as coisas, né? (MÃE DE LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Como revelado anteriormente, O’Connor (2017) afirma que as famílias veem as celebridades infantis como expectativa de melhorar as condições financeiras. A mãe de Thomas Machado afirmou que administra o dinheiro que o menino ganhou como prêmio no programa e seus cachês.

Na verdade o prêmio que o Thomas ganhou, parte dele não se mexe, né? É assinado que ele só vai poder mexer quando for de maior. (...) Mas o resto, a gente mesmo administra. A gente não consegue trabalhar com outra coisa. Tem muita coisa durante a semana que temos que fazer (...). (MÃE DE THOMAS MACHADO)

Apesar desse posicionamento das mães, os pais possuem papel viril (MORIN, 1997) e continuam com seus empregos e contribuindo para a renda familiar, como o caso do pai de Luís Arthur. Ele também afirmou não deixar de trabalhar porque o filho não tem segurança no que deseja para o futuro, então ele precisa ter a segurança de que, independente dos passos do filho, a família tenha como se manter financeiramente.

Sim... O ‘paitrocínio’ continua... (...). Não, agora é menos, né. Agora é menos. Mas claro, quando o Arthur começou a fazer as apresentações, antes ele apresentava mais em festival, rodeio, também têm os custos de pagar músicos e tudo, né? De viagens, né? (PAI DE LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Sobre planos futuros, quando Thomas foi indagado, respondeu imediatamente:

Eu penso que eu quero que tenham bastantes shows, que eu fique sempre muito feliz, brincado sempre com meus colegas e animando muitas pessoas. (THOMAS MACHADO)

Porém, quando a entrevistadora, baseada nessa resposta do menino questiona novamente se é com carreira artística que ele deseja trabalhar, Thomas entra em contradição:

E com 18 anos, eu quero me formar em veterinária. (THOMAS MACHADO)

Essa controvérsia em relação ao futuro demonstra que o menino não tem conhecimento das dimensões de ambas as profissões, além de estar confuso com o que deseja trabalhar. Esses pontos vão ao encontro com que Libardi (2013) afirma: os momentos de fotografar para campanhas, conceder entrevistas, cantar em *shows*, são momentos de divertimento e brincadeira, enquanto o profissionalismo é de responsabilidade dos tutores. Luís Arthur confirma que está desfrutando da visibilidade que ganhou por participar do *talent show*, mas que não tem certeza a respeito do futuro.

Não sei ainda. Não tenho nada programado ainda para o meu futuro. (...) Não sei ainda. Ainda não pensei nisso. (...) É. Eu não... Talvez alguma coisa na área de... Nada de matemática, que eu não gosto de matemática. (...) Eu gosto bastante de cinema. Eu gosto de cinema. (...) como eu disse, né, eu estou meio que... Eu fui para o *The Voice*, como eu falei, né, sem a intenção de... Ou, que nem muita gente que já era cantora, que já tinha toda uma estrutura, né? E eu estou cantando hoje, como músico, mas não como profissão certa, né? Eu estou aproveitando o *The Voice* para cantar, que é um coisa que eu amo fazer. Só que eu nunca teria imaginado que ia fazer isso em um nível grande, sabe? Mas não sei se isso é um hobby grande que eu tenho, ou se eu quero como profissão ainda. Tudo bem que eu não fico muito 'ah, o que eu quero ser', muita gente tem essa pressão, eu não fico muito. Acho que com o tempo a gente descobre, né? Muita gente faz três faculdades, tranca na metade porque não gosta, então acho que... Acho bem importante esperar. Não precisa ter. Minha mãe e meu pai não colocam essa pressão de decidir o futuro. (LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Apesar de Luís Arthur acreditar ser importante esperar para escolher qual caminho deseja seguir, e que seus pais não o pressionam para tal decisão, sua mãe comenta:

Com certeza vai ser alguma coisa relacionada às artes, né? Mas ele não sabe, porque tipo, se ele quer ser ator, se quer ser cantor, se ele quer ser YouTuber, né? É alguma coisa, mas relacionada às artes. Mas tipo, não tem certeza se ele quer só cantar, sabe? Não tem essa certeza. (...) É, mas é nessa área que ele gosta. Não sabe qual

ponto ainda, né? O que é que ele quer. Nem precisa, né?! (MÃE DE LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Esse comentário demonstra que, apesar de Luís Arthur não ter certeza do que deseja, sua mãe apresenta o desejo de que seu filho trabalhe com a vida artística. Como mencionado anteriormente, Libardi (2013) afirma que muitas pessoas ao redor de crianças sonham que elas sejam famosas.

O cotidiano de estrelas apresenta diferença em relação ao dia-a-dia de pessoas comuns. Segundo Morin (1989), a vida privada delas é, permanentemente, vigiada e organizada. As redes sociais, como Instagram e Facebook, são bastante utilizadas pelos entrevistados para que estejam conectados a qualquer momento com seus fãs e, até mesmo, para propostas de trabalho. Luís Arthur apresenta uma relação bastante sincera com o que mostra nas redes, porém confessa não gostar de estar seguidamente ativo. Sua mãe incentiva para que ele esteja mais disponível através das redes sociais, e até mesmo filtra alguns conteúdos.

Tinha, eu tinha tudo. Na verdade eu não tinha Página, não tinha Instagram. Tipo, eu não usava, né? Não usava quase nada. Usava só Facebook. Mas aí quando eu ia entrar no The Voice, antes de eu aparecer, né, acho que 1 mês antes, criei uma página, porque eu acho bem mais fácil de já ter né, do que quando aparecer a pessoa ir lá e procurar, né? Mais fácil do que fazer depois do programa, pois pode perder algum acesso aí. E teve... Cresceu bastante, né? No Instagram eu tinha 300 seguidores. Tipo, estou com 18 mil, acho. Em minha página estou com quase 30 mil, 29, 28... É. Eu não gosto muito dessa cobrança da gente ficar toda hora nas redes sociais assim. Eu gosto de... Claro, eu sei que é importante, né? Por isso tem bastante gente me ajudando, né? O Guilherme (social media) tira as fotos para mim dos shows. (...) É o que cuida da minha página. Ele faz tipo, as artes da página. (...) Aí eu falo: 'Posta uma stories no Instagram, posta alguma coisa assim...' Porque eu não sou muito ativo por conta própria. (...) Eu não sou muito ativo nas redes sociais, eu não gosto muito. (...) Eu sou bem sincero com essa questão assim. Eu achei uma coisa legal e vou postar. Ou uma opinião que eu respeite, que seja algum assunto que esteja acontecendo e que estão me perguntando bastante, eu vou dar a minha opinião, não vou falar o que as estatísticas falam, o que o pessoal está falando mais. (LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Ele é o responsável de fazer as artes e fazer as postagens (referindo-se ao Guilherme). Eu mando para ele o que tem que postar. Hoje fui em quem postou um negócio, porque era sábado, eu tentei falar com ele e não consegui. Mas ele que é o responsável de fazer as postagens. Aí eu faço e mandou para ele postar. E também é responsável por responder as mensagens, porque não tem como responder as mensagens. E as do Instagram, é só ele que mexe (referindo-se ao Luís Arthur Seidel). (...) Ele não gosta muito. (...) Ele está sempre empurrando, ele não gosta, entendeu? Não é uma coisa que ele diz: 'Ah, que bom, vou ficar no Instagram, vou fazer Stories', coisas assim. Tipo, ele posta no tempo dele, né? Tipo: 'Ah, isso é legal e eu quero postar'. Mas não todo dia, que nem tem que ser, contar história... Ele não é muito chegado, aí a gente tem que dar um empurrãozinho, aí a página a gente deixa para a gente arrumar. Aí ele fica com o Snap, Instagram, senão é muita

coisa, né? (...) E não adianta dizer alguma coisa que está sendo imposta. (MÃE DE LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Assim como Luís Arthur, Thomas Machado também delega para sua mãe a tarefa de permanecer ativa nas redes sociais, até por que ele não possui aparelho celular, dificultando o constante contato com o público.

Eu mexo mais é... Nenhum. (...) É, eu faço mais ‘Stories’ assim no... Instagram. (...) Vou lá e daí tipo: “Ah, eu estou em um dia de chuva.” Eu fui lá, peguei o telefone do meu irmão e falei: “Passe pra cá esse telefone, que eu vou fazer um ‘Stories’.” Daí eu fui lá e disse: “O que tu estás fazendo aí?” A Mãe estava em cima do banco do Bugie. E daí eu disse que estava chovendo, que a mãe estava fazendo um Carreteiro no fogão, a lentilha. (...) É, daí... Bem simples, né gente? Eu pego o telefone e vou gravando. (THOMAS MACHADO)

Na verdade, o que ele faz mais é o ‘Stories’. (...) É que nas Redes não tem como ele acompanhar. (...) A gente não consegue. A gente recebeu quase quatro mil mensagens na página dele, de aniversário. (...) Eu e mais uma pessoa que me ajuda. Não tem como. A gente não consegue. Porque é bastante coisa, né? E ele nem tem celular. Ele usa o meu celular. (...) É que tem muita gente que liga para mim, mas quer falar com ele. Tem muita mensagem. Como uma criança vai fazer isso? (...) Porque o meu telefone está lá na página dele. O meu telefone está lá para contato. O que acontece, o pessoal vem, adiciona e manda mensagem pelo Whatsapp. E daí sempre tem umas crianças; “Oi...”, “Oi...”. Como é que ele vai passar o dia inteiro? Não tem como, não é? E ele tem muita coisa durante o dia e ele precisa se dedicar. Ele vai para a escola, tem aula de música, de acordeom, não é? E então não tem como ficar, tipo... Tem dias que tem TV, tem uma entrevista, tem o jornal. Às vezes ele fala com o rádio e entra ‘ao vivo’ por telefone. E daí também fica mais fácil. Não precisa ele sair, ir lá e ele fica ao vivo. Agora tem o lançamento do CD. Daí tem muita coisa assim, né? Então... (MÃE DE THOMAS MACHADO)

Libardi (2013) comenta a respeito das inúmeras tarefas das celebridades infantis. Cada demanda nova, como viagens e sessões de fotos, é tida como experiência e gera momentos felizes para as crianças, porém pode atrapalhar a vida escolar e a vida lúdica com os amigos. Esse ponto é bastante ressaltado por Thomas Machado. Para ele, as brincadeiras são prioridade no momento. O menino alega não cuidar de todas as atividades referente à vida artística para poder ter tempo de brincar.

Porque é muita gente mesmo. É muita gente. (...) Então tipo, eu não vou conseguir poder brincar, né? (THOMAS MACHADO)

Ele ainda relata que, durante sua participação no *talent show The Voice Kids Brasil*, em decorrência da grande quantidade de ensaios, além das viagens para gravar os programas, tinha tempo escasso para realizar outras atividades.

Eram bem mais calmas as coisas. Tinham shows, mas tipo, não era essa coisa assim de muita gente (referindo-se ao período antes de sua participação no programa). (...) Bom, durante o *The Voice Kids*, eu tinha pouco tempo, né? Eu ensaiava bastante, me concentrava bastante, para poder mostrar o meu talento lá para eles. E agora, depois do *The Voice Kids*, de eu ter conseguido ganhar, eu fico muito feliz e minha rotina está agora bem corrida, com bastantes shows e muitas crianças em volta de mim. (...) Durante a escola, eu tinha que faltar, né? Por causa que ia... As idas para o Programa, eram no meio da semana de vez em quando, daí a gente pedia lá se eu podia faltar e aí eu faltava. (THOMAS MACHADO)

Após sua participação no programa, sua vida cotidiana continua com pouco tempo para as atividades escolares e brincadeiras. As pessoas à sua volta, como as professoras, colaboram para que ele priorize os trabalhos, em vez da escola.

Bom, antes era mesma coisa. A gente... Eu tinha meus amigos, né? A gente brincava de bola, de esconde-esconde. E agora, na escola, eu fiquei um pouquinho mais conhecido para as outras turmas, né? Que agora eu fico mais amigo deles e é isso aí, a gente está lidando lá com a escola. (...) Bom... Eu consigo. Quando eu não consigo fazer as provas, minha professora guarda e no outro dia eu faço. Ou se tipo, eu falto três dias, no meio destes três dias teve a falta, tipo na sexta-feira eu faço a prova e dou pra ela. (...) Bom, antes eu tinha esse tempo, né? Antes eu tinha um tempo, certo? Para poder brincar, brincava um monte. Agora não tenho tanto tempo. Mas mesmo assim, eu brinco, eu me divirto. Eu brinco com minha cachorrinha, eu ando de bicicleta, eu ando de Bugie, eu brinco de jogar bola, eu brinco com meus amigos aí. Pesco também, ando à cavalo. (THOMAS MACHADO)

Luís Arthur também afirma que antes de sua participação no *talent show* sua rotina era tranquila, porém durante as gravações não possuía tempo para tarefas escolares. Situação que mudou após o término do *The Voice Kids Brasil*, afinal suas aparições em programas de televisão diminuíram, apesar de dar continuidade com os *shows*.

Antes do *The Voice*, não tinha nenhum show, né? Não tinha nada disso, eu fazia as aulas de canto, aulas de música. E acho que, em questão de rotina do dia-a-dia não mudou, além dos shows, não mudou muita coisa. Durante o programa, eu fui em bastantes programas de televisão, né? Dar entrevistas durante a semana e tudo mais, e a escola ficou mais complicada, eu tinha que conciliar todas as coisas juntas. Depois do *The Voice*, deu umas aliviadas nos programas, mas os shows continuaram a mesma coisa assim, mas eu consegui conciliar melhor com a escola. Deu mais tempo para eu conseguir, sei lá, sentar, ver filme, estudar... Então, acho que deu uma oscilação bem grande neste ano, né? E estou bem com o ritmo. (...) Com os amigos não teve muita diferença, porque já eram meus amigos, já conhecia tudo mundo.

Nem deram muita... Mas tipo assim, as viagens... É, as viagens... É mais complicado de tu conseguires fazer tudo direitinho como fazias antes, não é? E acho que mesmo assim, eu consegui tirar notas boas... Claro que tive que abrir mão de algumas coisas, né? De alguns dias que poderia estar descansando, né? Mas consegui manter as notas. Eles são bem rígidos nessa questão assim (referindo-se aos professores). Eles não compreendem, né? Que eu estou trabalhando, no caso, não é? Então às vezes eles não liberam. Tipo assim, se eu tenho que faltar. Por exemplo, se eu tenho que faltar um dia para viajar, se o show for sexta-feira e for longe, tendo que viajar, aí eles não... Hoje até que está um pouco mais flexível, mas eles não liberavam para viajar, sabe? Tinha que... Ia tirar nota igual, não ia adiantar nada, eles não tinham essa flexibilidade, né? A minha amiga Maria Fernanda, que a escola dela é mais flexível. Ela conseguia fazer prova no outro dia. Na minha escola não é bem assim, é mais rígido.

Diante dessa fala de Luís Arthur é possível perceber seu descontentamento em relação à inflexibilidade dos professores por não darem prioridade à carreira artística do menino. Ele também relata que a maneira de lidar com seus pais mudou após sua participação no *talent show*.

É. E teve também bastante essa questão de eu começar a falar com meus pais de um jeito mais... Não só como meus pais, mas também me ajudando no meu show, né? Como produtores, sei lá. Claro, eu tenho minha produtora, mas eles me ajudam bastante na questão de... Da roupa, de tudo mais. Então ocorreu essa abertura para um lado mais... Um lado diferente da família. (LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Já Thomas Machado não relata alterações nas relações com sua família, por todos participarem diretamente da equipe que o acompanha nos compromissos profissionais.

Bom... Eu fico o tempo inteiro com a minha família, né? E eu ajudo meu pai na roça, eu ensaio com meus irmãos, a gente joga videogame juntos, eu desenho junto com meu outro irmão, que ele é 'modelista', desenhista de sapato e eu... Nem sei, eu brinco com a minha mãe, ajudo ela nas coisas... Quando precisa, um dia desses de noite, eu ajudei ela a passar pano na escada. (THOMAS MACHADO)

Baseado nas teorias de Morin (1989) e de Jorge (2014), os dois meninos foram indagados a respeito dos fãs que se espelham neles, e as respostas foram as seguintes:

Boa! É, a gente ficou sabendo que durante o The Voice Kids, todas as lojinhas que tinham de gaita, as prateleiras esvaziaram todas. Porque muitas crianças queriam comprar gaita. (...) Eu fico muito feliz! Até o sobrinho do meu vizinho... Um dia a gente tocou ali no aniversário do nosso vizinho e o sobrinho do meu vizinho se inspirou em mim, vendo eu tocando a gaita. Aí ele encheu o saco da mãe dele, para que ela comprasse uma gaita para ele, para ele aprender a tocar. (THOMAS MACHADO)

Até hoje não me caiu muito bem a ficha muito bem. Mas eu fico muito feliz em saber que muita gente se inspira em mim. É, recebi bastante desenho meu, de fãs, vídeos também, um monte de coisas. E é isso. Se eu tenho uma dica, talvez, que eu queira dar para esse pessoal, é se você tem algum sonho, algo assim, é correr atrás e batalhar, que eles conseguem, né? Porque tipo assim, eu tenho também alguns ídolos, né? E eu acho que foi estranho né, de início, saber que eu virei o ídolo de alguém, desse pessoal, né? Então é diferente. E você tem que agradecer a esse pessoal, que proporcionou tudo isso para mim. Votaram lá, ficaram à tarde votando. Meus fãs clubes, né? Que ficaram, quando estava nas quartas de final, ficaram a tarde inteira votando. Ficaram dando *play* lá. Então é isso. Estou muito feliz e também não vejo muito como ‘Ai, sou um... São meus fãs...’, eu converso com eles no Instagram, não com todos né? Mas com alguns que eu consigo ali e desde o início falam comigo, né? Que eu vejo que... Bom, enfim, eu vou respondendo aos pouquinhos eles. Então eu fico muito feliz. (LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Essas falar refletem que ambos estão cientes das suas responsabilidades perante os fãs que nutrem expectativas e emoções em relação aos artistas. Eles sentem que possuem uma missão por terem grande visibilidade, a de fazer o bem e tornar o lugar em que estão melhor.

A mãe de Thomas também revelou que o menino é patrocinado por algumas marcas, entre elas a Pampiana Acordeons, que tem um contrato vitalício. Ao longo dos anos serão concedidos acordeons italianos, personalizados e adequados ao tamanho do menino. As roupas utilizadas por ele pertencem à loja Gozzi, que se utiliza da imagem do menino para ganhar visibilidade.

Luís Arthur Seidel possui contrato com a marca de sapatos Ortopé. Ele realiza vídeos quinzenais sobre assuntos diversos, além de fazer a cobertura de eventos em nome da empresa. Para ele, as atividades que exerce em função da música são um trabalho, sim.

É porque está me ajudando bastante nas despesas, né? Fono, bastante... Aula de canto, aula de violão, equipamentos para som, microfone, violão, cabo, bastantes coisas. Então como eu tenho uma agenda, né? Não é uma rotina fixa, porque cada semana é uma coisa diferente, não é que nem um trabalho, que tu tens os dias marcados e claro, têm as reuniões, né? Mas tipo, considero um trabalho assim. Acho que por enquanto está como um trabalho. (LUÍS ARTHUR SEIDEL)

Essa fala de Luís Athur Seidel corrobora com a teoria de Postman (2012), em que as crianças e adultos conversam os mesmos assuntos, jogam os mesmos jogos, e inclusive ambos trabalham para sustentar a casa e pagar despesas. O fato de os pais de Thomas Machado terem abandonado seus empregos para fazer parte da equipe do menino, demonstra que ele passou a ser o empregador dos próprios familiares, tornando-se o gerador de renda.

No Brasil, a Lei nº 10.097, de 19 de dezembro de 2000, no Art. 403, afirma: “É proibido qualquer trabalho a menores de dezesseis anos de idade, salvo na condição de aprendiz, a partir dos quatorze anos”. E em seu parágrafo único complementa: “O trabalho do menor não poderá ser realizado em locais prejudiciais à sua formação, ao seu desenvolvimento físico, psíquico, moral e social e em horários e locais que não permitam a frequência à escola.”

Apesar de essas crianças estarem asseguradas por lei, que afirma não poderem trabalhar e ainda não frequentar escola em função do trabalho, não é o que está ocorrendo. As atividades exercidas por elas, além de possuírem incentivo dos pais e de alguns professores, tornou-se espetáculo na programação da televisão.

A lógica da indústria cultural refletida anteriormente, através do teórico Morin (1997), vai ao encontro com esse acontecimento. A televisão realiza programas com crianças porque eles geram audiência, por serem transmissores de momentos de alegria e arte através da música. Porém, questões legais e até de compreensão do conceito do que seria a infância são postos abaixo do espetáculo.

Esse fato está intrínseco nos adultos e nas crianças, que afirmam gostar de trabalhar, porém desejam um pouco mais de lazer para brincar, como afirma Luís Arthur Seidel:

Acho que às vezes como tu estás na adolescência, né? Então às vezes estou meio cansado, às vezes não quero. Mas tu tens que ir assim. Há outros dias em que eu estou super afim de ir lá fazer. Então depende muito do dia, né? Mas mesmo assim tem que sair na rua com um sorriso, senão... (LUÍS ARTHUR SEIDEL)

O fato do menino ter dias desanimados em sua rotina, mas ter que disfarçar e se mostrar feliz, trata-se da concepção de felicidade da cultura de massa. Para Morin (1997), esse é o alimento que nutre a alma dos fãs, que cada vez mais consomem os artistas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No desenvolvimento desta pesquisa nos propusemos a identificar que a infância, atualmente, está passando por transformações no que se refere à sua dinâmica. Esse tema é complexo, por envolver diversas áreas do conhecimento, como psicologia, biologia, comunicação e até política. Sem intuito de aprofundar o estudo em todas essas disciplinas, foi utilizado apenas o aspecto comunicacional para desvendar as mudanças que vêm ocorrendo com a infância.

Para a realização dessa investigação foi selecionado um programa de entretenimento veiculado na televisão aberta, o *The Voice Kids Brasil* - é um *talent show* estrelado por crianças brasileiras. Nessa versão, porém, por ser um produto pronto e adquirido por redes televisivas de vários países, é apenas um exemplo do que se acontece em escala global.

Foi fundamental, para essa compreensão, a busca por fatores que propiciam esse ambiente em que o programa se desenvolve, a indústria cultural. Verificamos como essa máquina da cultura funciona, principalmente relacionada à televisão. Diante disso, fez-se necessário entender quem são e como funcionam os personagens dessa indústria. O público se mostrou como a maior engrenagem, através do consumo de produtores desenvolvidos, retroalimentando o sistema.

Os telespectadores, ao usufruírem de forma insaciada, incentivaram a democratização e a reprodução de espetáculos em que a estética e a busca pelo bem estar são modelos de vida dominantes. Pelos *mass media* funcionarem como ferramenta de identificação, o que ocorre nos programas de televisão é o espelhamento do universo dos espectadores.

A compreensão desses conceitos nos levaram à necessidade de identificar quem são essas celebridades, estrelas da televisão. Assim sendo, é possível perceber que são pessoas que interpretam papéis, inclusive, nas suas vidas pessoais, para que estejam constantemente suprindo as expectativas dos seus fãs e das empresas contratantes. Dessa forma, a indústria cultural transforma as pessoas em mercadorias, tanto as celebridades quanto os espectadores.

Ao se tratar de crianças, alguns aspectos são mais relevantes por serem pessoas que não possuem total autonomia de suas vidas e são suscetíveis às ordens e sonhos impostos pelos tutores. Nesse processo de celebração infantil, algumas partes importantes do processo de aprendizado desse etapa da vida acabam esquecidas ou colocadas em segundo plano, como escola, brincadeiras, relacionamento com amigos. Como dito anteriormente, a televisão é o

reflexo da sociedade em que ela está inserida. Sendo assim, é importante ressaltar que esses aspectos relacionados às crianças que são celebridade e possuem rotina com tarefas que exigem profissionalismo também revelam o dia-a-dia de crianças que não são estrelas .

Foi possível perceber através da pesquisa que a infância é uma fase da vida que passou por diversas transformações, em diferentes aspectos ao longo da história. De inexistentes, em função da alta taxa de mortalidade infantil, as crianças começaram a ser tidas como pequenos adultos, por estarem sempre junto a eles, realizando as mesmas tarefas, participando dos mesmos jogos, conversando os mesmos assuntos. Com o surgimento da escrita, esse cenário mudou, elas passaram a ser completamente diferentes dos adultos porque não sabiam ler, então não tinham acesso a determinados assuntos, exclusivos do universo adulto.

Por serem pessoas ainda em fase de aprendizado, foram determinadas escalas de assuntos e teorias que deveriam aprender na escola, considerando-se que existem determinados assuntos para certas idades. Assim, a idade adulta era alcançada com uma conquista de aprendizado.

Verificamos que essas características da infância não são as mesmas atualmente. Com o acesso da televisão nos lares, para todas as pessoas, em decorrência da indústria cultural, não há possibilidade de determinar quais assuntos serão discutidos levando em consideração a idade do telespectador.

Os programas são formulados com intuito de venda; quanto mais pessoas assistirem, melhor para os produtores e redes de televisão. Apesar de as atrações televisivas apresentarem indicação de idade, esse fator não é determinante para barrar pessoas abaixo do limite estipulado.

Outro aspecto relevante estudado é que, para assimilar o que é transmitido na televisão, não é preciso ter característica ou domínio de nada, nem da escrita, nem da fala. Crianças pequenas, que ainda não dominam a fala, podem assistir televisão e compreender o que está sendo veiculado através das imagens. Dessa forma, pode-se perceber que, em um aspecto histórico, como a infância era relacionada ao não domínio de certos assuntos, como violência, sexo, dinheiro, drogas e outros, o momento atual apresenta uma nova configuração do conceito de infância.

Através de entrevistas realizadas com dois participantes da segunda temporada do *talent show The Voice Kids Brasil*, Thomas Machado (10 anos) e Luís Arthur Seidel (13 anos), alguns aspectos dessa nova dinâmica da infância puderam ser comprovados. As

crianças, protegidas por leis, não têm permissão de trabalhar, porém, como explicitado por Luís Arthur Seidel, o cumprimento de uma agenda com shows, sessões de fotos, gravação de vídeos, gravação de músicas, aulas de canto, reuniões com produtores, entre outras atividades, é trabalho. Thomas Machado não explicitou sua opinião a respeito, porém, através de sua fala e de sua mãe, ficou claro que todas essas tarefas são realizadas com responsabilidade de trabalho.

Pode-se verificar também que, por meio da realização desses afazeres, ambos recebem dinheiro em troca. Apesar de uma porcentagem do prêmio ganho pela participação de Thomas Machado no programa só poder ser mexida pelo menino quando ele alcançar os 18 anos, a outra parte, assim como os ganhos em relação a suas outras atividades ligadas ao canto, estão sendo designadas para sustento da família. A mãe de Thomas deixou claro que parte da família largou seus empregos para que pudessem auxiliar o menino da carreira artística, dando conta da tarefa de arcar com salários de músicos, escola, alimentação, vestimentas e moradia.

Luís Arthur Seidel afirmou que a pessoa que controla todo o dinheiro que ganha é sua mãe, que afirmou depositar em uma conta poupança para que o menino acesse quando quiser, e outra parte coloca em uma conta corrente que Luís Arthur gerencia. Com esse dinheiro, o menino paga seus músicos, compra instrumentos de trabalho, paga suas aulas de canto e outras contas.

Ambas crianças alegaram estar felizes com suas rotinas, mas que se pudessem teriam tempo para brincar, estudar e, até mesmo, dormir; comentaram que a escola não é prioridade, apesar de os pais e professores de Luís Arthur não deixarem que ele seja relapso com sua educação. Porém, os pais não concordam com a postura da escola, não podendo exceder 25% de faltas e ter a obrigatoriedade de realizar as provas nos dias estipulados pelos professores. Acreditam que a escola deveria compreender a situação, permitindo, dessa forma, que ele priorize a carreira artística.

Thomas Machado afirmou que sua escola permite que ele falte às aulas e faça as provas quando puder. Inclusive, as professoras guardam materiais de aula e entregam em momentos que elas realizam aulas extras para o menino. Através desses relatos é possível perceber que há grande suporte dos adultos para que esse aspecto da infância, a escola, não seja priorizado.

Para que essas características da infância fossem percebidas de outra forma, foi realizada análise dos episódios dessa mesma temporada do *talent show*. Ao final, pode-se

concluir que o programa e os envolvidos também compartilham o posicionamento em relação ao trabalho. Ivete Sangalo afirmou a uma candidata que ela teria um futuro promissor e que, naquele momento, já era uma artista, inclusive citou cantores que haviam inspirado e influenciado a pequena concorrente. Através desse comentário fica explicitado que todos estão ali para incentivar um trabalho e uma carreira, não apenas para participar da atração.

Para finalizar, reiteramos que, para analisar a infância, são necessários diversos estudos, de múltiplas áreas. Esse trabalho se ateve à vertente da comunicação, mas, para afirmar de forma mais assertiva que a infância está em fase de alteração em suas dinâmicas, é preciso que outras disciplinas envolvidas realizem pesquisas nesse sentido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T., HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. 2. ed. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ANTES do ‘The Voice Kids’, Thomas Machado participou de programas de música **regionalista do RS. GSHOW, Rio de Janeiro, 18, Jan. 2017. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/RBS-TV-RS/Galpao-Crioulo/Extras-Galpao-Crioulo/noticia/2017/01/antes-do-voice-kids-thomas-participou-de-programa-de-musica-regionalista-do-rio-grande-do-sul.html>>**. Acesso em: 26. Jun. 2017.
- AIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. 2. ed. Tradução Dora Flaksman. Rio de Janeiro: LTC, 1981.
- BARRETT, Ciara. ‘Just a voice and youth’: Shirley Temple, Deanna Durbin, Judy Garland and the rise of the musical child star in the 1930s. In: O’CONNOR, Jane and MERCER, John (Orgs.). **Childhood and celebrity**. London: Routledge, 2017.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ADORNO, Theodor. et al. (Org.). **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- BORDWELL, David e THOMPSON, Kristin. **El arte cinematográfico**. Barcelona: Paidós, 1995.
- BORGERTH, Luiz Eduardo. **Quem e Como fizemos a TV Globo**. São Paulo: A Girafa Editora, 2003.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa Brasileira de Mídia - 2016**. Brasília: Secom, 2016.
- BRASIL, Constituição (1988). **Constituição da República Federativa da Brasil**. Brasília, DF, Senado Federal, 1988.
- BRASIL, Lei Complementar nº 10,097, de 19 de dezembro de 2000. Dispõe sobre as leis trabalhistas no que tange menores de idade. Diário Oficial da República do Brasil: seção 1, Brasília, DF, 2000.
- BRETAS, Valéria. Os crimes mais cometidos por adolescentes no Brasil. Revista Exame, 2016. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/os-crimes-mais-cometidos-por-adolescentes-no-brasil/>>. Acesso em: 08 Dez. 2017.
- BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 1997.
- CANDIDO, Antonio. A personagem do romance. In: CANDIDO, Antonio et al. **A Personagem de Ficção**. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 1968.

CARMONA, Beth. A participação da criança na televisão brasileira. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecilia von (Orgs.). **A Criança e a Mídia: imagem, educação, participação**. São Paulo: Cortez, 2002.

CASHMORE, Ellis. **...e a televisão se fez!** São Paulo: Summus, 1998.

CASTRO, Cosette. **Por que os reality shows conquistam audiências?** São Paulo: Paulus, 2006.

CELEBRIDADES do Instagram recebem até R\$ 2,5 mil por post. Estadão, São Paulo, 22 mai. 2015. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,celebridades-do-instagram-recebem-ate-r-25-mil-por-post,10000029322>>. Acesso em: 8 mai. 2017.

CHARISSA, Door. The Voice Kids-winnares Fabiënne Bergmans openhartig over heftige periode. **Grazia**. Amsterdam. Disponível em: <<http://www.grazia.nl/showbizz /the-voice-kids-winnares-fabienne-bergmans-openhartig-over-heftige-periode>>. Acesso em: 22 Jun. 2017.

COUTINHO, Lídia Miranda. **Malhação e a Representação Midiática da Juventude Brasileira**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2479-1.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

CONFIRA o calendário de inscrições para as regionais do “The Voice Brasil” e “The Voice Kids”. **GSHOW**, Rio de Janeiro, 05. Abr. 2016. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/participe/noticia/2016/04/confira-o-calendario-de-inscricoes-para-regionais-do-voice-brasil-e-voice-kids.html>>. Acesso em: 22 Jun. 2017.

CORRÊA, Angela. **Saiba como está a vida de Wagner Barreto um ano após vencer o The Voice Kids**. Tribuna Paraná, Paraná, 30 Mar. 2017. Disponível em: <<http://www.tribunapr.com.br/mais-pop/saiba-como-esta-vida-de-wagner-barreto-um-ano-depois-de-vencer-o-the-voice-kids/>>. Acesso em: 22 Jun. 2017.

CORSARO, W. **We’re friends, right?: inside kid’s cultures**. Washington, DC: Joseph Henry, 2003.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOORN, Bert van. **The Voice Kids – winnares Fabiënne Bergmans gehuldigd in Roosendaal**. OMROEP BRABANT, Holanda, 26 Mar. 2012. Disponível em: <<http://www.omroepbrabant.nl/?news/1717091003/The+Voice+Kids-winnares+Fabiënne+Bergmans+gehuldigd+in+Roosendaal.aspx>>. Acesso em: 26 Jun. 2017.

ELLIN, Abby. **That Nose, That Chin, Those Lips: With Plastic Surgery, a Makeover to Look Like a Celebrity**. The New York Times, New York, 15 jan. 2014. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2014/01/16/fashion/Plastic-surgery-celebrity-makeover.html?_r=0>. Acesso em: 8 mai. 2017.

ENTENDA as Fases. Disponível em: < <http://especiais.gshow.globo.com/realities/the-voice-kids/entenda-as-fases/index.html>>. Acesso em: 22 Jun. 2017.

ESTADÃO CONTEÚDO, Bruna Marqueline fala da carreira iniciada na infância. Hoje em Dia, São Paulo, 27 nov. 2016. Disponível em: <<http://hojeemdia.com.br/almanaque/bruna-marqueline-fala-da-carreira-iniciada-na-infancia-1.430200>>. Acesso em: 24 mais. 2017.

ESTRÁZULAS, Márcia de Oliveira. **Perfumes: a moda invisível**. Porto Alegre: Forma Diagramação, 2011.

FILHO, Gino Giacomini. A Criança no Marketing e na Comunicação Publicitária. In: PACHECO, Elza Dias (org.). **Televisão, criança, imaginário e educação: Dilemas e diálogos**. Campinas: Papirus, 1998.

FONTCUBERTA, Joan. **A câmera de Pandora: a fotografi@ depois da fotografia**. Tradução Maria Alzira Brum. São Paulo: Editora G. Gilli, 2012.

FOTO'S huldiging Fabiënne Bergmans. **ROOSENDAL OP INTERNET**, HOLANDA, 26 Mar. 2012. Disponível em: < <http://www.roosendaalopinternet.nl/stad/index.php/show-en-zo/show-2012/overzicht-show-2012/103-fotos-huldiging-fabienne-bergmans>>. Acesso em: 26 Jun. 2017.

FRANÇA, V. A Televisão Porosa: Traços e Tendências. In: FREIRE FILHO, João, (org.). **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

GALVÃO, Walmes Nogueira e GALVÃO, Waldimas Nogueira (Orgs.). **Cultura 20 anos**. São Paulo: IMESP, 1989.

GIROUX, Henry A. Child beauty pageants in the second gilded age. In: O'CONNOR, Jane and MERCER, John (Orgs.). **Childhood and celebrity**. London: Routledge, 2017.

HISTÓRIA Grupo Globo. Disponível em: <<http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>>. Acesso em: 6 jun. 2017.

HISTÓRIA Grupo Bandeirantes. Disponível em: <<http://www.band.uol.com.br/grupo/historia.asp>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

_____. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JORGE, Ana. **O Que é Que os Famosos têm de Especial? – A Cultura das Celebidades e os Jovens Portugueses**. Portugal: Texto Editores, 2014.

KOTTAK, Conrad P. **Prime-Time Society**. EUA: Arizona Press, 2008.

LIBARDI, Margareth. **Estrelinhas: como colocar crianças na carreira artística**. São Paulo: Matrix, 2013.

MACHADO, Thomas. Depoimento do vendedor da segunda edição do The Voice Kids Brasil. [15 nov. 2017]. Entrevistadora: Patrícia Ruas Dias. Estância Velha, 2017.

MAFFESOLI, Michel. *A Transfiguração do Político: a tribalização do mundo*. 3. ed. Tradução Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MALCHER, Maria A. **Teledramaturgia: agente estratégico na construção da TV aberta brasileira**. São Paulo: Intercom, 2009.

MATTEUS Fã Clube Oficial. Disponível em <<https://www.matteusfcoficial.com.br/sobrenos>>. Acesso em: 7 mai. 2017.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MISS Brasil Infante Juvenil. Disponível em: < <http://missbrasilinfantojuvenil.com.br/index.php>>. Acesso em: 5 jun. 2017.

MITTELL, Jason. **Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling**. New York: New York University Press, 2015.

MOISÉS, Massaud. **A criação literária: prosa I**. 20 ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

MONTPETIT, Marie-José. Building a New Digital Highway and a Global Living Room: Marie- Jose Montpetit at TEDxSilkRoad. In: **TEDxSilkRoad**. 2008. Online. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=fBb_5HxzdXg>. Acesso em: 21 Jun. 2017.

MONTPETIT, Marie-José; KLYM, Natalie; BLAIN, Emmanuel. The future of mobile TV: when mobile TV meets the internet and social networking. In: **Mobile TV customizing content and experience**. London: Springer, 2010.

MORAES, Ana Luiza Coiro. **A síndrome do protagonista: Uma abordagem cultural às personagens dos espetáculos de realidade da mídia**. 2008. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: necrose**. 3. ed. Tradução Agenor Soares Santos. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. 9. ed. Tradução Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense Universitário, 1997.

MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. 3. ed. Tradução Luciano Trigo. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

MULHER que gastou R\$ 1,4 mil votando em Emily conta sua história. **Veja.com**, São Paulo, 20 abr. 2017. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/virou-viral/mulher-que-gastou-r14-mil-votando-em-emilly-conta-sua-historia/>. Acesso em: 4 mai. 2017.

NIELSEN. **Geração Global Estilos de Vida** – Como vivemos, comemos, nos divertimos, trabalhamos e economizamos para o nosso futuro. São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/Brasil/reports/2015/EstudoGlobal-EstilodeVida-nov2015.pdf>. Acesso em: 7 mai. 2017.

O’CONNOR, Jane. Childhood and celebrity: mapping the terrain. In: O’CONNOR, Jane and MERCER, John (Orgs.). **Childhood and celebrity**. London: Routledge, 2017.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PEREIRA, João Batista Borges. **Cor, profissão e mobilidade**: o negro e o rádio de São Paulo. São Paulo: Pioneira, 1967.

PIAGET, Jean. **A representação do mundo na criança**. 2. ed. Tradução Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Idéias & Letras, 2005.

PIAGET, Jean. **A formação do símbolo na criança**: imitação, jogo e sonho, imagem e representação. 3. ed. Tradução Álvaro Cabral e Christiano Monteiro Oiticica. Rio de Janeiro: LTC, 1990.

PIAGET, Jean. **Seis estudos de psicologia**. 24. ed. Tradução Maria Alice Magalhães D’Amorim e Paulo Sérgio Lima Silva. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

PLOMIN, Robert et al, **Genética do comportamento**. 5 ed. Tradução Sandra Maria Mallmann da Rosa. Porto Alegre: Artmed, 2011.

POR QUE o Príncipe George sempre usa bermudas? **El País**, Madri, 11 Out. 2016. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2016/10/06/internacional/1475750590_326711.html.> Acesso em: 04 Mai. 2017.

RECORD TV. Disponível em: <http://recordtv.r7.com/emissoras-record/record-pelo-brasil-afora/>>. Acessado em: 7 jun. 2017.

REDE GLOBO. The Voice Kids Brasil. Rio de Janeiro: Rede Globo, 08 jan. 2017 até 02 abr. 2017. Programa de TV.

REDETV! comemora 10 anos; veja fatos inusitados de sua história. **Folha Online**, São Paulo, 28 Nov. 2009. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/livrariadafolha/ult10082u658372.shtml>>. Acesso em: 7 jun. 2017.

ROXBOROUGH, S. **John de Mol**. Hollywood Reporter, v. 421, n. 17, p. 22, May 29, 2015.

RÜDIGER, Francisco. **Theodor Adorno e a crítica à indústria cultural**: comunicação e teoria crítica da sociedade. 3. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

SANTROCK, John W. **Adolescência**. 14. ed. Tradução Sandra Mallmann da Rosa. Porto Alegre: AMGH, 2014.

SEIDEL, Luís Arthur. Depoimento do participante da segunda edição do The Voice Kids Brasil. [25 nov. 2017]. Entrevistadora: Patrícia Ruas Dias. Guaíba, 2017.

SHEARER, Rhonda Roland. Ciência e arte: uma dicotomia falsa. P. 15-20, 2006. In: **Simpósio sobre Ciência e Arte**. Rio de Janeiro: Museu da Vida/Casa de Oswaldo Cruz/Fiocruz, 2007.

SILVA, Arlindo. **A Fantástica História de Silvio Santos**. São Paulo: Editora do Brasil, 2000.

SILVA, Juremir M. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SITE Oficial Wagner Barreto. Disponível em: <<http://wagnerbarreto.com/minha-historia/>>. Acesso em: 22 Jun. 2017.

SOUZA, José C. A. de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2015.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **A ciência na televisão: mito, ritual e espetáculo**. São Paulo: Annablume, 1999.

STEINBERG, Shirley R. e KINCHELOE, Joe L. Sem segredos: cultura infantil, saturação de informação e infância pós-moderna. In: **Cultura infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, p. 9-52, 2001.

SUNDOWN. Não Passa. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5t_pHM_EW-8>. Acesso em: 08 Dez. 2017.

TALPA. The Voice Kids. Disponível em: <<http://www.talpa.tv/TheVoiceKids>>. Acesso em: 22 Jun. 2017.

TAN, Bubelle Carmeli. Miley Cyrus Blames ‘Hannah Montana’ For Body Dysmorphic Disorder. HealthAim, Australia, 17 Ago. 2015. Disponível em: <<https://www.healthaim.com/miley-cyrus-blames-hannah-montana-body-dysmorphic-disorder/26572>>. Acesso em: 29 Mai. 2017.

TARABORRELLI, J. Randy. **Michael Jackson: a magia e a loucura**. São Paulo: Globo, 2005.

THE Oficial Shirley Temple Website. Disponível em: <<http://www.shirleytemple.com/biography.html>>. Acesso em: 24 mai. 2017.

THE VOICE Kids – Programa do dia, 08/01/2017, na íntegra. Direção: Creso Eduardo Macedo. Rio de Janeiro: Globo Play, 2017.

THOMAS Machado retoma a rotina escolar após vitória no ‘The Voice Kids’. **RBS TV RS**, Porto Alegre, 11 Abr. 2017. Disponível em:

<<http://gshow.globo.com/RBSTVRS/noticia/thomas-machado-retoma-a-rotina-escolar-apos-vitoria-no-the-voice-kids.ghtml>>. Acesso em: 26. Jun. 2017.

TINHORÃO, José Ramos. **Música popular: do gramofone ao rádio e TV**. São Paulo: Ática, 1981.

TREZE milhões de domicílios do Brasil só tem TV analógica aberta, diz IBGE. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 22 dez. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/12/1843682-treze-milhoes-de-domicilios-no-brasil-so-tem-tv-analogica-aberta-diz-ibge.shtml>>. Acesso em: 8 jun. 2017.

TRIGO, Luiz G. G. **Entretenimento: uma crítica aberta**. São Paulo: Editora Senac, 2003.

VIEIRA, Bárbara. Maísa Silva fala sobre o trabalho na TV: ‘Gosto de ser famosa’. EGO, São Paulo, 15 jun. 2016. Disponível em: <<http://ego.globo.com/ego-teen/noticia/2014/06/maisa-silva-fala-sobre-o-trabalho-na-tv-gosto-de-ser-famosa.html>>. Acesso em: 24 mai. 2017.

WATTS, Harris. On Camera: **O curso de produção de filme e vídeo da BBC**. São Paulo: Summus, 1990.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

APÊNDICE A – Entrevista com Luís Arthur Seidel**Entrevistadora: Patrícia Ruas Dias****Entrevistados: Luís Arthur Seidel, Mãe e Pai****Patrícia Dias:** Tá, vamos lá. Quero saber com quantos anos tu estás agora?**Luis Arthur Seidel:** Estou com 13.**Patrícia Dias:** Que dia que tu fazes aniversário, fez agora ou não?**Luis Arthur Seidel:** Fiz em março, dia 16 de março.**Patrícia Dias:** Eu queria saber como que tu descreves tua rotina, teus hábitos do dia-a-dia, como era antes do The Voice, como foi durante as tuas participações e agora depois?**Luis Arthur Seidel:** Antes do The Voice, não tinha nenhum show, né? Não tinha nada disso, eu fazia as aulas de canto, aulas de música. E acho que, em questão de rotina do dia-a-dia não mudou, além dos shows, não mudou muita coisa. Durante o programa, eu fui em bastantes programas de televisão, né? Dar entrevistas durante a semana e tudo mais, e a escola ficou mais complicada, eu tinha que conciliar todas as coisas juntas. Depois do The Voice, deu umas aliviadas nos programas, mas os shows continuaram a mesma coisa assim, mas eu consegui conciliar melhor com a escola. Deu mais tempo para eu conseguir, sei lá, sentar, ver filme, estudar... Então, acho que deu uma oscilação bem grande neste ano, né? E estou bem com o ritmo.**Patrícia Dias:** Está tranquilo... Pois é, e a tua vida na escola? Como que era assim os amigos, a própria rotina dos estudos, né? Porque o The Voice... Bom, se bem que foi no início do ano, né? Não tinham muitas provas. Ou tinham?**Luis Arthur Seidel:** Não, é que quando eu apareci lá, daí meio que, um pouquinho depois começaram as aulas, né? Menos de um mês depois. E daí foi como eu falei, né? Foi complicado conciliar a escola junto com tudo... Com os amigos não teve muita diferença, porque já eram meus amigos, já conhecia tudo mundo. Nem deram muita... Mas tipo assim, as viagens... É, as viagens... É mais complicado de tu conseguires fazer tudo direitinho como fazias antes, não é? E acho que mesmo assim, eu consegui tirar notas boas... Claro que tive que abrir mão de algumas coisas, né? De alguns dias que poderia estar descansando, né? Mas consegui manter as notas.**Patrícia Dias:** E o pessoal do colégio? Os professores e tal, eles apoiavam? Tipo davam...**Luis Arthur Seidel:** Ah, mais ou menos. Mais ou menos. Eles são bem rígidos nessa questão assim. Eles não compreendem, né? Que eu estou trabalhando, no caso, não é?

Então, às vezes, eles não liberam. Tipo assim, se eu tenho que faltar. Por exemplo, se eu tenho que faltar um dia para viajar, se o show for sexta-feira e for longe, tendo que viajar, aí eles não... Hoje até que está um pouco mais flexível, mas eles não liberavam para viajar, sabe? Tinha que... Ia tirar nota igual, não ia adiantar nada, eles não tinham essa flexibilidade, né? A minha amiga Maria Fernanda, que a escola dela é mais flexível. Ela conseguia fazer prova no outro dia. Na minha escola não é bem assim, é mais rígido.

Patrícia Dias: E eu queria saber da tua relação com a família. Também antes, durante e depois do The Voice? Mudou alguma coisa, não mudou? Do tipo do dia-a-dia assim, do 'ah, ajuda a mãe a fazer isso', ou então um primo distante que nunca deu um 'oi' e agora resolveu dar 'oi'?

Luis Arthur Seidel: Olha, não sei se mudou muito, não. Acho que, claro teve mais... Teve mais... Como eu posso dizer.

Mãe: Vários parentes que viajaram, né?

Luis Arthur Seidel: É. E teve também bastante essa questão de eu começar a falar com meus pais de um jeito mais... Não só como meus pais, mas também me ajudando no meu show, né? Como produtores, sei lá. Claro, eu tenho minha produtora, mas eles me ajudam bastante na questão de... Da roupa, de tudo mais. Então ocorreu essa abertura para um lado mais... Um lado diferente da família. Mas eu acho que não mudou muita coisa, não, acho que só isso mesmo. Não foi tão diferente.

Patrícia Dias: E por falar em roupa, ontem eu estava analisando. Todas as tuas apresentações lá no The Voice, como é que é escolhida essa roupa?

Luis Arthur Seidel: A roupa é meio que um consenso, né? Eu levo umas sugestões e eles escolhem uma daquelas sugestões lá e também eles complementam com alguma coisa que eles acham que ficaria legal.

Patrícia Dias: Quem complementa? A família?

Luis Arthur Seidel: Não, os figurinistas que se fala, né?

Mãe: É, na verdade nas audições e até as batalhas, nas duas primeiras apresentações, são eles que têm que levar uma muda de roupa para cada um deles, né? Eles que levam as roupas.

Luis Arthur Seidel: Para eles verem o meu estilo até, eu acho...

Mãe: E eles escolhem entre aquelas que eles levaram. Depois das batalhas, já nas quartas de final e nas semifinais, eles já pesquisam para eles. A gente até leva, mas chegamos lá e eles já têm a roupa pronta e se tu... Né, se quiser pode usar. Na verdade, eles estudam tudo o que eles acham que combina e fazem uma roupa especial para ele desde as quartas de

final e as seminais, que aí é a Globo que produz a roupa. A gente leva também, se bem que a gente misturou, né? Algumas coisas que a gente levou com a deles, mas eles já pensam na criança e já fazem. E nas batalhas, como são muitas crianças, cada um leva a sua.

Patrícia Dias: Sim, entendi. É porque elogiaram lá, né? ‘Estilinho’... Como é que era que eles diziam? ‘Galã’... Está bem, e com as redes sociais? Tu tinhas antes Facebook, Instagram?

Luis Arthur Seidel: Tinha, eu tinha tudo. Na verdade eu não tinha Página, não tinha Instagram. Tipo, eu não usava, né? Não usava quase nada. Usava só Facebook. Mas aí quando eu ia entrar no The Voice, antes de eu aparecer, né, acho que 1 mês antes, criei uma página, porque eu acho bem mais fácil de já ter, né, do que quando aparecer a pessoa ir lá e procurar, né? Mais fácil do que fazer depois do programa, pois pode perder algum acesso aí. E teve... Cresceu bastante, né? No Instagram eu tinha 300 seguidores. Tipo, estou com 18 mil, acho. Em minha página estou com quase 30 mil, 29, 28... É. Eu não gosto muito dessa cobrança da gente ficar toda hora nas redes sociais assim. Eu gosto de... Claro, eu sei que é importante, né? Por isso tem bastante gente me ajudando, né? O Guilherme tira as fotos para mim dos shows.

Patrícia Dias: Quem é o Guilherme?

Luis Arthur Seidel: Guilherme é meu... Como é que fala?

Mãe: É um mídia... É o mídia dele. O Guilherme é o que cuida da página.

Luis Arthur Seidel: É o que cuida da minha página. Ele faz tipo, as artes da página.

Mãe: Ele é o responsável de fazer as artes e fazer as postagens. Eu mando para ele o que tem que postar. Hoje fui em quem postou um negócio, porque era sábado, eu tentei falar com ele e não consegui. Mas ele que é o responsável de fazer as postagens. Aí eu faço e mandou para ele postar. E também é responsável por responder as mensagens, porque não tem como responder as mensagens. E as do Instagram, é só ele que mexe.

Luis Arthur Seidel: Aí eu falo: ‘Posta uma stories no Instagram, posta alguma coisa assim...’ Porque eu não sou muito ativo por conta própria.

Mãe: Ele não gosta muito.

Luis Arthur Seidel: Eu não sou muito ativo nas redes sociais, eu não gosto muito.

Mãe: Ele está sempre empurrando, ele não gosta, entendeu? Não é uma coisa que ele diz: ‘Ah, que bom, vou ficar no Instagram, vou fazer Stories’, coisas assim. Tipo, ele posta no tempo dele, né? Tipo: ‘Ah, isso é legal e eu quero postar’. Mas não todo dia, que nem tem que ser, contar história... Ele não é muito chegado, aí a gente tem que dar um

empurrãozinho, aí a página a gente deixa para a gente arrumar. Aí ele fica com o Snap, Instagram, senão é muita coisa, né?

Patrícia Dias: Aham. E tipo, quando tu postas, bem isso: ‘Ah, poste porque achei legal’ ou ‘Porque eu acho que meus fãs irão gostar’.

Luis Arthur Seidel: Não. Eu sou bem sincero com essa questão assim. Eu achei uma coisa legal e vou postar. Ou uma opinião que eu respeite, que seja algum assunto que esteja acontecendo e que estão me perguntando bastante, eu vou dar a minha opinião, não vou falar o que as estatísticas falam, o que o pessoal está falando mais.

Mãe: E não adianta dizer alguma coisa que está sendo imposta.

Luis Arthur Seidel: É, a minha mãe é mais...

Mãe: E eu tendo cuidar disso, porque né? Tem que... Mas se é para postar alguma coisa que ele não quer, ele não posta.

Luis Arthur Seidel: É, não. Não gosto disso.

Patrícia Dias: Eu queria saber do teu caminho até o The Voice, como é que foi, o que é que tu fizestes. Eram só aquelas aulas com o teu professor?

Luis Arthur Seidel: Assim, eu comecei em um CTG, né? E eu comecei, entrei para fazer dança, né? Fazer a internada lá. Aí acabei me inscrevendo para um concurso de tipo, esqueci o nome.

Mãe: De peão.

Luis Arthur Seidel: Daí tinha que ou cantar, ou tocar e declamar, que é uma poesia, ou cantar e tocar (tocar e cantar). E eu não queria cantar. Eu fazia aula de violão desde os seis anos mais ou menos e nunca cantava, só tocava violão. E daí tinha que cantar para este negócio aí e gostaram bastante de eu cantando. Eu tenho meu vídeo na página lá do Facebook, eu tenho até hoje lá. E compartilharam bastante e tudo mais.

Mãe: Ele mesmo se preservou. Ele não sabia que sabia cantar.

Luis Arthur Seidel: É. Daí eu comecei a concorrer em rodeios, né? E sempre tinham uns concursos, de várias áreas. E daí comecei a ir bem assim e pegava o violão, tinha um violãozinho de aprendiz assim, sabe? Aqueles que não têm nem o plug para colocar o microfone. E sempre tirava em primeiro e comecei a ver que tinha outro pessoal indo bem, né? E uns jurados de um festival uma vez, eles são dessa escola, né? Eles me deram o contato da escola para eu procurar o professor, né? E eu acabei entrando em contato e comecei a fazer aulas. E ele também me dirigiu para um lado mais ‘pop’ né. Tinha um recital, um boteco lá em Porto Alegre, que eu participei assim, com umas músicas que eu escutava no dia-a-dia, né? E acabei gostando, achei bem mais tranquilo não ter aquela

coisa cobrando. Aquelas cobrança dos jurados, né? Poder cantar para o pessoal que está vendo e para mim também, né? E aí me inscrevi para o The Voice em um ano e não passei no primeiro ano. Aí me inscrevi de novo este ano e acabei passando. Quer dizer, me inscrevi em 2015.

Patrícia Dias: E aí agora, muitos shows?

Luis Arthur Seidel: Bastante, bastante shows. Inclusive tem, não é show agora. Olha aí, meu pai...

Patrícia Dias: Olá, tudo bem? Prazer.

Pai: Luis, tudo bom?

Patrícia Dias: E eu queria saber quem foi o teu maior incentivador e como é que foi este incentivo?

Luis Arthur Seidel: Tu dizes, tipo...

Patrícia Dias: Família, pessoas...

Luis Arthur Seidel: Ah, foi o professor de música. Foi ele. Sem ele, eu não teria me inscrito. Não tinha nem pensado nisso. Nem me inscrevi pensando: 'Ai, quero ir lá para ganhar' ou, sei lá, 'quero ir lá para ficar famoso'. Inclusive, foi bem complicado assim nos primeiros cinco meses assim. Foi complicado assim de lidar com... Claro, não é uma fama, mas quando eu ia no mercado e tipo, ficar uma meia hora lá tirando foto. No início eu, cara, eu achava demais. Eu gosto muito de tirar foto. Eu gosto muito de dar atenção para o pessoal. Mas até eu me acostumar foi bem difícil assim. E, com certeza, ele me incentivou né. Porque eu não queria. Eu nem estava pensando no The Voice, né? Eu estava só fazendo aula e fazendo isso. Então sem ele, eu não teria ido para o The Voice. Acho que foi uma experiência muito boa. Porque eu não fui com aquela pressão minha comigo mesmo, sabe? De: 'Ai, quero ganhar', ou 'Ai, tenho que ir até tal fase'. Eu fui indo e fui ficando, uma coisa bem natural. Acho que isso que foi o legal.

Patrícia Dias: E tu ainda estás com o professor?

Luis Arthur Seidel: Ainda estou.

Mãe: É o Willian Varela um deles, lá do Studio Music de Porto Alegre.

Patrícia Dias: Ah, eu vi que ele agradeceu muitas vezes.

Mãe: Está sempre junto. Porque ele toca com ele.

Luis Arthur Seidel: Ele toca violão na banda também.

Patrícia Dias: Tu tens uma banda agora?

Luis Arthur Seidel: Tenho. Talvez eu... Não é fixa... E tem a banda minha.

Mãe: E tem a banda que sempre toca para ele, que é a mesma, né?!

Luis Arthur Seidel: É a mesma, mas entrou o Diogo agora, né? E são seis músicas, o violão, a guitarra, o teclado, um baterista e um baixista. Seis, com o Diogo são seis.

Mãe: Willian...

Luis Arthur Seidel: O Diego, o Alexandre, o Rafa,

Mãe: Ou o Malinari, quando o Rafa não pode e o Diogo.

Luis Arthur Seidel: O Diego, o Diogo, o Willian, o Alexandre, o Rafa...

Mãe: Isso... É que tem o Malinari quando o Rafa não pode tocar bateria.

Luis Arthur Seidel: É verdade.

Patrícia Dias: E tu agora está de produtora? Não sei se é produtora, como é que é, de...

Mãe: Eu?

Patrícia Dias: Isso!

Luis Arthur Seidel: Agenciando...

Mãe: É que tipo assim, quando ele passou, eu trabalhava na (...), eu era Gerente lá fazia anos. E eu trabalhava quase 12 horas por dia, então era impossível. Aí eu saí e fiquei só com ele. Porque era muita coisa durante o programa. Na primeira semana, das vezes que ele apareceu, até uns 2 meses depois, no mínimo 2 vezes por semana tinha entrevista em algum canal, em alguma revista, em algum site e tinha que estar levando ele. Fora as coisas normais; a Fono, que ele vai direto, que bem na fase do Programa, ele teve a troca de voz, então a gente teve que ter um acompanhamento gigante da Fono e ela ajudou um monte, né? Então ainda fazem uma vez por semana a Fono, porque ainda está na troca, né? Vai até mais um ano. Então ele tem que ir direto. Mais aula de música, mais aula de violão. Então fora essas coisas normais, tinham mais essas entrevistas, né? E fora daí os shows. Mas os Shows sempre eram à noite, então até poderia. Mas é que tinha ensaio de tarde. E aí não tinha mais como fazer outra coisa. E tinha que responder e-mails. E os e-mail eram um monte, convidando para uma coisa ou outra, então tinha que parar. Tinha dias que eu acordava às 8 e ficava até meio-dia, almoçava e continuava respondendo e-mail atrasado, aí não tinha como fazer outra coisa. Parei de trabalhar e fiquei só com ele. E aí agora faz um mês, nem isso, que aí eu voltei a trabalhar.

Luis Arthur Seidel: Não, faz mais.

Mãe: Não, um mês só. E eu voltei a trabalhar de tarde

Luis Arthur Seidel: Daí depois de um tempo a gente...

Mãe: Daí de manhã eu fico de folga. Mas eu fiquei em um turno só para ele.

Luis Arthur Seidel: Porque depois de um tempo, a gente começou a pegar um produtor... O Willian para produtor musical, né, ele vê as músicas também, faz os arranjos para a

banda, porque eu acho que é muita coisa. Porque eu cuido da, também das redes sociais, como já falei, eu faço uma parte, tem a escola, tem um monte de coisas. E daí ele cuida disso, né? Eu acho que eu não tenho que me envolver tanto nos... Por exemplo, claro né, tenho que dar a minha pitada de personalidade. Mas tipo, os arranjos da música, quando que a guitarra vai entrar, eu acho que isso aí tem que ser mais um negócio da banda, né? Daí eu vou no ensaio, né, eu faço uns três ensaios antes do show, daí sim eu vejo e ‘ah, você pode melhorar’. Então a gente começou a ter essas ‘ajudinhas’ assim, não foi só... Pegamos o Guilherme, pegamos a Plus também.

Mãe: É. A gente está com uma produtora, com a Plus Music, né? Que é a mesma produtora do Duca Leindecker, do Teodoro... E aí tipo, não que eles façam tudo, mas eles me ajudam muito na questão burocrática. A maioria dos shows, por incrível que pareça, são comigo que as pessoas tratam, porque é meu número que está no cartãozinho dele, que a gente distribuiu. E na página tem o da Plus também, mas tem o meu que a gente pôs lá e acabou que eu gosto de atender também, gosto de saber de tudo, né. Então tipo, eles recebem e a outra grande maioria sou eu e eu só repasso para eles. E aí eles me ajudam na parte burocrática. Fazer contrato, pagamento. Porque é chato a mãe estar negociando, sabe? Então essa parte eu não gosto de cuidar. Eu até passo para eles o que eu quero.

Luis Arthur Seidel: Ou quando tu não queres fazer uma coisa, tu falas... Tipo assim, se chamarem minha mãe e ‘Ah, não quero fazer’, daí minha mãe fala: ‘Bah, muito legal, né? Adorei!’. Fala com o meu... Fala com a Plus, né? Senão fica chato.

Mãe: Aí eles nos ajudam bastante nessa parte burocrática.

Patrícia Dias: E tu estás sempre com ele nos lugares que ele vai? Tipo shows, entrevistas, sempre?

Mãe: Sim. Raramente que eu não posso ir. Aí vai outra pessoa. Mas eu tento ir sempre.

Patrícia Dias: Outra pessoa, assim tipo... Daqui de dentro de casa, ou?

Mãe: É. É um amigo assim, sabe, mas alguém que dá para confiar. Às vezes o Willian vai contigo, né? Quando eu não posso, porque é complicado a gente deixar ir com uma pessoa que a gente não conhece. Não dá para deixar nessa idade ir sozinho.

Patrícia Dias: E eu queria saber como é que tu te sentes sendo o espelho de várias pessoas e crianças?

Luis Arthur Seidel: Hum, fico muito feliz. Até hoje não me caiu muito bem a ficha muito bem. Mas eu fico muito feliz em saber que muita gente se inspira em mim. É, recebi bastante desenho meu, de fãs, vídeos também, um monte de coisas. E é isso. Se eu tenho uma dica, talvez, que eu queira dar para esse pessoal, é se você tem algum sonho, algo

assim, é correr atrás e batalhar, que eles conseguem, né? Porque tipo assim, eu tenho também alguns ídolos, né? E eu acho que foi estranho, né, de início, saber que eu virei o ídolo de alguém, desse pessoal, né? Então é diferente. E você tem que agradecer a esse pessoal, que proporcionou tudo isso para mim. Votaram lá, ficaram à tarde votando. Meus fãs clubes, né? Que ficaram, quando estava nas quartas de final, ficaram a tarde inteira votando. Ficaram dando play lá. Então é isso. Estou muito feliz e também não vejo muito como ‘Ai, sou um... São meus fãs...’, eu converso com eles no Instagram, não com todos, né? Mas com alguns que eu consigo ali e desde o início falam comigo, né? Que eu vejo que... Bom, enfim, eu vou respondendo aos pouquinhos eles. Então eu fico muito feliz.

Patrícia Dias: E eu queria saber o que é que tu pensas do futuro?

Luis Arthur Seidel: Não sei ainda. Não tenho nada programado ainda para o meu futuro.

Patrícia Dias: Não sabe se quer seguir na carreira de artista, se quer fazer vestibular, sei lá, para alguma coisa?

Luis Arthur Seidel: Não sei ainda. Ainda não pensei nisso.

Patrícia Dias: Está vivendo o ‘agora’.

Luis Arthur Seidel: É. Eu não... Talvez alguma coisa na área de... Nada de matemática, que eu não gosto de matemática.

Mãe: Com certeza vai ser alguma coisa relacionada a artes, né? Mas ele não sabe, porque tipo, se ele quer ser ator, se quer ser cantor, se ele quer ser YouTuber, né? É alguma coisa, mas relacionada a artes. Mas tipo, não tem certeza se ele quer só cantar, sabe? Não tem essa certeza.

Luis Arthur Seidel: Eu gosto bastante de cinema. Eu gosto de cinema.

Mãe: É, mas é nessa área que ele gosta. Não sabe qual ponto ainda, né? O que é que ele quer. Nem precisa, né?!

Luis Arthur Seidel: Sim. Porque é como eu disse, né, eu estou meio que... Eu fui para o The Voice, como eu falei, né, sem a intenção de... Ou, que nem muita gente que já era cantora, que já tinha toda uma estrutura, né? E eu estou cantando hoje, como músico, mas não como profissão certa, né? Eu estou aproveitando o The Voice para cantar, que é um coisa que eu amo fazer. Só que eu nunca teria imaginado que ia fazer isso em um nível grande, sabe? Mas não sei se isso é um hobby grande que eu tenho, ou se eu quero como profissão ainda. Tudo bem que eu não fico muito ‘ah, o que eu quero ser’, muita gente tem essa pressão, eu não fico muito. Acho que com o tempo a gente descobre, né? Muita gente faz três faculdades, tranca na metade porque não gosta, então acho que... Acho bem

importante esperar. Não precisa ter. Minha mãe e meu pai não colocam essa pressão de decidir o futuro.

Patrícia Dias: Nossa, eu estava com uma pergunta na cabeça para te fazer... Esqueci!

Mãe: Ah! É legal tu colocar, se tu quiseres, que tipo, ele começou a compor também depois, vai ser lançado agora em janeiro uma música pela Sony, pela DJ Salt, que vai lançar uma música também eletrônica, que é o que ele meio que gosta, né? Então até dentro da música ele vai se achando...

Luis Arthur Seidel: É que assim, dentro da música tem vários...

Mãe: E ele pega e vai se achando... Se é só no Pop, se é no Pop Eletrônico...

Luis Arthur Seidel: Se é no MPB, sei lá.

Mãe: É, ele está viajando... Tem vários projetos com a Maria Fernanda, que é importante também, para ti entender do vis a vis, que eles tem um show muito lindo.

Luis Arthur Seidel: Que ela é do primeiro The Voice.

Mãe: É, do primeiro. Que é só Pop e MPB. O Pop bem sofisticado, assim para o MPB.

Luis Arthur Seidel: É mais para sentar e assistir, assim.

Mãe: Sentar e ouvir, sabe, é muito legal. E é o que são os dois. Ah, e depois tem a parceria que ele faz com esse DJ, né? Com o John Lake, que é música eletrônica, onde ele é quem faz a música, faz a melodia e o John bota o arranjo, o eletrônico, que ele agora está aprendendo a fazer também, ele mesmo faz umas, que ele gosta muito também. Então têm várias coisas que ele gosta e ele está tipo 'qual que eu...', né? Para gravar o CD, a gente quer gravar um CD, né? Mas ele quer primeiro ver qual é o estilo que ele quer botar naquele CD, né? Ter certeza quais as músicas que ele quer. Então ainda está...

Luis Arthur Seidel: É, eu nem sei ainda se quero gravar o CD...

Mãe: É, dá uma acalmada, ver qual é o estilo que vai primeiro, né?

Patrícia Dias: E tu achas que tu trabalhas? Tipo assim, tu consideras que o que tu fazes é um trabalho?

Luis Arthur Seidel: Sim, sim. Considero.

Patrícia Dias: Não é só um...

Luis Arthur Seidel: É porque está me ajudando bastante nas despesas, né? Fono, bastante... Aula de canto, aula de violão, equipamentos para som, microfone, violão, cabo, bastantes coisas. Então como eu tenho uma agenda, né? Não é uma rotina fixa, porque cada semana é uma coisa diferente, não é que nem um trabalho, que tu tens os dias marcados e claro, têm as reuniões, né? Mas tipo, considero um trabalho assim. Acho que por enquanto está como um trabalho.

Mãe: Até porque ele tem um contrato com a Ortopé, né? Porque ele é o YouTuber da Ortopé. Depois vou te dar um negocinho ali. Ele e a Gabi. Então ele tem gravações fixas, né? De 15 em 15 dias grava o dia inteiro. Porque ele foi para os prêmios Nick agora em São Paulo para cobrir os bastidores. Então ele tem tipo um contrato de trabalho fixo, né? Ele se diverte, né? Mas é um trabalho assim.

Luis Arthur Seidel: É, às vezes é cansativo.

Mãe: Mas ele sabe que tem.

Luis Arthur Seidel: Às vezes eu não quero fazer nada.

Mãe: Tipo, ele é adolescente.

Luis Arthur Seidel: Mas é..

Mãe: Quer ficar só dormindo, né? Mas ele sabe que ele é obrigado a ir porque está na agenda, né?

Patrícia Dias: Sim...

Luis Arthur Seidel: É, isso é uma outra questão. Acho que às vezes como tu estás na adolescência, né? Então às vezes estou meio cansado, às vezes não quero. Mas tu tens que ir assim. Há outros dias em que eu estou super afim de ir lá fazer. Então depende muito do dia, né? Mas mesmo assim tem que sair na rua com um sorriso, senão...

Mãe: É. Essa é uma parte difícil, né? Como eu converso com ele, né, às vezes pode estar super cansado, super mal em casa, estressado, brigou e tudo... Mas saiu na rua, as pessoas que conhecem, tem que estar com um sorriso no rosto, né? Isso para a adolescente é complicado, porque eles são muito sinceros, né? E às vezes ‘ah, eu não estou bem, né?’ E qualquer coisa às vezes a gente não está bem. Mas tem que estar rindo, tem que estar conversando.

Luis Arthur Seidel: Ah, eu não consigo disfarçar.

Mãe: E essa foi a parte mais difícil para ele.

Luis Arthur Seidel: Ah não, se eu estou bravo, eu fico bravo.

Mãe: Tem que estar 100%, sempre bem, sabe?

Luis Arthur Seidel: Ah, se eu estou bravo, eu fico bravo, não consigo disfarçar.

Mãe: É complicado.

Patrícia Dias: E como é que tu te sentes como uma mãe de um famoso?

Mãe: Olha, que nem diz o Arthur, não caiu muito a ficha para mim ainda. Tipo, eu corro bastante com ele, faço bastante coisa, né? Mas eu gosto assim. Acho legal o carinho que as pessoas têm por ele. Ele tem fãs que mandam presente, que mandam mensagens, né? Um monte de coisa de longe. Não são fãs crianças, são fãs adultos só, sabe? Então...

Livros também para ele, então é uma coisa muito boa. Eu gosto, eu fico bastante orgulhosa, até porque ele faz as coisas com muito profissionalismo, sabe? Ele é muito profissional.

Luis Arthur Seidel: É, essa é a questão. Como tu ainda não, não caiu a ficha que você falou, né? Então às vezes a gente vai em um show assim e tem um monte de gente, né? Daí tu vêes quanto as pessoas queriam estar, né? Queriam te conhecer melhor, queriam tirar uma foto, queriam conversar contigo e às vezes tu não consegues dar atenção igual para todo mundo. Tem vezes que, sei lá, em uma feira que tem 5000 pessoas lá. Claro, tem outros artistas, então tu estás fazendo uma participação. Tu consegues dar atenção para alguns, não tem como dar atenção para todo mundo e às vezes tu ficas meio ‘pô, né... que saco!’, daí chamam na página. Na página é mais fácil, porque tem o tempo para responder.

Mãe: E o Guilherme ajuda...

Luis Arthur Seidel: É, tem bastante gente para ajudar. Então é mais tranquilo assim na página. E isso que minha mãe estava falando dos fãs, né? Acho que é uma coisa importante. Sem os fãs não tem... É que nem toda profissão tem um...

Mãe: Tem a parte boa e a parte ruim, mais cansativa.

Luis Arthur Seidel: E tem, toda profissão tem um, tipo, tu és jornalista, tu vais fazer para alguém. Pedreiro vai fazer a casa para alguém. Então os fãs são meus patrões assim. Se eu pensar por outro lado, né? Então, é isso. Acho que é isso.

Mãe: É importante colocar também o colégio, que nem ele falou, não é que eles são tão rígido assim.

Luis Arthur Seidel: Ah, são sim, são sim!

Mãe: Não, são... Mas o que é que acontece? Eles não abonam falta, eles são corretos, entendeu? Tipo, foi viajar... Tipo agora, por que é que ele falou que está mais tranquilo? Porque através do diretor, a gente entrou em um acordo. Tipo, quando tem contrato de shows, é um trabalho, entendeu? Aí eu levo o contrato e eles abonam a falta no colégio. Mas antes eles não abonavam e às vezes não tinha contrato, eu não pedia contrato, né? Aí acontecia que ele ficava com falta e a gente ficou preocupado que ele rodasse por falta. Porque por nota, não, as notas dele estão tranquilas, porque ele estudava na viagem, pegava o caderno, ia lendo, né? Sempre se dá um jeitinho. A não ser matemática, que tem que parar para estudar, né? Porque é mais complicado. O resto se dá um jeito. Mas o problema eram as faltas, aí conseguimos entrar em um acordo. Então eu vou pegar todos os contratos dos dias e ele vai ter que abonar, porque ele estará trabalhando nestes dias,

né? Aí a gente entrou em um acordo, né? Aí foi mais fácil. Agora, já da Maria Fernanda, não. Ela simplesmente, às vezes as professoras diziam: “Ai, tu vais chegar três da manhã de domingo, não vem segunda, vem fazer a prova na terça”. Era uma coisa mais, né... Até porque ela é menor, eu acho que tem mais. Como ele está no oitavo ano já, a matéria já é mais pegada, vai para o nono ano que vem, né? Então eu acho que é por isso também.

Luis Arthur Seidel: Sei lá, só sei que eu não gosto deles.

Patrícia Dias: E também tem uma responsabilidade, né? Tipo, “ah, eu sou ali o artista e todo mundo está vendo, mas por trás tem aquilo lá, que é super importante”.

Mãe: E é bem puxado, né? Puxou bastante para ele. Às vezes ele está cansado, agora eu tento diminuir ao máximo a agenda de shows dele no final do ano assim. Muitas coisas a gente não faz, muitas coisas eu subi o preço, por gosto para a pessoa não querer, né? Para não dizer não assim direto, para ver se a gente dá um descanso para ele. Porque ele pediu em janeiro férias e não quer que marque nada. E acho que já tem alguma coisa marcada.

Luis Arthur Seidel: Não, não tem nada.

Mãe: Não sei, filho... Alguns não sou só eu que marco. Então, ele pediu férias para não fazer nada em janeiro. Para descansar a cabeça, porque se a gente for ver, desde novembro foi o ano todo corrido, sem descanso para nada, né, sem férias. Muito menos, foi um monte de coisa. E gravação de clipe e ele gravou dois dessa música inédita que ele fez. E gravação da música, reunião e tudo mais. E ele vai junto, porque ele vai junto. Ele gosta de saber como é que vai ser, ele não deixa eu responder por ele. Não dá. Ele já está em uma idade, que ele gosta de dizer como é que ele quer que seja feito. Então ele tem que participar não só da parte artística, mas das outras. Agora a gente tem, tipo, agora a gente está em um projeto que ele vai fazer um livro com a música do Duca Leindecker, aquela, como é que é o nome? ‘Amanhã colorido’. E aí, tipo agora tem reunião terça. Aí eu poderia ir só eu e o Davi. Mas eles querem conversar com ele a questão de como vai ser feito. É um livro com música, né, de uma produtora de Porto Alegre bem legal. Aí ele gosta de ir junto. Por isso que ele cansa, acho que de não ficar só de um lado, né? Se ele fosse menor, talvez fosse mais fácil, né. Porque ele só ia lá cantar e se os pais colocassem, entendeu? Aí é mais light. Mas como ele já tem a personalidade.

Luis Arthur Seidel: Ah, às vezes, não. Às vezes podia sair, né.

Patrícia Dias: Acho que era isso, gente. Tem mais alguma coisa que vocês acham que é importante?

Luis Arthur Seidel: Não sei.

Mãe: O que mudou na tua casa de rotina, como ela falou, foi que antes tu dormias as tardes inteiras, né? Que tu gostavas de dormir um monte, agora não tem tempo, isso é o que ele mais reclama. Ele adora dormir, acho que isso é da adolescência, né?! E aí é difícil, que é o que ele mais reclama. Tipo, que ‘ai, eu quero uma tarde inteira sem nada, só para mim dormir, sem ter nada para fazer, descansar’. Mas agora...

Patrícia Dias: Mas tu estás feliz assim?

Luis Arthur Seidel: Estou, estou. Com certeza! Mas eu estou cansado, né? Agora no final de ano eu estou bem mais cansado do que antes. Mas janeiro tem as férias e depois eu volto.

Patrícia Dias: E como é que eram aquelas... Os treinamentos lá, que eles davam para vocês, os jurados ali?

Luis Arthur Seidel: Ah, eles não fazem nada na verdade. São só os produtores musicais do programa, né? Eles só gravam ali e os produtores musicais são fodas. Desculpa, são feras. E eles dão várias dicas, né? Eles montam os arranjos. Bah! Eles são top! Só que os jurados não participam muito, né? Não são muito ativos. Eles só gravam.

Mãe: Sabe a parte que aparece eles na TV, conversando? Realmente é só aquele tempinho que eles ficam com as crianças.

Luis Arthur Seidel: É só para eles gravarem.

Mãe: Imagina quanto é que vale a hora deles, né?

Luis Arthur Seidel: É, eu defendo. Eu acho que está certo. Porque tipo, eles têm shows, né?

Mãe: E eles não entendem tanto quanto aqueles produtores.

Luis Arthur Seidel: Eles fazem 200 shows por ano, aqueles artistas lá. Então eles tem pouco tempo. Como é que vai ter tempo para ensaiar? Como é que a gente também vai ter tempo de sair daqui para ir lá para o Rio de Janeiro, para ensaiar uma vez por semana? Não dá também, né?!

Patrícia Dias: E ia toda semana? Ia e voltava por causa da aula?

Mãe: Ia e voltava. Até depois, no final, foi. Nas quartas e semi.

Luis Arthur Seidel: Não, no início, não. Era mais... Não era ao vivo, né?! A gente gravava. Nas quartas e na semifinal era...

Mãe: No início a gente foi uma vez para a tiragem de som, ficamos três dias. Depois com a gravação ficamos três dias. Depois voltamos, daí depois foi para a batalha, mais três dias.

Luis Arthur Seidel: A gente ia na sexta-feira e voltava domingo de noitinha.

Mãe: Ou na segunda. Aí depois nas quartas, sim. Depois quando começaram os ‘ao vivo’, nas quartas, isso foi em uma semana. Aí mal chegou, mal ensaiou a próxima música, já foi no outro final de semana de novo. E ficou então mais corrido, né, até a semifinal.

Luis Arthur Seidel: O ruim é que... Não, acho que não tinha aula. Não, acho que na tiragem de som, nessa época não tinha.

Mãe: Não, mas nas quartas tinha.

Luis Arthur Seidel: Não, mas daí... Isso que eu ia falar.

Mãe: Era novembro, tinha. Estava no final das aulas.

Luis Arthur Seidel: É verdade.

Mãe: Eu tive que pedir autorização no colégio, lembra?

Luis Arthur Seidel: Tipo, às vezes os professores não sabiam porque é que estava faltando. Xingavam um monte. Aí eu não podia falar, né? Daí uma guria fez festa na escola e daí foi expulsa e passou na TV. Ela é daqui do Rio Grande do Sul, é dos festivais, né. Eu conheço ela. Só que ela fez festa na escola, aí postou foto no Facebook, fez todo um ‘auê’.

Patrícia Dias: Mas tu não contaste para ninguém, ninguém, ninguém?

Luis Arthur Seidel: Ninguém.

Mãe: Não, tu contaste para um amigo.

Luis Arthur Seidel: Contei para a Carol, acho.

Mãe: Cantou para a Carol e para a Luiza. Que quando eu contei para a Verônica, a Luiza sabia. Foi para duas amigas que ele contou. Eu não contei nem para a minha mãe. Para minha sogra que mora aqui eu contei, né? Que ela mora na casa ali atrás que a gente trouxe eles para morarem com a gente, que eles são velhinhos já. Aí eu contei, porque o telefone fixo é o mesmo de lá. Porque chega alguém ligar, porque eles estavam ligando toda hora e ela dizer “Não, mas não é daqui”, aí eu contei. Falei, ‘se ligarem da globo, me chama’.

Patrícia Dias: Legal. Acho que era isso. E esse dinheiro que estás ganhando? É tu que administras?

Luis Arthur Seidel: Não, nem mexo no dinheiro. Não gosto.

Patrícia Dias: Ainda continua pedindo dinheiro? “Ei mãe, me dá...”

Luis Arthur Seidel: Não, eu... É que dinheiro... Tipo assim, eu comprei um Mac agora, né, com o dinheiro. Um Macbook, acho que é o Pro, que vem com um programa de música e tudo mais, para fazer né. É porque o retorno quando eu começar a postar e alavancar, vai ser maior né. Mas eu não mexo muito. Eu comprei porque é uma

necessidade assim. Às vezes eu quero, pergunto: “Ah, dá para comprar alguma coisa, sei lá” e às vezes, “ah, não tem esse mês...”, beleza. Mas eu não mexo muito. Eu ganho dinheiro, aliás, eu não sei quanto que eu vou ganhar de cachê. Se eu sei também eu não... Quem mexe mais é minha mãe e meu pai, acho.

Mãe: O quê?

Patrícia Dias: No dinheiro.

Mãe: Ah, ele conseguiu... Conseguiu comprar...

Luis Arthur Seidel: Não, se eu mexo no dinheiro...

Mãe: Tu tens a tua conta e o teu cartão. Mas tipo, é um pouquinho que eu deixo para ele, para aqueles ‘gastinhos’ que ele quer comprar, sabe? Que ele tem um pouquinho em uma conta corrente. Mas aí o resto eu coloco na poupança para pagar as coisas, né?

Pai: E eu acabo não recebendo o contato das pessoas, né? Como eu fico mais no trabalho, então eu não tenho tempo de ficar vendo quanto que é, quanto que não é, então quando recebe as demandas, eu passo para a produtora lá, né?

Patrícia Dias: Tu continuas trabalhando no teu mesmo emprego ainda?

Pai: Sim... O ‘paitrocínio’ continua...

Patrícia Dias: É eterno...

Pai: Não, agora é menos, né. Agora é menos. Mas claro, quando o Arthur começou a fazer as apresentações, antes ele apresentava mais em festival, rodeio, também têm os custos de pagar músicos e tudo, né? De viagens, né?

Luis Arthur Seidel: Mas é muito menor, né?

Pai: Ah, muito menor, claro. Porque ficar se apresentando longe...

Mãe: Falou tudo que tu quiseste?

Luis Arthur Seidel: Não, eu estou por eles aqui.

Patrícia Dias: Não, é que tipo assim, o meu roteiro de entrevista era esse. Mas se tu achas que tem alguma coisa importante para me contar.

Mãe: E que que tu mais gostaste de lá? Tu gostaste de fazer o Youtube? Essas coisas assim são legais de falar.

Luis Arthur Seidel: De lá?

Mãe: É, tipo assim, que foi de lá que gerou, entendeu? Ser Youtuber da Ortopé.

Luis Arthur Seidel: Sei lá...

Mãe: O que mais você achou legal da experiência?

Luis Arthur Seidel: Não sei, mãe. Acho que eu já falei. Foi fazer os shows, as músicas. Mas... E de lá, o que mais gostei foi o pessoal, né? Os outros concorrentes. Não é

concorrente, porque a gente nem se dá conta assim. E muita gente, a gente conhece muita gente nova, né? Outras histórias totalmente diferentes. Tinha um gurizinho que tinha um tumor aqui no pescoço e ele conseguiu... Um que tocava viola. Ele conseguiu curar o tumor, né. Sabe, mãe? Sabe o Lucas Viola, ele tinha um tumor.

Pai: Mas isso foi antes?

Luis Arthur Seidel: Sim, foi antes. Ele tinha um tumor, conseguiu curar, daí ele começou a fazer os shows, né? Daí foi para o The Voice. O Caio também. O Caio já era cantor, tinha 10 anos? 11?

Mãe: Tem 12.

Luis Arthur Seidel: Não, acho que não. Bah! Mas tem muita gente. Um monte de gente de Minas Gerais, que lá é bem grande a indústria, né. É mais sertanejo, mas é bem grande. Tem bastante gente. Acho que eram 18 de Minas Gerais e 12 daqui do Rio Grande, teve bastante também.

Mãe: É, foi o ano que mais teve daqui.

Patrícia Dias: É, na final ali já eram dois, né?

Mãe: Doze. Doze e passaram nove. Aí depois das batalhas ficaram três, né? Depois das batalhas ficaram três. A Maria Alice, né? Aí depois, para a semifinal ficaram dois. É bastante.

Luis Arthur Seidel: É.

Mãe: Nas batalhas ficaram tu, a Maria Alice e o Thomas. Depois na semifinal ficaram só tu e o Thomas. Não, nas quartas de final ficaram a Maria Alice, tu e o Thomas. Depois, na semifinal, só tu e o Thomas.

Luis Arthur Seidel: Isso, Isso. Aquela música da Maria Alice não foi boa.

Mãe: Não ajudou, né?

Luis Arthur Seidel: Não, aquela música eu nem conhecia, na verdade.

Patrícia Dias: Acho que era isso, gente. Quando tu chegou ali nas finais, tu achaste que ia ganhar ou não?

Luis Arthur Seidel: Achei. Eu estava bem confiante assim. Mas tipo, não fiquei... Quer dizer, fiquei bem abalado uns dias assim. Sim, veja no meu Instagram. Bah, eu me matei rindo depois que eu vi. Eu estava super falando com um pessoal assim com a cara toda vermelha. Aí, bah! Preferia ter saído... Bem melhor para a imagem ter saído na semifinal. Eu preferia sair nas quartas do que na semifinal.

Mãe: Não grava, desliga aí, deixa eu falar uma coisa. É que assim oh, o que é que acontece...

APÊNDICE B – Entrevista com Thomas Machado**Entrevistadora: Patrícia Ruas Dias****Entrevistados: Thomas Machado e Mãe****Patrícia Dias:** Tá, Thomas, tu estás com quantos anos agora?**Thomas Machado:** Estou com 10.**Patrícia Dias:** Que dia tu fazes aniversário?**Thomas Machado:** Foi na terça-feira passada.**Patrícia Dias:** Ah, é agora?**Thomas Machado:** É, terça-feira passada. O dia foi 07.**Patrícia Dias:** Nem te preocupes. Isso é só conversa mesmo, não vai para a pesquisa. Eu quero que tu pense agora assim... Não responda bem sucinto, eu quero que tu fales detalhes, tá? E o que vier na tua cabeça, não fale olhando para a sua mãe. Como que tu descreves a tua rotina e os teus hábitos do dia-a-dia? Qual a diferença que aconteceu antes do The Voice, durante e agora?**Thomas Machado:** Bom, durante o The Voice Kids, eu tinha pouco tempo, né? Eu ensaiava bastante, me concentrava bastante, para poder mostrar o meu talento lá para eles. E agora, depois do The Voice Kids, de eu ter conseguido ganhar, eu fico muito feliz e minha rotina está agora bem corrida, com bastantes shows e muitas crianças em volta de mim.**Patrícia Dias:** E antes? Antes do The Voice?**Thomas Machado:** Eram bem mais calmas as coisas. Tinham shows, mas tipo, não era essa coisa assim de muita gente.**Patrícia Dias:** Sim...**Thomas Machado:** Em volta de mim.**Patrícia Dias:** E a tua vida na escola? Também a mesma coisa; antes, durante e agora.**Thomas Machado:** Bom, antes era mesma coisa. A gente... Eu tinha meus amigos, né? A gente brincava de bola, de esconde-esconde. E agora, na escola, eu fiquei um pouquinho mais conhecido para as outras turmas, né? Que agora eu fico mais amigo deles e é isso aí, a gente está lidando lá com a escola.**Patrícia Dias:** E durante? Como é que era?**Thomas Machado:** Durante a escola, eu tinha que faltar, né? Por causa que ia... As idas para o Programa, eram no meio da semana de vez em quando, daí a gente pedia lá se eu podia faltar e aí eu faltava.

Patrícia Dias: E os estudos assim, nas provas, essas coisas?

Thomas Machado: Bom... Eu consigo. Quando eu não consigo fazer as provas, minha professora guarda e no outro dia eu faço. Ou se tipo, eu falto três dias, no meio destes três dias teve a falta, tipo na sexta-feira eu faço a prova e dou pra ela.

Patrícia Dias: Entendi. E o teu lazer como é que é? Que nem agora, tu estavas jogando futebol... Antes, durante e depois também?

Thomas Machado: Bom, antes eu tinha esse tempo, né? Antes eu tinha um tempo, certo? Para poder brincar, brincava um monte. Agora não tenho tanto tempo. Mas mesmo assim, eu brinco, eu me divirto. Eu brinco com minha cachorrinha, eu ando de bicicleta, eu ando de Bugie, eu brinco de jogar bola, eu brinco com meus amigos aí. Pesco também, ando à cavalo.

Patrícia Dias: Tá... E a tua família, como é que é o tempo com ela?

Thomas Machado: Bom... Eu fico o tempo inteiro com a minha família, né? E eu ajudo meu pai na roça, eu ensaio com meus irmãos, a gente joga videogame juntos, eu desenho junto com meu outro irmão, que ele é ‘modelísta’, desenhista de sapato e eu... Nem sei, eu brinco com a minha mãe, ajudo ela nas coisas... Quando precisa, um dia desses de noite, eu ajudei ela a passar pano na escada.

Patrícia Dias: Olhe, isso é bom.

Mãe: A roça que ele fala, é um canteiro que o meu marido tem ali. Uma ‘hortinha’, que ele plantou... Quantas mudas você plantou?

Thomas Machado: Três mudas de ‘moranguinho’.

Patrícia Dias: Três mudas? Morango é bom... Morango é bom. Durante o The Voice não mudou nada a tua relação com a família?

Thomas Machado: Não, não mudou nada. Sempre juntos.

Patrícia Dias: E nas Redes Sociais assim? Facebook, Twitter, Instagram, tu mexes com isso?

Thomas Machado: Eu mexo mais é... Nenhum.

Patrícia Dias: Nenhum? (risos)

Mãe: Na verdade, o que ele faz mais é o ‘Stories’.

Thomas Machado: É, eu faço mais ‘Stories’ assim no... Instagram.

Patrícia Dias: Aham...

Thomas Machado: Vou lá e daí tipo: “Ah, eu estou em um dia de chuva.” Eu fui lá, peguei o telefone do meu irmão e falei: “Passe pra cá esse telefone, que eu vou fazer um ‘Stories’.” Daí eu fui lá e disse: “O que tu estás fazendo aí?” A Mel estava em cima do banco do Bugie. E daí eu disse que estava chovendo, que a mãe estava fazendo um Carreteiro no fogão, a lentilha.

Patrícia Dias: E é tudo que parte de ti? Ninguém diz: “Oh, faz isso, faz aquilo...”?

Thomas Machado: É, daí... Bem simples, né, gente? Eu pego o telefone e vou gravando.

Mãe: É que nas Redes não tem como ele acompanhar.

Thomas Machado: Porque é muita gente mesmo. É muita gente.

Mãe: A gente não consegue. A gente recebeu quase quatro mil mensagens na página dele, de aniversário.

Thomas Machado: Então tipo, eu não vou conseguir poder brincar, né?

Patrícia Dias: Risos. E aí quem cuida é tu? (Pergunta para a mãe)

Mãe: É... Eu e mais uma pessoa que me ajuda. Não tem como. A gente não consegue. Porque é bastante coisa, né? E ele nem tem celular. Ele usa o meu celular.

Thomas Machado: É, eu tenho já 10 anos e não tenho um telefone.

Patrícia Dias: Risos. Senti uma mágoa aí.

Thomas Machado: É, tipo... Na escola, a metade da minha turma tem telefone. E estão todos com 8, 9 anos. Todos com telefone. E eu não! Eu tenho 10 anos e não tenho um telefone.

Patrícia Dias: E te faz falta?

Thomas Machado: Ah, eu pego meu Tablet. Mas de vez em quando dá uma falta... De vez em quando eu... E hoje, na verdade, foi bem assim... Primeiro o telefone da mãe, que era aquele aí, passou para mim. Fiquei acho que dois dias.

Mãe: É que tem muita gente que liga para mim, mas quer falar com ele. Tem muita mensagem. Como uma criança vai fazer isso?

Patrícia Dias: Sim...

Mãe: Porque o meu telefone está lá na página dele. O meu telefone está lá para contato. O que acontece, o pessoal vem, adiciona e manda mensagem pelo Whatsapp. E daí sempre tem umas crianças; “Oi...”, “Oi...”. Como é que ele vai passar o dia inteiro? Não tem como, não é? E ele tem muita coisa durante o dia e ele precisa se dedicar. Ele vai para a escola, tem aula de música, de acordeom, não é? E então não tem como ficar, tipo... Tem dias que tem TV, tem uma entrevista, tem o jornal. Às vezes ele fala com o rádio e entra ‘ao vivo’ por telefone. E daí também fica mais fácil. Não precisa ele sair, ir lá e ele fica ao vivo. Agora tem o lançamento do CD. Daí tem muita coisa assim, né? Então...

Patrícia Dias: Então, Thomas... Eu queria saber como é que foi a tua história até chegar lá no The Voice?

Thomas Machado: Bom, antes de eu chegar no The Voice, eu tinha... Com cinco anos eu tinha gravado uma vinheta para...

Mãe: Com seis.

Thomas Machado: Isso aí, com seis. Obrigado! Eu tinha gravado uma vinheta para o final de ano da Rede Globo, 50 anos... 50 anos da Rede Globo. Daí a gente gravou. Eu já tinha ido, na verdade, lá na Globo. Daí foi a segunda vez.

Patrícia Dias: Qual foi a primeira vez que tu fostes lá?

Thomas Machado: A primeira vez foi a da vinheta.

Patrícia Dias: Ah, da vinheta, está bem. Achei que a da vinheta era a segunda vez.

Mãe: Não, a primeira. Aí depois a gente queria... Ele quis fazer a inscrição com 7. O pessoal falava: “Ah, inscreve o Thomas no The Voice, ele canta afinado.”. Eu pensava; “Meu Deus, eu não vou fazer isso, né? Imagina!” As crianças que vão cantam muito bem, eu não vou fazer isso, pensei. Aí quando chegou... Aí eu olhei, não dava mais para fazer a inscrição dele, até porque ele não tinha nove anos completos. Aí eu pensei: “Ah, no outro ano também não vai dar, porque ele vai estar com 8, né.” Porque ele ia completar nove, em novembro. Daí a gente fez a inscrição dele com 8 e ele passou... Daí ele fez o perfil, ali quando ele gravou... Foi com 8 ainda... Daí a menina disse que ele ia conseguir entrar, porque ele ia fazer dia 07 de novembro e dia 22 era a gravação. Então recém ele tinha completado 9. Aí deu certo. Ele era o mais novo da turma. Eu pensei “Não vai dar...” Aí o meu filho dizia: “Mãe, mas eu vou te abrir como são as coisas...”. Eu pensei: “Se ele for lá e passar pelas cadeiras, se ele virar uma cadeira...” Mas eu nem imaginava que iam virar em... Eu acho que deu 11 segundos...

Thomas Machado: Doze...

Mãe: Doze segundos... Que iriam virar as três... Nossa! Eu estava esperando que virasse uma, que eu ficaria bem feliz... A gente foi assim, sem a menor pretensão na verdade. A gente fez a inscrição dele só pra... Porque a gente achava que estava muito lindo, um talento já tocando, né? E daí um falava, outro falava: “Ah, faz a inscrição...” E daí eu via aquelas mães todas nervosas, ai Meu Deus, geladas... E eu bem tranquila: “Ai, o que é que tem? Ele está participando do programa, não é?” As psicólogas chamavam o Thomas e daí: “Vem cá, Thomas, tem uma menina chorando aqui.” Ele falava: “Ah, vai lá e canta, não fica nervosa, não é?”. Ajudava elas, dava conselhos. (Risos)

Patrícia Dias: Ah e tem psicólogas lá?

Mãe: Nossa! Tem uma equipe bem grande para os candidatos. Eles fazem preparação, aquecimento de voz antes de entrar no palco. As psicólogas sempre juntas. Para levar para o diretor depois tudo o que acontece lá dentro.

Thomas Machado: É que nem na escola, né? As professoras e o diretor.

Mãe: É, elas estavam lá junto o tempo todo, mas tudo o que acontece lá dentro vai para o diretor.

Patrícia Dias: E então a maior incentivadora dele?

Mãe: Foi a família, eu acredito. A família e público, que já conhecia um pouco dele lá da vinheta e daí quando a gente mandou, teve muita gente que lembrou, né? Daquela propaganda, né?

Thomas Machado: Quem me incentivou também bastante foi o meu pai. Me incentivou bastante, comprava gaita e ia atrás. Sempre incentivou a gente.

Mãe: É, ele toca violão, né?

Thomas Machado: Sempre incentivou bastante.

Mãe: É, eles já se criaram vendo ele tocando, não é? Ele já tocava em algumas estâncias. Mas aí ele parou, quando eles nasceram. E os dois vieram já com isso na veia. Quando o Thomas era pequenininho, tinha tipo uns dois anos, já queria fazer percussão, batia nas panelas. Daí nós falávamos... Daí com cinco anos, a gente fez a inscrição dele do primeiro... Primeiro Ronco do 'Bugiozinho'. Foi no 'Primeiro Ronco' que tu fostes?

Thomas Machado: Foi!

Mãe: Ele no 'Primeiro Ronco do Bugiozinho', que teve em São Francisco de Paula, ele foi competir com cinco anos.

Thomas Machado: No primeiro e segundo.

Mãe: Fiquei olhando esses dias nas fotos... Nossa, ele era muito pequenininho! E daí ele decorou a música, foi para o estúdio, gravou... Porque ele foi defender um Bugio, né? Mas tinha os jurados, que ficavam ali cuidando, né? E ele foi lá cantar. Deu uma dor de barriga lá no palco, correu para o banheiro. Lembra? Aí a gente foi no banheiro. Mas acho que não sei se foi dor de barriga. Aí ele foi para o palco, estava na hora de competir, tinha que ir no banheiro. Foi no banheiro. E então foi para o palco e cantou. Nossa, todo o CTG assim vibrou junto. Parecia assim, que se fosse por um pessoal escolher, mas aí eram os jurados...

Patrícia Dias: Cantou e tocou também?

Mãe: Não... Ele só cantou. Porque lá era só defender, né? Daí o menino de 18 anos, né? Era até 18 anos a inscrição. Então ele (Thomas) ficou em segundo lugar. Daí quando ele fez 6 anos, ele pensou: "Eu vou de novo e eu vou escolher a música." E aí ele tirou em primeiro lugar.

Thomas Machado: Porque eu escolhi a música.

Mãe: Nossa, foi muito legal. Aí depois ele se inscreveu para o The Voice.

Thomas Machado: Sempre nas vezes que eu escolhi a música, eu disse assim: "Olha, se é para a gente competir, deixa que eu escolho a música." Porque sei lá, quando eu escolho a música, parece que eu escolho a música certa. Eu escolhi uma música que falava bastante lá

do Morro do Bugio. “Para ir a São Francisco, ouvir o Ronco do Bugio...” Que é o Ronco do Bugio, né?

Patrícia Dias: Sim...

Mãe: Bugio macho?

Thomas Machado: É, o Bugio macho.

Patrícia Dias: E quem quis então ir para o The Voice fostes tu?

Thomas Machado: Isso aí.

Patrícia Dias: A família incentivou, mas tu que decidisses?

Thomas Machado: Sim...

Patrícia Dias: Está certo. E eu queria saber o que é que tu pensas do teu futuro agora?

Thomas Machado: Eu penso que eu quero que tenham bastantes shows, que eu fique sempre muito feliz, brincado sempre com meus colegas e animando muitas pessoas.

Patrícia Dias: Você quer seguir a carreira, então?

Thomas Machado: Isso aí.

Patrícia Dias: Continuar cantando...

Thomas Machado: E com 18 anos, eu quero me formar em veterinária.

Patrícia Dias: Oh, tudo a ver, heim. Deixa eu ver... As perguntas aqui acabaram. Acho que era isso. Não tem mais nada que eu... Tem alguma coisa que você quer me contar? O que que mudou mais assim? Eu quero saber o que é que o The Voice fez diferença em tua vida?

Thomas Machado: Mudou tudo! Mudou minha rotina. Mudou muita coisa. Mudou bastante coisa!

Mãe: E essa criançada que se espelha em ti?

Patrícia Dias: É, boa!

Thomas Machado: Boa! É, a gente ficou sabendo que durante o The Voice Kids, todas as lojinhas que tinham de gaita, as prateleiras esvaziaram todas. Porque muitas crianças queriam comprar gaita.

Patrícia Dias: E como é que tu achas... O que tu achas disso?

Thomas Machado: Eu fico muito feliz! Até o sobrinho do meu vizinho... Um dia a gente tocou ali no aniversário do nosso vizinho e o sobrinho do meu vizinho se inspirou em mim, vendo eu tocando a gaita. Aí ele encheu o saco da mãe dele, para que ela comprasse uma gaita para ele, para ele aprender a tocar.

Mãe: E está tocando, né? Eles compraram uma gaitinha, não é?

Thomas Machado: Está aprendendo a tocar.

Patrícia Dias: E não te dá um medo?

Thomas Machado: Como assim?

Patrícia Dias: Das pessoas quererem... Todo mundo se espelhando em ti?

Thomas Machado: Não...

Patrícia Dias: Está gostando? (Risos)

Thomas Machado: É que... Tem muita coisa ruim que está acontecendo, então com essas crianças, com essa geração que está vindo, essas crianças podem, eu acho, mudar o futuro.

Patrícia Dias: É assim que tu vêes? Ajudando a mudar o futuro?

Thomas Machado: Isso!

Patrícia Dias: É uma responsabilidade.

Thomas Machado: E o que eu toco não é só a gaita. Também o violão, estou aprendendo a tocar violão com o meu pai e também toco Bumbo Leguero.

Patrícia Dias: Não faço ideia do que seja. (Risos)

Thomas Machado: O Bumbo Leguero é que nem uma bateria, só que é, tipo... Sabe aqueles negócios, que aqueles caras tocam no carnaval?

Patrícia Dias: Sei, sei!

Thomas Machado: Faz ‘Bum, bum, bum...’.

Patrícia Dias: É aquilo lá?

Thomas Machado: É, só que tipo... Só que é maior, né? Só que o meu está lá no... Só que eu toco.

Mãe: Então vai lá e pega a tua gaitinha, que ela quer uma palinha.

Patrícia Dias: Risos.

Thomas Machado: Essa aqui?

Mãe: Não, essa é muito grande. Pega a que está na...

Thomas Machado: Qual?

Mãe: A vermelhinha, a que foi a do The Voice. É mais leve. Ele já está com umas... Que ele tinha aquela vermelha. E aí ele ganhou uma outra de uma loja. Daí a Pampiana patrocina eles, daí mandou fazer uma gaita para ele, personalizada, com um cavalo no meio, no fole. Daí a gente botou na Van, né? Que eles estão com as fotos da Gaitas Pampeanas e a gente carrega a logo também da Pampiana, para fazer a propaganda, porque eles deram a gaita. Daí quando ele for crescendo, eles vão trocando as gaitas. Quando precisar de uma maior, eles mandam fazer uma maior. Vem da Itália daí.

Patrícia Dias: E o que é que tu achastes de toda essa mudança de vida?

Mãe: Ah, uma loucura, né? A gente, nossa... Deu uma virada assim.

Thomas Machado: ~ Tocando Gaita (Acordeom) ~

Mãe: Essa aí foi para a vinheta? (Referindo-se à música tocada por Thomas). Acho que foi para a vinheta.

Thomas Machado: ~ Tocando Gaita (Acordeom) ~ (Música: Beijinho Doce. Composição: Nhô Pai [João Alves do Santos] – Gravada por: Irmãs Castro – Regravada por: Chitãozinho e Xororó; Irmãs Galvão; Tônico e Tinoco; Almir Sater)

Patrícia Dias: Quem sabe faz ao vivo, não é? Já diria o Faustão. (Risos)

Mãe: Ele vai lançar uma música com o Michel Teló, né?

Patrícia Dias: Ah, é?

Mãe: Bem legal a música. Ela está no CD.

Thomas Machado: ~ Cantarolando ~

Mãe: Ele entrou em contato com a Universal (Gravadora), para cantar Canto Alegretense, Prenda Minha e... É “ Ainda sou guri”, que é participação especial do Michel Teló. É uma música que ele canta, que o Michel Teló cantou, que ele tinha 13 anos quando gravou. Daí ele procurou a gravadora. Falou né, que tinha... Achei muito legal da parte dele. Imagina tudo que ele fez. Ficou bem legal.

Thomas Machado: Aqui oh (mostrando o encarte do CD); “Zézinho”... “Ainda sou guri”, oh; “Carrego um sonho grande em meu pequeno coração // E ele irá alcança-lo, com certeza, por que não? // Segui na mesma trilha do meu pai // Sei que não me prenderei jamais // A identidade de campeiro que herdei // Pelo Mundo inteiro que eu andar, eu amarei // Amarei amigos, sentimento e as razões // E um culto pelas nossas tradições // (...) Saudade do aconchego do ranchito // Porque era o meu Mundo de ‘piazito’ // Sonhando que eu já era peão crescido // Retornei com minha alma a sorrir // Retornando em um futuro imaginário // Ai que bom, eu ainda sou um guri.”

Patrícia Dias: Olha só... De primeira mão! (Risos)

Thomas Machado: Não pode mostrar para ninguém!

Patrícia Dias: Não...

Mãe: A partir do dia 17 vai estar aí...

Thomas Machado: Daí pode!

Patrícia Dias: Já sabe tocar essa também?

Thomas Machado: Não.

Mãe: Já pediu para a professora ensinar, né?

Patrícia Dias: E o que é que tu achas? O que é que tu vês para o futuro dele?

Mãe: Ai... O que eu vejo? Dá um pouquinho de medo até, sabe? O Giovani Grizotti conversa muito com nós, né? E ele fala que é uma grande responsabilidade. Porque ele é uma criança e

como é que vai manter isso aí? É complicado, né? É bem complicado. Mas a gente sabe que... Deus sabe de todas as coisas. Então se Ele quis que ele fosse lá e trouxesse, acontecesse tudo o que aconteceu, permitido tanta coisa, que a gente viu... Que ele viu também tudo o que conquistou, não pode decepcionar essa criançada, não é? Vão lá na loja pedir... “Ah, porque eu quero uma roupa igual do Thomas”. Tem uma loja que veste ele lá em Porto Alegre, as Lojas (...) e eles estavam falando que chegou um menino com a avó lá e; “Ah, eu quero uma roupa igual do Thomas Machado.” E sabem que as roupas dele vem de lá, né? “Quero chapéu, quero bombacha...”

Thomas Machado: Isso é de lá!

Patrícia Dias: E onde ele se apresenta, as roupas sempre são dele?

Mãe: Ele sempre vai vestido caracterizado com as roupas de lá. Que é tudo de lá, né? Ele e o grupo todo. Porque é uma equipe de nove pessoas, né? Que acompanham ele. Ele não vai sozinho.

Patrícia Dias: E como foi a escolha dessa equipe?

Mãe: A gente já tinha um produtor que acompanhava a gente. Que é uma pessoa que a gente conhece de... Eu conheço desde ‘gurizão’, né? E ele já trabalhava com música e grupos. E a gente já estava com ele antes, né? Porque como ele já tinha uma duplinha, ele e o Dudu, né? Eles faziam algumas ‘apresentaçõezinhas’ aqui e ali. E depois que ele foi lá na Globo, foi uma loucura, gente, a nossa vida. Era gente ligando... Eu não conseguia... Era sete e meia da manhã e começavam a tocar os nossos telefones. E eram os três, era o de casa (o fixo), o meu e o do meu marido. Não tinha tempo. Quando ia começar a fazer alguma coisa, era perto das onze da noite. E aí eu comecei a passar o contato do Paulo, né, do produtor, e daí ele disse que a esposa dele um dia ficou de folga e ficou o dia inteiro só anotando para ele. Depois ele ia ligando de volta. Porque o povo quer saber, né? O povo quer saber o que está fazendo. Se faz evento, se faz isso... Ele faz muito evento com o coletivo. Que ele vai lá só para cantar os hinos. O hino rio-grandense. E o pessoal nem canta o hino. E daí para lá a gente faz, tipo teve a troca de presidente de... Ai, como é que foi, Thomas, aquele...? Da Fieps. E ele fez daí a abertura, nossa... E aí ele cantou o hino, daí ele tinha que cantar uma música que o presidente gostava, que é “Querência amada”, né? O que estava se despedindo. Ele cantou. Depois ele cantou a música do outro, que estava entrando.

Thomas Machado: Toma chimarrão em casa? ~ Thomas deu algum presente à Patrícia ~

Thomas Machado: Pra ti também.

Patrícia Dias: Muito obrigada!

Mãe: E depois para finalizar o evento. A gente ficou lá durante 2 horas, até que... Cada vez que tinha que entrar, ele entrava, né? E daí para finalizar, o hino rio-grandense, e daí está feito o evento dele. E daí a gente fez um dia lá também, a gente se mudou para cá, faz três dias seguidos. Mas faz parte. Quando é um evento maior, que é de 1 hora, que é um show dele, daí a gente vai com todos juntos, né? Que a nossa van vai 9, né? E vai cheia. Porque eu sempre acompanho, né?

Patrícia Dias: Sim... E nervosismo para fazer os shows?

Thomas Machado: Não!

Mãe: Ele não tem... Ele é o último que entra sempre, né. Porque a gente foi no sul e teve recorde no sul. Que ele fez o encerramento da Semana Farroupilha lá. Eles falaram que... Não tinha lugar na cidade para estacionar carro. Lá é pequeno, né? Tinha mais de 10 mil pessoas. Eu acho que tem 5 mil na cidade. Não se de onde vem tanta gente... Era um mar de gente! A gente olhava lá do palco e era muita gente.

Patrícia Dias: Quando tu entra no palco, tem algum ritual? Faz o sinal da cruz?

Thomas Machado: É, a gente tem a...

Mãe: Eles têm uma abertura, né... Uma voz que entra falando e fala sobre ele, fala que ele saiu daqui, para ir lá... Aí entra... Quando eles tocam Beijinho Doce, aí viram as cadeiras... Isso aí a gente mandou fazer, né... A entrada... Aí depois que faz toda a apresentação dele, de 'Estância Velha para todo o Brasil', ou 'do Rio Grande do Sul, para todo o Brasil', porque não é só daqui, né? Daí ele entra.

Patrícia Dias: E como foi conhecer a Globo lá? Bastante gente famosa?

Thomas Machado: Ah, foi bem legal conhecer a Ivete.

Mãe: Nossa, muito legal! Nossa, eles são bem... Não sei com os outros, mas sei que com a gente ele foram muito dez. O irmão do Vitor lá, o...

Patrícia Dias: Léo...

Mãe: Ele é muito alto, né. Daí ele até se ajoelhou assim, falando para o Thomas... Daí o Thomas levou um chapéu. Que quando ele passou para a final, ele queria muito um chapéu do Thomas, né? Daí a loja daqui claro, levou um chapéu para ele, né? Daí ele levou o chapéu e ele (Léo) falou que queria cantar com o Thomas. Mas até agora não deu. Mês de setembro, por exemplo, foi 18 ou 19 eventos.

Patrícia Dias: E não cansa?

Thomas Machado: Não!

Mãe: Agora deu uma folguinha, né. Uns 15 dias de folga... Mas volta sexta. De manhã a gente vai para...

Thomas Machado: Que sábado a gente volta.

Mãe: Daí a gente vai dormir lá. A gente não viaja de noite. A gente vai, faz o evento, dorme e no outro dia a gente vem pra cá. Nós vamos para Uruguaiana no início do mês de dezembro. Vamos lá e ficamos 3 ou 4 dias para aqueles lados. Daí a gente sempre faz assim. Aqui e lá. Que não dá para fazer evento assim, de ponta a ponta. Daí a gente tem que cuidar. Tipo, de sexta, na verdade, era para a gente sair sexta para voltar só na segunda ou domingo de manhã, mas deu um problema com esses vendavais que deram e a cidade ficou evacuada. Não tinha ninguém, daí como é que vai ter o evento? Aí o evento foi cancelado, mas a gente não pode deixar de fazer os outros, né? E fazer... Aí ficaram dois.

Patrícia Dias: E deixa eu te perguntar, financeiramente? É tu que gerencias ou guardas tudo para depois ele...?

Mãe: Na verdade o prêmio que o Thomas ganhou, parte dele não se mexe, né? É assinado que ele só vai poder mexer quando for de maior.

Thomas Machado: Maior de 18.

Mãe: Mas o resto, a gente mesmo administra. A gente não consegue trabalhar com outra coisa. Tem muita coisa durante a semana que temos que fazer, daí somos nós mesmos que... Eu tinha uma empresa, né? Que eu prestava serviço, daí eu só troquei o nome para 'eventos', 'feiras e eventos' e é a gente mesmo que cuida. Não tem porque outros cuidarem. Nada melhor do que a gente mesmo.

Patrícia Dias: Sim. Então era isso gente. Só isso. Bem fácil.

ANEXO A – REGULAMENTO DO MISS BRASIL INFANTO JUVENIL

REGULAMENTO DO MISS BRASIL INFANTO JUVENIL

Independente da localidade onde se vive ou da língua que se fale, todas as culturas e povos possuem um vocabulário rico, para descrever aquilo que cada grupo considera belo e atraente. A beleza é algo que fascina os seres humanos, crianças, jovens, homens, mulheres e idosos. Os concursos de Misses são uma forma de eleger a mais bela jovem, ou seja a Miss que desempenhará efetiva representação de seu estado em eventos e atividades culturais. Foi pensando nisso que registramos e oficializamos o Concurso Miss Brasil Infanto Juvenil.

Senhores Pais, solicitamos que leiam atentamente o regulamento.

Para participar do nosso concurso existem alguns pré-requisitos, que são:

– Idades: de 4 a 17 anos, que serão divididas em 4 categorias, sendo:

Categoria Mirim de 4 a 6 anos

Categoria Infantil de 7 a 9 anos

Categoria Teen de 10 a 12 anos

Categoria Juvenil de 13 a 17 anos

A ficha de inscrição deverá ser preenchida pelo responsável (pai ou mãe) da candidata quando eles se comprometerão a:

- No ato da inscrição enviar duas fotos por e-mail da candidata sendo: uma de meio corpo e outra de corpo inteiro, em alta resolução e de preferência com fundo branco;
- Após recebermos a ficha de inscrição e as fotos das candidatas, enviaremos por e-mail o termo de autorização de uso de imagem, onde os pais deverão imprimir, preencher, assinar, reconhecer firma e nos enviar pelo correio (não aceitaremos o envio pelo e-mail). Não é necessário ser foto profissional, mas é obrigatório que sejam fotos recentes. As fotos não serão devolvidas;
- Os responsáveis das candidatas, no ato da inscrição, firmarão compromisso formal com a HD Assessoria, organizadora do Concurso Miss Brasil Infanto Juvenil, no qual cedem os direitos de imagem relativos à divulgação e publicidade do concurso, a colocação das fotos

das respectivas candidatas em nosso site, por tempo indeterminado e sem ônus;

- Efetuar o pagamento da taxa oficial através do link do pag-seguro, cartão de crédito, boleto ou depósito bancário, que serão enviados via e-mail assim que recebermos a inscrição;
- Cumprir rigorosamente os horários: dos ensaios, coreografias e reuniões;
- Não faltar a nenhum compromisso, exceto por motivos de força maior;
- Acatar as decisões da Comissão Organizadora;
- Cumprir todos os compromissos que exijam a presença da candidata, os quais poderão incluir viagens, seja entre as três primeiras colocadas ou não;
- As candidatas deverão ter disciplina, educação que são fatores importantes e que serão avaliados pela comissão julgadora;
- Durante a realização dos ensaios e coreografias, o acesso aos camarins no dia do evento não serão permitidos a entrada de pessoas estranhas, coordenadores, familiares e patrocinadores;
- Durante os passeios, sessões de fotos, entrevistas, a comissão organizadora do Concurso deixará apenas um responsável acompanhar a candidata.

OBS.: No caso do não cumprimento de qualquer dos itens do regulamento, a candidata poderá ser desclassificada sem nenhum questionamento.

Não serão aceitas as inscrições que não atendam aos requisitos do Regulamento do Concurso. Cada candidata é responsável por apresentar-se nos lugares designados, para integrar-se com a equipe de trabalho, levando consigo, os itens previamente solicitados.

A Organização do Concurso fornecerá às candidatas toda a logística necessária. É obrigatória a participação das candidatas em todas as promoções públicas do evento, exceto por motivos de força maior, doenças e compromissos inadiáveis.

TRAJES

Cada candidata irá se apresentar ao corpo de jurados e deverá trazer:

1. Traje típico de seu estado;
2. Traje de banho (maiô preto, liso, sem marca e sem estampa);
3. Traje de gala.

As candidatas serão avaliadas nos quesitos a seguir:

- Espontaneidade e carisma;
- Simpatia e beleza física;
- Charme e desinibição;
- Capacidade de articulação verbal;
- Caracterização com traje típico;
- Presença cênica;
- Postura e desenvoltura ao desfilar com o traje de banho;
- Conhecimentos gerais sobre a história e cultura de seu Estado.

CORPO DE JURADO

A pontuação se dará com cada jurado atribuindo notas de 5 (cinco) a 10 (dez).

Vale destacar que, além da eleição da Miss, haverá também a escolha da "Miss Simpatia e da Miss Fotogenia", que serão avaliadas nos mesmos quesitos.

Será sorteado um integrante da Comissão Julgadora para fazer uma pergunta, assunto a definir, às 05 (cinco) finalistas. As respostas serão avaliadas pela comissão julgadora, que definirá o resultado no final do concurso.

A decisão da Comissão Julgadora terá caráter definitivo e irrecorrível.

A Organização poderá eliminar qualquer candidata que, no seu entender, denegrir a imagem do evento, ou o nome da equipe organizadora.

PREMIAÇÃO

As finalistas receberão os seguintes prêmios, de acordo com a classificação atribuída pela Comissão Julgadora:

1º lugar (Miss) – Uma viagem para Buenos Aires, certificado, faixa, coroa e flores.

2º lugar (1º Princesa) - certificado, faixa e flores.

3º lugar (2º Princesa) - certificado, faixa e flores.

Miss Simpatia – certificado, faixa e flores.

Miss Fotogenia – certificado, faixa e flores.

Poderá haver outros prêmios de acordo com os patrocinadores do evento.

OBS: Com relação à premiação da viagem, o prêmio é intransferível e se por ventura a ganhadora não puder ir, o prêmio não será pago em dinheiro pela HD Assessoria.

CANCELAMENTO

O responsável pela candidata fica ciente que os pagamentos já realizados ou mesmo entradas efetuadas, caso a candidata venha a desistir ou qual seja o motivo da desistência, não será realizada a devolução do pagamento feito anteriormente em títulos de crédito, dinheiro ou via eletrônica, devendo o responsável arcar com as despesas no valor total.

FOTO/FILMAGEM

Será proibido fotografar e filmar o evento, correndo o risco da participante ser desclassificada.

- Familiares e convidados deverão ser avisados pelos participantes, não poderão usar celulares e máquinas fotográficas digitais. A produção do evento estará no dia do evento fazendo a verificação e poderá desclassificar a participante. Atitude esta, única e exclusivamente para resguardar a imagem das participantes;
- Somente poderá fotografar e filmar o evento a equipe contratada pela HD Assessoria.

Todas as eleitas poderão ser chamadas e encaminhadas pela Organização do Concurso para os certames internacionais.

HD Assessoria

ANEXO B – REGULAMENTO DE INSCRIÇÃO *THE VOICE KIDS*

Regulamento de inscrição para o processo de seleção dos candidatos a participantes do programa intitulado "The Voice Kids" ("Programa"), produzido por Globo Comunicação e Participações S.A., com sede na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, na Rua Lopes Quintas, no 303, Jardim Botânico, inscrita no CNPJ/MF sob o no 27.865.757/0001-02 ("Globo").

1. Para fins de interpretação deste regulamento, entende-se por "Participante(s)" todos os menores inscritos no processo de seleção do Programa.

2. O Programa tem como objetivo revelar talentos mirins da música em âmbito nacional, através da competição entre os Participantes inscritos conforme descrito no item 1 acima, e poderá contar com a reprodução de audições, avaliações, dinâmicas de ensaios, apresentações e auxílio de profissionais consagrados, definidos a exclusivo critério da Globo.

3. Somente será aceita uma inscrição por Participante.

4. Cada Participante deverá:(i) ter no mínimo 9 (anos) anos completos e no máximo 15 (quinze) anos, sendo certo que os Participantes deverão ser representados por seus respectivos representantes legais e somente estes poderão inscrevê-los no Programa e aceitar os termos do presente Regulamento, responsabilizando-se integralmente por estes e por seus atos; (ii) em sendo estrangeiro, deverá comprovar a regularidade e legalidade de sua permanência no país, em atendimento à legislação vigente, através da apresentação prévia de toda e qualquer documentação pertinente, expedida por todos os órgãos devidamente competentes, tais como, mas não se limitando a Visto apropriado de permanência no Brasil e para participação no Programa, dentre outros porventura exigíveis.

4.1 Fica desde já estabelecido que a efetiva participação do Participante no Programa dependerá do deferimento do respectivo alvará judicial e da apresentação, pelo(s) Representante(s) Legal(is) do Participante, dos documentos solicitados pela Globo. Nos casos de não deferimento do alvará judicial, não será devido o pagamento de qualquer indenização, reparação e/ou pagamento ao Participante e/ou ao seu(s) Representante(s) Legal(is).

5. A Globo poderá encerrar as inscrições para o processo de seleção e o Programa, independentemente de sua etapa e fase, a qualquer momento, a seu exclusivo critério, sem qualquer explicação prévia e/ou formal, com o que os Participantes desde já concordam.

6. Para a efetivação da inscrição neste processo de seleção, os Participantes deverão aceitar e cumprir as regras do presente Regulamento, bem como, de outros instrumentos que se fizerem necessários à participação no Programa, e realizar todos os procedimentos abaixo indicados.

7. Concordam os Participantes, desde já, que quando da realização de sua inscrição, com a marcação do espaço (check-box) ao lado do texto "Concordo com os Termos", seguida pelo clique no botão "Aceitar" e pela postagem do material/vídeo é considerada, para todos os fins de direito: (i) como aceitação pelo Participante, via aceite eletrônico, de todos os termos e condições do presente Regulamento, o qual passará a regular a relação entre as partes; e (ii) como aceitação pelo Participante, via aceite eletrônico, de se candidatar a participar do Programa, cedendo gratuitamente o material/vídeo enviado, sua imagem e sua voz para exibição pela Globo em toda e qualquer mídia e programa, segundo o seu exclusivo critério.

8. A Globo receberá o material para a inscrição dos Participantes no processo de seleção para o Programa, no período oportunamente informado através do site do Programa.

8.1. As inscrições poderão ser feitas através de envio postal ou internet, atendendo aos seguintes procedimentos:

8.1.1. Para as inscrições através de envio postal: (i) imprimir o presente Regulamento, bem como o questionário e demais documentos porventura disponíveis e indicados no site oficial do Programa, qual seja www.gshow.com/thevoicekids e preenchê-los integralmente; (ii) O(s) Representante(s) Legal(is) deverá(ã) rubricar todas as páginas deste Regulamento, do questionário e demais documentos porventura indicados, assinando nos locais devidamente apontados; (iii) gravar um vídeo, em fita VHS, mini- VHS (sem o adaptador) ou DVD, contendo, no máximo, 5 (cinco) minutos de gravação de uma apresentação musical do Participante, de repertório a seu exclusivo critério, podendo ser nacional ou estrangeira, em português ou qualquer outra língua, bem como, com uma breve apresentação pessoal de cada Participante; (iv) fornecer uma foto do Participante.

8.1.1.1. Após realizar os procedimentos acima indicados, o Participante deverá encaminhar todo o material descrito nos itens (i), (ii), (iii) acima a: "THE VOICE KIDS", Cx. Postal 70624 - Cep: 22740-971 – Rio de Janeiro/RJ, exclusivamente em envelope tipo A4 ou em caixa cujas dimensões sejam de, aproximadamente, 20x14x7cm. No envelope ou na caixa, deverá constar o nome do Participante, sua idade e as informações de seu(s) Representante(s) Legal(is).

8.1.2. Para as inscrições através da internet: (i) acessar o site oficial do Programa, qual seja www.gshow.com/thevoicekids, aceitar todas as regras e condições de uso disponíveis no referido site; (ii) cadastrar seus dados pessoais e responder a todas as perguntas do questionário de inscrição e demais documentos porventura indicados, sendo certo que, uma vez finalizada a sua inscrição, o Participante não poderá efetuar qualquer alteração em seu questionário enviado; (iii) gravar um vídeo, nos formatos 3g2, 3gp, 3gp2, 3gpp, asf, avi, divx, dv, dvx, f4v, flv, h263, m4e, m4v, wmv, mov, movie, mp4, mpg, mpeg, qt e rm, com tamanho máximo permitido de 50MB, contendo, no máximo, 5 (cinco) minutos de gravação de uma apresentação musical do Participante, de repertório a seu exclusivo critério, podendo ser nacional ou estrangeira, em português ou qualquer outra língua, bem como, com uma breve apresentação pessoal de cada Participante; (iv) fornecer uma foto do Participante.

8.1.2.1. Os Participantes que efetuarem suas inscrições através da internet poderão participar de atividades eventualmente promovidas no site, a exclusivo critério da Globo, desde que aceitem todas as regras e condições de uso disponíveis no referido ambiente.

8.2. O vídeo, foto e/ou qualquer material encaminhado pelos Participantes não será devolvido pela Globo, que poderá dar-lhes qualquer destinação, a seu exclusivo critério, podendo, inclusive, destruí-los.

9. A Globo poderá utilizar qualquer método na seleção dos Participantes para o Programa, a seu exclusivo critério, não estando a mesma limitada aos métodos e procedimentos de inscrição aqui descritos, sem que seja devido qualquer tipo de explicação ou indenização, com o que o Participante desde já concorda, isentando a Globo de qualquer reclamação.

10. Os Participantes concordam que o processo de seleção para participação no Programa poderá ser composto por mais de uma etapa e a dinâmica da(s) fase(s) de seleção e/ou do

Programa será oportunamente informada aos mesmos pela Globo, segundo seu exclusivo critério, com o que desde já concordam inteiramente, isentando a Globo de qualquer reclamação.

11. Os Participantes, desde já, se disponibilizam e se comprometem a comparecer junto com seu(s) Representante(s) Legal(is) aos locais de realização de todas as etapas de seleção para o Programa, sempre conforme oportunamente informado pela Globo. Na hipótese de algum Participante não comparecer nos dias e horários previamente indicados, a Globo poderá desclassificá-lo, sem que seja devida qualquer indenização.

11.1. Deverá o Participante providenciar, às suas expensas, e sob sua exclusiva responsabilidade, o seu deslocamento até o local de realização das etapas/fases e/ou gravações do Programa, estando a Globo isenta de qualquer responsabilidade neste sentido.

11.2. Os Participantes concordam que as datas, horários e locais designados para a realização de quaisquer etapas de seleção serão designados a exclusivo critério da Globo, podendo estes serem alterados a qualquer tempo ao longo do processo de seleção, sendo certo que o Participante deverá acompanhar a atualização das informações também pelo site do Programa.

12. Os Participantes poderão ser avaliados por uma banca de jurados composta por membros da Globo, selecionados a seu exclusivo critério. As decisões desta banca julgadora serão soberanas e irrecorríveis.

12.1. Os Participantes estão cientes de que, quando da apresentação à banca de jurados, poderão ser realizadas entrevistas pessoais com os Participantes, além de outros testes, através de critérios definidos pela Globo e previamente informados aos Participantes, com o que o Participante desde já concorda, isentando a Globo de qualquer reclamação.

13. Os Participantes declaram e reconhecem que a eventual participação em qualquer etapa de seleção e/ou do Programa, não implicará em sua participação no Programa e/ou na etapa seguinte, o que será definido a exclusivo critério da Globo.

14. A Globo poderá desclassificar e/ou eliminar qualquer um dos Participantes, a qualquer tempo e em qualquer fase do processo de seleção e/ou do Programa, inclusive após o aceite às condições do presente Regulamento, mesmo sem a realização de audições com o Participante, sem qualquer explicação formal, caso entenda que, segundo o seu exclusivo critério, dentre outros: (i) que o desempenho do Participante pode ser incompatível com o Programa; (ii) que o Participante praticou conduta considerada pela Globo incompatível com a sua participação no processo de seleção e/ou Programa ou que contrarie o desenvolvimento do processo de seleção e/ou Programa e/ou (iii) que o Participante não tem condições físicas ou psicológicas de participar ou continuar no processo de seleção e/ou Programa.

15. A Globo não se obriga a realizar o Programa, nem tampouco a exibi-lo e/ou a selecionar Participantes para o mesmo, podendo o Programa e/ou a realização das inscrições ser cancelada(s) a qualquer tempo, inclusive após iniciada ou concluída a sua realização e/ou gravação, a exclusivo critério da Globo. Nessas hipóteses, não será devido aos Participantes qualquer tipo de reparação ou indenização.

16. O Participante vencedor do Programa receberá como premiação a quantia bruta e total de R\$ 250.000 (duzentos e cinquenta mil reais), o que será pago pela Globo até 60 (sessenta) dias após a exibição do último episódio do Programa.

16.1 Fica desde já estabelecido que o(s) respectivo(s) representante(s) legal(is) deverá(ão) depositar o equivalente a 40% (quarenta por cento) de toda e qualquer quantia recebida pelo Participante por sua participação no Programa em conta poupança em favor do menor.

17. A Globo não será responsável por qualquer tipo de obrigação assumida pelos Participantes e seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is) inclusive seus empregadores ou empregados, bem como por qualquer tipo de despesa pessoal dos Participantes e tampouco pela operacionalização dos respectivos pagamentos, os quais, mesmo durante a participação no processo seletivo e/ou no com quaisquer terceiros, Programa, serão de única e exclusiva responsabilidade destes.

18. O(s) representante(s) legal(is) declaram que os Participantes estão em perfeito estado de saúde e em plena aptidão para participação deste processo seletivo e/ou do Programa, se comprometendo a informar à Globo de qualquer problema em sua saúde de que tenham

conhecimento. O Participante e seu(s) os Participantes estão em perfeito obrigam-se ainda a informar à Globo caso o Participante venha sentir quaisquer problemas físicos ou psicológicos durante a realização deste processo seletivo e/ou do Programa.

19. Os Participantes e seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is), ao inscreverem-se para o processo de seleção para o Programa, concedem à Globo, bem como a terceiros por ela indicados, com exclusividade, automática e gratuitamente, autorização, em caráter exclusivo, definitivo, universal, irrevogável e irretroatável, para fins de utilização das imagens e/ou sons dos Participantes contidos nos vídeos, fotos e demais materiais encaminhados pelos Participantes na forma dos itens acima, bem como de seus extratos, trechos ou partes, a seu exclusivo critério, podendo, exemplificativamente, adaptá-los para fins de produção de obras audiovisuais novas ou não, obras audiovisuais para fins de exibição em circuito cinematográfico, obras literárias, peças teatrais e/ou peças publicitárias, utilizá-los, bem como as imagens, vozes, vídeos, fotos e demais materiais eventualmente enviados quando da inscrição no presente processo de seleção, para produção de matéria promocional em qualquer tipo de mídia, inclusive impressa, seja para fins de divulgação das obras audiovisuais, para a composição de qualquer produto ligado às mesmas (tais como, mas não limitados a capas de CD, DVD, "homevideo", DAT, entre outros), assim como produção do "making of" das obras audiovisuais; fixá-los em qualquer tipo de suporte material, tais como películas cinematográficas de qualquer bitola, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" interativo), "homevideo", DAT("digital audio tape"), DVD ("digital vídeo disc"), Blu-Ray e suportes de computação gráfica em geral, ou armazená-los em banco de dados, exibi-los através de projeção em tela em casa de frequência coletiva ou em locais públicos, com ou sem ingresso pago, transmiti-los via rádio e/ou televisão de qualquer espécie (televisão aberta ou televisão por assinatura, através de todas as formas de transporte de sinal existentes, exemplificativamente UHF, VHF, cabo, MMDS e satélite, bem como independentemente da modalidade de comercialização empregada, incluindo "pay tv", "pay per view", "near vídeo on demand" ou "vídeo on demand", independentemente das características e atributos do sistema de distribuição, abrangendo plataformas analógicas e digitais, com atributos de interatividade, ou não), IPTV, comercializá-los ao público em qualquer suporte material existente, promover ações de merchandising ou veicular propaganda, bem como desenvolver qualquer atividade de licenciamento de produtos e/ou serviços derivados das obras audiovisuais, disseminá-las através da Internet e/ou telefonia, fixa e/ou móvel, ceder os direitos autorais sobre as obras audiovisuais a terceiros, para qualquer espécie de utilização,

ou ainda dar-lhes qualquer outra utilização que proporcione à Globo alguma espécie de vantagem econômica. Nenhuma dessas utilizações previstas anteriormente tem limitação de tempo ou de número de vezes, podendo ocorrer no Brasil e/ou no exterior, sem que seja devido ao Participante qualquer remuneração ou compensação.

19.1. A autorização ora concedida pelos Participantes para a Globo, nos termos do item acima, é de total responsabilidade dos mesmos e entra em vigor no ato da sua inscrição, e assim perdurará por todo o prazo de proteção da obra audiovisual. Entende-se por prazo de proteção legal da obra aquele estabelecido na Lei 9.610/98.

19.2. Os Participantes declaram, para todos os fins, que detêm os direitos necessários sobre o vídeo e/ou foto encaminhado à Globo, mencionado nos itens acima, bem como que a utilização pela Globo na forma aqui determinada não importa em violação de direitos de terceiros. Os Participantes e seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is) enviarem o vídeo e/ou foto serão os únicos responsáveis pelo seu conteúdo, perante a Globo e terceiros, assumindo, portanto, a exclusiva responsabilidade por qualquer pleito ou demanda, judicial ou extrajudicial, que, de qualquer forma, tenha por objeto o vídeo.

20. Os Participantes e seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is), declaram ter plena ciência e, desde já, concordam que a Globo poderá realizar comentários, jocosos ou não, acerca das características e desempenho dos Participantes, declarando, ainda, que tais comentários não lhes causarão danos de qualquer natureza.

21. Os(s) representante(s) legal(is) dos Participantes obrigam-se a respeitar a legislação eleitoral e partidária e assumem total e exclusiva responsabilidade pelo conteúdo por ele disponibilizado na forma da Lei e dos normativos editados pela Justiça Eleitoral, isentando a Globo de qualquer responsabilidade decorrente da violação da legislação citada.

21.1. Os representante(s) legal(is) declaram, sob pena de desclassificação e/ou eliminação do Participante do processo de seleção e/ou do Programa, que não são candidato(s) a qualquer cargo eletivo, declarando, ainda, que não participa(m) de qualquer campanha a favor ou contra qualquer candidato, partido ou coligação. Comprometendo-se, desde já, a não fazer e/ou participar de qualquer publicidade, jingle, apologia, alusão ou crítica a qualquer candidato ou partido político, bem como, a não usar ou portar qualquer símbolo ou elemento

que faça alusão direta ou indireta a candidato, partido ou coligação. Em função do compromisso aqui assumido, responsabiliza-se por qualquer opinião, comentário, gesto, expressão ou insinuação que possa violar a legislação eleitoral.

22. Os Participantes e seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is) mais absoluto sigilo com relação a quaisquer informações recebidas provenientes da presente inscrição/participação no Programa.

23. O banco de dados gerado em função das inscrições será de inteira propriedade da Globo, que poderá utilizá-lo sem qualquer ônus, para fins lícitos, da forma que melhor lhe prouver.

24. Não poderão participar desta seleção e/ou do Programa os funcionários das empresas das Organizações Globo, seus prestadores de serviços, bem como seus parentes até terceiro grau.

25. Os Participantes e seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is), garantem que as informações prestadas neste Regulamento, no questionário e demais documentos referentes à sua inscrição, possuem total veracidade, assumindo inteira responsabilidade pelas mesmas. Fica claro e ajustado que, na hipótese de a Globo perceber a falsidade de quaisquer das declarações dadas pelos Participantes e/ou seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is), ou caso essas sejam consideradas incompletas/inconclusivas, a Globo poderá desclassificar/eliminar o(s) Participante(s) a qualquer tempo sem que lhe(s) seja devida qualquer explicação ou indenização.

26. Os Participantes e seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is) declaram, desde já, que não existem contratos com terceiros que conflitem com as disposições deste instrumento ou com sua participação no Programa. Desta forma, o Participante e seu(s) deverão manter a Globo a salvo de quaisquer demandas e/ou ações judiciais por parte de terceiros, relativas à inscrição e/ou participação neste processo seletivo e/ou Programa, se obrigando a arcar com as despesas incorridas pela Globo com a defesa judicial ou extrajudicial em tais demandas e com o valor total de qualquer indenização que a ela venha ser imposta em virtude da violação desses direitos, bem como a indenizar a Globo regressivamente, caso seja condenada ao pagamento de qualquer importância.

27. Os Participantes e seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is) declaram, neste momento, que não mantêm qualquer tipo de vínculo, contratual ou não, com nenhuma outra empresa de telecomunicações, comunicações e/ou outras mídias, concorrentes ou não da Globo. Garante o Participante, ainda, que não possui qualquer compromisso com quaisquer terceiros, relacionado à realização, captação e fixação de suas interpretações artísticas, incluindo, mas não se limitando a agenciamento artístico e realização de gravações, dentre outros.

28. A inscrição para o presente processo de seleção tem toda a sua estrutura tecnológica baseada em sistemas de hardware e software mantidos em ambiente reservado e seguro, controlados por empresa independente especializada em auditoria de sistemas.

29. A Globo se reserva o direito de efetuar toda e qualquer ação corretiva que se aplique às ações de terceiros que venham a interferir no bom funcionamento dos instrumentos desenvolvidos para realização deste processo de seleção e/ou do Programa.

30. Tendo em vista as características inerentes ao ambiente da Internet, a Globo não tem como garantir que o acesso aos seus sites ou Portal, inclusive as promoções nele veiculadas, esteja livre de invasões, interrupções ou suspensões, ocasionadas por casos fortuitos, internos ou externos, casos de força maior ou por outros casos não inteiramente sujeitos ao seu controle, se eximindo de qualquer responsabilidade proveniente de tais fatos e/ou atos.

30.1. Em razão do acima exposto, na hipótese de ocorrência de interrupções de qualquer gênero no sistema, durante o período de realização das inscrições, a Globo não ficará obrigada a prorrogar seu prazo de duração, dando-se por encerrado o procedimento de inscrição e/ou seleção segundo o exclusivo critério da Globo.

31. Poderão ser automaticamente desclassificados do processo de seleção e/ou do Programa, sem que caiba qualquer direito ou compensação de qualquer espécie, os Participantes e/ou seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is) que tentarem desrespeitar qualquer um dos itens deste Regulamento, praticarem ato ilegal ou ilícito, utilizarem quaisquer meios ilícitos para obter benefício próprio ou para terceiro, ou, ainda, que violarem as disposições da Lei de Direito Autoral. Nessa hipótese, os Participantes e/ou terceiro beneficiado poderão ser automaticamente desclassificados.

32. Este Regulamento, o processo seletivo e todas as condições nele inseridas poderão ser alterados pela Globo tantas vezes quantas necessárias, garantida a sua divulgação de forma eficaz a critério, também, da Globo.

33. As dúvidas, bem como os casos omissos não previstos neste Regulamento, serão analisados e decididos exclusivamente pela Globo.

34 Todos os Participantes e seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is) se comprometem a firmar, oportunamente, outros instrumentos porventura indicados pela Globo, bem como a fornecer toda e qualquer documentação, pessoal ou não, necessárias para sua participação neste processo seletivo e/ou Programa, os quais serão anexados ao presente regulamento. Declara o Participante estar ciente e de acordo com as regras e determinações do presente Regulamento, nada tendo a opor com relação ao mesmo.

Declara o Participante e seu(s) respectivo(s) representante(s) legal(is) estarem cientes e de acordo com as regras e determinações do presente Regulamento, nada tendo a opor com relação ao mesmo.

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

1. Pelo presente instrumento, o(s) Autorizador(es) abaixo qualificado(s) e assinado(s), na qualidade de representante(s) do menor _____, de ____ anos, autoriza(m) à Globo Comunicação e Participações S.A., empresa com sede na Cidade e Estado do Rio de Janeiro, na Rua Lopes Quintas, no 303, Jardim Botânico, inscrita no CNPJ/MF sob o no 27.865.757/0001-02 , doravante denominada simplesmente “Globo”, de forma inteiramente gratuita, a título universal, em caráter total, definitivo, irrevogável e irretratável, a utilização da imagem e voz do referido menor para a fixação destes, pela Globo, na obra audiovisual por ela produzida, intitulada “The Voice Kids”, doravante denominada simplesmente “Obra”.

2. Reconhece(m) expressamente o(s) Autorizador(es) que a Globo, na qualidade de detentora dos direitos patrimoniais de autor sobre a Obra e tendo em vista a autorização efetuada neste Termo, poderá, a seu exclusivo critério, utilizar a Obra livremente, bem como seus extratos trechos ou partes, podendo, exemplificativamente, adaptá-la para fins de produção de obras audiovisuais novas, obras audiovisuais para fins de exibição em circuito cinematográfico,

fotonovelas, obras literárias, peças teatrais e/ou peças publicitárias, utilizá-la, bem como a imagem e voz do menor para produção de matéria promocional em qualquer tipo de mídia, inclusive impressa, seja para fins de divulgação da Obra, para a composição de qualquer produto ligado à mesma (tais como mas não limitados a capas de CD, “homevideo” - em quaisquer suportes que conjuguem som e imagem, tais como DAT “digital audio tape”, DVD “digital video disc”, Blu-ray - entre outros), assim como produção do “making of” da Obra; fixá-la em qualquer tipo de suporte material, tais como películas cinematográficas de qualquer bitola, CD (“compact disc”), CD ROM, CD-I (“compact-disc” interativo), “homevideo” (em quaisquer suportes que conjuguem som e imagem, tais como DAT - “digital audio tape”, DVD - “digital video disc”, Blu-ray), e suportes de computação gráfica em geral, ou armazená-la em banco de dados, exibi-la através de projeção em tela em casas de frequência coletiva ou em locais públicos, com ou sem ingresso pago, transmiti-la via rádio e/ou televisão de qualquer espécie (televisão aberta ou televisão por assinatura, através de todas as formas de transporte de sinal existentes, exemplificativamente UHF, VHF, cabo, MMDS e satélite, bem como independentemente da modalidade de comercialização empregada, incluindo “pay tv”, “pay per view”, “near vídeo on demand” ou “vídeo on demand”, independentemente das características e atributos do sistema de distribuição, abrangendo plataformas analógicas ou digitais, com atributos de interatividade, ou não), IPTV, adaptá-la para forma de minissérie, comercializá-la ou alugá-la ao público em qualquer suporte material existente, promover ações de merchandising ou veicular propaganda, bem como desenvolver qualquer atividade de licenciamento de produtos e/ou serviços derivados da Obra, disseminá-la através da Internet e/ou telefonia, fixa e/ou móvel, utilizá-la em parques de diversão, inclusive temáticos, ceder os direitos autorais sobre a Obra ou sobre as imagens cuja utilização foi autorizada através deste Termo a terceiros, para qualquer espécie de utilização, produzir novas obras audiovisuais (“remakes”), utilizar trechos ou extratos da mesma ou, ainda, dar-lhe qualquer outra utilização que proporcione à Globo alguma espécie de vantagem econômica.

2.1. Nenhuma das utilizações previstas no caput desta Cláusula, ou ainda qualquer outra que pretenda a Globo dar à Obra e/ou às imagens cuja utilização foi autorizada através deste Termo, têm limitação de tempo ou de número de vezes, podendo ocorrer no Brasil e/ou no exterior, sem que seja devida ao(s) Autorizador(es) qualquer remuneração.

3. O(s) Autorizador(es) declara(m) que não existem contratos com terceiros que conflitem com as disposições deste instrumento. Desta forma, o(s) Autorizador(es) deverá(ão) manter a Globo a salvo de quaisquer demandas e/ou ações judiciais por parte de terceiros, relativas à autorização neste ato concedida, se obrigando a arcar com as despesas incorridas pela Globo com a defesa judicial ou extrajudicial em tais demandas e com o valor total de qualquer indenização que a ela venha ser imposta em virtude da violação desses direitos, bem como a indenizar a Globo regressivamente, caso seja condenada ao pagamento de qualquer importância.

4. A presente autorização entra em vigor na data de sua assinatura, e assim perdurará por todo o prazo de proteção das obras objeto deste. Entende-se por prazo de proteção legal da obra aquele estabelecido na Lei 9.610/98.

5. O presente instrumento é firmado em caráter irrevogável e irretratável obrigando-se as partes por si, seus herdeiros e sucessores a qualquer título, ficando eleito o foro da Comarca do Rio de Janeiro para dirimir quaisquer dúvidas oriundas deste Termo.

Rio de Janeiro, ____ de _____ de 2015.

Autorizador: _____

Nome do Autorizador: _____

Endereço: _____

Identidade: _____

CPF/MF: _____

ANEXO C – TERMO DE CONSENTIMENTO – THOMAS MACHADO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado participante:

Sou estudante do curso de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Estou realizando uma pesquisa sob supervisão do professor Dr. Carlos Gerbase cujo objetivo é refletir sobre as dinâmicas da infância, utilizando como objeto de estudo o programa The Voice Kids Brasil.

Sua participação envolve uma entrevista, que será gravada se assim você permitir, e que tem a duração aproximada de 1 (uma) hora.

A participação nesse estudo é voluntária e se você decidir não participar ou quiser desistir de continuar em qualquer momento, tem absoluta liberdade de fazê-lo.

Mesmo não tendo benefícios diretos em participar, indiretamente você estará contribuindo para a compreensão do fenômeno estudado e para a produção de conhecimento científico.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas pela pesquisadora através do fone (51) 982991990 ou pela entidade responsável – Comitê de Ética em Pesquisa da PUCRS, fone 3320 3345.

Atenciosamente

Patrícia Ruas Dias
Patrícia Ruas Dias
Matrícula: 16191158-1

Ponte Alegre, 15/11/2017.
Local e data

[Assinatura]
Orientador: Dr. Carlos Gerbase



Consinto em participar deste estudo e deixo em anexo uma cópia deste termo de consentimento.

Thomas Machado
Thomas Machado

Estância Velha, 15/11/2017.
Local e data

Elisete Broch da Silva
Elisete Broch da Silva

Estância Velha, 15/11/2017.
Local e data

CPF: 373.136.790-68

ANEXO D – TERMO DE CONSENTIMENTO – LUÍS ARTHUR SEIDEL

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado participante:

Sou estudante do curso de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Estou realizando uma pesquisa sob supervisão do professor Dr. Carlos Gerbase cujo objetivo é refletir sobre as dinâmicas da infância, utilizando como objeto de estudo o programa The Voice Kids Brasil.

Sua participação envolve uma entrevista, que será gravada se assim você permitir, e que tem a duração aproximada de 1 (uma) hora.

A participação nesse estudo é voluntária e se você decidir não participar ou quiser desistir de continuar em qualquer momento, tem absoluta liberdade de fazê-lo.

Mesmo não tendo benefícios diretos em participar, indiretamente você estará contribuindo para a compreensão do fenômeno estudado e para a produção de conhecimento científico.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas pela pesquisadora através do fone (51) 982991990 ou pela entidade responsável – Comitê de Ética em Pesquisa da PUCRS, fone 3320 3345.

Atenciosamente

Patricia Ruas Dias
Patricia Ruas Dias
Matricula: 16191158-1

Porto Alegre, 25/11/2017.
Local e data

[Assinatura]
Orientador: Dr. Carlos Gerbase



Consinto em participar deste estudo e deixo em anexo uma cópia deste termo de consentimento.

[Assinatura]
Luis Arthur Seidel
RG:

Guaiíba 25/11/17
Local e data

[Assinatura]
Katuschia Seidel
RG:

Guaiíba 25 de novembro 2017
Local e data