

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM IMAGEM E SOM

MIRIAN OU

**POÉTICA DO CINEMA INFANTIL BRASILEIRO:
aspectos temáticos, formais e mercadológicos em *Menino maluquinho***

SÃO CARLOS - SP
2012

MIRIAN OU

**POÉTICA DO CINEMA INFANTIL BRASILEIRO:
aspectos temáticos, formais e mercadológicos em *Menino maluquinho***

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de mestre ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos, na linha Narrativa Audiovisual.

Orientador: Prof. Dr. Alessandro Constantino Gamo

SÃO CARLOS - SP
2012

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

O93pc

Ou, Mirian.

Poética do cinema infantil brasileiro : aspectos temáticos, formais e mercadológicos em *Menino maluquinho* / Mirian Ou. -- São Carlos : UFSCar, 2013.
192 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2012.

1. Cinema. 2. Filmes infantis. 3. Cinema brasileiro. 4. Crianças. 5. Comunicação audiovisual. 6. Mercado cinematográfico. I. Título.

CDD: 791.43 (20ª)

MIRIAN OU

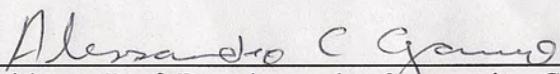
POÉTICA DO CINEMA INFANTIL BRASILEIRO
aspectos temáticos, formais e mercadológicos em *Menino maluquinho*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos, na linha Narrativa Audiovisual, orientada pelo prof. Dr. Alessandro Constantino Gamo, como requisito parcial para obtenção do título de mestre.

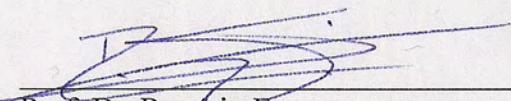
Aprovada em:

São Carlos, 16 de maio de 2012.

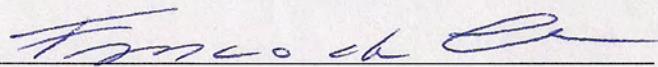
Banca Examinadora :



Presidente, Prof. Dr. Alessandro Constantino Gamo
Universidade Federal de São Carlos



Prof. Dr. Rogério Ferraraz
Universidade Anhembi Morumbi



Prof. Dr. Arthur Autran Franco de Sá Neto
Universidade Federal de São Carlos

*Dedico este trabalho
à memória de meu 大伯 Paulo Ng
e ao meu 叔叔 Renato Wu,
que propiciaram histórias
e tardes de brincadeiras
memoráveis.*

Agradecimentos

Ao prof. Dr. Alessandro Constantino Gamo, pela orientação deste trabalho e do estágio docente, pelo estímulo constante e confiança.

À CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Ensino Superior – pela bolsa concedida entre março de 2010 e julho de 2011.

À FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - pela bolsa concedida entre setembro de 2011 e março de 2012.

Aos profs. Drs. Arthur Autran e Samuel Paiva, pelo ânimo e sugestões valiosas no exame de qualificação.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da UFSCar, que em suas aulas (e fora delas) forneceram indicações bibliográficas e estimularam debates, dos quais este trabalho bebe: profs. Drs. Josette Monzani, João Carlos Massarolo, Arthur Autran, Suzana Reck Miranda e Luciana Corrêa de Araújo. À prof. Me. Toshie Nishio, pela orientação em meu estágio docente e pelas aulas de produção, que pude acompanhar.

Ao produtor Tarcisio Vidigal, pela gentileza em conceder a entrevista e informações importantes no trajeto da pesquisa.

À RioFilme, especialmente a Daphne Cordeiro, por disponibilizar dados da distribuição dos filmes analisados.

À Cinemateca Brasileira, especialmente a Alexandre Miyazato e Daniel Shinzato, e aos funcionários da biblioteca do Museu Lasar Segall, pelo auxílio paciente na coleta de material para a pesquisa.

Aos colegas do PPGIS, pelos debates profícuos dentro e fora de sala de aula e pelas dicas compartilhadas. Em especial, a Maria Ines Dieuzeide, Hugo Reis, William Pianco, Juliana Panini, Nayady Oliveira, Laila Schmidt, Patricia Vaz, Dario Mesquita e Glauco Toledo. E a Felipe Rossit, pelo trabalho na secretaria.

A Marcio Diniz, pelo suporte e amor permanentes. E ainda pela transcrição parcial da entrevista que se encontra no apêndice.

Aos meus pais, por toda sorte de apoio que me deram. Aos meus irmãos, Ana, William e Charles, pela torcida e companhia em toda a jornada, nos cinemas, nas escolas.

Por fim, àquele que É, por tudo.

Resumo

Este trabalho debruça-se sobre o cinema infantil, em especial o brasileiro, e tem como objetivo levantar algumas de suas características temáticas, estéticas e comerciais. Para tanto, toma como ponto de partida a poética de Bordwell (2007) e realiza o estudo de caso de dois filmes: *Menino maluquinho - o filme* (Hélcio Ratton, 1994) e *Menino maluquinho 2 – a aventura* (Fernando Meirelles e Fabrizia Alves Pinto, 1998).

Palavras-chave: cinema brasileiro, cinema infantil, *Menino maluquinho*, poética

Abstract

This work focuses on children's films and aims to raise some of their thematic, aesthetic and commercial characteristics. To do so, takes as its starting point the poetics of cinema as defined by Bordwell (2007) and analyzes two Brazilian films: *The nutty boy – a film* (Hélcio Ratton, 1994) and *The nutty boy 2* (Fernando Meirelles and Fabrizia Alves Pinto, 1998).

Keywords: Brazilian cinema, children's films, *The nutty boy*, poetics

Sumário

Introdução.....	10
1 Configurações do cinema infantil.....	19
1.1 Algumas palavras sobre sua definição.....	19
1.1.1 Filme-família e filme infantil.....	21
1.1.2 Realizadores contra o rótulo “infantil”.....	24
1.1.3 Seria o cinema infantil um gênero cinematográfico?.....	25
1.1.4 Propondo uma definição de cinema infantil.....	27
1.2 O cinema hegemônico: estratégias e panorama do filme-família.....	29
1.2.1 Uma cultura internacional-popular “para todas as idades”.....	40
1.3 Um breve cenário do cinema infantil nacional das décadas de 1980 e 1990.....	43
2 Análise de características formais e temáticas de Menino maluquinho 1 e 2.....	51
2.1 Estabelecendo algumas balizas para análise.....	53
2.1.1 Narração, fábula, syuzhet, estilo.....	53
2.1.2 O “ponto de vista” em cinco eixos.....	54
2.2 Um resumo das fábulas dos filmes.....	57
2.2.1 Menino maluquinho – o filme.....	58
2.2.2 Menino maluquinho 2 – a aventura.....	60
2.3 A constituição do protagonista e as relações entre adultos e crianças.....	62
2.3.1 Distribuição dos núcleos de crianças e adultos.....	63
2.3.2 As crianças em relação aos adultos: decupagem, enquadramento, mise-en-scène.....	67
2.4 Imagens e sons subjetivos: a profundidade da cognoscibilidade.....	75
2.5 Linearidade e clareza da narrativa: esclarecendo e formando espectadores.....	79
2.6 Máquinas de enredar: trabalhando o ritmo até o final feliz.....	84
2.7 O humor no filme infantil.....	87
2.8 Marcas de estilo infantis.....	89
2.9 O tratamento de temas complexos.....	93
2.10 A canção-tema e o espírito da infância.....	94
3 Aspectos de produção e comercialização de Menino maluquinho.....	97
3.1 Uma franquia de autor.....	101
3.2 Nostalgia brasileira e referências internacionais-populares no Menino 1.....	107
3.3 Uma produção mineira de “qualidade”.....	113
3.4 De criança em criança.....	116
3.5 Novidades na distribuição de vídeo e o começo da sequência.....	120
3.6 Uma franquia de mídia à brasileira.....	122
3.7 A produção e as preocupações de Menino maluquinho 2 – a aventura.....	125
3.8 Uma aventura caipira.....	131
3.9 Lançamento de blockbuster.....	136
3.10 A recepção da imprensa e ansiedades sociais.....	140
Considerações finais.....	146
Referências bibliográficas.....	153
Referências filmográficas.....	163
I) Fichas técnicas dos filmes analisados.....	163
II) Filmes mencionados.....	164
APÊNDICE A - Estreias de filmes infantis brasileiros de longa-metragem: ano e público, 1953-2000.....	170
APÊNDICE B – Entrevista com o produtor Tarcisio Vidigal.....	175

Introdução

No campo dos estudos cinematográficos brasileiros, filmes infantis produzidos no país poucas vezes foram tema de pesquisa. Em obras sobre a história do cinema brasileiro e seus recortes, são pouco mencionados, sem tratamento aprofundado¹. Recebem parca ou nenhuma atenção em trabalhos sobre períodos relativamente bastante abordados, como é o caso da chamada Retomada do cinema brasileiro, a despeito de constituírem nela um veio significativo². Nas revistas dedicadas à crítica do cinema, esparsas vezes são objeto de resenhas³. Nos cursos universitários de cinema, filmes infantis são pouco apresentados aos alunos. Essas obras não costumam, enfim, fazer parte dos cânones da historiografia tradicional da produção cinematográfica nacional.

As razões são diversas. No âmbito da produção cinematográfica brasileira, filmes para crianças parecem desfrutar de menor prestígio, o que explica em parte a pequena quantidade de títulos produzidos em comparação com o número de obras voltadas para o público adulto⁴. Jean-Claude Bernardet (1978, p. 162-163) havia notado uma certa desatenção dos cineastas brasileiros para com o público infantil: para ele, o cinema produzido para a infância no país era objeto de pouca reflexão, sendo boa parte dele encabeçado por cineastas-pais que

¹ A *Enciclopédia de cinema brasileiro*, obra de maior abrangência, é uma das exceções: apresenta um verbete sobre o filme infantil, escrito por Fatimarlei Lunardelli, e, no verbete sobre alguns diretores, cita a produção voltada à plateia infantil que eles porventura realizaram.

² Por exemplo, em Oricchio (2003), não há menção de um filme infantil do período. Em Caetano (2005), alguns são citados como exceção no panorama de produção da época pelo caráter assumidamente comercial, mas praticamente só aparecem na filmografia completa do período. Marson (2006) inclui no estudo alguns filmes do gênero com participação da Globo Filmes.

³ Cléber Eduardo e Eduardo Valente, colaboradores frequentes da *Revista Cinética* e da *Contracampo*, respectivamente, são dos raros críticos de revistas especializadas que eventualmente escrevem sobre estreias de filmes infantis nacionais.

⁴ João Batista Melo dos Santos (2004) fez um levantamento dos filmes de longa metragem infantis entre 1951 (data do primeiro longa-metragem infantil brasileiro) e 2003, chegando ao número de 74 títulos. Segundo seus cálculos, eles equivaleriam a aproximadamente 2% da produção total brasileira no período.

procuravam realizar um filme de qualidade, pensando em seus filhos.⁵ Em termos de empreendimento, Bernardet (1978) já apontava para o risco de se apostar numa faixa de público tão restrita, tornando o negócio ainda mais inseguro (p. 162). Ainda, filmes infantis em geral dão o mesmo trabalho para serem produzidos, mas não geram tanta visibilidade para sua equipe, não têm pré-estreias de frisson e tapete vermelho e são poucas vezes selecionados para os festivais de cinema não-infantis, o pouco glamour que resta à profissão no Brasil. O diminuído interesse da crítica cinematográfica por esse tipo de obra também explica, em parte, o desinteresse dos cineastas.

De forma geral, os filmes infantis desfrutam ainda de um status de “obra menor”. Talvez por se dirigirem a um público considerado inexperiente e imaturo e por geralmente apresentarem um caráter comercial mais explícito, não raro são vistos como objetos pouco atraentes para um estudo acadêmico, principalmente nos círculos que ainda privilegiam a alta cultura em detrimento da cultura popular.

No caso do cinema, essa separação se reflete numa oposição por vezes caricatural entre o chamado “cinema de autor” e o dito “cinema comercial”. Esse esquematismo, comum no meio cinematográfico, confere rótulos que escondem a própria natureza mista do cinema: uma arte industrial. Para Laurent Creton (1997), essa dicotomia é “dos mais frequentes e mais desastrosos tropismos da vulgata consagrada ao cinema. O elitismo de um lado é oposto à vulgaridade do outro num movimento duplo de desqualificação que não somente fere o espírito, mas obscurece o cinema por inteiro” (p. 41, tradução nossa). Apesar de ressonâncias dessa visão dicotômica ainda continuarem presentes em parte dos estudos cinematográficos, que tradicionalmente privilegiam análises do “filme de autor”, recentemente tem-se visto no campo de estudos cinematográficos brasileiros o crescimento de pesquisas sobre o tachado “cinema comercial”, e mesmo sobre filmes amadores voltados para o lazer trivial - e não apenas sob um prisma ideológico negativo. Este trabalho faz parte desse corpo de pesquisas e busca se aprofundar em um nicho pouco explorado até então no Brasil.

Há bons motivos para deter um olhar mais atento à produção infantil. Embora pequena, ela pode se constituir em importante material de estudo da história social e cinematográfica. Curiosamente, boa parte dos diretores dos filmes infantis brasileiros é estreante em longas-metragens: eles parecem ser considerados uma boa porta de entrada para o formato⁶. Pelo público a que se dirige, o filme infantil tem possivelmente um papel

⁵ Interessante notar que essa tendência apontada por Bernardet continua após a publicação de seu artigo. Eduardo Escorel, com *O cavaleiro azul* (1984) é um exemplo assumido de pai-cineasta, assim como Helvécio Rattón, com *A dança dos bonecos* (1986).

⁶ Geraldo Sarno, Helvécio Rattón, Fernando Meirelles, Cao Hamburger, Cecílio Neto, Toni Vanzolini, Michael Ruman, entre outros, estrearam na direção de longas-metragens em filmes infantis.

fundamental na formação de plateias para o cinema. Do ponto de vista comercial, o cinema voltado à infância é também um dos filões de maior sucesso no país, tendo conquistado algumas das maiores bilheterias da cinematografia brasileira. É bastante expressiva a quantidade de títulos, de 1970 a 2009, com mais de 1 milhão de espectadores⁷ – trata-se do gênero que mais possui filmes na lista, quase todos relacionados à Xuxa ou aos Trapalhões / Renato Aragão. Atualmente, títulos voltados para a infância continuam sendo produzidos⁸: João Guilherme Barone Reis e Silva (informação verbal)⁹ verificou o aumento percentual dessa produção entre 2000 e 2009, chegando a rondar 5% da produção anual, de modo que se faz pertinente uma reflexão sobre essas tentativas e seus antecessores. Por fim, do ponto de vista estético, há experiências interessantes que merecem ser ressaltadas. Em particular, acredito que o estudo sobre o cinema infantil pode contribuir para o desenvolvimento da teoria da narrativa e para a apreensão do filme como um projeto cinematográfico mais amplo.

É interessante ressaltar que, na área da teoria literária, a literatura infanto-juvenil também enfrentou – e ainda enfrenta – desafios para se firmar como um objeto de estudo amplamente reconhecido. Peter Hunt (2010) lembra que, no início da década de 1990, o campo ainda se encontrava em afirmação na academia. Passados vinte anos, embora esses estudos ainda sejam vistos com suspeita por alguns acadêmicos, consolidaram-se e multiplicaram-se as revistas acadêmicas dedicadas especificamente ao assunto¹⁰ e os cursos de literatura infanto-juvenil em nível universitário ao redor do mundo. Publicações de livros sobre crítica e teoria literária e literatura infanto-juvenil tornam-se cada vez mais frequentes.¹¹

⁷ Há 48 títulos infantis na lista (incluindo uma animação). As comédias seguem de perto com 46 títulos. (FILMES NACIONAIS COM MAIS..., tabela da Ancine.)

⁸ No momento da redação deste texto, estão em produção no país: *O menino no espelho* (Guilherme Fiúza), *Tainá 3* (Rosane Svartman), *Cuca no jardim* (Alê Abreu), *A floresta é nossa* (Paulo Munhoz), *Minhocas* (Paolo Conti, Arthur Nunes), *Tronix - a descoberta* (Nilton Cesar Magro), *Tarsilinha 3D* (Celia Catunda, Kiko Mistrorigo), *Peixonauta – um pequeno problema* (Celia Catunda, Kiko Mistrorigo), *Uma noite na biblioteca* (Diego M. Doimo), *Nautilus* (Rodrigo Gava, Clewerson Saremba e Eduardo Campos), *Historietas assombradas* (Victor Hugo Borges), *Bruxaria 3D* (Virginia Curia), *Bugigangue no espaço* (Ale McHaddo e Melina Manasseh) e *As aventuras do avião vermelho* (José Maria e Frederico Pinto). De todos, apenas os dois primeiros títulos não usam animação como técnica principal. Ainda poderíamos citar uma nova adaptação cinematográfica de *Meu pé de laranja lima* (Marcos Bernstein), porém é provável que o filme não seja lançado tendo em vista o público infantil primordialmente.

⁹ Em comunicação intitulada *Cinema brasileiro nos anos 2000: desempenho e crise no mercado de salas*, apresentada no XIV Encontro Socine, em 2010.

¹⁰ Podemos citar as revistas *The lion and the unicorn* (1977-), *Children's Literature Association Quarterly* (1976 -), *The looking glass* (Toronto, 1997-), *Books for keeps* (London, 1980 -), *Canadian Children's Literature* (Winnipeg, 1975 -), *The journal of children's literature studies* (Lichfield, 2005 -), *Cuardenos de literatura infantil y juvenil* (Barcelona, 1988 -), *Les Cahiers Robinson* (Artois, 1997 -), *Bookbird* (Basel, 1963 -), entre outras.

¹¹ Recentemente, a Cosac Naif lançou no Brasil dois livros sobre teoria da literatura infanto-juvenil: de Hunt (2010) e de Scott e Nikolajeva (2011). No exterior, percebemos um movimento editorial significativo em torno do tema: Nodelman publicou em 2008 *The hidden adult*, Mallan e Bradford (2011) lançaram pela Palgrave Macmillan uma coletânea de artigos sobre teoria na literatura e cinema infantis contemporâneos. No Brasil, as publicações de livros sobre o tema começam a ganhar volume no final da década de 1970 e

A pesquisa sobre a produção cultural para a infância começa a ganhar legitimidade, a começar pela literatura.

No país, filmes infantis têm tido maior aproximação de pesquisadores vinculados à área da educação, da psicologia infantil¹² ou da literatura comparada. Na área de educação, sobressaem-se estudos sobre a utilização do cinema no contexto pedagógico e sobre a recepção de obras audiovisuais por crianças. Estes estudos, no geral, trabalham com qualquer tipo de obra a que elas assistam, destinada especificamente para a infância ou não¹³. Bastante preocupados com as mensagens que essas obras transmitem, boa parte das pesquisas da área trabalha a questão da representação de gênero ou de classe social no âmbito dos estudos culturais e/ou da escola de Frankfurt¹⁴. No campo específico do cinema infantil, produções da Walt Disney são dos objetos mais analisados. Há ainda algumas pesquisas vinculadas a departamentos de literatura comparada ou de comunicação que abordam a adaptação de livros ou peças infantis para cinema¹⁵.

No âmbito dos estudos sobre arte e comunicação, a televisão voltada para o público infantil tem recebido mais atenção que o cinema. Há alguns estudos transversais, que privilegiam também a análise temática, como a tese de doutorado de Ariane Porto Rimoli (2005), sobre as mensagens ambientais em produtos audiovisuais infantis. Alguns livros voltados para a produção cultural para crianças incluem um capítulo sobre cinema infantil, como é o caso do texto de Luiz Carlos Merten na coletânea organizada por Regina Zilberman (1982). Na área de comunicação, pode-se destacar ainda o Laboratório de Pesquisa sobre Infância, Imaginário e Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (Lapic – USP), que investiga a relação entre imaginário infantil e mídias, principalmente a televisão.

continuam aumentando, com autores como Marisa Lajolo, Nelly Novaes Coelho, Vânia Resende, Regina Yolanda, Fúlvia Rosemberg, Edmir Perrotti, Regina Zilberman, entre outros.

¹² Neste ramo, destaca-se um dos únicos livros brasileiros voltados para o tema, *Infância, Cinema e Sociedade*, organizado por Claudia Castro e Solange Jobim Souza em 1997, que, por meio de artigos e ensaios curtos de psicólogos, educadores ou artistas sobre alguns filmes infantis nacionais e estrangeiros, aborda temas como a relação entre criança e mídia e o estímulo que esta oferece ao consumo de bens e marcas.

¹³ Podemos destacar nessa vertente grupos de pesquisa como o Ateliê Aurora, coordenado por Gilka Girardello, da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Santa Catarina, que enfoca a relação entre mídia e imaginário infantil.

¹⁴ Um exemplo é a tese de doutorado de Ruth Sabat (2003), que analisa alguns filmes da Disney de modo a verificar alguns padrões nas histórias que produzem a reiteração da heteronormatividade.

¹⁵ É o caso da dissertação de mestrado de Leticia Gribel Junqueira, *O menino maluquinho: diálogo entre os textos de Ziraldo e Raton*, de 2004, com ênfase na construção do personagem principal dos dois textos. E a de Cristina Antonelli, publicada em 2006 com Elêusis Camocardi, sob o título *Interfaces midiáticas: do teatro ao cinema em O cavaleiro azul, de Maria Clara Machado*, que associam o filme e a peça à estrutura do conto fantástico.

No campo dos estudos cinematográficos, uma das primeiras publicações¹⁶ mais específicas dedicada ao tema no Brasil é *Cinema e infância*, de Ilka Brunilde Laurito (1962), que coordenava na década de 1960 o Cineclubinho, projeto de difusão da Seção Infanto-Juvenil da Cinemateca Brasileira (CORREA JÚNIOR, 2010). O livro é basicamente um amplo apanhado da bibliografia mundial sobre o tema, com breves comentários da autora sobre cada obra. Décadas mais tarde, com foco no cinema nacional, houve textos que analisaram mais de perto a produção do grupo dos Trapalhões: José Mario Ortiz Ramos (2004) dedicou um longo capítulo à análise da produção da trupe, realizando uma divisão temática dos filmes, e Fatimarlei Lunardelli em 1996 publicou sua dissertação de mestrado sobre o cinema do grupo, oferecendo, entre outras contribuições, uma análise do humor produzido. Rogério Ferraraz (2010), em parceria com Paulo Cunha, analisou alguns aspectos formais e mercadológicos de *Os saltimbancos trapalhões* e mantém pesquisa sobre traços do fantástico nas obras.

Em 2004 surgiu uma obra de maior fôlego dedicada a filmes infantis brasileiros. Foi defendida no Instituto de Artes da Unicamp a dissertação de mestrado de João Batista Melo dos Santos, *A tela angelical: infância, literatura, mídia e cinema infantil*, publicada em livro no final de 2011¹⁷. Nela, Santos fez uma boa revisão da literatura sobre o tema, constatando a falta de referências no país sobre filmes infantis nacionais e a escassez de livros sobre cinema infantil no exterior¹⁸. Outra importante contribuição da pesquisa é o levantamento de títulos de longa metragem infantis produzidos no Brasil de 1952 a 2003, ainda que de forma incompleta¹⁹, e a apresentação de um resumo e uma breve análise dos filmes aos quais o autor teve acesso.

Pretende-se, com este trabalho, aprofundar a discussão sobre o cinema infantil brasileiro por meio de estudos de casos. Buscando apreender as obras como um projeto cinematográfico mais amplo, o objetivo é destacar alguns aspectos estilísticos, temáticos e

¹⁶ Aqui não considero os artigos curtos.

¹⁷ O livro traz algumas pequenas inclusões com relação à dissertação de mestrado que o originou. Cabe notar que o livro foi assinado com um último sobrenome diferente: Melo. Portanto, Melo (2011) e Santos (2004) referem-se ao mesmo autor e praticamente ao mesmo trabalho, mas publicado de formas diferentes.

¹⁸ Dada a revisão da literatura feita por Santos, expus anteriormente apenas um apanhado breve de obras sobre o tema que merecem destaque, acrescentando algumas observações de obras mais recentes e os estudos de literatura comparada, a que Santos não alude.

¹⁹ Nessa relação de 2004, o autor não menciona nem discute pelo menos treze filmes que poderiam ser considerados para o público infantil e familiar: *No tempo dos bravos* (Wilson Silva, 1965), *Costinha, o rei da selva* (Alcino Diniz, 1976), *Costinha e o King Mong* (Alcino Diniz, 1976), *Vai à luta* (Tato Taborna, 1980), *O incrível monstro trapalhão* (Adriano Stuart, 1981), *Atrapalhando a Suate* (1983), *A turma da Mônica em O bicho papão e outras histórias* (Maurício de Sousa, 1987), *Inspetor Faustão e o Mallandro: a missão (primeira e única)* (Mário Marcio Bandarra, 1991), *Uma aventura do Zico* (Antônio Carlos de Fontoura, 1998), *O Trapalhão e a luz azul* (Paulo Aragão e Alexandre Boury, 1999), *Gaicho Negro* (Jessel Buss, 1991), *Os três zuretas* (A. S. Cecílio Neto, 2000).

comerciais que estes projetos cinematográficos apresentam, de forma a compreender suas estratégias para atingir o público infantil – e o adulto - num mercado dominado praticamente pelo produto hollywoodiano.

Os filmes escolhidos para análise foram produzidos no período conhecido como a Retomada do cinema brasileiro: *Menino maluquinho – o filme*, dirigido por Helvécio Ratton e lançado em 1995, e *Menino maluquinho 2 – a aventura*, dirigido pela dupla Fernando Meirelles e Fabrizia Alves Pinto, distribuído comercialmente em 1998.

Experiências que se destacam fora do universo cine-televisivo de Xuxa e Trapalhões, os dois objetos de estudo conseguiram uma bilheteria expressiva e foram o terceiro filme brasileiro mais visto no circuito no ano de sua estreia, numa época bastante difícil para o cinema brasileiro. Contaram também com boa recepção da imprensa. Já numa primeira visada, percebe-se que os dois filmes, que têm diretores diferentes, apresentam variedades estéticas marcantes – o que é fecundo para o levantamento de suas estratégias narrativas. É ainda um projeto interessante para verificar a atuação do produtor, profissional que costuma ter uma participação fundamental em muitas produções infantis. No caso de *Maluquinho*, Tarcisio Vidigal, diretor do Grupo Novo de Cinema e TV, foi quem idealizou primeiramente o projeto.

André Gatti (2005), na tese de doutorado sobre a distribuição e exibição do cinema brasileiro de 1993 a 2003, considera que *Menino maluquinho* merece destaque no contexto da época. Para o autor, “foi um projeto que certamente passou por um processo de elaboração muito apurado. Esta apuração de produção foi um processo razoavelmente complexo que integra o início da retomada do cinema brasileiro sob um espectro mais industrial e menos autoral” (p. 188). Gatti sugere ainda que *Menino maluquinho 2* “merece um estudo especial, pois o seu acabamento, a sua finalização, foi bastante superior ao original, além do fato de que contou com um orçamento expressivo” (GATTI, 2005, p. 203). Portanto, analisar o projeto de *Menino maluquinho* também contribuirá para delinear alguns traços do caráter industrial e autoral de filmes da Retomada.

Este trabalho adota princípios da poética do cinema para analisar, dentro do contexto de práticas do meio cinematográfico brasileiro, os materiais e formas que os filmes oferecem. Daí, tentaremos observar alguns padrões que os recursos das obras empregam e extrair princípios que as norteiam.

David Bordwell é um dos destacados adeptos da poética como método de trabalho na pesquisa do cinema. Para ele, a poética histórica possibilita o estudo de um estilo ou de um gênero ao longo do tempo, panorama que ajuda a compreender os recursos apresentados nos

filmes. A poética ainda permite ao pesquisador lançar mão de muitos instrumentos na análise dos filmes, como estudos dos recursos estilísticos e seus efeitos no espectador, estudos da produção e recepção da obra:

(...) o pesquisador que trabalha com poética começa a partir dos pressupostos concretos incorporados no ofício do cineasta. Por vezes, estes são claramente articulados pelos profissionais, outras vezes eles devem ser inferidos a partir do produto e do modo de produção. Quem trabalha com a poética tem como objetivo analisar os fatores conceituais e empíricos - normas, tradições, hábitos - que governam uma prática e seus produtos. (BORDWELL, 1989, p. 269, tradução nossa)

A poética de Bordwell propõe foco principal na construção filmica e em seus efeitos. As outras informações suscitadas são relevantes na medida em que auxiliam a compreensão sobre a forma. No entanto, propomos aqui uma abordagem um pouco mais abrangente, incluindo também a questão da comercialização, que nos filmes infantis – e principalmente nos brasileiros - é não só importante para sua caracterização, mas também um processo essencial para a fruição dos espectadores infantis ou adultos.

Alguns autores consideram que a instância narrativa de um filme inclui, além das funções narrativas propriamente ditas, toda a situação de produção da obra, o que vai ao encontro dos propósitos deste trabalho. É o caso de Marc Vernet, que afirma:

Esse lugar abstrato que é a instância narrativa, e do qual o narrador faz parte, agrupa, portanto, ao mesmo tempo, as funções narrativas dos colaboradores, mas também a situação na qual essas funções vão se exercer. Essa situação abrange, para a instância narrativa 'real' [...], tanto os dados orçamentários, o período social em que o filme é produzido e o conjunto da linguagem cinematográfica quanto o gênero da narrativa, na medida em que impõe algumas escolhas e proíbe outras [...], e até o próprio filme, na medida em que age como sistema, como estrutura que impõe uma forma aos elementos nela compreendidos. (VERNET, 1995, p. 112)

Levando em consideração essa instância narrativa ampliada, tomaremos como guia um programa de pesquisa que David Bordwell propõe, composto por seis itens de investigação que se interrelacionam (BORDWELL, 2007, p. 24-44):

- a) as particularidades: os detalhes de construção do filme;
- b) os padrões: o modo muitas vezes regrado com que esses detalhes se organizam;
- c) os propósitos: os efeitos/ significados desejados com esses padrões;
- d) os princípios: convenções que podem ser observadas nos padrões que se repetem ao longo dos filmes;
- e) as práticas: as atividades ou normas que podem ter dimensão institucional, nas quais o cineasta se movimenta;
- f) o processamento: a recepção do filme pelo espectador, os efeitos causados pela obra.

Esta dissertação se concentra principalmente nos cinco primeiros itens de investigação, mais próximos à construção das obras, de modo a inferir alguns elementos específicos que elas propõem a seu público. Verificando os padrões de construção pela recorrência de particularidades, extrairemos princípios que estariam regendo esses filmes infantis brasileiros. Buscaremos explicar esses princípios com base nos propósitos dos realizadores e nas práticas recorrentes do meio cinematográfico. E investigaremos reações da imprensa a alguns efeitos pretendidos e práticas empregadas, de forma a incluir, ainda que tangencialmente, o sexto item de investigação: o processamento dos filmes pelos espectadores.

As aproximações e divergências temáticas, estilísticas e nas práticas de produção e comercialização dos dois filmes selecionados serão bastante propícias para verificar a diversidade e repetição de elementos nesses projetos do cinema infantil brasileiro, de modo a contribuir para o início da construção de uma poética histórica do filão.

Cabe ainda uma última observação sobre a influência que este trabalho recebeu de algumas obras sobre a teoria literária que se debruçam sobre a literatura infantil. Não se pretende fazer uma transposição ou adaptação da teoria literária para o cinema, uma vez que essas tentativas muitas vezes sofrem de um esquematismo redutor ou inapropriado, que não reconhecem as particularidades e possível independência do cinema em relação a outras linguagens. A ideia é, quando pertinente, mencionar alguns pontos de análises de posturas e estratégias narrativas da literatura infantil que teriam ressonância no cinema infantil. Temas recorrentes, por exemplo, são um possível ponto de encontro, até porque os filmes são muitas vezes adaptações de obras literárias ou tomam-nas como inspiração. Tanto boa parte da literatura quanto do cinema infantil compartilham o fato de serem produzidos por adultos, tendo em mente um público composto por crianças, construindo um local de enunciação que por vezes gera algumas implicações e estratégias similares para dialogar com o público. Ganham destaque aqui os trabalhos de Perry Nodelman e de Maria Nikolajeva. O primeiro se propôs a defender a literatura infantil como um gênero com base na análise de seis obras infantis. A segunda apresenta abordagens profícuas para a pesquisa na literatura infantil, especialmente a teoria da narrativa.

O capítulo 1 deste trabalho oferecerá alguns fundamentos que servirão de ponto de partida e pano de fundo para os próximos textos, baseando-se principalmente na literatura existente a respeito de filmes infantis. Ele iniciará com uma discussão sobre uma possível definição de cinema infantil, tema que ainda está em aberto na bibliografia consultada. Em seguida, o texto esboçará um panorama do cinema infantil no qual os projetos analisados se

desenrolam, concentrando-se nas décadas de 1980 e 1990 e dando especial atenção à forte influência da cinematografia dominante.

O capítulo 2 se concentrará sobre a análise estética e temática de *Menino maluquinho 1* e *2*, comparando-os. Pretende-se entender como a narração dos filmes estabelece o fluxo de imagens e sons para apresentá-lo ao público infantil e aos adultos acompanhantes. Serão verificadas as particularidades dos filmes, seus padrões de construção e possíveis propósitos, tentando elencar e explicar recursos temáticos e estilísticos recorrentes e divergentes.

Como a poética não define um método de análise ou arcabouço conceitual fixo, este capítulo inicia-se estabelecendo algumas balizas para o trabalho com base sobretudo em Bordwell (1985). Eventualmente, para comprovar ou explicar algumas observações, serão utilizados alguns depoimentos da equipe sobre a construção da obra.

No capítulo 3, são colocadas em relevo algumas práticas e discursos de produção e comercialização, buscando entender a visão e estratégia do produtor e dos realizadores sobre o direcionamento dos filmes ao público. A recepção da imprensa a esses aspectos também é analisada.

Uma das questões analisadas no capítulo é o apelo a elementos que seriam considerados nacionais e legitimamente artísticos nos filmes como estratégia para enfrentar a concorrência nacional e estrangeira. Uma das referências para esta análise é a obra de Renato Ortiz (1985, 1989), que levanta algumas construções ideológicas sobre a identidade nacional, edificadas e usadas por intelectuais e artistas brasileiros. Foi também realizada uma entrevista com Tarcisio Vidigal, importante fonte de consulta para o mapeamento de algumas práticas de produção. Contamos também com alguns dados incompletos fornecidos pela RioFilme, que distribuiu os dois filmes no circuito comercial de salas de cinema. Com relação à crítica jornalística, nossas maiores fontes foram os jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, *Jornal da Tarde* e *Jornal do Brasil*, arquivados em recortes na Cinemateca Brasileira.

Por fim, as considerações finais concluem esta dissertação.

1 Configurações do cinema infantil

1.1 Algumas palavras sobre sua definição

Como as definições servem a um propósito, é natural que existam muitas acepções sobre o que vem a ser o filme infantil. Trata-se, no entanto, de uma expressão especialmente escorregadia, que remete a tipos variados de obras, com muitas nuances. Não é à toa que a questão muitas vezes está mal resolvida na literatura estudada, na qual se percebem algumas seleções confusas de objetos de estudo e recortes um pouco incoerentes.

O livro *Children's films*, de Wojcik-Andrews (2000), por exemplo, não estabelece uma única definição e acaba incluindo na categoria filmes muito distintos, como *Pixote* (Hector Babenco, 1981), *Toy story* (John Lasseter, 1995) e *O exterminador do futuro* (James Cameron, 1984), o que enfraquece algumas análises. Ele considera filmes infantis tanto (1) aqueles protagonizados por crianças, quanto (2) os que se dirigem prioritariamente às crianças, quanto (3) aqueles inicialmente dirigidos a adultos, mas que foram vistos por muitas crianças. Ao longo do livro, dependendo da análise proposta, o autor acaba recorrendo a exemplos de cada um desses diferentes grupos.

Vale desenvolver mais as categorias apontadas por Wojcik-Andrews. Uma concepção de filme infantil poderia remeter às obras que são protagonizadas por crianças ou àquelas em que elas atuam em um papel importante. O espectro que resulta dessa definição é muito amplo, encaixando-se na categoria tanto filmes efetivamente destinados às crianças quanto os voltados para o público adulto, como *O exorcista* (William Friedkin, 1973) ou *Fanny e Alexander* (Ingmar Bergman, 1982), que poderia ser considerado um exemplar de filme sobre a infância. Essa abordagem talvez seja mais comum na literatura anglo-saxã, uma vez que a expressão *children's films* quer dizer, literalmente, filmes de crianças, abrindo um caminho maior para essa acepção. Pesquisas que buscam analisar a representação da infância no cinema acabam usando frequentemente o termo.

Outra definição possível seria encarar o filme infantil como uma obra realizada por crianças. Esses filmes não são tão escassos quanto podem parecer à primeira vista. Há alguns projetos que envolvem escola e cinema ao redor do mundo, e que sensibilizam as crianças para a linguagem audiovisual, promovendo por vezes a realização de filmes curtos. No Brasil, atualmente há algumas iniciativas com o exercício do Minuto Lumière, criado por Alain

Bergala (2006) e experimentado no país por professores do Rio de Janeiro, entre outras cidades²⁰. Há curtas-metragens que são fruto de oficinas dirigidas à infância, nas quais comumente se ensina a técnica de animação em *stop-motion*. Alguns desses filmes chegam a participar de mostras especializadas ou paralelas. Na 16a. edição do Festival Brasileiro de Cinema Universitário (2011), por exemplo, foram programados alguns minutos Lumière realizados por alunos da rede municipal do Rio de Janeiro²¹. A Mostra Mirim de Minuto Lumière, com curtas de outras cidades do Brasil e do mundo, tem acontecido anualmente no Museu de Arte Moderna (RJ) desde 2008. No entanto, a visibilidade desses filmes ainda é bastante restrita.

Outros consideram que filmes infantis seriam aqueles vistos por crianças. O espectro dessa classificação também seria bastante amplo, uma vez que os infantes obviamente assistem a muitos produtos audiovisuais que não os reputam como público-alvo principal. Nesse sentido, alguns pesquisadores chegam a duvidar da existência de um filme infantil. O italiano Carlo Tagliaube afirma que este seria um “conceito um pouco falso”, uma vez que “as crianças podem ver um pouco de tudo” e efetivamente o fazem. Segundo ele, não existe o “*film per ragazzi*”, o filme para crianças e adolescentes (FANTIN, 2006, p. 216).

Por fim, o filme infantil pode ser considerado como um produto audiovisual realizado com o intuito de ser visto especialmente por crianças: o critério seria então a intencionalidade da ponta produtora. Esse recorte tampouco ficou sem contestações e possui algumas nuances que necessitam ser exploradas.

João Batista Melo dos Santos é um dos autores que problematiza essa noção de cinema infantil.

Mas, afinal, o que é o filme infantil? A princípio, vale a definição óbvia: trata-se daquela obra destinada ao segmento de público que se encontra na faixa etária conceituada como sendo a infância. No entanto, as mudanças vertiginosas das práticas sociais que vêm acontecendo nas últimas décadas têm tornado maleável esse tipo de definição. As crianças não veem mais, necessariamente, apenas os filmes caracterizados como próprios para sua idade, podendo ter acesso a qualquer tipo de produção através de tecnologias como o vídeo, a TV ou o DVD. Dessa forma, caracterizar um filme infantil pode ser uma proposta quase impossível de ser realizada. (SANTOS, 2004, p. 45)

Neste trecho, o autor propõe primeiramente o entendimento da classificação com base na intenção de realizadores ou distribuidores: quando eles têm as crianças como público-alvo principal, o filme é infantil. Em seguida, contrapõe essa asserção, porém com um critério

²⁰ O projeto de extensão CINEAD - Cinema para Aprender e Desaprender, coordenado por uma equipe da UFRJ, tem sido um dos divulgadores do ensino de cinema nas escolas, realizando oficinas com professores preferencialmente da rede pública. Para mais informações, ver: <<http://www.cinead.org/extensao.html>>. Acesso em: 7 ago. 2011.

²¹ Ver a programação do festival em: <<http://fbcu.com.br/programacao/filme/690/>>. Acesso em: 7 ago. 2011.

diferente: o da recepção, na mesma linha de raciocínio de Tagliaube. Ora, o fato de crianças consumirem outros produtos que não os exclusivamente voltados para elas não invalida o entendimento do cinema infantil a partir das intenções da ponta produtora. E como o próprio Santos (2004) em outro momento de sua dissertação, muito antes das mencionadas “mudanças vertiginosas”, crianças já assistiam a filmes não destinados propriamente para sua faixa etária.

Muito mais interessante é questionar, nessa acepção, qual o espectro de audiência que seus realizadores desejam alcançar. O que significaria destinar um filme *principalmente* às crianças? Existiria um percentual máximo de adultos a que um filme infantil estaria permitido a almejar?

A maioria dos filmes que se destina à infância se preocupa também com a audiência adulta, em maior ou menor grau. Devido a alguns fatores como o crescimento dos centros urbanos, o quase desaparecimento das salas de bairro, a violência das ruas e os cuidados que costumam cercar crianças de classe média a alta, os infantes raramente vão ao cinema desacompanhados por adultos. Ir ao cinema é há algum tempo um programa para famílias, para jovens e para adultos. José Monleón, em 1967, já falava sobre essa convicção do produtor de cinema infantil.

A criança, por si mesma, não vai ao cinema. O produtor sabe que seus filmes infantis têm de convencer, sobretudo, aos pais. Têm de ser, portanto, filmes que respondam perfeitamente à ideia que esses pais têm sobre o que convém à infância. Coisa que seria lógica se tais ideias fossem vivas, abertas, em evolução, atentas à autocrítica, mas que, tal como andam as coisas, conduzem a um cinema de “*clichés*”, no qual o infantil fica definido por uns poucos tópicos. O sonho de um produtor de cinema infantil é fazer um filme que agrade muito mais aos pais, posto que são eles que levam ao cinema todos os filhos. (MONLEÓN, 1967, p. 60, tradução nossa)

É com base nessa questão de atrair os pais para a assistir à fita que os ingleses Bazalgette e Staples (1995) propuseram uma divisão entre o que chamam de filme infantil e de filme-família.

1.1.1 Filme-família e filme infantil

Bazalgette e Staples (1995) estabeleceram uma diferenciação entre a maioria dos filmes norte-americanos e dos europeus que buscam atrair o público infanto-juvenil. Enquanto estes últimos realizariam filmes voltados mais especificamente para crianças, aqueles fariam obras voltadas para toda a família: atraentes para crianças, mas para adultos

também. Logo, de acordo com os autores, os europeus, em sua maioria, fariam filmes infantis (*children's films*). Já os americanos, filmes-família (*family films*). Desta categoria, um exemplo emblemático seria a comédia *Querida, encolhi as crianças* (Joe Johnston, 1989), filme que estampa já no título a busca por uma plateia multietária. O que parece estar em pauta é mais um modelo de produção que a nacionalidade das fitas, que os autores usam como um caracterizador que remete ao local de origem das concepções.

Seu artigo teve uma certa repercussão nas produções sobre o tema e o termo *family film* foi empregado por outros acadêmicos²². Embora em português a tradução em geral seja “filmes familiares” ou “filmes para família”, neste trabalho, proponho a tradução “filme-família” para designar o tipo de produção a que Bazalgette e Staples se referem. Creio que a expressão “filme-família” é mais fiel ao espírito do termo original, além de fazer uma alusão à expressão “tamanho-família”, adequada para o contexto das grandes produções que povoam o filão. Noel Brown (2010) notou que a denominação em si propõe uma imagem amistosa dos filmes, uma vez que “família” é, muitas vezes, uma metonímia da plateia multietária global. Não só isso, a expressão potencialmente revela um viés ideológico e econômico pelo qual os produtores de Hollywood operam e por meio do qual consideram sua plateia. Tendo feito ressalvas, continuemos a utilizá-la.

Quais seriam as diferenças entre o filme infantil e o filme-família?

Para Bazalgette e Staples, cada um deles parte de uma tradição, contexto de produção e estratégias narrativas particulares e distintas. O filme infantil surgiria de uma preocupação comum, levantada exemplarmente pela revista *Sight and Sound* após uma conferência inglesa sobre o tema: a de “desenvolver métodos que possam em tempo levar à provisão de filmes infantis e cinemas infantis, assim como existem livros e bibliotecas infantis” (BAZALGETTE; STAPLES, 1995, p. 94). O filme-família, em oposição, não se especializaria em crianças, mas em adultos também.

A seleção do elenco é um dos critérios fundamentais de diferenciação para os autores. O filme-família escala crianças com um padrão de beleza hollywoodiano, rejeitando as que fogem dele. Os filmes infantis buscariam, em contrapartida, crianças mais “comuns”, com as quais os espectadores poderiam supostamente se identificar mais facilmente. Os filmes-família inserem ainda atores adultos famosos para atrair a audiência, e exploram-nos com enredos em que conflitos no relacionamento com crianças são retratados do ponto de vista do adulto.

²² Heather Addison (2000), João Batista Melo dos Santos (2004), Wojcik-Andrews (2000) são outros autores de estudos sobre filmes infantis que também utilizam o termo. Santos preferiu a tradução “filmes familiares”. Os três trabalhos citam Bazalgette e Staples.

O foco narrativo é outro aspecto utilizado para diferenciar os dois grupos. Os filmes infantis ofereceriam “principal ou inteiramente, um ponto de vista infantil. Eles lidam com os interesses, medos, apreensões e preocupações da criança em seus próprios termos” (BAZALGETTE; STAPLES, 1995, p. 96). Essa questão, contudo, fica um pouco vaga no artigo, embora os autores tentem mostrar algumas consequências de decupagem e de falas que seriam resultado desse pressuposto.

Para os autores ingleses, essas diferenças resultariam na facilidade em vender e produzir projetos de filme-família comercialmente, enquanto filmes infantis dependeriam de subsídio governamental e ficariam confinados ao mercado nacional, contando sempre, por isso, com baixos orçamentos, o que já faria parte de sua estética. Deve-se observar, entretanto, que o confinamento do filme ao mercado de origem não se deve apenas a algumas características restritivas dos projetos, mas a um processo complexo de estruturação da indústria cinematográfica pelo cinema dominante.

Como objetos de estudo de filmes infantis, os autores elegeram o dinamarquês *Mig og Mama Mia* (Erik Clausen, 1989) e o iraniano *Onde fica a casa do meu amigo?* (Abbas Kiarostami, 1987). No entanto, o filme de Kiarostami, apesar de construir o foco narrativo no menino, escalar para o protagonista um ator mirim que foge aos padrões de Hollywood e contar com um baixo orçamento, não foi realizado com alvo principal nas plateias infantis, ainda que pensassem assim os distribuidores procurados inicialmente (KIAROSTAMI; YSHAGHPOUR, 2004, p. 241). Sendo assim, a eleição do filme como infantil acaba contrariando um dos critérios dos próprios autores, questão que eles mesmos perceberam e que acaba enfraquecendo a sua argumentação.

A divisão que Bazalgette e Staples propuseram é válida sobretudo para constatar diferenças corriqueiras entre o cinema dominante e o cinema dito independente quanto a premissas e estratégias para dialogar com o público infanto-juvenil e/ou adulto. A diferenciação foi construída pela inferência ao se analisar um corpus de filmes de origens distintas. Entretanto, teoricamente, a distinção proposta não é tão forte. Se filmes com foco narrativo nas crianças escalarem pequenos galãs e atores famosos para os papéis adultos, deixariam então de ser considerados infantis e passariam a filmes-família? Se alargarmos o corpus, problemas surgem também. No artigo, os autores se propõem a trabalhar apenas com filmes de ação real, embora deixem claro que também há filmes-família animados. Como classificar, por exemplo, filmes com protagonistas animais?

Krämer, que estuda filmes-família hollywoodianos, atentou para o fato de que, dentro do grupo, existem algumas obras que são mais voltadas às crianças: “(...) tanto *Rei Leão*

quanto *E.T.* são efetivamente filmes infantis, uma categoria um tanto frouxa, ainda que facilmente identificável pelo apelo primeiro do filme às crianças, usualmente alcançado por protagonistas infantis ou animais.” (KRÄMER, 1998, p. 301, tradução nossa). Há outros filmes-família, em contrapartida, que são pautados na ação-aventura, não se centram na criança e não são primordialmente feitos para elas. É o caso, por exemplo, da franquia de *Indiana Jones*. Ao contrário do que sugeriram Bazalgette e Staples, para Krämer, o filme infantil e o filme-família não são categorias excludentes. Há filmes infantis que são também filmes-família.

Já Noel Brown (2010) tem uma concepção de filme-família mais ampla que a de Bazalgette e Staples e a de Peter Krämer. Para ele, filmes que acabam tendo como audiência residual as crianças também se encaixariam na categoria de filmes-família, como a franquia *James Bond*. Embora seja fato que crianças assistam a filmes de *007*, consideramos este recorte amplo demais. Incluí-los na categoria seria semelhante a considerar que todo filme a que uma criança assiste é infantil.

1.1.2 Realizadores contra o rótulo “infantil”

Para complicar o panorama, há realizadores, inclusive europeus, que não aceitam o rótulo de filme infantil por diversas razões, apesar de seus filmes serem considerados pelos espectadores como tais. Alguns demonstram preconceito, corroborando o fato de que filmes infantis são considerados obras menores mesmo entre realizadores. O canadense Roger Cantin, que tem filmes premiados em festivais internacionais de cinema infantil, é um deles:

“Eu faço filmes interpretados por crianças”, insiste ele em entrevista telefônica. “Mas o assunto não é infantil. Eu acho que não faço filmes simplistas. Nos Estados Unidos, não existe o cinema para crianças. *Jurassic Park* é cinema para crianças? Ninguém diz a Spielberg que ele faz filmes para crianças.” (PERRAULT, 2001, p. 18-19, tradução nossa)

Para Cantin, o filme infantil é por essência simplista. Parece entender quase como falta de respeito o fato de seus filmes serem classificados como tal, uma vez que, segundo sua visão (facilmente contestável, aliás), cineastas do porte de Spielberg não têm suas obras reputadas dessa maneira.

Já o diretor dinamarquês Jesper W. Nielsen, que “não quer que ninguém descreva seus filmes como infantis” (MICHELSEN, 2003, p. 10), é contra o rótulo porque acredita que excluiria os adultos como espectadores de seus filmes:

“É um absurdo fazer distinção entre filmes infantis e filmes para adultos”, diz ele. “A idéia de que os adultos devem apenas assistir a filmes sobre adultos é ridícula. É tão importante e interessante ver filmes sobre a infância - quem no mundo nos

enganou para pensar de outra forma? [...] A infância é o alicerce da vida adulta, mas há uma pretensão absolutamente terrível que determina haver menos prestígio em assistir a filmes cujos protagonistas são crianças." (MICHELSEN, 2003, p. 10, tradução nossa)

Ele também se preocupa com o baixo prestígio que filmes rotulados como infantis, ou apenas protagonizados por crianças, usufruem. Há, portanto, um interesse desses diretores em dialogar também com a plateia adulta. No entanto, esse interesse não advém tão somente da ampliação do mercado da fita, como ocorre com o filme-família hollywoodiano, mas de um anseio autoral de não restringir a comunicação apenas com a plateia infantil.

Nielsen não deseja fazer filmes infantis convencionais, também por isso rejeita o rótulo.

"Uma lacuna gigantesca separa a essência das crianças do ponto de vista que os adultos preferem ter sobre elas. Fazer filmes infantis confortáveis e fofos nunca me atraiu. Eu gosto de ultrapassar as marcas do permitido [...]. Infelizmente, os filmes infantis avant-garde, levemente loucos, de apelo limitado não são mais feitos porque não se dão bem nas bilheterias. Apesar de as crianças gostarem dos filmes mostrados em cineclubes e afins. Seria maravilhoso que mais filmes infantis de apelo limitado fossem feitos, especialmente porque as audiências futuras poderiam se acostumar a ver outra coisa além do *mainstream*." (MICHELSEN, 2003, p. 10, tradução nossa)

A esses filmes infantis de apelo limitado, Beate Völcker chamaria de filmes de arte. Ela divide a produção de cinema infantil em filmes de arte e *mainstream* (VÖLCKER, 2005 apud RÖSSLER et alii, 2009), sem contudo deixar de chamar os filmes de arte de infantis, como faria Nielsen, e tampouco deixando de classificar como infantis os filmes *mainstream*, como Bazalgette e Staples fariam. Para ela, os filmes de arte infantis são ambiciosos, lidam com tópicos difíceis e não são produzidos com o propósito de entreter apenas. Eles costumam ser mais experimentais e têm dificuldade em ser exibidos no circuito comercial (em especial nos multiplexes), conquistando maior espaço em festivais.

Logo, há filmes que são considerados infantis pela plateia, têm pretensões mais autorais e menos comerciais, são protagonizados por crianças, buscam também a plateia adulta, mas seus realizadores rejeitam o rótulo infantil. Essa configuração a princípio não cabe nas categorias estabelecidas por Bazalgette e Staples (1995).

1.1.3 Seria o cinema infantil um gênero cinematográfico?

Acrescentando mais uma fissura à visão de Bazalgette e Staples, para Ramiro Gómez Castro (2000), os dois filões que os autores propuseram residiriam igualmente em preocupações econômicas e conformariam, dessa maneira, um gênero econômico.

A intencionalidade, da perspectiva da produção, de agrupar determinadas películas em torno de um gênero, ao que se busca proteção, sobre o qual se divaga, se escreve, se organizam congressos e festivais ou encontros, incluindo a presente manifestação em que nos encontramos²³, é econômica. O cinema infantil fica assim convertido em um gênero econômico. O cinema infantil é um gênero econômico. Esta é uma conclusão que pode ser contrariada também com alguma clareza, a de que no cinema todos os gêneros são etiquetas de venda e, portanto, tudo o que ultrapassa o clássico de tragédia, drama e comédia é um gênero econômico. (CASTRO in GARCIA; TRIPERO, 2000, p. 258, tradução nossa)

Castro acredita que o filme infantil é resultado da aplicação de um regime de máxima concorrência pelos seus produtores, que buscam maximizar o número de espectadores atraindo grupos familiares ao cinema e, assim, aumentar a bilheteria. O próprio autor, contudo, reconheceu em seguida que a sua posição era facilmente contestável, o que faremos no próximo tópico.

Para conceituar o que viria a ser um gênero, recorreremos primeiramente a Rick Altman (2000). O autor entende que a divisão de gêneros persiste dentro da teoria cinematográfica por desempenhar simultaneamente múltiplas operações.

Os gêneros aportam fórmulas que regem a produção; os gêneros constituem as estruturas que definem cada um dos textos; as decisões de programação partem, antes de tudo, de critérios de gênero; a interpretação dos filmes de gênero depende diretamente das expectativas do público a respeito do gênero. (ALTMAN, 2000, p. 34, tradução nossa)

A constituição dos gêneros envolve as instâncias de produção, distribuição e recepção. Assim é também com os filmes infantis. O filão infantil é, sobretudo, fruto de uma prática social de produção, comercialização e consumo. Um acordo entre a ponta produtora, que pretende realizar e distribuir obras tendo como público-alvo as crianças, e a receptora, que entende e frui essas obras com a perspectiva de que são destinadas a e consumíveis por esse público. A classificação do infantil funciona como um conector entre essas e dentro de cada uma delas, dando aos participantes desse acordo expectativas semelhantes sobre uma determinada obra (ALTMAN, 2000). Nas locadoras de vídeo, por exemplo, é usual haver uma seção destinada aos títulos infantis.

Por outro lado, do ponto de vista da construção textual, existe uma variedade de estratégias utilizadas pelo cinema para se dirigir à infância, que incluem gêneros distintos como a comédia, o musical e a aventura. Por isso, os filmes infantis não formam um gênero como a crítica tradicional e estritamente definiria. Semelhanças temáticas e estruturais ainda são consideradas muito importantes para considerar um corpus de filmes como um gênero (BERRY-FLINT, 2004; ALTMAN, 2000).

Não obstante, parecem existir algumas práticas de comunicação ou construções

²³ O artigo citado é resultado de uma comunicação ocorrida no Congreso de Infancine (Cine e Infancia), na Espanha.

cinematográficas recorrentes entre várias obras destinadas à infância. Pode-se citar, por exemplo, a frequência com que os filmes infantis apresentam um mundo alternativo ao mundo comum do personagem, como o que se apresenta após o buraco do coelho em *Alice no País das Maravilhas*. (WOJCIK-ANDREWS, 2000, p. 10).

Essas construções comuns parecem surgir muitas vezes de convenções, mais do que fruto de reflexão profunda e pesquisa sobre o que seria mais adequado e estimulante a essa faixa etária. Parecem se constituir de princípios intuitivos criados pelos realizadores e práticas que passam a ser tradicionais num certo conjunto de filmes destinados à infância, após terem atingido supostamente sucesso em atrair público. Aqui ecoamos a afirmação de Monleón anteriormente citada, quando apontou que as ideias que produtores, diretores e pais têm da infância nem sempre são claras ou discutidas – as soluções são simplesmente replicadas.

É importante para a compreensão desse processo a consolidação de algumas normas e práticas pela cinematografia dominante. Não que esta seja a única referência para o filme infantil, mas, num veio que dialoga com muitas convenções, o fato de o cinema hegemônico ter muitas vezes o papel de sedimentá-las já justifica seu estudo.

Embora busque levantar algumas convenções temáticas ou de construção formal, esta dissertação não dará conta de analisar um corpus suficiente para chegar a uma definição sobre o entendimento do cinema infantil como um gênero. Não encontramos referências rigorosas que fizessem essa associação, apenas algumas afirmações mais livres, como a de Castro. Nesse sentido mais amplo, como um conector entre diversas instâncias, é possível falar de um gênero infantil, e é dessa maneira ampla que usaremos esses termos neste trabalho.

1.1.4 Propondo uma definição de cinema infantil

Como Castro afirmou, sem dúvida, uma boa parte do cinema que é feito para crianças tem fortes motivações econômicas. Entretanto, preferimos encarar aqui o cinema infantil de forma mais ampla. Diferentes tipos de filmes infantis surgem de preocupações diversas em relação ao espectador infante: econômicas, sim, mas também políticas, culturais, sociais, educativas, religiosas e artísticas.

Independentemente de quais sejam os principais motivos de sua realização, neste trabalho, considera-se filme infantil todo aquele que tem como público-alvo especial as crianças. Maneiras práticas de verificar essa intencionalidade da ponta produtora seriam observar o posicionamento do filme no mercado como filmes infantis ou para a família (como a classificação das distribuidoras), os discursos dos realizadores e/ou algumas características

dos filmes. Quando essa intencionalidade ocorre, geralmente, a fita também é vista pelo público como tendo sido realizada principalmente para as crianças ou para a família.

As crianças, em grandes grupos, participam de sessões de cinema escolares. Sós, consomem mídias domésticas: assistem à televisão ou a vídeos, jogam *videogames*, acessam a internet. Por isso, os produtos audiovisuais voltados estritamente à infância têm como meio de transmissão principal as mídias domésticas. Seria muito improvável, por exemplo, o lançamento de um filme dos Teletubbies²⁴ no circuito exibidor que mantivesse as características dos seus programas de televisão e vídeos. Poucos adultos gostariam de acompanhar crianças em uma hora e meia de projeção de bonecos com expressão invariável que falam como bebês, dançam, acenam e comem – com direito a *replays* seguidos de cenas curtas.

Logo, na maioria dos filmes que têm como público-alvo a infância, o apelo à plateia adulta existe em maior ou menor grau, e esse fator não é impeditivo para considerar um filme como infantil.

Neste trabalho, o filme-família é considerado um tipo específico de filme voltado para a audiência infantil ou familiar: é um produto do cinema dominante, que apresenta, como Bazalgette e Staples sugeriram, um modo de produção peculiar. Nem todo filme que busca uma audiência familiar, portanto, é um filme-família. Não o são, por exemplo, obras de baixo orçamento, que não priorizam o retorno comercial - ainda que sejam focadas num público mais familiar.

Dentro da categoria de filmes-família, entendemos que há obras mais direcionadas às crianças, outras mais voltadas a adultos e crianças, assim como Krämer. Boa parte das obras que são filme-família são também filmes infantis. Outras, porém, não são consideradas como filmes infantis por nós, especialmente aquelas que têm as crianças como um público coadjuvante, como a série *Indiana Jones*. Esse tipo de filme, embora tenha influenciado enredos infantis, fica para além do nosso recorte de filme infantil e encaixa-se exclusivamente no conceito de filme-família. As classificações normalmente têm de conviver com algumas zonas cinzentas, nas quais, dependendo da ótica do pesquisador, um filme poderia estar ou não dentro da categoria. Nesse caso, não é diferente, o que não invalida a delimitação em si.

Outros subconjuntos de filmes infantis poderiam ser igualmente arranjados de acordo com a necessidade do pesquisador, como os que Völcke propôs. Subgrupos temáticos podem ser interessantes, como filmes de esportes, filmes com animais. Ou relacionados à técnica, como filmes de ação real e animações. Enfim, é possível reorganizá-los de muitas formas. Na

²⁴ Programa de televisão produzido pela CBS entre 1997 a 2001 para crianças de 1 a 4 anos de idade.

figura 1, há um esquema que ilustra algumas possíveis subdivisões.

Não vamos aprofundar aqui a questão do conceito de infância. Ela foi amplamente debatida em inúmeros estudos sobre literatura infantil, educação, história, sociologia, psicologia e outros campos, tendo muitas vezes como referência principal um dos precursores da história da infância, Philippe Ariès (1981). Que a infância não é estanque, mas um construto social e histórico, e não só biológico, tomamos por certo. Neste trabalho, consideremos pragmaticamente a infância como a faixa que vai até aproximadamente 12 anos de idade, com características que podem mudar de acordo com seu período histórico, localização geográfica, classe social, entre outras variáveis. Vamos nos concentrar na criança que é retratada nos filmes e naquela que os filmes analisados supõem como espectadora. A visão dos realizadores e produtores de cinema sobre a infância, mais precisamente sobre as crianças que formam seu público, não necessariamente condirá com as crianças que encontraríamos nos cinemas, nas escolas, nas ruas. Apesar da extrema relevância, a discussão sobre essa possível diferença não cabe no escopo deste trabalho.

Figura 1 - O cinema infantil e possíveis subconjuntos

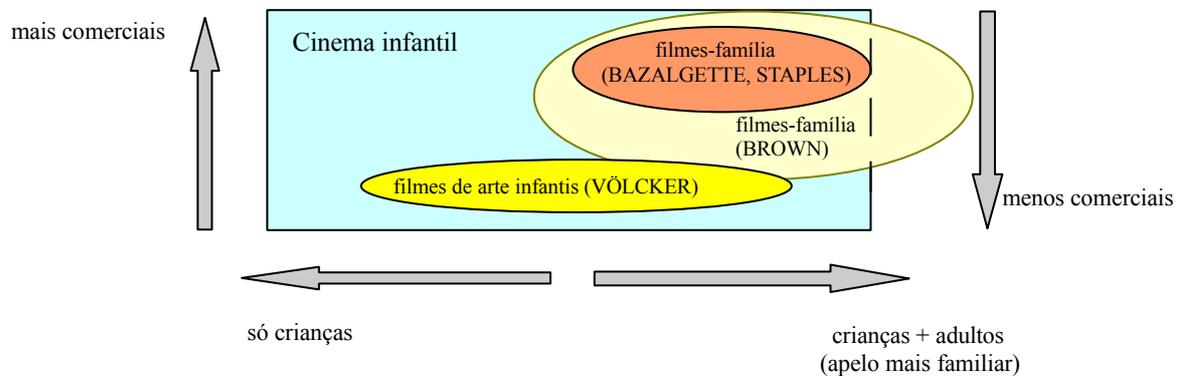


Fig. 1 - Esquema ilustrativo. O retângulo azul representa o cinema infantil, que pode conter subconjuntos os mais diversos, dependendo dos critérios utilizados. Como exemplo, adicionamos no eixo horizontal a especificidade do público-alvo dos filmes: são mais exclusivos para crianças ou pretendem também atingir muitos adultos? No eixo vertical, inserimos o grau de preocupação dos realizadores com o retorno comercial. O conceito de filme-família de Brown é mais amplo e envolve filmes que incluem as crianças como audiência residual. Por isso, ele extrapola o conjunto do cinema infantil. Elaboração própria.

1.2 O cinema hegemônico: estratégias e panorama do filme-família

Hoje não há como não constatar que os produtos voltados à infância são parte importante do mercado da indústria de mídia. Há inúmeros filmes, programas de TV, canais

de TV a cabo, sites da internet, propagandas, games, brinquedos e publicações que se destinam principalmente às crianças. Além de gerar abastados rendimentos, trata-se também de um nicho estratégico, visto que esses produtos influenciam a formação de um tipo de público e de um tipo de consumidor.

Como todo mercado, o dos produtos infantis não é natural. Para Laurent Creton, “o mercado não é dado, é construído. Construído pela representação que se faz dele. Construído pela ação dos agentes que afetam seu funcionamento e suas estruturas.” (CRETON, 1997, p.70, tradução nossa). De acordo com o autor, o mercado é um lugar comum, criado social e culturalmente, com regras próprias. A frequência das famílias ao cinema e a criação de filmes-família é um exemplo de como o mercado foi se moldando pela atuação de vetores diversos: por um lado, os interesses das indústrias de entretenimento em arrebatar público; por outro, as dinâmicas urbanas e familiares. Entender melhor o filme-família é passo necessário para apreender uma das principais estratégias da indústria cinematográfica hegemônica, estratégia que se torna central no processo de mundialização do entretenimento.

Pode-se afirmar que, assim como o cinema hegemônico tenta excluir cinematografias alternativas do imaginário dos espectadores, pretendendo se firmar como a única noção possível de “cinema” (CRETON, 1997, p. 106), Hollywood busca apresentar a única forma possível de cinema para a família, tentando encarnar e definir a essência do que é o bom produto audiovisual para “todas as idades” e, assim, tomar a frente de todo um mercado que, muitas vezes, conforma-se à sua imagem.

É fato que filmes-família foram responsáveis por boa parte das maiores bilheterias de Hollywood de todos os tempos. Baseando-se em dados do site Box Office Mojo, entre as vinte maiores até 19/01/2011, apenas *Titanic* (James Cameron, 1999) e *Batman: o cavaleiro das trevas* (Christopher Nolan, 2008) não se encaixam na categoria²⁵. Figuravam a lista filmes como *Avatar* (James Cameron, 2009), dois títulos da franquia *Senhor dos anéis*, *Toy Story 3* (Lee Unkrich, 2010), *Alice no País das Maravilhas* (Tim Burton, 2010), *Rei leão* (Roger Allers, 1994) e cinco *Harry Potter*'s.

Alguns dos agentes principais da conformação desse mercado de cinema são os estúdios de Hollywood, atualmente alocados em grandes conglomerados de mídia. A Walt Disney Company tem um papel proeminente na criação desse mercado. Em 1937, lança seu primeiro longa-metragem com foco nas crianças e sua família: *Branca de Neve e os sete anões* (David Hand). Valendo-se da adaptação de um conto de fadas popular (rica fonte de

²⁵ Dados de “All time box office: worldwide grosses”. Disponível em: <<http://www.boxofficemojo.com/alltime/world/>>. Acesso em: 19 jan. 2011.

inspiração para filmes infantis), com alta qualidade em sua animação, o filme almejava também conquistar uma plateia mais ampla. As inovações técnicas são normalmente um atrativo da indústria do cinema para alcançar crianças e adultos. Além disso, Disney investe numa prática que, se não inaugurou, ajudou a consolidar definitivamente em Hollywood: a venda de produtos licenciados relacionados aos personagens do filme, seu enredo e cenários. Essa prática acaba se disseminando em inúmeros projetos voltados para a infância.

Não só a uma prática de comercialização, o público também foi acostumado pela cinematografia dominante a alguns padrões estéticos. Algumas formas genéricas têm sido recorrentemente exploradas em filmes para crianças, constituindo-se uma das estratégias de comunicação de realizadores adultos para alcançar as crianças de seu público. Douglas Street (1982), em seu ensaio *Movies kids like*, chama atenção para as “aventuras de fantasia de super-heróis, altamente visuais, embaladas com ação” (p. 12) como um dos preferidos dos infantes. Peter Krämer (1998) destaca uma tendência predominante entre os *blockbusters* de Hollywood: os filmes-família de aventura. Wojcik-Andrews (2000) ressalta a fantasia e o musical, entre outras matrizes genéricas não tão clássicas assim, como os filmes de esportes (p. 161).

O musical é um gênero cinematográfico que Hollywood atrelou bastante aos infantes, tendo-os tanto como personagens quanto como espectadores. Um dos filmes-marco dessa tendência é sem dúvida *O mágico de Oz* (Victor Fleming, 1939), adaptação do livro infanto-juvenil de L. Frank Baum (1900). A MGM, investindo num musical fantástico de apelo familiar, esperava obter sucesso como o *Branca de Neve* de Disney. No entanto, o filme teve uma performance de bilheteria aquém da esperada no seu primeiro lançamento. Foi relançado em 1948-49, então angariando mais simpatia. Na década de 1950, a emissora de televisão CBS adquiriu os direitos e passou a exibi-lo a cada final de ano, tradição que perdurou algum tempo e que foi copiada por outras redes de televisão estrangeiras. Hoje, é um filme considerado clássico e adorado por muitos. Não é de se estranhar que a Walt Disney planeja lançar um prelúdio²⁶ do filme em 2013, dirigido por Sam Raimi: *Oz, the great and powerful*.

Os musicais combinam o movimento rítmico com um certo senso de realismo (ALTMAN, 1987, p. 106). Personagens, em determinada situação realista, podem acabar um diálogo e irromper a cantar e/ou dançar. Embora Altman não dê atenção específica aos musicais infantis (pelo contrário, ele exclui boa parte deles para que seu corpus de análise fique mais uniforme), o autor levanta algumas características que também podem ser

²⁶ Prelúdio é a palavra em português para *prequel*: uma sequência que apresenta história cronologicamente anterior à contada pelos filmes/episódios já lançados.

reconhecidas nestes. A presença de elementos fantásticos é uma delas. O desejo de um personagem que acaba se concretizando também é outro tema comum. Esse desejo é muitas vezes comunicado por meio de uma canção diegética, expressada pelos protagonistas. Altman afirma ainda que o musical (pelo menos aquele que pertence a seu corpus) possui um foco dual, uma vez que sua história é calcada num casal romântico. Ainda que filmes infantis muitas vezes não tenham foco no casal, é comum que o protagonista infantil acabe fazendo o papel de cupido para um par mais maduro (p. 104).

Nos musicais, fica evidente a busca pela sincronização entre movimento, música e ambientes, o que pode ser considerado uma das marcas dos produtos destinados à infância. A técnica de reforçar uma ação mimetizando seu ritmo por meio da música (ou vice-versa) foi tão fortemente utilizada pelos estúdios Disney que ficou conhecida como *mickey-mousing*. Efeitos sonoros não realistas muitas vezes marcam ações ou as comentam, conferindo um aspecto lúdico à montagem. A animação musical é um marco da Disney, cuja produção constante e ininterrupta começa apenas a partir do sucesso de *A pequena sereia* (Ron Clements, John Musker, 1989), depois de um período de filmes *live-action* e de *Tron* (Steven Liberger, 1982), que usa muita computação gráfica, uma novidade para época.

Esses filmes, investindo em algumas músicas de fácil memorização, geram invariavelmente um popular produto licenciado: o disco de trilha sonora. Mundos fantásticos também são bastante propícios para a exploração de personagens e enredos em outras mídias e produtos (THOMPSON, 2003).

Os filmes-família de aventura também se servem de fantasia com frequência. Krämer (1998) afirma que eles contêm uma alta quantidade de ação, são descolados de um ambiente doméstico, privilegiam a ficção científica ou oferecem uma representação da realidade bastante imaginária. O autor aponta para um marco do filme-família no final da década de 1970, que abre caminho para muitas produções com características similares: *Guerra nas estrelas* (George Lucas, 1977).

As décadas de 1950 e 1960 haviam presenciado uma diminuição do filme voltado para a família e uma crescente juvenilização da produção de Hollywood (DOHERTY, 1988; BUENO, 2005). Com a emergência da televisão e de um grande grupo de adolescentes consumidores, houve uma larga produção dos chamados *teenpics*.

A estratégia inicial na distribuição de *Guerra nas estrelas* era atrair principalmente adolescentes do sexo masculino de 14-15 anos (KRÄMER, 2001). Ainda bastante calcados nas estratégias dos *teenpics*, procuravam não associar *Guerra nas estrelas* com um “filme para crianças”, termo que muitas vezes é utilizado de forma pejorativa. A produtora American

Independent Pictures produziu um silogismo que representa bem o pensamento dos produtores de Hollywood na época dos *teenpics*:

a) uma criança mais nova assistirá a qualquer coisa que uma criança mais velha assistir; b) uma criança mais velha não assistirá a qualquer coisa que uma criança mais nova assistir; c) uma garota assistirá a qualquer coisa a que um garoto assistir; d) um garoto não assistirá a qualquer coisa a que uma garota assistir; portanto e) para conseguir a maior audiência possível, mira-se no adolescente masculino de 19 anos. (BEAN e AUSTEN, 1968, p. 21-22, apud DOHERTY, 1988, p. 157, tradução nossa).

É interessante notar que esse silogismo, apesar de ser denominado pelos seus criadores “Síndrome de Peter Pan”, evidencia não a vontade dos adultos permanecerem crianças, mas o contrário, o desejo das crianças acompanharem o que os mais velhos veem. Na campanha de lançamento do filme, mirou-se no adolescente masculino, como ditava a cartilha. Entretanto, em entrevista de 1977, pouco antes do lançamento do filme, Lucas afirma que decidiu fazer “um filme infantil, seguir a rota da Disney” porque percebeu que “uma geração inteira estava crescendo sem contos de fadas.” (ZITO, 1977, p. 13 apud KRÄMER, 2001, tradução nossa).

Krämer argumenta que, ao longo da confecção do filme e do roteiro, Lucas criou a convicção de que a obra se destinava às crianças. O autor do artigo ainda menciona pesquisas de perfil dos espectadores cuja maior fatia era considerada, até então, os adolescentes e jovens adultos abaixo dos 30. Uma pesquisa de 1975 mostrava que “pais com crianças abaixo de 13 anos vão mais ao cinema que pais com crianças entre 13-17” (MURPHY, 1975, p. 3 apud KRÄMER, 2001, tradução nossa). De acordo com estudo publicado no *Newspaper Advertising Bureau* com mulheres chefes-de-casa, em 1975, 22% das mulheres sem filhos iam ao cinema uma vez ao mês, contra 41% das mulheres com filhos entre 6 e 17 anos. Com filhos menores de 6 anos, a proporção continuava ainda alta, de 30%.

A fantasia tecnológica mística cativou mesmo o público familiar, de crianças a adultos, e quebrou o recorde de bilheteria na época, antes pertencente a *Tubarão* (Steven Spielberg, 1975): arrecadou cerca de US\$ 307 milhões apenas no mercado interno. No externo, a renda foi similar²⁷, apontando para a boa penetração do filme fora dos EUA. A produção também investiu agressivamente no negócio do licenciamento. Os números são imprecisos, mas diz-se que a Lucas Film arrecadou US\$ 1,5 bilhão com licenças de *Guerra nas estrelas* (AUGROS, 2000, p. 270) e levou a prática a um novo patamar. Numa época em que os conglomerados já se formavam, a exploração dos mercados ancilares em *Guerra nas estrelas* não se constituiu apenas num rendimento residual e numa exposição temporária do

²⁷ Dados de Box Office Mojo. Disponível em: <<http://boxofficemojo.com/movies/?id=starwars4.htm>>. Acesso em: 20 jan. 2011.

filme, mas ganhou uma dimensão de indústria (BROWN, 2010, p. 207). O investimento no *marketing* do filme foi muito grande, utilizando também os produtos licenciados para aumentar a visibilidade da fita.

Não é à toa que, no começo de 1978, uma manchete do *New York Times* proclamava: “Os filmes-família estão retornando” (KRÄMER, 2001). Juntamente com *Guerra nas estrelas*, *Superman* (Richard Donner, 1978) e *Contatos imediatos do terceiro grau* (Steven Spielberg, 1978) fizeram a volta da categoria. Hollywood está sempre atrás da fórmula filmica milagrosa, uma busca inerente à economia do cinema, que tenta lidar com a incerteza própria do negócio (AUGROS, 2000, p. 75-76). Uma vez que um filme dá certo, surge uma série de outros que se apropriam de seus ingredientes de maneira diversa.

No começo dos anos 1980, muitas obras do filão continuaram a ser produzidas com sucesso. Notadamente, George Lucas e Steven Spielberg mantiveram-se investindo muito nele. Ainda na chave de realidade fantasiosa com muita aventura, iniciaram uma franquia com *Indiana Jones e os caçadores da arca perdida* (1981), dirigido por Spielberg e produzido pela Lucas Film. Spielberg dirigiu *E.T.* em 1982, e ainda produziu outros filmes dedicados a uma ampla audiência familiar. Podem-se destacar *Os Goonies* (Richard Donner, 1985), *De volta para o futuro* (Robert Zemeckis, 1985) e *Uma cilada para Roger Rabbit* (Robert Zemeckis, 1988), entre outros.

Krämer (2001) ressalta algumas outras características semelhantes entre estes filmes. Em primeiro lugar, é possível verificar como muitos enredos privilegiam os núcleos familiares de pais e filhos.

Boa parte deles narra histórias doloridas em algum aspecto, apresentando famílias disfuncionais ou incompletas. As crianças/protagonistas vivem em mundos com problemas. Luke Skywalker, personagem principal de *Guerra nas estrelas*, é órfão de mãe e acha que seu pai foi assassinado. No começo de *E.T.*, os pais de Elliot, menino protagonista do filme, acabaram de se separar. O garoto sente a falta do pai.

Algumas comédias do início da década de 1990 que privilegiaram ambientes domésticos em suas tramas também tratam do divórcio e de problemas familiares. Em *Uma babá quase perfeita* (Chris Columbus, 1993), um pai divorciado disfarça-se em uma velha senhora para trabalhar como babá e poder ficar mais tempo com seus filhos. Kevin, em *Esqueceram de mim* (Chris Columbus, 1990), sente-se incomodado pela família e deseja que ela desapareça.

Nesses filmes, muitas vezes, desejos infantis, ou pesadelos, acabam se realizando - para alegria e/ou temor dos personagens. Kevin, por exemplo, vê seu pedido realizado: a família

sai de férias para viagem e esquece-o em casa, onde fica sozinho.

Em meio às dificuldades que enfrenta, o personagem infantil costuma assumir responsabilidades no filme. Como nas narrativas clássicas, deve passar por uma jornada e enfrentar obstáculos. Kevin deve expulsar ladrões e proteger a casa. O filhote Simba, após a morte de seu pai, precisa amadurecer para tornar-se rei em *Rei Leão* - a maior bilheteria de um filme animado arrecadada pela Disney até então.

Os filmes-família de aventura investem na combinação de ação espetacular, fantástica e/ou mágica com boas doses de sentimentalismo, usualmente atrelado a relações familiares. Muitas vezes, a separação ou perda (de entes queridos, por exemplo) nos filmes é irrevogável, o que deixa os personagens principais momentaneamente frágeis.

As aventuras, geralmente, não são vividas de forma solitária pelo protagonista. Ele costuma ser acompanhado por um grupo de personagens. Simba conta com seus amigos Timão e Pumba. Em *O parque dos dinossauros* (Steven Spielberg, 1993), as crianças, que são netos do idealizador do empreendimento, enfrentam o perigo dos seres pré-históricos com alguns adultos, cientistas convidados para visitá-lo. Krämer (2001) associa as aventuras compartilhadas por esse grupo de personagens e o sentimento de união que daí surge à situação do grupo familiar que vai ao cinema assistir à película. Os espectadores, de alguma forma, vivenciam juntos a experiência de se identificar com algumas aventuras. Uma exceção nesse universo é *Esqueceram de mim*, cujo protagonista Kevin enfrenta sozinho os dois ladrões que invadem sua casa.

Vale ainda destacar que esses filmes oferecem pelo menos dois pontos de vista distintos para a entrada no texto (KRÄMER, 2001). O personagem infantil oferece um ponto de identificação, e os adultos, geralmente o pai ou a mãe, oferecem outro ponto de entrada. Na plateia, tanto adultos como crianças podem se identificar com um ou outro personagem, ou ainda com ambos. Para os adultos, identificar-se com o personagem infantil costuma gerar sentimentos de nostalgia, pois suscita a rememoração da própria infância, e pode permitir sensações mistas de deslumbre, inocência, responsabilidade e impotência. Para se identificar com um personagem que exerce um papel semelhante, os adultos podem se projetar nos pais dos filmes. Por exemplo, em *Esqueceram de mim*, a mãe de Kevin é tomada de culpa por ter esquecido o filho em casa, e faz de tudo para tentar pegar um voo de volta e resgatá-lo em pleno Natal.

Um tipo de filme que viveu uma alta na década de 1990 e também permite entradas duplas no texto é o protagonizado por meninos travessos. Esses personagens são muito populares desde o primeiro cinema – basta observar, por exemplo, um dos pioneiros filmes de

enredo realizado: *O regador regado* (Louis e Auguste Lumière, 1895), que conta a história de um garoto que pisa na mangueira de um jardineiro. Muitos filmes curtos são produzidos ao redor da temática, tanto nos Estados Unidos como na França, como *Buster Brown Series* (Edwin Porter, 1904), *La Glu* (Alice Guy, 1907) e séries cômicas de um rolo²⁸ produzidas pela Gaumont, bem distribuídas internacionalmente, como *Bebé* (Louis Feuillade, 1910-1913) e *Bout-de-zan* (Louis Feuillade, 1913-1914). No Brasil, o personagem também marca presença: o filme de enredo brasileiro mais antigo do qual se preservaram trechos é *Os óculos do vovô* (Francisco Santos, 1913), que narra a história de um menino traquinas que pinta os óculos de seu avô de preto.

Hollywood, na década de 1990, além do já citado *Esqueceram de mim*, também protagonizado por um menino peralta, produziu filmes cômicos como *O pestinha* (Dennis Dugan, 1990) e *Dennis, o Pimentinha* (Nick Castle, 1993), este último uma versão cinematográfica do personagem homônimo dos quadrinhos criado por Hank Ketcham na década de 1950. Produções bem mais baratas que os mencionados *blockbusters*-família, calcadas em personagens e cenários mais realistas, elas não apresentam muitos efeitos especiais – mas armam *gags* constantemente, recorrendo a elementos da comédia pastelão, com um humor bastante físico.

O pestinha apresenta como tema patente a dificuldade de relacionamento entre pais e filhos. No orfanato ou no lar adotivo, Junior, 7 anos, deixa rastros de destruição por onde passa. O garoto é adotado por um casal que tem problemas de infertilidade. Seu pai adotivo, sofrendo ataques das peripécias de Junior, é abalado por dúvidas com relação ao acerto da adoção, mas decide permanecer até o final com o garoto, mesmo após chegar à conclusão de que ele e sua esposa acolheram “Satanás”.

Já Dennis tem como alvo principal Sr. Wilson, o vizinho da família. Seus pais precisam viajar e não têm com quem deixar o garoto, uma vez que todas as babás da região já conhecem sua reputação e recusam o trabalho. Tanto Dennis quanto Kevin (de *Esqueceram de mim*) ficam longe dos pais, uma situação bastante comum em histórias infantis. A sra. Wilson se oferece então para cuidar de Pimentinha, para infortúnio de seu marido.

O pestinha e *Dennis* foram distribuídos respectivamente pela Universal e Warner Bros. (na subdivisão de entretenimento familiar) e conseguiram boas bilheterias²⁹, transformando-se em franquias. *O pestinha 2* foi lançado em 1991; *O pestinha 3*, em 1995.

²⁸ Um rolo de película cinematográfica, equivalente na época a uma duração de 10 a 12 minutos.

²⁹ *Dennis* estreou nos EUA no 3o. lugar no final de semana e arrecadou no mundo todo US\$ 117 milhões em bilheteria, tendo custado US\$ 35 milhões. *O pestinha* estreou no mesmo lugar do ranking e faturou US\$ 72 milhões, com orçamento de US\$ 10 milhões. Fonte da bilheteria: Box Office Mojo. Fonte dos orçamentos: Wikipedia.

Em 1993, foi produzida e transmitida uma série animada na televisão sobre o personagem.

Dennis teve percurso um tanto diferente. Juntamente com o primeiro filme, em 1993, foi lançado pela Ocean Software o jogo *Dennis, o Pimentinha* para Super NES. E, em 1994, uma versão para Game Boy. Após o filme, aproveitando a popularidade do personagem, a CBS exibiu nos Estados Unidos uma série de desenhos animados intitulada *All-New Dennis the Menace* (DiC Entertainment). Em 1998, a Warner Bros. lançou direto em vídeo a sequência *Dennis, o Pimentinha ataca novamente* (Charles T. Kanganis).

É interessante ressaltar a tendência de lançamento de filmes direto em vídeo. Do meio da década de 1990 em diante, as comédias em ação real com foco em conflitos familiares e no ambiente doméstico entraram em declínio. Continuaram as animações e as aventuras (BROWN, 2010, p. 249), como *Uma vida de inseto* (John Lasseter, 1998) e *Space Jam* (Joe Pytka, 1996). Entretanto, nesse período, as bilheterias de filmes-família em geral foram decepcionantes. Em artigo da *Time* de 1996, lê-se: “nos últimos anos, os estúdios têm se esforçado para fazer filmes adequados para as crianças, sem carnificina. O problema é que, na maioria das vezes, os espectadores não compareceram” (MASTERS apud ADDISON, 2000, p. 190). E em novembro de 1997, um artigo do *New York Times* ressaltou que, “ao contrário do passado, quando filmes como *E.T.* e *Rei Leão* fizeram centenas de milhões na bilheteria e no mercado de *home video*, filmes direcionados a crianças têm-se mostrado dos mais difíceis nichos do negócio nos últimos anos” (STERNGOLD apud ADDISON, 2000, p. 190).

A incerteza do mercado na segunda metade da década de 1990 levou produtores a fazerem filmes-família com orçamentos menores, lançando alguns diretamente em vídeo (ADDISON, 2000, p. 190). *Dennis 2* seguiu esse rumo. Os chamados *kidvids*, que os estúdios começaram a produzir nessa década (BROWN, 2010, p. 277), conseguem boa margem de lucro, uma vez que seus orçamentos são mais baratos e as produções, mais simples. Em 1994, por exemplo, a Disney lançou direto em vídeo a sequência de *Aladdin*: intitulada *O retorno de Jafar* (Tad Stones), custou US\$ 6 milhões e vendeu mais de 7 milhões de cópias (ibidem). Na Disney, é estratégia vender algumas sequências de franquias populares direto em vídeo, livrando assim a equipe principal de animação para cinema a fim de investir em novos *blockbusters* (KIDS..., 1997).

Esses personagens de garotos travessos assemelham-se aos *tricksters*, termo que foi criado por antropólogos para designar alguns heróis da tradição mítica dos índios norte-americanos, mas que hoje designa uma série de personagens com características semelhantes em várias narrativas. Segundo Renato Queiroz (1987), o *trickster*, “de um modo geral, [...] é o 'herói embusteiro', cômico, pregador de peças, protagonista de façanhas [...]” (p. 26). A

astúcia seria uma das características marcantes desse ser, que ele utiliza para satisfazer seus desejos, muitas vezes subvertendo a ordem estabelecida.

O personagem do menino peralta empodera a criança, pelo menos temporariamente, uma vez que ele desafia autoridades – via de regra, adultos - e desobedece as normas e bons costumes. Maria Nikolajeva (2009) notou que as histórias da literatura infantil buscam de alguma forma, ainda que por um período determinado de tempo, dar algum tipo de poder aos personagens jovens, de modo que eles possam combater o mundo ou alguma norma adulta, numa espécie de carnavalização. Os infantes são protagonistas, embarcam em grandes jornadas, muitas vezes possuem algum poder mágico, precisam resolver problemas ou se rebelam contra a autoridade. Ela aponta algumas estratégias que são utilizadas na literatura para conferir esse poder aos personagens, entre elas as fórmulas genéricas de aventura e fantasia, como também ocorre em vários filmes já abordados, e a distopia. Esse empoderamento muitas vezes é ambivalente, já que, diversas vezes, ao final da narrativa, a criança volta a seu ambiente normal e as regras são reforçadas. Tal como o *trickster*, que, desrespeitando a ordem social no nível do imaginário, fazendo coisas que secretamente muitos gostariam de fazer, alivia assim a necessidade de uma real transgressão coletiva. Como a ação do *trickster* muitas vezes resulta em uma situação caótica, ele serviria, de forma um tanto catártica, como perturbador e agente da ordem.

Filmes de aventura-ação, musicais e comédias pastelão apresentam algumas outras particularidades em comum. Todos exigem uma boa quantidade de movimentação dos elementos no quadro e uma massa sonora volumosa. Os diálogos são reduzidos. Produtores e diretores de filmes para crianças parecem supor que elas não apreciam ritmo mais lento, ou histórias mais silenciosas. De seu ponto de vista, elas gostam de ser constantemente estimuladas com sequências de ação encadeadas com bastante movimento e som, e com música.

Essas películas auxiliaram a conformar e enraizar muitas das práticas que se estabeleceram no cinema-mundo³⁰. Creton (1997) verifica a existência de uma “estética megaorçamentária” (p. 109), que se esforça para que o alto investimento seja notado pelo espectador, seja através de atores estelares, dos efeitos especiais, dos grandes cenários etc. Este cinema também é caracterizado por um investimento grande em marketing, que acaba virando um espetáculo em si (necessário para tentar garantir o retorno da produção), por uma distribuição que ocupa grande parte das salas e pela venda de produtos derivados: parques temáticos, direitos de exploração, *videogames*, televisão, discos musicais. É o filme-evento.

³⁰ Tradução do termo utilizado por Creton (1997): “cinema-monde”.

Boa parte dos filmes geram sequências, uma forma de tentar diminuir o risco das produções aproveitando o público formado pelo anterior. Por fim, a exploração do filme em outras janelas (exibição em aviões, vídeo doméstico, televisão a cabo, televisão aberta) traz renda cada vez mais importante e é feita à exaustão.

Embora essas estratégias estejam presentes em outros *blockbusters* voltados para a plateia adulta, elas encontram no filme-família condições especiais de implementação. Dada a variedade de seu público, a gama de produtos passíveis de ser licenciados aumenta muito. Há linhas de artefatos tanto para crianças, como para adultos, para casa ou para animais de estimação. Quando os pais conhecem os filmes, seus personagens e gostam deles, a probabilidade de comprarem um produto relacionado para o filho é maior, com ou sem a demanda deste. A vida da franquia também tem mais chances de ser longa: alguns filmes-família marcam uma geração de crianças que, quando adultas, compartilham com seus filhos o gosto pelas obras, perpetuando a demanda por novas sequências ou refilmagens. E quanto mais sequências uma obra gera, maior é o tempo de licenciamento e os lucros daí advindos, sendo maior a exposição dos personagens nos intervalos entre as sequências. É o caso de *Guerra nas estrelas*, considerado por analistas da indústria o “cálice sagrado do licenciamento” (COOK, 2000, p. 51). Em 1999, 22 anos depois do primeiro filme, a franquia contava ainda com uma enorme comunidade de fãs e lançou um prelúdio: *A Ameaça Fantasma* (George Lucas), que fez excelente bilheteria. O mercado de *home video* é especialmente importante para os filmes-família, em especial a venda de vídeo diretamente ao consumidor, que cresce muito nos anos 1980 e 1990. Pais procuram frequentemente comprar ou alugar filmes-família em vídeo, pois estes exercem a função de babás-eletrônicas. Ademais, crianças desejam frequentemente assistir ao mesmo filme várias vezes, o que os estimula à compra do vídeo.

Outro produto que os filmes-família geram são atrações nos parques de diversão. Trata-se da fonte principal de conteúdo, uma vez que estes empreendimentos têm como grandes consumidores a família. Videogames também são produtos licenciados que crescem em importância nas receitas. A Atari, por exemplo, comprou da Universal os direitos de adaptar *E.T.* para um jogo por US\$ 50 milhões (AUGROS, 2000, p. 254).

Ao longo da década de 1990, a exploração dos filmes-família vai se especializando. Atentos à importância de adequá-los criativa e economicamente para o mercado internacional, vários estúdios criaram subdivisões específicas. Warner Bros e Twentieth Century-Fox criaram as unidades especializadas em filme-família em 1993. A Universal, a Sony e a Paramount também fizeram o mesmo em 1998, 1999 e 2002, respectivamente

(BROWN, 2010, p. 260).

1.2.1 Uma cultura internacional-popular “para todas as idades”

Fazer filmes que atraíam tanto crianças quanto adultos multiculturais não é tarefa simples. É necessário ampliar grandemente o potencial de identificação e entendimento dos filmes. As narrativas em geral são clássicas, lineares e de fácil compreensão, mas possuem diversas camadas de interpretação. Ao mesmo tempo que se investe em um grau de ingenuidade, partindo muitas vezes de histórias infantis, há frequentemente piadas ou detalhes que são feitos para serem percebidos pelos adultos. O apelo à violência e à sensualidade é dosado para que seja aceitável para um ambiente familiar, mas são frequentemente acrescentados alguns ingredientes “levemente proibidos” para crianças, uma vez que uma parte dos executivos de Hollywood acredita que nem elas se sintam atraídas por filmes estritamente infantis³¹. Além dessas estratégias temáticas e narrativas, os filmes acabam ajudando a construir um universo de símbolos e lugares desterritorializados, compartilhados por pessoas de todas as idades e lugares ao redor do globo – e desse universo se valem.

O sociólogo Renato Ortiz (1994), ao estudar a mundialização e a cultura, chama a atenção para o surgimento de “não-lugares”, afirmando que:

O movimento da mundialização percorre dois caminhos. O primeiro é o da desterritorialização, constituindo um tipo de espaço abstrato, racional, deslocalizado. Porém, enquanto pura abstração, o espaço, categoria social por excelência, não pode existir. Para isso ele deve se “localizar”, preenchendo o vazio de sua existência com a presença de objetos mundializados. O mundo, na sua abstração, torna-se assim reconhecível. (ORTIZ, 1994, p. 106-107)

A desterritorialização é perceptível não só nos lugares reais, como aeroportos, mas também nas locações de várias tramas dos filmes-família, de forma a evitar algumas especificidades culturais. Os filmes propõem usualmente um “não-lugar”, algumas vezes, também, um tempo histórico diferente ou alternativo. *Os Flintstones* (Brian Levant, 1994) localiza seus personagens num período pré-histórico, mas seu cotidiano é moderno: eles têm casa e família bem constituída, trabalham em empresas ou ficam desempregados. Alguns filmes também se utilizam de locações indistintas, como cavernas, já um símbolo dos filmes de aventura. Filmes protagonizados por animais também se localizam muitas vezes em “não-

³¹ Boa parte dos *blockbusters*-família recebe a classificação indicativa de PG (*parental guidance suggested*) e alguns, PG-13 (cujo conteúdo pode ser desapropriado para crianças menores de 13 anos). A classificação G (para todas as idades) parece ter ganhado uma reputação de “filmes para crianças”, do qual supostamente nem as crianças gostam. Essa reputação diminuiu após sucessos dos anos 2000 como *Procurando Nemo* e *Monstros S/A* (BROWN, 2010, p. 261).

lugares”, porém possuem elementos familiares para navegação dos espectadores. *Uma vida de inseto* (John Lasseter, Andrew Stanton, 1998) tem como cenário principal um formigueiro, onde os insetos têm profissões, tribunais, bares e circos. Pesquisadores do cinema hollywoodiano contemporâneo têm atentado para uma expressão cada vez mais corriqueira entre os profissionais da indústria: a de “construção de mundos”, ou no original “*worldbuilding*”, prática que se esmera na criação de universos imaginários, fundamental para o planejamento da franquia, com suas sequências e produtos derivados.

Pode-se notar que personagens não-humanos também abundam no filme-família-mundo: animais, monstros, duendes, brinquedos. Quando há humanos, muitas vezes não se tratam de pessoas comuns, elas habitam realidades fantásticas: são bruxos, piratas, *jedis*, super-heróis, princesas, o que prontifica a identificação de um amplo leque de espectadores com os personagens. Também possuem essa vantagem personagens construídos por animação, cada vez mais recorrentes no cinema-mundo. Além disso, a técnica permite imbuí-los de uma certa eternidade imutável: ao contrário dos atores que encarnam personagens em ação real, os produzidos por animação não envelhecem ao longo do tempo, não correm o risco de indesejavelmente ganhar ou perder peso, não morrem, não precisam ser substituídos.

Os espaços filmicos materializam-se e tornam-se habitados por referências globais. Ortiz aponta para a existência de um “imaginário internacional-popular”, composto por um “conjunto de referências culturais mundializadas”, cujos substratos são “personagens, imagens, situações, veiculadas pela publicidade, histórias em quadrinhos, televisão, cinema” (ORTIZ, 1994, p. 126). Dele, os filmes-família atuais se servem para alcançar a plateia global. Atingindo um grande público com essas referências, o cinema-mundo, em particular, o filme-família, exerce um papel fundamental na formação e retroalimentação dessa memória.

Shrek (Andrew Adamson, Vicky Jenson, 2001) é talvez um exemplo paradigmático. Num filme em que se parodia um caldeirão de contos de fada, a todo instante, surgem piadas com o repertório internacional-popular. A citação e a familiaridade, como argumentou Ortiz (1994), são balizas fundamentais em nossa navegação na modernidade-mundo, dão-nos a sensação de pertencimento. Em *Shrek*, elas tomam forma, por exemplo, em alusões a mitos e a cenas específicas de filmes da Disney facilmente reconhecíveis. As referências no cinema-mundo são retrabalhadas para serem deglutíveis por diversos espectadores, sendo necessária, segundo Ortiz, uma “asepsia sîgnica (...) para a aceitação do produto, pois o mercado não tolera as contradições da vida real.” (1994, p. 116). Ainda tomando *Shrek* como exemplo, o ser mitológico do ogro é destituído de suas facetas violentas, tornando-se um ser amável, simpático e bem-humorado. O ogro não deseja destruir humanos, como nas narrativas

mitológicas. Shrek deseja fazer amigos.

Essa assepsia é importante para a aceitação de determinados conflitos pelas plateias de todas as idades, assepsia que inclui simplificações, uma dose de doçura e de romantismo. A violência em *Guerra nas estrelas* é limpa, uma vez que espadas de laser não fazem ferimentos sanguinolentos. Pocahontas, uma índia americana, convence o amado colonizador a entender a visão de seu povo por meio de canções e do amor romântico. Kevin tem como tarefa de sobrevivência maltratar e expulsar ladrões engraçados e mal-intencionados que invadem sua casa.

Ao retrabalhar referências e mitos com um intuito universalista, Ortiz argumenta que se constrói uma nova “unidade mítica” que garante um “eterno” presente sem contradições históricas, remontando ao que Barthes cunhou de “grande família dos homens' - em todos os lugares, o homem nasce, trabalha, ri e morre da mesma forma.” (ORTIZ, 1994, p. 139). Não é com a ideia de um grupo familiar restrito que os executivos de Hollywood têm trabalhado em seus filmes, mas com a das plateias globais que envolvem classes sociais, religiões, nações e até tempos diferentes, uma vez que as franquias almejam o que *Guerra nas estrelas* tem conseguido: perdurar por gerações.

A grande família de Hollywood parece ser encabeçada pelos espectadores masculinos e, nesse sentido, ainda segue a fórmula explicitada pela American Independent Pictures. Com a notória exceção de filmes de contos de fada da Disney, com várias protagonistas mulheres, os personagens do sexo feminino são em geral coadjuvantes charmosas e de personalidade, importantes para chamar a atenção do público feminino e para a exploração de produtos direcionados a elas. Argumenta-se que no período de baixa dos filmes-família na segunda metade da década de 1990, as produções que se voltavam mais às garotas deram pouco retorno, levantando a teoria de que garotos não respondem bem a tramas mais femininas (ADDISON, 2000, p. 190).

O povoamento dos símbolos que percorrem o imaginário internacional-popular não se limita às obras audiovisuais. O mundo criado pelos filmes extrapola as telas para habitar espaços reais nos lanches, nas festas de aniversário, nas mochilas infantis, nas roupas de cachorro em escala planetária. Crianças aprendem a construir realidades com a mídia e seus subprodutos, uma realidade que é conquistada, via de regra, pelo consumo. As empresas, segundo Ortiz, não somente vendem produtos, pois

[...] denotam e conotam um movimento mais amplo no qual uma ética específica, valores, conceitos de espaço e de tempo são partilhados por um conjunto de pessoas imersas na modernidade-mundo. Nesse sentido a mídia e as corporações (sobretudo transnacionais) têm um papel que supera a dimensão exclusivamente econômica.

Elas se configuram em instâncias de socialização de uma determinada cultura, desempenhando as mesmas funções pedagógicas que a escola possuía no processo de construção nacional. A memória internacional-popular não pode prescindir de instituições que a administrem. Mídia e empresas são agentes preferenciais na sua constituição; elas fornecem aos homens referências culturais para suas identidades. A solidariedade solitária do consumo pode assim integrar o imaginário coletivo mundial, ordenando os indivíduos e os modos de vida de acordo com uma nova pertinência social. (ORTIZ, 1994, p. 144-145)

Nesse cenário, é interessante notar como o cinema produzido no Brasil para crianças se articula com essa memória internacional-popular e com a estrutura que o filme-família de Hollywood propõe. Vamos dar atenção maior ao contexto próximo das obras que compõem o estudo de caso deste trabalho. Portanto, focaremos nas décadas de 1980 e 1990, embora o rol dos filmes infantis brasileiros de longa-metragem elaborado para esta dissertação ³² liste obras desde a década de 1950 a de 1990.

1.3 Um breve cenário do cinema infantil nacional das décadas de 1980 e 1990

Os filmes infantis produzidos no Brasil têm uma escala obviamente muito menor que as produções do cinema dominante de que tratamos até aqui. Num país com mercado doméstico reduzido para o cinema, ficou clara a inadequação de um modelo de estúdio hollywoodiano (JOHNSON, 1993). Os orçamentos e a estrutura de produção são comparativamente diminutos. As obras muito poucas vezes conseguiram atingir o mercado externo. E boa parte da produção dependeu de subsídio estatal para se desenvolver. Ainda assim, no mercado nacional, muitas fitas, vinculadas a personagens ou apresentadores advindos da televisão, fizeram excelentes bilheterias.

As películas dos Trapalhões / Renato Aragão inauguraram com êxito no país os projetos de personagens que saíram da televisão para o cinema infantil. Eles dominam o cenário cinematográfico da época. De 1970 a 2000, um pouco menos da metade da produção infantil no país envolve Renato Aragão ou o grupo, como se vê na tabela que se encontra no Apêndice A deste trabalho. Também fica evidente ao olhar a tabela que, seguindo a racionalização dos lançamentos dos filmes-família de Hollywood, os filmes dos Trapalhões e os demais infantis estreiam sempre às mesmas épocas do ano, aproveitando as férias escolares de julho e de dezembro-janeiro.

Os filmes dos Trapalhões são provavelmente o melhor exemplo de incorporação das estratégias dos filmes-família no país. Investem num humor bastante físico, muitas vezes

³² Esta tabela encontra-se no apêndice A.

ingênuo e cada vez mais voltado para as crianças, como o próprio Renato Aragão declara (LUNARDELLI, 1996, p. 59). Apesar disso, pode-se perceber que os filmes incluem também atrativos para os adultos.

Em diversos títulos, parte do elenco é composto por artistas em destaque na mídia para realizar participações musicais e/ou interpretar o par romântico presente em quase todas as tramas. O casal via de regra é vivido por atores que encarnam o padrão de beleza dominante. Esses artifícios de alguma forma alargam “os limites de interesse dos filmes para além do público infantil.” (LUNARDELLI, 1996, p. 78). Os filmes permitem algumas entradas diferentes de identificação, e muitos contêm uma boa dose de sentimentalismo.

As fitas ainda chamam a atenção do público por dialogar com peças famosas da indústria cultural, incorporando muitas referências do imaginário internacional-popular advindos da literatura infanto-juvenil, do cinema e da televisão, muitas vezes parodiando-os. José Mário Ortiz Ramos (2004), levando em conta as referências utilizadas pelos filmes, separa a produção da trupe em três grupos: temas literários estrangeiros, como *O mistério de Robin Hood* (J. B. Tanko, 1974); temas sociais/nacionais, como *Os saltimbancos trapalhões* (J. B. Tanko, 1981), e temas cinematográficos (onde se inserem os televisivos também), como *O incrível monstro trapalhão* (Adriano Stuart, 1980) e *Atrapalhando a Suate* (Victor Lustosa; Dedé Santana, 1983). É interessante notar que a ênfase do trupe num tipo ou noutro varia dependendo da época. O primeiro grupo de filmes (com temas literários estrangeiros) concentra-se mais na década de 1970 e início da de 80. Os outros dois subgrupos (temas sociais/nacionais e cinematográficos) agrupam-se principalmente nas décadas de 80 e final da década de 1970, quando os filmes-família de Hollywood ganham força.

Ao longo da década de 1980, é possível perceber uma busca maior do grupo por refinamento nos temas e nas condições de produção. Os filmes de temática nacional, como *O cangaceiro trapalhão*, “pretendem ultrapassar o divertimento 'alienado'” (RAMOS, 2004, p. 132), numa tentativa de ampliar o público e amenizar críticas. Sobre o assunto, Aragão declara: “Antigamente eu me inspirava mais em histórias estrangeiras – Ali Babá, Robin Hood etc. De repente, aquilo começou a me incomodar. Achei que tinha o dever de usar minha popularidade em benefício da criança, tratando de assuntos nacionais, até com fundo sociológico.” (1984, apud RAMOS, 2004, p. 132).

Há nesse movimento a reverberação de uma discussão da classe cinematográfica brasileira que tentava definir, na dicotomia criada entre o “cinema cultural” e o “comercial”, qual deles deveria receber o apoio da Embrafilme (JOHNSON, 1993) - Empresa Brasileira de Filmes S/A, órgão estatal de financiamento, co-produção e distribuição de cinema brasileiro

que garantia desde 1969 regularidade na produção nacional. Tendo em vista que todo filme veicula valores culturais (argumento proferido na época pelo produtor Pedro Rovai), fica claro que o que é entendido por “cinema cultural” são as obras que veiculam uma cultura legitimada pela classe que o defende, obras que poderiam ter, por isso, fracasso nas bilheteiras. Randal Johnson associa a criação dessa dicotomia com o domínio do mercado pelos filmes hollywoodianos.

A presença maciça de filmes estrangeiros – na maior parte norte-americanos – no mercado brasileiro acabou reforçando o bias da audiência em seu favor. Isso gera, para o cineasta brasileiro, o dilema de ou imitar filmes estrangeiros ou tentar criar novos modos de discurso fílmico com base no que ele ou ela percebe como sendo valores “nacionais”. A dicotomia cultural/comercial é uma expressão desse complexo e talvez insolúvel dilema. (JOHNSON, 1993, p. 40)

Mesmo quando os Trapalhões adotam as temáticas nacionais, mergulhados nessa discussão sobre o cinema “cultural”, não abandonam as referências e estratégias do cinema hegemônico, como explicita Ramos. Em *Os saltimbancos trapalhões*, os artistas sonham em trabalhar em Hollywood, e cenas inspiradas nos westerns, em filmes de aventura e com robôs de ficção científica formam uma paródia fragmentada. Ineditamente, muitas dessas sequências são filmadas de fato em Hollywood, com técnicos americanos, num processo de busca de validação da obra cinematográfica do grupo por meio do apuro técnico (RAMOS, 2004, p. 138-139). Ferraraz e Cunha (2009), aliás, viram neste filme o emprego de algumas técnicas largamente utilizadas pelos *blockbusters* americanos, como as envolvidas no conceito de *high concept* de Justin Wyatt, a saber algumas: um enredo simples e cativante, o papel central da música como elemento semântico no filme, o “forte impacto visual”, entre outros.

Tendo investido em alguns elementos estéticos e comerciais internacionais, Renato Aragão tentou exportar alguns dos filmes, porém não obteve sucesso.

Um vínculo diferenciado com a indústria cultural infantil têm os filmes animados de Maurício de Sousa, protagonizados pelos personagens dos gibis da Turma da Mônica. Eles começam a ser produzidos na década de 1970, atingindo um público entre 500 mil e 1,2 milhão de espectadores, número considerado ótimo no país. Em *Aventuras da Turma da Mônica* (Maurício de Sousa, 1982), o próprio Maurício de Sousa contracena com seus personagens animados, recorrendo a uma técnica já explorada pela Disney em filmes com *Mary Poppins* (Robert Stevenson, 1964).

Outra figura da televisão surge catalisando espectadores na cena cinematográfica para crianças: a apresentadora infantil Xuxa começa interpretando papéis em três filmes dos Trapalhões antes de ser a protagonista, em 1988, de *Super Xuxa contra o Baixo Astral* (Anna

Penido; David Sonnenschein), interpretando ela mesma numa história de combate a um ser malvado, com diversos efeitos especiais. Em 1990, cerca de 5 milhões de pessoas assistem a *Lua de Cristal* (Tizuka Yamasaki), outro filme protagonizado por ela, atingindo o patamar de público dos filmes dos Trapalhões mais vistos na década.

Os filmes tanto de Trapalhões quanto de Xuxa costumam apresentar muitos números musicais. Desde 1987, após associação com a Art Films, cantores e grupos com trânsito entre o público infanto-juvenil, ou mesmo adulto, costumam fazer números no filme dos Trapalhões (LUNARDELLI, 1996). Nos filmes com Xuxa, a tendência começa em 1990 e continua pelo menos até *Xuxa Popstar* (Tizuka Yamasaki; Paulo Sérgio Almeida, 2000). Angélica, a própria Xuxa, Sérgio Mallandro, Maurício Manieri, Daniel e os grupos Dominó, É o Tchan!, As Meninas, KLB, Harmonia do Samba, Fat Family, Vinny e Os Travessos são exemplos de participações especiais nos filmes.

Nota-se que Xuxa e Renato Aragão praticaram (e continuam praticando) o modelo de expansão de produtos audiovisuais por meio das franquias de mídia, de forma similar aos *blockbusters* do cinema dominante. Arelados aos filmes, foram lançados discos com a trilha sonora dos filmes, álbuns de figurinhas, histórias em quadrinhos, brinquedos, livros, VHS e DVDs.

Os filmes também muitas vezes incluíam *merchandising* ostensivo dos patrocinadores, com interferência visível na narrativa. Ramos (2004) aponta que, também após 1987, “a publicidade se torna cada vez mais presente, agressiva” nos filmes dos Trapalhões (p. 140). Algumas inserções gratuitas, com animações sobre marcas de produtos na abertura, outras mais graciosas, como n' *O casamento dos Trapalhões* (José Alvarenga Jr, 1988), quando Mussum e Zacaria enfrentam seus inimigos com conguinhas gigantes do grupo. Essa propaganda explícita para o público infantil é bastante questionada por diversos setores da sociedade, como os educadores.

Helvécio Ratton, um dos diretores mais atuantes na cinematografia infantil brasileira, realizador de três títulos do gênero³³, é um dos críticos contumazes da publicidade abusiva para a infância. Em 1986, lançou *A dança dos bonecos*, produzido pelo Grupo Novo de Cinema e TV. Como informa o próprio diretor, é um filme assumidamente “anticonsumo, apresentando o argumento básico de que a fantasia não pode ser reproduzida ou industrializada, e que, por isto, o brinquedo artesanal possui uma mágica que aquele fabricado aos milhares jamais possuirá” (VILLAÇA, 2005, p. 227). O filme conta a história de Mr. Kapa e Geleia, dois artistas mambembes que correm o mundo em busca de fortuna. Em

³³ *A dança dos bonecos* (1986), *Menino maluquinho – o filme* (1995) e *Pequenas histórias* (2008).

Beleléu, uma pequena cidade esquecida entre as montanhas, encontram Ritinha e seus três bonecos, feitos à mão por seu avô. Numa noite, os três bonecos ganham vida e são disputados por Mr. Kapa, que quer roubá-los para ganhar dinheiro com eles. A disputa pelos bonecos encantados leva Mr. Kapa, Geleia e Ritinha a um périplo de aventuras e confusões e ao confronto com Jack Domina, um rico fabricante de brinquedos, que se apodera dos bonecos.

O grande vilão do filme é, de acordo com Ratton:

[...] um conglomerado, uma corporação, que, com sua busca incessante pelo brinquedo mais 'fascinante' e vendável, assassina a fantasia ao nos dizer como devemos brincar com seus produtos, como se estivéssemos meramente reproduzindo uma dança mecanizada e seguindo os mesmos passos de todas as outras pessoas que irão usar aquele mesmo item. (VILLAÇA, 2005, p. 229)

Essa afirmação de Ratton contém elementos típicos da crítica à cultura de massa quando ressalta a mecanização gerada por ela, a limitação à imaginação dos consumidores e a busca inescrupulosa por lucro por parte de seus produtores.

Ratton também faz uma crítica ao meio publicitário em *A dança dos bonecos*, quando exhibe um comercial apresentado por Chico Pinheiro, por meio do qual faz um ataque

[...] aos filmes-vitrine, que funcionam apenas como um chamariz para a venda de produtos relacionados ao longa e seus astros – um tipo de produção representado nos dias de hoje pelos trabalhos da Xuxa. Nestes projetos, a vitrine supera o próprio espetáculo; o produto é mais importante do que o filme. (VILLAÇA, 2005, p. 227)

Percebe-se aí um projeto de cinema infantil que dialoga com a tradição dos *blockbusters* nacionais de Xuxa pela oposição, reivindicando para si um caráter de fabricação autoral. Projeto de cunho semelhante é a adaptação do texto teatral de Maria Clara Machado para o cinema, dirigido e produzido por Eduardo Scorel em 1984, *O cavalinho azul*. Nele, Vicente é um menino que ama seu cavalo – para ele, um cavalo azul; para seus pais, um pangaré marrom. Evidenciando a dificuldade de entendimento entre o mundo adulto e o mundo infantil, o pai de Vicente acaba vendendo o animal. O menino sai em busca dele, encontrando no caminho donos de um circo. Sabendo da existência de tão raro animal, estes seguem Vicente para se apoderar do cavalo e lucrar com ele, fazendo dele uma de suas mais importantes atrações. Também no filme dirigido por Scorel encontra-se a crítica à exploração comercial do entretenimento que se aproveita da imaginação e afeto infantis.

Em 1990, é extinta a Embrafilme. A situação é agravada pela recessão econômica do período Collor, que desestruturou o campo cinematográfico. A produção de longas-metragens ficou praticamente paralisada, o que explica a ausência de lançamentos infantis entre 1992 e 1993. As leis Rouanet, de 1991, e do Audiovisual, de 1993, foram instrumentos importantes para a retomada da produção, oferecendo um mecanismo de incentivo fiscal a pessoas físicas

e jurídicas que se propusessem a investir no cinema nacional.

Carlota Joaquina (Carla Camurati, 1995), marco do período da Retomada por encontrar, depois de anos de poucos lançamentos nacionais, o bom público de 1,2 milhão de espectadores, foi lançado no mesmo ano que *Menino maluquinho – o filme*, o terceiro filme brasileiro mais visto no ano - atrás também de *O quatrilho* (Fábio Barreto, 1995). O filme, baseado no *bestseller* homônimo da literatura infantil, escrito por Ziraldo, lembra tematicamente as fitas de meninos travessos, que contaram com títulos expressivos na década.

É interessante notar que *Menino maluquinho* aproveitou-se de uma pausa nas produções de Xuxa e de Renato Aragão. Sem embargo, o filme teve que enfrentar a concorrência do cinema estrangeiro, mas já há algum tempo não havia lançamentos brasileiros de fôlego para as crianças, evitando assim a competição com os *blockbusters* nacionais. Os Trapalhões lançaram em 1991 *A árvore da juventude* (José Alvarenga Jr.), e retornaram apenas em 1997 com *O noviço rebelde* (Tizuka Yamasaki). Nesse período, além da recessão econômica, o grupo enfrentou o falecimento de um integrante em 1994 - Mussum. Xuxa teve uma pausa ainda maior na produção, de nove anos: após *Lua de Cristal*, ela voltou apenas em 1999, com *Xuxa Requebra* (Tizuka Yamasaki). Nesse período, Xuxa expandia a sua atuação em programas infantis para além da televisão brasileira: envolveu-se com produções argentinas, espanholas e americanas, tendo que realizar viagens frequentes para gravar, até que diminuiu o ritmo de trabalho devido a problemas de saúde.

Quando *Menino Maluquinho 2* é lançado, em 1998, os Trapalhões já haviam voltado no semestre anterior, mas entrou no circuito sem concorrentes brasileiros do gênero nas férias.

Na década de 1990, ainda merece registro um dos primeiros filmes de animação feitos completamente por computação gráfica no mundo – *Cassiopeia* (Clóvis Vieira, 1996), que explora o gênero de ficção científica. Investindo numa nova técnica, atrativo frequente do cinema-mundo, o filme também se apropriou de elementos da cultura internacional-popular. Num mundo repleto de robôs e espaçonaves, as referências a *Guerra nas estrelas* e *Jornada nas estrelas* (Robert Wise, 1979) são explícitas (SANTOS, 2004, p. 97). O filme se desenrola, enfim, num universo já bem mapeado pela cinematografia dominante.

Mais algumas referências da televisão do período fizeram incursões no cinema infantil à moda dos Trapalhões: Fofão e Sérgio Mallandro, então apresentadores de programas de TV infantis; *Super Colosso* (Luiz Ferré, 1995), programa protagonizado por bonecos animais na Rede Globo, e *Castelo Rá-Tim-Bum* (Cao Hamburger, 2000), uma iniciativa inusitada que merece destaque por partir de um programa de televisão de cunho educativo da TV Cultura e

ter atraído um bom público.

O protagonista de *Castelo* é Nino, um menino de 300 anos de idade, sobrinho de bruxos. Todos moram num castelo em São Paulo, de que Losângela, feiticeira inimiga da família, pretende se apoderar, e que Dr. Abobrinha pretende demolir. Para ajudar seus tios, Nino, que tinha dificuldades em fazer amizades, conta com um grupo de amigos humanos. Juntos, passam por aventuras e momentos de superação.

O filme, ao criar essa realidade fantástica, apresenta um cuidado estético apurado: efeitos especiais bem realizados, cenário e direção de arte grandiloquentes para os padrões nacionais, que a fotografia realça ao criar um certo *glamour* e uma atmosfera de mistério. É ainda bastante competente na decupagem clássica que propõe. Embora as referências para a direção de arte sejam diversas, em alguma medida, essas características se aproximam de um cinema hollywoodiano.

Percebe-se que, durante a Retomada, os filmes brasileiros em geral buscam se legitimar não só pelo mérito artístico, mas também pela conquista do público. Essa noção, já bastante presente no cinema infantil brasileiro por nascer com uma plateia-alvo e pela abundância de projetos de caráter predominantemente comercial, estende-se de forma mais generalizada, inclusive para alguns diretores que se alinham a uma postura mais autoral.

Para Marson, essa atitude

implica a aceitação do fazer cinematográfico enquanto produto de entretenimento e como parte da indústria cultural, mais do que como pertencendo às artes eruditas: o Cinema da Retomada tem um viés comercial muito forte, busca o diálogo e tem necessidade de aceitação do público. (MARSON, 2006, p. 72)

Por um lado, a influência das técnicas e temas do cinema hollywoodiano em filmes infantis da Retomada e a referência a elementos da cultura internacional-popular são uma evidência de que os realizadores buscaram um diálogo com o mercado, formado principalmente pelo cinema-mundo. Por outro, o lado para onde pende a balança autoral-comercial nem sempre está tão claro, como Marson sugere.

Mesmo nessa época, é possível observar filmes infantis com preocupações fortes em se alinhar a um modelo dito autoral. Uma parte deles, na verdade, acaba fazendo parte de um grupo que Johnson (1993) havia identificado nas décadas de 1970/ 1980 :

Intensamente conscientes desse dilema, alguns diretores (...) se esforçaram, com graus variados de sucesso, em combinar o cultural e o comercial, fazendo filmes que falassem ao povo brasileiro em termos culturalmente relevantes e que também fossem bem-sucedidos na bilheteria. (p. 40)

Os três zuretas em a reunião dos demônios (Cecilio Neto), lançado apenas em 2000,

mas filmado em 1995, é um exemplo. Voltado para um público familiar, ele conta a história de um menino que, na década de 1960, vai passar férias com o avô por conta de uma crise no casamento dos pais. Ele foi roteirizado, coproduzido, dirigido, montado por Cecilio Neto, que ainda compôs a música-tema do filme. Sua estrutura dramática foge do clássico, ela é um pouco mais episódica. De acordo com o coprodutor Renato Bulcão, a ideia era fazer um “filme para família, mas um filme de arte”, buscando ter uma boa bilheteria com um lançamento pequeno, aos moldes de *Carlota Joaquina*. Com distribuição problemática, entretanto, o filme fez menos de 7 mil espectadores nos cinemas.

Mesmo buscando resultado nas bilheterias, muitos diretores não abrem mão do discurso e, às vezes, do modo de produção autoral, como vimos. Nos estudos de caso, no capítulo 3, veremos que essa “aceitação do fazer cinematográfico enquanto produto de entretenimento e como parte da indústria cultural” é também relativa. Trata-se, portanto, de uma dicotomia ainda não muito bem resolvida na Retomada, que é evocada em boa parte da produção brasileira, incluindo aí a infantil.

2 Análise de características formais e temáticas de *Menino maluquinho 1 e 2*

É de se esperar que filmes infantis lancem mão de estratégias próprias para agradar a crianças e adultos acompanhantes. Características estético-narrativas do filme infantil foram pouco pesquisadas a fundo. O objetivo deste capítulo é, portanto, delinear alguns atributos de filmes de ficção voltados para as crianças, verificando algumas recorrências e divergências em dois filmes brasileiros da década de 1990: *O menino maluquinho – o filme* (Helmécio Ratton) e *O menino maluquinho 2 – a aventura* (Fernando Meirelles e Fabrizia Alves Pinto).

Aliando a análise da estrutura dramatúrgica e da composição estilística dos filmes à representação de infância que as obras propõem, pretende-se discorrer sobre especificidades dessas construções cinematográficas elaboradas para falar ao seu público. Alguns dos aspectos observados não surgiram com o cinema infantil, mas têm raízes em outros tipos de cinema ou de linguagens, como a comédia, o cinema clássico, o circo, a literatura e o teatro infantil. No entanto, os filmes para crianças se apropriaram de algumas de suas características e criaram outras específicas. O conjunto delas terminou por constituir estéticas infantis.

É possível falarmos, nesse sentido, de convenções que se firmaram no filão, entendendo-as como “práticas marcadas por normas que coordenam atividades sociais e direcionam a ação com o propósito de atingir objetivos.” (BORDWELL, 2007, p. 62). Essas convenções são práticas usuais (de linguagem, por exemplo) que as obras utilizam tendo como um dos objetivos a sua própria delimitação como filmes infantis.

Afirmar que tais películas se definem por oferecer um “ponto de vista infantil”, como Bazalgette e Staples (1995) sugeriram, é contentar-se com uma expressão um tanto vaga. Baseado nesses autores, Santos assume que filme infantil é “aquele que tem a criança como personagem principal e que se desenvolve a partir de um olhar infantil sobre a realidade.” (SANTOS, 2004, p. 56). O autor faz ainda a ressalva de que esse olhar apenas “se pretende

infantil, na medida em que – exceto em trabalhos com crianças na direção – a visão do filme será, de qualquer modo, a do realizador adulto.” (ibidem). O protagonismo infantil e o “olhar infantil sobre a realidade” são para Santos características-chave desse tipo de obra, e a problematização que o autor propõe é de fato pertinente e interessante, uma vez que, geralmente, a equipe que compõe o filme é sobretudo adulta. Entretanto, esse olhar infantil reproduzido pelo adulto não é muito explicado ou caracterizado pelo autor. Além disso, sua definição exclui da categoria filmes produzidos para a infância cujos protagonistas são adultos. Isso configura um problema, até porque Santos se dedica a estudar também alguns filmes protagonizados por Xuxa e Trapalhões, mesmo não os considerando rigorosamente infantis.

Ainda que mal definidas e muito amplas, as ideias de “ponto de vista infantil” e de “olhar infantil” podem servir como um ponto de partida para estabelecer alguns parâmetros de análise dos filmes. No próximo tópico, um dos objetivos será decompor esse conceito em aspectos mais restritos, que facilitem o seu uso.

Para examinarmos os filmes, adotamos principalmente a abordagem da poética. A poética, para Bordwell (2007), não tem métodos doutrinários definidos, não é uma escola crítica, nem procura primeiramente aventar interpretações para filmes (embora pesquisadores envolvidos com a poética possam fazê-lo). A poética preocupa-se principalmente com a forma de construção de uma obra, procurando descrevê-la, entendê-la e/ou explaná-la: seus padrões, normas, suas funções e efeitos. Ela pode respaldar pesquisas de cunho mais analítico, teórico ou mesmo histórico (no último caso, pensando, por exemplo, em como as formas relacionam-se com seu tempo e mudam em épocas e locais diferentes). Para a análise das obras, a poética em si não oferece um roteiro pronto ou um arcabouço conceitual fixo.

É preciso, portanto, que o analista se sirva de esquemas conceituais apropriados que o auxiliem a responder suas indagações. Importante ressaltar que, embora respaldados e guiados até certo ponto por eles, os analistas não são “completos prisioneiros de esquemas conceituais. Podemos especificar nossas ideias deixando textura aberta, de forma que exceções possam saltar aos olhos” (BORDWELL, 2007, p. 20, tradução nossa). Essa abordagem tem a vantagem de não partir de uma teoria rígida: esta, ao mesmo tempo que legitimaria a análise, poderia enviesá-la e forçar a obra a caber na teoria, como é comum em análises filmicas.

Cabe, portanto, esclarecer alguns conceitos que ampararão a análise neste capítulo e

definir alguns critérios de exame e comparação entre as obras.

2.1 Estabelecendo algumas balizas para análise

Neste capítulo, recorreremos a algumas ferramentas e conceitos da teoria da narrativa propostos principalmente por David Bordwell sobre a narração cinematográfica. Em primeiro lugar, por serem imbuídos de uma parcimônia teórica que favorece a descoberta de uma lógica própria da obra, e não da própria teoria. Em segundo lugar, por privilegiarem o papel do espectador na atividade narrativa, sendo ele a “entidade hipotética que executa as operações relevantes à construção de uma história com base na representação fílmica” (BORDWELL, 1985, p. 30). O filme é concebido, portanto, como uma narrativa que busca ser inferida por quem a vê, fornecendo-lhe assim pistas e direcionamentos. Trata-se de uma postura adequada para pensar o filme de ficção infantil, que se distingue justamente por procurar uma plateia específica. E, em terceiro lugar, pela clareza que usualmente acompanha os conceitos que sugere.

2.1.1 Narração, fábula, *syuzhet*, estilo

Baseado em duas expressões do formalismo russo, Bordwell demarca uma diferença entre a história que o filme apresenta e a forma como ela se encontra apresentada. À primeira, ele denomina fábula, que é uma construção do espectador: trata-se da expressão da ação do filme em “uma cadeia de eventos cronológica, com relações de causa e efeito, ocorridas em determinada duração e espaço” (BORDWELL, 1985, p. 49). À segunda, ele chama *syuzhet*, que caracteriza como “a arquitetura da apresentação da fábula pelo filme”, “por vezes traduzido como 'trama’” (ibidem, p. 50). O *syuzhet* é uma abstração que se refere à estrutura dramática, constituindo-se na ordenação, duração e frequência dos eventos da fábula tais como ocorrem na obra, podendo indicar pontos de virada na trama, divisões em atos, entre outros.

Outro componente importante pelo qual o filme conta uma história é o que Bordwell cunhou de estilo, o “uso sistemático de artifícios cinematográficos do filme”, como “a *mise-en-scène*, a fotografia, a edição e o som” (ibidem, p. 50). O estilo envolve características mais

relacionadas com a técnica cinematográfica em si.

Assim, para o autor, a narração é “o processo pelo qual o filme leva o espectador a construir a fábula em curso com base na organização do *syuzhet* e na composição estilística.” (2007, p. 98, tradução nossa).

Importa destacar que, para Bordwell (1985), não existe necessariamente um narrador fílmico por trás da narração, o que seria incorrer em uma “ficção antropomórfica” (p. 62). Bordwell tenta romper com teorias subjetivistas, que enxergam via de regra um sujeito enunciador do discurso com características próprias, ou seja, um narrador. Um argumento que favorece o distanciamento dessa ideia é o fato de a narração fílmica ser, geralmente, bastante pragmática e oportunista, ferindo não raro coerências de construção (como no caso clássico de *flashbacks* supostamente narrados por personagens, que apresentam ao espectador imagens ou informações das quais os mesmos não poderiam ter tomado conhecimento). Nos estudos de caso deste capítulo, alguns padrões não são rigorosamente seguidos pela narração. Se atribuíssemos essas características a um narrador fílmico, teríamos que explicar por que ele se contradiz ou é tão instável. Bordwell sugere que é a narração que pode criar um narrador, apontando para a existência de uma entidade que a estaria manipulando; não o contrário.

Não atribuir um narrador ao fato da narração ainda conta com a vantagem de não estimular a identificação dessa entidade abstrata com “o autor” da obra. Essa distinção é básica mesmo para os que advogam a pré-existência de um narrador, e no entanto, a confusão é constante. Embora seja fundamental o papel desempenhado pelo diretor na construção do filme, não se pode esquecer de que o *syuzhet* e o estilo são também fruto do trabalho de muitos outros profissionais e mesmo de condições de produção (orçamentárias, tecnológicas...), de contextos históricos e regionais.

2.1.2 O “ponto de vista” em cinco eixos

Se não há um narrador responsável pela narração, como ficaria a questão do ponto de vista, expressão a que se recorreu bastante para diferenciar obras infantis? Nos estudos sobre o audiovisual, o conceito, também cunhado de perspectiva, tem sido muitas vezes empregado de forma frouxa (BORDWELL, 1985, p. 60). Bordwell prefere trabalhar com outras categorias de análise menos amplas que estariam relacionadas ao conceito. Adotaremos a mesma estratégia, abraçando algumas ideias lançadas por ele e por outros autores.

Uma percepção que normalmente está embutida no termo é a de que informações/conhecimentos oferecidos pela narração podem estar, de alguma forma, mais ou menos restritos ao conhecimento que um determinado personagem detém. O *syuzhet* pode apresentar cenas nas quais um mesmo personagem está sempre ou quase sempre presente, restringindo assim a distribuição do saber a esse personagem. Ou o *syuzhet* pode apresentar uma amplitude maior de conhecimento, mostrando a trajetória de vários personagens de forma mais onisciente. A amplitude do conhecimento de que a narração dispõe por meio do *syuzhet* faz parte de um aspecto narrativo que Bordwell (1985) chamou de cognoscibilidade, baseado no teórico literário Meir Sternberg.

Ainda com relação à cognoscibilidade, a narração pode permitir graus diferentes de “profundidade” na informação que transmite (BORDWELL, 1985, p. 58), podendo ser mais objetiva ou mais subjetiva. Dessa forma, a narração pode permanecer externa aos personagens ou oferecer um mergulho em sua mente, mostrando lembranças, sonhos e outras imagens mentais, mimetizando sua visão ou escuta. Pode ainda expressar pensamentos e emoções por meio da voz *over*.

Bordwell sugere, ainda baseado em Sternberg, mais dois aspectos narrativos, que segundo ele poderiam estar entremeados no conceito de ponto de vista. Primeiro: uma narração pode ser mais ou menos autoconsciente, exibindo maior ou menor reconhecimento de estar se dirigindo a uma audiência. Personagens que olham para a câmera, *flashbacks*, repetições podem ser indicativos de um maior grau de autoconsciência da narrativa. Segundo: as narrativas ainda diferem em relação à comunicabilidade, que verificaria o grau de extensão com que a narração comunica ou não informações da fábula aos espectadores.

De acordo com Niederhoff (2011), trabalhos recentes sobre o conceito de perspectiva apontam para a diversidade do fenômeno. Autores têm estabelecido vários tipos de parâmetros que comporiam o ponto de vista. Dentre eles, Schmid propõe incluir a ideologia de um texto: valores veiculados também são um aspecto que costuma estar relacionado, para críticos, com o que é chamado de ponto de vista de uma obra. Casetti e Di Chio (1991) também fizeram contribuição similar. Os autores italianos concordam com uma elaboração de Gaudreault e de Jost (2009) sobre o ponto de vista cinematográfico, mas acrescentam um componente ao conceito: a dimensão “axiológica-epistêmica: a imagem, conforme está constituída, expressa valores de referência, ideologias de fundo, convicções e conveniências particulares” (CASETTI; DI CHIO, 1991, p. 236).

Para a apreensão de alguns desses valores no filme, além da análise da fábula e do *syuzhet*, contribuem sobremaneira os “fatores de julgamento, comumente chamados de 'tom' pelos críticos literários” (BORDWELL, 1985, p. 61). Para Bordwell, a crítica ainda possui um vocabulário pobre para lidar com esses fatores. Ele os considera menos narrativos porquanto envolvem questões de estilo e de *syuzhet* que não auxiliam especificamente o espectador a construir a fábula. Elementos musicais, por exemplo, frequentemente indicam atitudes da narração: sons que reforçam reprovação de um personagem ou comicidade de uma ação são artificios comuns, mas não são responsáveis por informar algum evento. Bordwell adverte que geralmente essa atitude de julgamento - sobre um personagem, por exemplo - está estabelecida na estrutura como um todo, podendo ser observada tanto na organização geral do *syuzhet*, quanto em detalhes como um certo enquadramento.

Há mais uma faceta da expressão “ponto de vista” que ainda não foi abordada, e que parece estar especificamente vinculada ao que se entende por “ponto de vista infantil” e sua faceta “axiológica-epistêmica”. Quando Bazalgette e Staples (1995) afirmam que filmes infantis devem tratar dos “interesses, medos, apreensões e preocupações das crianças em seus próprios termos” (p. 96), referem-se também a uma adequação de conteúdo e de linguagem para os infantes. Logo antes do trecho citado, eles discorrem sobre filmes-família, afirmando que, nestes, problemas são “frequentemente apresentados em termos adultos e em maneiras que são inacessíveis às crianças” (p. 95). Como exemplo, descrevem uma cena de *Esqueceram de mim 2* (*Home Alone 2 – Lost in New York*, Chris Columbus, 1992):

[...] o pai de Kevin (Macaulay Culkin) pede-lhe que busque uma gravata no banheiro. Kevin responde, em close-up, que não pode porque “o tio Frank está tomando banho e ele disse que, se eu entrasse e o visse pelado, eu cresceria sem jamais me sentir um homem de verdade”- corte para o contraplano de consternação dos pais - “o que quer que isso queira dizer”. (BAZALGETTE e STAPLES, 1995, p. 96)

Nessa cena, com referência à cognoscibilidade, a narração apenas informou pontos que estavam no domínio do garoto Kevin: foi ele quem tomou conhecimento das palavras de tio Frank. O foco da imagem passa depois para os pais de Kevin, mas trata-se de uma reação que ele também vê. Estruturalmente, a cena restringe a distribuição do saber ao menino. Semanticamente, porém, ele é quem fica de fora, pois teria compreendido apenas um pouco da fala. Certamente, poderíamos arrazoar que ele tinha uma pequena noção do que se tratava a conversa, e a reproduziu porque intuía qual seria a reação dos pais. No entanto, não é isto que está em discussão no momento. Aqui, Bazalgette e Staples, mais do que propor o núcleo

narrativo nas crianças, reivindicam que o conteúdo seja compreensível e próprio para elas. Não se trata mais de qual personagem tem acesso a ou transmite a informação, mas também de quem é capaz de assimilá-la ou propenso a exprimi-la. A adequação ao público infantil é, para eles, uma faceta do que viria a ser um “ponto de vista infantil”. De fato, a seleção de conteúdo e a forma de apresentá-lo, tendo em vista a idade de boa parte dos espectadores, é uma preocupação constante desse tipo de obra.

Em resumo, decompomos a expressão “ponto de vista” em cinco eixos mais específicos, que serão utilizados neste capítulo e auxiliarão a verificar características dos filmes infantis analisados:

a) a cognoscibilidade, em sua amplitude e profundidade, evidencia sobre quem recai o núcleo da narração. Comparar, nesses filmes, como a atenção da narração é dividida entre personagens infantis e adultos, e como ela trata o relacionamento dos dois, nos leva a dialogar com algumas suposições sobre o apelo infantil ou familiar dos filmes, tão discutido no capítulo anterior;

b) a autoconsciência, que costuma existir explicitamente em filmes infantis, conforme atestou Wojcik-Andrews (2000), chamando atenção para o que ele chamou de “metafilmicidade” (p. 11) e que muitas vezes ocorre para aumentar a comunicabilidade do filme;

c) a comunicabilidade, que usualmente apresenta um alto grau em filmes infantis. Procuraremos verificar de que maneira ela é promovida;

d) os valores emitidos e a forma como são emitidos: particularmente, daremos atenção a que valores estão relacionados à infância em ambos os filmes. Além disso, verificaremos alguns outros elementos pontuais que demonstram julgamento da narração, atitude corriqueira em filmes infantis;

e) a seleção de conteúdo e a forma de apresentá-lo: será verificado o tratamento dado a alguns temas espinhosos.

Além dessas questões, daremos especial atenção a algumas marcas de estilo que os filmes propõem para atrair o público infantil, ao tipo de humor que constroem e ao seu ritmo.

2.2 Um resumo das fábulas dos filmes

Aqui serão delineadas resumida e separadamente as fábulas de *Menino maluquinho 1 e 2*, sendo de valia principalmente para o leitor que não conhece as películas. Nos próximos itens do capítulo, trechos dos filmes serão resgatados e comparados sem muitas vezes a explanação de seu contexto específico, de modo que a descrição de cada fábula se faz pertinente para uma visão da narrativa toda.

2.2.1 *Menino maluquinho – o filme*

Menino maluquinho – o filme se passa em período não muito demarcado, provavelmente em meados da década de 1960. Maluquinho, um menino de aproximadamente 8 anos, bate a cabeça na escola, ficando um momento desacordado. Seus pais recebem um telefonema. Preocupados, cada um sai de seu trabalho apressadamente para verificar o que aconteceu com o filho. Chegam à enfermaria e asseguram-se de que o menino está bem. A mãe volta para casa com o garoto e o pai volta ao trabalho.

Ao chegar em casa, Maluquinho procura algo para comer na cozinha. Faz um truque de mágica para Irene, a empregada doméstica da casa, transformando um ovo em pintinho. Seu amigo Bocão vai à sua casa, eles brincam e conversam no quarto. A mãe de Maluquinho chama-os para almoçar.

À tarde, Maluquinho e seus amigos descem uma ladeira de carrinho de rolimã, brincam de bente-altas, pique-bandeira e outras brincadeiras na rua. Ao chegar em casa, Irene faz melado. Maluquinho, lembrando-se vagamente de um truque, liga para seu avô Hortêncio (cujo apelido é Passarinho) para consultá-lo. Ele e seus amigos vão à rua implementá-lo: fingem que estão brigando com um cabo de vassoura, quando aparece um rapaz (Quincas), que incita a briga. Bocão pede que ele segure o cabo, que foi previamente sujo de melado e cocô. Quincas começa a persegui-los.

Irene procura Maluquinho para tomar banho. Ela agarra-o e leva-o para dentro de casa. O menino toma banho numa banheira, onde simula uma guerra naval com brinquedos.

À noite, o menino janta com seus pais, momento em que conversam sobre o dia do garoto. Ele vai para a cama e sonha que viaja para o universo com o pêndulo de um relógio, chegando a um relógio gigante, onde dança e canta com uma fada.

Maluquinho é acordado por Irene. Faz sua toailete matinal, toma o café da manhã. O ônibus escolar chega, mas Maluquinho não sai antes de encontrar seu chiclete mastigado,

guardado embaixo do sofá. Entra no ônibus e senta-se ao lado de Shirley Valéria, uma menina loira considerada a mais bonita da turma pelos meninos. Todas as crianças conversam e bagunçam, mas Maluquinho permanece sentado, mascando seu chiclete.

Na escola, o caderno de Maluquinho é passado de mão em mão entre os alunos, do qual leem trechos em voz alta. A professora começa a passar lição de matemática, mas assim que vira as costas, todos bagunçam. Acaba por dar uma prova para a turma.

Na casa de Bocão, após a escola, os garotos fazem guerra de almofada e um campeonato de pum.

À noite, Maluquinho lê *As aventuras de Tom Sawyer* em seu quarto, enquanto escuta uma briga de seus pais. Depois de vê-los discutindo, encontra consolo em seu amigo Bocão, sentados ambos na calçada em frente à casa.

No dia seguinte, o menino faz um passeio de barco com o pai num lago, onde conversam sobre a separação. Ao retornar para casa, seu pai faz as malas e sai de casa.

Maluquinho acorda sua mãe com um café da manhã na cama. Depois, passa a tarde com o pai em brincadeiras.

Na escola, a professora pergunta o que as crianças apresentarão na festa de encerramento do semestre. Nessa manhã, Julieta, uma aluna da turma, recebe um versinho de Maluquinho, mas descobre em seguida que várias meninas da sala já tinham ganhado também.

Maluquinho passa algumas refeições comendo pouco e trancando-se no quarto: está triste.

Quando da apresentação na escola, o protagonista declama um poema de sua autoria. Seu avô Passarinho surge batendo palmas. No dia seguinte, ele e o menino percorrem confeitarias e farmácias. Nessa mesma tarde, vô Passarinho decide levar o neto e os amigos da escola dele para sua casa no interior.

Passarinho, que foi piloto de avião na II Guerra Mundial, leva Maluquinho, Bocão e Nina em seu avião. A avó de Maluquinho os aguarda, preocupada, pois o campo de pouso próximo de sua casa não está bem cuidado. Para seu alívio, Hortêncio acaba pousando no aeroporto local. A avó recebe-os em sua casa com uma farta mesa de doces.

Nessa pequena cidade, Maluquinho e seus amigos conhecem alguns garotos, com quem se desentendem. Uma perseguição começa. Vô Passarinho pega Maluquinho e Tônico, um garoto local, pela orelha. Sua avó revela que são primos distantes. Fazendo as pazes,

Maluquinho e seu primo marcam um jogo de futebol do time de garotos da cidade contra o time dos amigos do visitante. Maluquinho e Bocão enviam uma carta pelo correio convocando toda a turma.

Numa tarde, Maluquinho, seu primo e Bocão vão roubar mangas. Bocão impede sua irmã Nina de ir junto. Ela, em troca, negocia uma quantidade das mangas roubadas. Quando está para pular o muro, Bocão acaba encontrando Quincas, o rapaz em quem pregaram a peça do melado. Descobre que ele é sobrinho do dono da propriedade que vão “assaltar”. Quincas solta os cachorros atrás dos meninos e os três tentam se refugiar, subindo na mangueira. O cachorro, instigado pelo rapaz, sobe também e consegue morder o tênis de Bocão, retirando-o. Quando não há mais saída, aparece Passarinho num balão estratosférico para resgatá-los.

No jantar, quase toda a turma da escola de Maluquinho está presente. Vô Passarinho anima a todos com o campeonato de futebol, exibindo o troféu. A avó manda as crianças para cama, mas Maluquinho fica mais um pouco para conversar. Quando dá boa-noite ao avô, que está deitado na rede, percebe que ele está frio.

No enterro de Hortêncio, estão presentes as crianças, os pais de Maluquinho, sua avó, Irene e outras pessoas da cidade. O padre discursa. O rapaz da mangueira aparece e dá para Bocão uma sacola com mangas e com seus tênis.

Para homenagear o avô, o jogo de futebol é realizado. Maluquinho fica no gol, onde agarra muitas bolas. As meninas ficam de fora, torcendo por ele. Junin narra a partida entusiasticamente.

Somos informados de que, quando cresce, Maluquinho vira um “cara legal”. E todos descobrem, de acordo com o narrador, que ele não era maluquinho, era apenas um menino feliz.

2.2.2 Menino maluquinho 2 – a aventura

Menino maluquinho 2 – a aventura também se passa em período indeterminado, em algum momento das décadas de 1960 e 1970. Maluquinho, com cerca de 11 anos, está na casa de seu avô Tônico, um inventor de traquitanas, em uma pequena cidade interiorana. Maluquinho pratica truques de mágica para a festa do centenário da cidade, que seu avô quer organizar. Eles vão à estação de trem recepcionar seus amigos, que vêm da cidade para a festa: Junin, Bocão, Nina e Lúcio.

À noite, vô Tônico conta a história do Tatá Mirim para as crianças dormirem. Tatá Mirim é um ser feito de fogo que vive no centro da terra e sobe de vez em quando para comer pão de queijo. Quando todos dormem, Maluquinho vê uma estranha luz no quarto.

No dia seguinte, as crianças vão ver os preparativos da armação do circo para o festejo do centenário. Ninguém sabe onde está Maluquinho. Pedro Fogueteiro (o responsável pelos fogos de artifício do festejo), vô Tônico e as crianças começam a procurá-lo. Nina encontra um tênis do menino próximo à gruta. Vô Tônico vai buscar reforços dos bombeiros e vai até o local. As crianças, às escondidas, partem também em busca do amigo e chegam lá antes.

Na caverna, os infantes passam por leves perigos até encontrar Maluquinho, que está junto de Tatá Mirim. No começo têm medo, achando que é o “capeta”, mas Maluquinho diz que é seu novo amigo. Junin acha-o bonitinho. Vô Tônico, que toma a frente dos bombeiros, encontra-os logo em seguida.

De volta à casa, à noite, vô Tônico passa mal, sofrendo de hipotermia. Tatá Mirim esquenta-o. O ser de fogo solta uns grunhidos, e as crianças o encontram embaixo de uma das camas do quarto. Maluquinho e Juninho vão à cozinha preparar pão de queijo, mas se atrapalham. Acabam levando ao quarto milho, que Tatá Mirim transforma em pipoca.

Seu Zé, empregado que trabalha para os avós de Maluquinho, varre as pipocas no dia seguinte, que chegaram até o jardim externo da casa. Fica encarregado pela avó do menino de observá-los atentamente. Ele vai até o banheiro, onde os quatro garotos fazem concurso de xixi enquanto Tatá Mirim está dentro do vaso sanitário. Vapor de xixi começa a sair, e seu Zé invade o banheiro para ver o que está acontecendo. Ele vê cinco pessoas em vez de quatro, e fica desconfiado.

Enquanto isso, Tônico procura o prefeito, seu Costa, para pedir apoio da prefeitura à festa. O apoio é negado, já que Costa alimenta antigas rixas pessoais com Tônico.

Tatá Miguel, um senhor de roupas e cabelos alaranjados, bate à casa de vô Tônico em busca das crianças. Elas evitam o contato, achando-o muito estranho, e Tatá Miguel, contrariado, vai embora.

Seu Zé comenta o caso com duas vizinhas, que estranham o vigor dos girassóis em pleno inverno. Concluem que o demônio está agindo com os meninos, e vão contar o caso ao monsenhor da paróquia, que não lhes dá crédito.

As crianças percebem que Tatá Mirim está ficando fraco e levam-no ao fogão, numa panela, para recuperar as energias. Depois de conversarem com os avós e saberem das

dificuldades para a festa, os infantes montam uma comissão e vão à casa do prefeito Costa solicitar seu apoio.

No dia seguinte, ao receber um panfleto da festa, o prefeito fica revoltado com a possibilidade de ela ocorrer mesmo sem seu apoio. Ele então vai ao paiol de fogos de artifício para interdita-lo. Acende um cigarro, mas o fósforo acaba ocasionando um incêndio. Pedro Fogueteiro sai do paiol, e Costa é resgatado por Tônico, que arrisca sua vida para salvá-lo. Os fogos comprados para a festa se perderam.

As duas vizinhas beatas, juntando uma pequena multidão de devotos, vão com tochas à casa de vô Tônico para purgar o que consideram a ação demoníaca em curso na cidade. As crianças saem correndo, e os manifestantes atrás delas. Elas se escondem e vão parar na linha do trem, onde quase são encurraladas pelos manifestantes e atropelados pela chegada do veículo. Tatá Mirim salva-os, voando e levando-os para perto do circo.

Tatá Miguel aparece para levar Tatá Mirim embora, pois, segundo ele, se Mirim permanecer na superfície da terra, poderá se extinguir. As crianças se despedem com tristeza de Tatá Mirim, que vai embora com Miguel.

Seu Costa, no dia seguinte, afirma a Tônico que a prefeitura cobrirá os gastos da festa. O monsenhor dá abertura às festividades. Crianças e adultos dançam na rua, fantasiados, ao som da fanfarra. Maluquinho vê Tatá Miguel no meio da multidão e começa a segui-lo. Eles entram no circo.

À noite, quem apresenta as atrações circenses são as crianças. Maluquinho, no final de seu truque de mágica, tira foguinhos da cartola, para espanto da plateia.

Na saída do circo, Tônico recebe cumprimentos, mas continua triste por ter perdido os fogos de artifício. Maluquinho dá ao avô um foguete, e pede para que ele o solte. Então, fogos de Tatás Mirins enchem o céu, comandados por Maluquinho, que se encontra em uma varanda.

A última cena mostra Maluquinho na escola, durante o dia, rodeado de amigos, terminando de contar a história que acompanhamos. Tudo pode não ter passado de uma fabulação do menino.

2.3 A constituição do protagonista e as relações entre adultos e crianças

2.3.1 Distribuição dos núcleos de crianças e adultos

Uma situação comum na literatura e no cinema infantil é o isolamento das crianças com relação aos pais. É frequente que elas sejam transportadas a outros mundos ou passem por algum acontecimento que acabe por promover uma distância da autoridade paterna (WOJCIK-ANDREWS, 2000). Essa situação ocorre de certa maneira nos dois filmes analisados, nos quais Maluquinho passa uma temporada na casa de seus avós maternos e paternos, em pequenas cidades interioranas. Em *Menino maluquinho 1*, esse isolamento ocorre um pouco depois da metade do filme, após a separação de seus pais. No filme de continuação, Maluquinho está desde a primeira cena na casa de seu avô Tônico. Essa separação é estratégica, pois oferece algumas vantagens para o desenvolvimento da história: além de o protagonista mirim desfrutar de maior liberdade e ter de enfrentar sozinho alguns desafios, que levam a seu amadurecimento, o isolamento favorece a exploração mais atenta das características e do desenvolvimento desse personagem.

O protagonista dos dois filmes é obviamente Maluquinho, é sobre ele que o foco da narração recai. Ele fica sozinho com seus amigos, sem a presença de adultos, em diversas cenas. Mesmo na cidade, no primeiro filme, em várias sequências o garoto brinca na rua ou fica no quarto sem supervisão adulta. Apesar dessa concentração nas crianças, ambos os filmes apresentam conflitos de personagens secundários adultos. A narração tem nos dois casos um certo grau de onisciência, não restringindo as informações da trama exclusivamente a um personagem específico.

No primeiro filme, são poucas as sequências em que o personagem principal não está presente, o que indica que uma boa parte da distribuição do saber do filme restringe-se a Maluquinho. Os problemas dos personagens adultos apresentados pelo filme são quase sempre vivenciados pelo menino: o divórcio dos pais, a peregrinação do avô em busca de remédios. Mesmo quando não participa da cena, é ele quem geralmente move os outros personagens. No início do filme, os pais de Maluquinho correm preocupados à escola para saber como está o filho acidentado. A conversa entre os avós junto do baú de brinquedos, mais ao final da fita, é outro exemplo: ela revela que Hortêncio está se sentindo mais jovem por conta do menino.

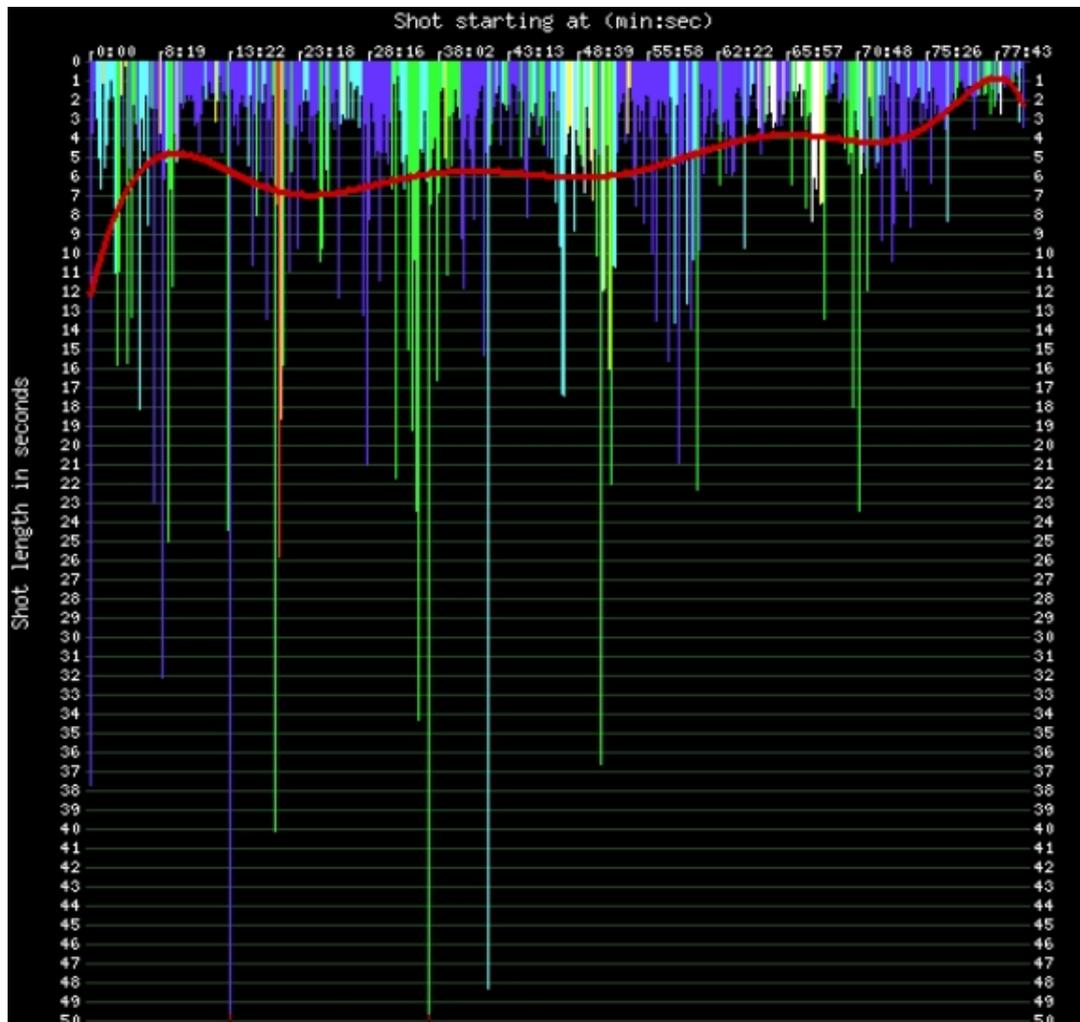
Diferentemente, no filme de sequência, há foco um pouco mais distribuído entre adultos e crianças. A obra apresenta basicamente duas tramas paralelas: a primeira é a luta

para montar a festa de comemoração do centenário da cidade - vô Tônico busca verbas e enfrenta o prefeito para organizá-la. Este objetivo central a ser alcançado no filme, a festa, é de Tônico, mas ele conta com a ajuda das crianças. A segunda é o encontro de Maluquinho e de seus amigos com o Tatá Mirim, que gera várias peripécias. Essa é uma trama que envolve especialmente as crianças, que são as únicas que têm acesso especial a Tatá – e, desse ponto de vista, têm uma vantagem com relação aos adultos. Inicialmente, essa segunda trama mostra o desaparecimento do protagonista e a busca por ele. Nessa sequência, que ultrapassa 15 minutos de duração, a narração se restringe ao conhecimento de seus amigos e de vô Tônico, que agem para salvar o garoto. Embora necessário para gerar suspense, é um tanto estranho que o protagonista suma por tanto tempo sem que a narração mostre indícios ao espectador de seu paradeiro. Trata-se de um procedimento que destoa bastante da quase onipresença do menino no primeiro filme, ainda que ele seja o motivo de toda a movimentação. Só voltamos a seguir Maluquinho quando seus amigos o encontram, no fundo da caverna.

Há ainda outra subtrama deste filme que envolve praticamente apenas adultos: é a mobilização de seu Zé e das duas beatas para investigar e extirpar a suposta ação demoníaca na cidade.

A distribuição dos planos em que aparecem apenas crianças, apenas adultos ou adultos e crianças juntos ao longo do filme é um dado que fornece pistas sobre o modo como o *syuzhet* trabalha com os diferentes núcleos adultos e infantis e confirma essas observações. Os gráficos 1 e 2 ilustram essa distribuição.

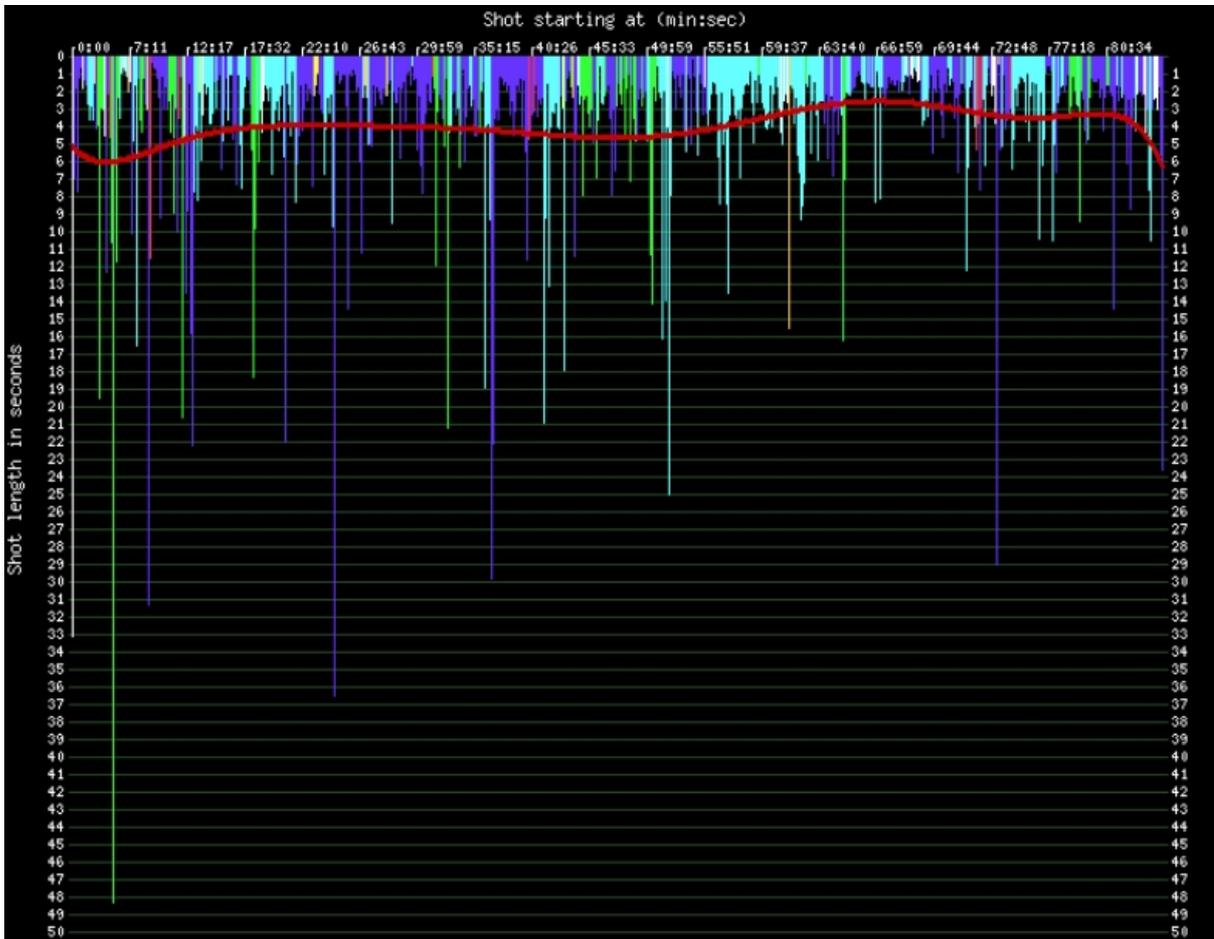
Gráfico 1 - Gráfico da distribuição e duração de planos de *Menino maluquinho 1*



- Planos apenas com crianças
- Planos apenas com adultos
- Planos com crianças e adultos
- Imagens mentais das crianças
- Linha de tendência da duração dos planos

Gráfico 1 - No eixo horizontal, o time code do filme. No eixo vertical, a duração dos planos em segundos. Em azul claro, os planos com adultos apenas. Em azul arroxeado, os planos com crianças apenas. Em verde, os planos com ambos. Em vermelho, as imagens mentais de crianças. A curva em vermelho é a linha de tendência da duração dos planos ao longo do filme. Este gráfico é uma aproximação, uma vez que registra um plano a cada dois. Entretanto, permite perceber bem os núcleos de personagens. Fonte: <http://www.cinematics.lv/movie.php?movie_ID=10562>.

Gráfico 2 - Gráfico da distribuição e duração dos planos de *Menino maluquinho 2*



- Planos apenas com crianças
- POV Tatá Mirim
- Planos apenas com adultos
- Linha de tendência da duração dos planos
- Planos com crianças e adultos

Gráfico 2 - No eixo horizontal, o time code do filme. No eixo vertical, a duração dos planos em segundos. Em azul claro, os planos com adultos apenas. Em azul arroxeadado, os planos com crianças apenas. Em verde, os planos com ambos. Em vermelho, os planos ponto-de-vista de Tatá Mirim. A curva em vermelho é a linha de tendência da duração dos planos ao longo do filme. Este gráfico é uma aproximação, uma vez que registra um plano a cada dois. Entretanto, permite perceber bem os núcleos de personagens. Fonte: <http://www.cinematics.lv/movie.php?movie_ID=10583>.

É fácil perceber como as manchas azul-claro, correspondentes aos planos com adultos, são relativamente frequentes no gráfico 2, mas bem escassos no 1. A trama com personagens adultos, isolados das crianças, toma um vulto considerável no segundo filme. Já no gráfico 1, sobressaem-se algumas manchas verdes, que indicam os planos com adultos e crianças.

A soma da duração dos planos ajuda a quantificar essa diferença. Abaixo, segue uma tabela comparativa entre os filmes.

Tabela 1 – Comparação da duração total dos planos que contêm apenas crianças, apenas adultos ou ambos ³⁴

<i>Filme/ Planos</i>	<i>Com crianças</i>		<i>Com adultos</i>		<i>Com ambos</i>	
	Tempo (aprox.)	Porcentagem (aprox.)	Tempo (aprox.)	Porcentagem (aprox.)	Tempo (aprox.)	Porcentagem (aprox.)
<i>Menino maluquinho</i>	34 min	42%	12 min	15%	23 min	29%
<i>Menino maluquinho 2</i>	34 min	40%	31 min	36%	12 min	14%

Elaboração nossa. Essa tabela inclui apenas os planos objetivos, desconsiderando os subjetivos, que representam o ponto-de-vista ou imagem mental de algum personagem.

Percebe-se que a soma da duração dos planos em que aparecem exclusivamente crianças é semelhante nos filmes – no primeiro, ela é percentualmente um pouco maior. O que destoia bastante são os outros planos. No filme dirigido por Ratton, apenas 15% dos planos do primeiro filme são apenas com adultos. Já na película de sequência, esses planos correspondem a 36% - mais que o dobro. Quanto aos planos que têm adultos e crianças juntos, verificamos que eles conformam 29% do primeiro filme e só 14% do segundo.

Além de evidenciar o peso diferente dos núcleos dramáticos compostos por crianças e adultos, esses números são também consequência de uma diferença nos padrões de decupagem dos filmes. Logo, é necessário passar da análise quantitativa para a qualitativa, que mostrará as diferentes formas com que a *mise-en-scène*, o enquadramento e a montagem constroem os personagens infantis e sua relação com os adultos nas duas obras.

2.3.2 As crianças em relação aos adultos: decupagem, enquadramento, *mise-en-scène*

No filme de Ratton, *Maluquinho* constitui-se como um travesso *showman*. Na

³⁴ Os dados dessa tabela foram recolhidos com o auxílio do programa Cinemetrics (disponível em <http://www.cinemetrics.lv>). Em tempo real, durante o visionamento do filme, o pesquisador indica os cortes, podendo classificar tipos diferentes de plano. A ferramenta ainda auxilia na organização dos dados e cálculos de média, soma, entre outros.

primeira cena em que chega em casa, o menino movimentava-se bastante na cozinha e falava rápido. O garoto predomina no centro do quadro, a câmera a segui-lo.

Muitas são as cenas em que Maluquinho é o centro das atenções; notadamente quando está com Irene. Faz magia para ela, transformando um ovo em pintinho. Neste momento, ele toma o centro e boa parte do quadro. Já Irene, no contraplano, encontra-se mais deslocada para o canto esquerdo. Em outro momento, depois do banho, Irene e Maluquinho estão no mesmo quadro. Ela abaixa-se para dar-lhe um abraço, e o garoto aproveita para sorratamente colocar um chumaço de alga em seus cabelos, momento em que um som engraçado reforça a travessura de Maluquinho.

Ele exibe sua arte com graça e é visto pelos adultos com resignada complacência. Não só na cena descrita, mas também muitas outras vezes os adultos ou se abaixam para ficar na mesma altura que ele, ou estão sentados, como mostram os seguintes *frames* do filme (fig. 2). É frequente, assim, os personagens adultos girarem em torno do garoto, criando uma *mise-en-scène* infantocêntrica e afetuosa.

Figura 2 – Maluquinho e seus pais



Fig. 2 - À esquerda, o pai de Maluquinho fica sentado no carro enquanto o filho conversa com o ele, praticamente na mesma altura do menino. À direita, a mãe coloca Maluquinho na cama e se abaixa para conversar com o garoto. Quem ocupa parte privilegiada do quadro é a criança, em ambas as situações.

Algumas outras cenas fazem recair o foco principal de montagem no personagem Maluquinho, sem deixar de lado sua interação com os adultos. A cena em que estão pai e filho num barco para conversar sobre o divórcio começa enquadrando ambos, em plano geral (fig. 3). Corta para plano médio do menino, tentando remar. O pai começa a contar piadas, voltamos para um plano conjunto de ambos, o mais longo da cena. O ato de remar confere aos corpos do menino e do pai um movimento constante de aproximação e distanciamento, significativo do rumo que a conversa tomará. Ao término da segunda anedota, um plano

médio do garoto. O foco recai novamente sobre o menino: o pai em *off* anuncia que iniciará uma conversa sobre o relacionamento com a mãe. Maluquinho pede para o pai “contar logo”. Paramos de ouvir o que o pai fala, sobe uma música lenta e triste e o menino mantém uma expressão de tristeza resignada. O plano que encerra a sequência é um geral distante o suficiente para começar a silhueta pai e filho no barco, em meio a um lago imenso e árvores ao fundo. A música continua, não há diálogos, e a imagem ganha tons dessaturados com um céu levemente avermelhado, contribuindo para o tom de morna melancolia.

A decupagem da cena é simples, mas bem eficiente para colocar em primeiro plano as reações do menino sem deixar de lado a sua interação com o pai. A câmera está a diferentes distâncias quando enquadra ambos no decorrer da cena, mas está sempre próxima do menino quando enquadrado sozinho.

Figura 3 – Cena no barco em *Maluquinho 1*

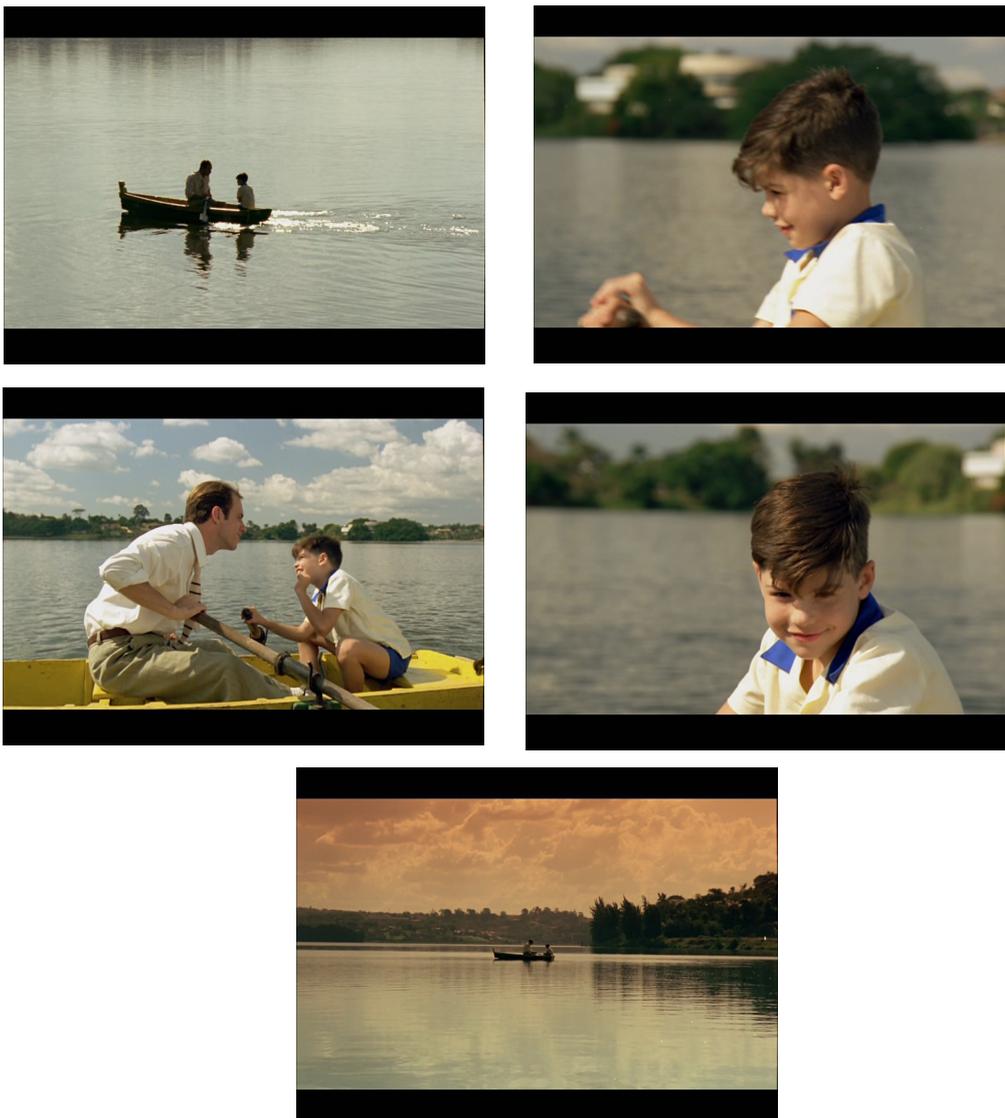


Fig. 3 Da esquerda para direita, de cima para baixo, a sequência dos enquadramentos na cena em *Maluquinho 1*.

Outras cenas alternam habilmente o foco no garoto, nos pais ou nos avós. A festa da escola com a apresentação das crianças é uma delas, um momento bastante importante do filme, em que Maluquinho lida com a dor da separação e começa a superá-la. Ela é desenvolvida de modo a acompanhar a ação de vários personagens. Durante a apresentação de seus amigos, Maluquinho olha pela cortina, vê apenas sua mãe e Irene, no meio da plateia. Quando seu pai chega, um tanto atrasado, mas bem em tempo da apresentação, a câmera enfoca suas costas. A tão esperada chegada é bem marcada com o movimento de câmera que acompanha sua entrada. Evidencia-se parte do ponto de vista do pai: vemos o menino ao fundo, no palco, pronto para começar. Maluquinho declama o poema “Teoria dos lados”. A câmera então vai para o palco e enquadra, no centro, a nuca do menino. E, em cada lado da imagem, a mãe e o pai do garoto, que trocam olhares de orgulho durante a apresentação. Maluquinho se configura na imagem como o centro com dois lados, que continua ligando afetuosamente o pai e a mãe. Logo depois, ouvem-se palmas solitárias e fortes. Ao fundo do teatro, entra vô Passarinho, que se posiciona bem no corredor central. Rostos da plateia se viram para ver quem chegou. As palmas tomam conta do ambiente, e Maluquinho sai correndo para pular no colo do avô, numa demonstração pública de carinho por ambas as partes. Essa cena exemplifica bem a manipulação de focos de crianças e adultos, permitindo ao espectador se identificar com vários deles.

A grande quantidade de planos que envolvem ao mesmo tempo crianças e adultos no filme se explica, em parte, pelo propósito de aprofundar o relacionamento entre pais e filho e avô e neto. Maluquinho é muito amado por todos. Os espectadores podem, como Krämer (2001) sugere com relação aos filmes-família, identificar-se com o grupo retratado e sentir algum estreitamento nos laços familiares após o término da sessão.

Já em *Maluquinho 2*, as ações dos personagens adultos conectam-se com as crianças de forma um pouco mais tangencial. Tônico nem sempre está com as crianças na organização da festa. Há menos afeto físico e mais ação, como nas cenas de busca e perseguição. Quando Tônico consegue encontrar as crianças na caverna, não há o ato de acolhimento que houve no resgate de vô Passarinho com o balão. Tônico está sobre uma formação mais alta com Nina, fica choroso de emoção – mas as crianças estão embaixo, conversando com Tatá Mirim. É difícil enquadrar o grupo todo junto. No frame a seguir, um plano-ponto-de-vista de Tatá Mirim, as crianças encontram-se em primeiro plano. Ao fundo, mais evidente pela luz de uma

lanterna, é possível localizar Nina e vô Tônico (ver figura 4). A profundidade de campo, ainda que não seja enorme, é mais explorada no segundo filme.

Figura 4 - Profundidade de campo – *Maluquinho 2*



Fig 4 Plano ponto-de-vista de Tatá. Ao fundo, a lanterna mostra a posição de Tônico e Nina no reencontro.

Os enquadramentos do primeiro filme que unem adultos e crianças parecem conformar um realismo um tanto baziniano. O contato entre uns e outros é real, respeitando a “unidade espacial do acontecimento no momento em que sua ruptura transformaria a realidade em sua mera representação imaginária.” (BAZIN, 1991, p. 62). Um bom exemplo de comparação talvez sejam os momentos à mesa. Enquanto em *Maluquinho 1*, temos ou um plano conjunto da mesa (quando a família janta e quando vô Passarinho exhibe o troféu) ou um *travelling* (quando avós e crianças comem doces), em *Maluquinho 2* são poucos os planos que unem adultos e crianças na hora do lanche, quando uma traquitana de Tônico se movimenta sobre a mesa. Essa estética propicia diferentes efeitos no processamento dessa relação pelo espectador – percebem-se maneiras diferentes de construção das situações, graus diferentes de afeto e de troca entre os personagens.

É possível observar ainda no segundo filme um padrão de contraplongées e plongées, assim como o da cena de abertura (figura 5). Embora também seja enquadrado em plongée, o contra, ainda que mínimo, é mais comum para *Maluquinho*, o que gera um leve engrandecimento de sua imagem. Na cena em que pratica mágica, logo no início do filme, ele é enquadrado por uma câmera um pouco baixa, com uma lente de curta distância focal que acaba deformando um pouco a imagem.

Figura 5 – Maluquinho em contraplongée



Fig. 5 – Ao ser encontrado pelo avô, o menino é retratado em contraplongée, que aumenta sua imagem (esq.). A câmera baixa também é utilizada quando ele pratica truques (dir.). Frames de *Maluquinho 2*.

O protagonista também assume no filme de sequência o papel de *showman* e um pouco o de herói. Ele é uma das grandes atrações do circo e é quem dá a Tônico o foguete que disparará os fogos de tatás. No final do filme, como um grande regente, Maluquinho é quem os orquestra.

Se em *Maluquinho 1*, são os adultos que se abaixam para ficar mais da altura do menino, em *Maluquinho 2* é comum que as crianças “cresçam” um pouco, literal e metaforicamente, para ficarem próximas dos adultos. Na abertura, o menino aparece ao lado de vô Tônico, os dois em pé, quase da mesma altura. Alguns planos refletem a parceria e um mimetismo das crianças em relação aos adultos. Na linha do trem, Tônico está abaixado com o ouvido próximo do solo. Ele sai, revelando atrás de si Maluquinho, na mesma posição que o avô. Quando saem caminhando no trilho do trem, Tônico vai à direita, mãos nas costas, um pouco chaplinianamente. Maluquinho vê e o imita, formando uma dupla (ver figura 6).

A criança que de certa maneira alcança e simula o adulto se revela também na comissão realizada para encontrar o prefeito. Trajadas com roupas formais como paletós, coletes e gravatas, as crianças formam fila em frente à poltrona na qual Costa está sentado - ficando, portanto, da altura das crianças. Maluquinho profere um breve discurso político-infantil em defesa da festa de centenário da cidade. Em sequência, uma a uma, as crianças cumprimentam-no de forma pomposa.

Figura 6 – Sequência no trilho do trem



Fig. 6 – Frames de *Maluquinho 2*. O menino imita os movimentos do avô.

Um outro tipo de plano ainda é bastante comum, especialmente em *Maluquinho 1*: os *reaction shots*, tomadas que mostram a reação de um personagem diante de uma ação ou situação. O fato de a maioria desses planos se constituírem em reação de adultos à atitude das crianças é uma consequência da centralidade dos infantes no filme. Não obstante, há *reaction shots* de meninas com relação a Maluquinho (como de Julieta, quando percebe que o menino havia dado versinhos a todas as meninas da classe).

Neste filme, a resignada e divertida consternação adulta é expressa várias vezes por esse tipo de plano – muitas, vezes, sem diálogos. O personagem da professora da turma é construído com, entre outros tipos de plano, alguns *reaction shots*, como no momento em que a turma lê o caderno de Maluquinho e ela segura o riso no plano seguinte. Irene também tem vários planos desse tipo, quando normalmente olha pra cima com um meio sorriso, como que buscando alguma força divina para suportar as traquinagens. Seu Domingos (o motorista do ônibus escolar) e o sorveteiro da rua também são como uma plateia para Maluquinho em

cenas cotidianas, enquadrados em *reaction shots*.

Em *Menino maluquinho 2*, há *reaction shots* das crianças. Na mesa do lanche da tarde, Tónico e Iaiá conversam sobre o seu casamento de forma carinhosa, ao que segue um *reaction shot* de Nina, embevecida com o amor dos dois. Porém, mais repetitivos e marcantes são os entusiasmados *reaction shots* de Tónico e Iaiá no circo, sorridentes, batendo palmas efusivamente. É interessante notar que as crianças constituem as únicas atrações do show, tendo desfrutado de bastante autonomia para realização dos seus números. De certa maneira, invertem-se os papéis – adultos na plateia, rindo; crianças com o poder de comandar a atração.

2.3.3 A construção de narradores

É ainda relevante considerar mais um aspecto da narração dos filmes, que possivelmente altera a amplitude de cognoscibilidade dos personagens: a narração dos filmes constrói narradores?

Em *Menino maluquinho – o filme*, o garoto é um narrador diegético quando conta piadas, declama poema. Também há um nível de narração que pode ser atribuído ao personagem, que é o sonho, cena a ser analisada no próximo tópico.

Há ainda um narrador de voz adulta que não tem origem diegética – trata-se de uma voz *over* masculina (interpretada pelo ator Paulo José), que aparece apenas duas vezes na obra. Na primeira, introduz a referida cena do sonho, no meio do filme; na segunda, no final do filme, dá informações sucintas sobre o futuro do menino. Em comum, as falas baseiam-se em trechos do livro que deu origem à película e falam sobre o tempo: afirmam tratar-se de um “grande mistério” a forma como o menino brinca com o tempo, mas, no final, nem ele foi capaz de segurá-lo: cresceu e virou um “cara legal mesmo”. Esta última fala lembra o encerramento de contos de fada por um narrador, mas sua presença não é constante, nem é percebida no começo do filme, quando normalmente o narrador apresenta personagens, espaço e tempo. Não se trata, portanto, de um narrador normativo que aparece com regularidade, sendo possível mas difícil considerá-lo plenamente como o contador da história. Ele parece atender mais a necessidades específicas da narração nessas duas cenas. Afigura-se ainda importante observar que a voz escolhida para comentar sobre o tempo do menino é uma voz adulta. É um observador adulto que faz, no meio e no final do filme, uma reflexão e um

balanço sobre o garoto.

Já em *Menino maluquinho 2*, sugere-se com mais força um nível de narração no *coup de théâtre* final, que revela que tudo pode ter sido uma história inventada e contada por Maluquinho. É comum em obras voltadas para a infância o recurso da história dentro da história, ou o recurso de ambientar uma história irreal no sonho de um personagem, deixando frequentemente a revelação de que tudo era sonho para o final. O filme, no entanto, acaba preservando a dúvida, num recurso também usual em histórias fantásticas e/ou de terror, que apresentam no último instante um detalhe para sugerir que a história imaginada pode ter um fundo de verdade. Nesta história-moldura, como comumente é chamada a parte da ficção que evidencia o ato de contar do personagem, embora Maluquinho afirme que às vezes nem ele acredita nas suas estórias, em seguida a câmera enfoca girassóis na escola em primeiro plano. Duas professoras (interpretadas pelas mesmas atrizes que fazem o papel das beatas) comentam com estranheza o vigor das flores em pleno inverno. Assim, um dos sintomas da presença do suposto ser imaginário Tatá Mirim aparece na escola.

A interpretação mais provável é que Maluquinho tenha inventado a história, haja vista também a música tema do filme, intitulada “Não caio, não”, em que o eu-lírico se recusa a crer na história do menino. E a narração, em seguida, deixa rapidamente a questão da existência de Tatá Mirim em aberto.

O recurso da história-moldura, mesmo com o último elemento que deixa uma certa dúvida, acaba diminuindo o impacto da fantasia e da ação da película e provocando um distanciamento do espectador, que pode reagir como o personagem Junin, perplexo no filme com a inexistência de elementos mágicos em que acreditava: “eram tudo truques? Papai Noel não existe?”. Entretanto, a cena final atribui à criança a capacidade imaginativa de criar uma história “digna de filme”.

Se Maluquinho é o criador da fábula, resta analisar se ele é também o narrador de todo o filme. Teriam o estilo e o *syuzhet* sido construídos para simular a imaginação da criança?

2.4 Imagens e sons subjetivos: a profundidade da cognoscibilidade

O nível de subjetividade das imagens é uma das maneiras de verificar se o conceito de imaginação infantil influenciou significativamente no modo como a narração opera.

Interessante notar que *Menino maluquinho 2* apresenta alguns poucos planos-pontos-

de-vista de crianças e adultos, excetuando os comuns planos-contraplanos de conversas. O plano ponto-de-vista mais diferente do filme ocorre no momento em que Bocão desmaia durante a montagem do circo: a câmera gira 180 graus – vemos a imagem girar, os adultos ficarem pequenos, de ponta cabeça. O espectador começa a achar que se trata de um plano-ponto-de-vista de Bocão, mas não. É de Junin, que está praticando seu número de acrobacia, pendurado de ponta-cabeça numa barra. Um filme infantil permite esse tipo de brincadeira com a imagem.

Há uma cena em particular desse filme em que a narração busca exprimir o estado emocional dos personagens. Não é propriamente uma imagem mental, mas a sequência em que os meninos dançam e pulam em suas camas no meio de uma explosão de pipoca ao som de roque traduz um certo sentimento de hedonismo infantil. Curiosamente, apresenta o estilo de um videoclipe ou de uma propaganda-videoclipe de pipoca: música em alto volume, imagens de rostos esfuziantes em *slow motion*, erupção abundante de pipocas voadoras (só parte delas devidamente devoradas).

Sobretudo se levarmos em conta que se trata de uma história tecida pelo próprio Maluquinho, a ausência de construções mais subjetivas pode causar estranheza. Afinal de contas, todo o filme poderia ser considerado, de alguma maneira, uma construção mental do personagem. Aí cabe uma reflexão: Maluquinho conta a história de forma oral. Sua voz como narrador não se corporifica, a não ser na transição do plano dos fogos de artifício para o plano da escola, em que o menino está rodeado de crianças para ouvir o conto. No entanto, a forma como o espectador toma conhecimento da estória é cinematográfica. Poderia ser uma representação da imaginação audiovisual do garoto? Em caso positivo, teríamos que comentar como o seu imaginário está cheio de referências do cinema dominante, se organiza como o cinema clássico e dá um aspecto cômico fabular a alguns personagens, mas confere um tom mais naturalista para crianças e avós. Ou seria uma transposição em imagem e som que a narração faz da história que Maluquinho conta oralmente?

É possível que a narração não queira dar pistas de que o que vemos é uma história contada pelo menino para que a surpresa da virada da trama seja maior. De qualquer forma, parece um pouco contraditório que a história que sai da cabeça da criança seja contada num esquema mais clássico e de forma mais objetiva que, como veremos, no primeiro filme.

Em *Menino maluquinho 2*, quem desfruta de planos-pontos-de-vista, curiosamente, é Tatá Mirim. Os planos são longos, têm distância focal curta, o que deforma um pouco a

proporção dos rostos e objetos, e possuem cor avermelhada para indicar a luz que emite, uma vez que ele é um ser de fogo. Na caverna, quando vemos Junin se aproximar dele pela primeira vez, é do ponto de vista do ser intraterrestre. A direção do olhar das crianças nesses planos é bem próximo do eixo da câmera. Assim, com os planos subjetivos, a narração aproxima Tatá dos espectadores de alguma maneira e, ao mesmo tempo, suprime do espectador a visão de seu rosto, gerando um leve suspense com relação à sua aparência – um suspense contudo pouco aproveitado no filme. Lembrando do realismo baziniano, as crianças só contracenam claramente com o Tatá produzido em efeitos especiais em um único plano: quando Maluquinho se despede dele, Tatá assume o formato de uma mão e toca-o, numa cena que faz referência clara a E.T. A presença de Tatá Mirim é pouco materializada e, por isso, a intensidade do relacionamento dele com as crianças é fraca.

Tatá Mirim é de fato um personagem importante dramaticamente, praticamente um herói: ele é responsável pelos fogos de artifício, livra os meninos na perseguição, ajuda a salvar vô Tônico e Costa no galpão em chamas, cura o avô da hipotermia. Talvez seja possível, para não interpretarmos apenas como maneirismos visuais, tecer uma justificativa para a abundância de enquadramentos plongée e contraplongée que o filme contém: eles representam de alguma forma o percurso desse personagem: de muito embaixo, do centro da Terra, Tatá Mirim foi até o céu, no formato de fogos de artifício.

Já *Menino maluquinho 1* apresenta vários momentos de imagens ou sons subjetivos das crianças. Assim que elas chegam à casa de vô Passarinho e abrem a porta, os rostos de Maluquinho, Nina e Bocão se desmancham em fascínio. Um longo *travelling* horizontal subjetivo mostra uma mesa cheia de doces e bolos em potes de cristal, pratos com detalhes dourados. A iluminação do plano é diferente para transmitir o deslumbramento do banquete: com contraluz, há pontos de brilho ao longo da mesa. Corta para o plano das crianças, a luz quente que ilumina as crianças parte da localização da mesa e Bocão até tira o chapéu em respeito. Uma música de piano com bastante *staccato*, de notas agudas, e algumas notas de um xilofone reverberante acompanham a montagem dos planos.

O filme ainda traz uma cena de sonho de Maluquinho. No início, Maluquinho dorme em sua cama, num registro realista, e a música não-diegética lembra uma canção de ninar tocada no piano, que se assemelha ao som de uma caixinha de música. Ouvimos o tique-taque de um relógio com um pouco de reverberação. Numa longa tomada, a câmera parte de um plano médio plongée de Maluquinho na cama e vai se afastando, rotacionando o eixo para

mostrar a parede do quarto. O movimento revela uma janela grande, de onde vemos a aproximação de um pêndulo gigante. Uma voz *over* masculina, adulta, aparece pela primeira vez e anuncia o texto já comentado. Ouvimos badalar de sinos. O pêndulo gigante entra pela janela. O quarto escuro ilumina-se. Maluquinho levanta-se da cama. Há um corte para um plano mais próximo, o menino esfrega os olhos, observa o pêndulo com alegria e sobe nele. É levado pelo pêndulo para fora da janela. A música cessa e surgem sons que se assemelham a sinos de vento.

O movimento de câmera, a voz *over*, o badalar dos sinos, a entrada do pêndulo no quarto e a mudança da iluminação no mesmo plano indicam a transição de um regime objetivo para um mais subjetivo: entramos no sonho de Maluquinho. O mais notável é que ela se dá sem recorrer a corte de imagem, é feita ao longo do plano. A narração acrescenta assim mais fantasia ao relato, e sugere que, na infância, a fronteira entre a realidade e o sonho é bastante tênue.

No próximo plano, o personagem chega com o pêndulo a um relógio gigante no meio de um céu azul-noite e estrelado, onde uma mulher vestida de branco, uma espécie de fada, recebe-o no colo. Maluquinho, ela e o relógio possuem uma sombra branca, reforçando a ideia de que se encontram em uma dimensão onírica. A música que então ouvimos parece uma valsa que, nos créditos finais, é intitulada *Tempo de menino*, composta por Antônio Pinto e Fernando Brant.

O filme dirigido por Ratton é ainda o que mais trabalha uma escuta subjetiva do personagem, sendo digno de atenção o fato de que essa escuta não é acompanhada por planos-ponto-de-vista.

Um exemplo é quando Maluquinho chega da escola e vai assaltar a geladeira. Agitado, pergunta para Irene se há suco, bolo, danone... Sua mãe chega e só permite que ele tome um suco, “senão ele não almoça”. Ao que o menino responde: “Ô, mãe! Até lá eu já dirigi [sic] tudo!” Achando graça, sua mãe completa: “dirige a comida e digere um carro... Avestruz!”. Ouvimos então o som de um ronco de motor. Maluquinho olha em direção à barriga, volta o olhar para a mãe e imita uma buzina: “Bi-bi”.

Além do espectador, quem ouviu esse ronco de motor, que rompe com as leis do mundo natural? O ruído foi diegético, partindo de fato da barriga de Maluquinho? Ou foi um comentário não-diegético da narração em resposta à fala da mãe?

Pelo olhar de Maluquinho para sua barriga, pela imitação da buzina, é possível inferir

que ele escutou o ronco do motor. A hipótese mais plausível é de que esse som faça parte da escuta subjetiva do menino estimulada pelo comentário da mãe. Se assim for, a narração dá vez para a audição subjetiva de Maluquinho, mostrando um ponto de escuta infantil e fazendo uso de um som contrapontístico, que acrescenta significado, não apenas redundando a imagem.

Outra cena em que parece prevalecer o ponto de escuta do personagem é a em que Maluquinho toma banho. Ele leva à banheira alguns brinquedos de plástico, como navios e tartaruga. Manipulando-os, narra uma história de guerra marítima e piratas. Os ruídos ambientam a história de Maluquinho: ouvem-se vento, trovão e barulho de mar, juntamente com os ruídos diegéticos que acompanham as ações do personagem brincando na água. Mais uma vez, a narração abre-se para a imaginação sonora do personagem.

2.5 Linearidade e clareza da narrativa: esclarecendo e formando espectadores

Como é usual no cinema e na literatura infantis, os dois filmes são lineares: o *syuzhet* organiza os fatos da fábula em ordem cronológica. Não há *flashbacks* ou *flashforwards*. No entanto, a construção linear se dá de formas distintas nas obras analisadas.

Menino maluquinho 2 apresenta uma linearidade muito mais afeita ao cinema clássico, cuja base é o encadeamento de cenas seguindo o princípio da causalidade – cada uma delas, ao mesmo tempo, conclui desenvolvimentos de causa e efeito pendentes e abre novas linhas de exploração para cenas futuras (BORDWELL in RAMOS, 2004, p. 281). É bastante evidente que o *syuzhet* do segundo filme promove o estabelecimento de problemas que deverão ser superados ao longo da trama: a organização da festa, a oposição do prefeito, o desaparecimento de Maluquinho, o enfraquecimento de Tatá Mirim, a perseguição dos devotos. As cenas são unidades que visam ao desenvolvimento dos problemas e sua resolução.

Já o filme dirigido por Ratton apresenta um caráter mais episódico, com ligação menos causal entre as cenas. Há alguns conflitos, como o divórcio dos pais e o falecimento do avô, e alguns eventos que são explorados e encadeados por algumas cenas, como a organização do jogo de futebol e a briga com Quincas. Contudo, seu desenvolvimento e resolução não tomam muito tempo da narrativa: não há um problema central a ser superado. Ao contrário, parte das cenas são como pequenos episódios da vida do menino, relativamente fechados em si e sem um grande desafio a vencer, como o banho, o banquete de doces, o

ônibus escolar, o concurso de pum. Trata-se de um filme que busca mais explorar um personagem do que apresentar grandes peripécias, por isso é repleto de cenas cotidianas, mostrando Maluquinho como um garoto imaginativo e alegre que prega peças, faz versinhos, brinca muito com os amigos. Embora apresente uma ligação mais frouxa, não há dificuldade em acompanhar o andamento da história, uma vez que não há grandes elipses.

A linearidade de um filme não implica necessariamente uma simplicidade de linguagem ou um alto grau de comunicabilidade. Há outros fatores envolvidos na obra que facilitam a compreensão do espectador, uma preocupação constante nas obras. A comunicabilidade é um deles.

Ambos os filmes buscam transmitir informações de forma clara de várias maneiras: pela estrutura narrativa, enquadramento, diálogo e *mise-en-scène*. Em *Menino maluquinho 2*, o grau de comunicabilidade é mais restrito apenas em algumas cenas por conta do mistério de Tatá Mirim e da localização de Maluquinho. Flertando com o gênero suspense, a narração não revela logo o ser mitológico e esconde a identidade de Tatá Miguel.

No cinema infantil, mesmo levando em conta algumas diferenças relacionadas ao gênero, verifica-se um certo grau de redundância, repetição e/ou variação de informações e estruturas narrativas. Em *Menino maluquinho 1*, percebe-se por exemplo como o caráter peralta do protagonista é enfatizado de diversas maneiras:

a) por meio de falas de personagens: o porteiro e a servente da escola, em sua única ação relevante no filme, comentam que os pais do garoto “ainda não se acostumaram com as artes do menino”, um “menino impossível”. Irene também, assim que o menino chega da escola, comenta que “a cabecinha dele piorou de vez”;

b) por meio da apresentação de diversas situações semelhantes em que prega alguma peça, empregando por vezes uma estrutura repetitiva com alguma variação: Maluquinho faz alguma graça e a vítima ou o acompanhante reagem com desaprovação complacente;

c) por meio da sua atuação, com expressões faceiras um pouco exageradas;

d) por meio do comentário sonoro, que evidencia alguns de seus atos de travessura, como na apresentação da escola, quando Maluquinho puxa a corda errada e levanta a cortina que escondia os bastidores em vez de abaixar a cortina principal.

Uma análise semelhante poderia ser feita neste filme com a informação do quanto o garoto é amado pelos pais, avós e colegas ou de quão grande é a amizade entre Maluquinho e Bocão. Para não haver dúvidas, elas são diversas vezes reiteradas. Mas não só isso: a

repetição também trabalha aqui a questão da intensidade desses sentimentos e dos traços de caráter.

No filme de sequência, há uma questão pedagógica envolvendo repetições: elas chamam a atenção para determinado detalhe que será importante posteriormente para a trama. O filme estimula o espectador a seguir pistas audiovisuais. A presença de Tatá Mirim, por exemplo, é sugerida logo na primeira cena do filme e depois constantemente repetida. Quando Maluquinho e o avô riem de satisfação da panela furada, sobe da fogueira ao fundo uma grande labareda, acompanhada por altos estalos sonoros. Os dois, ao mesmo tempo, rapidamente se viram para ver. Na cena em que o menino treina mágica, também ouvimos os estalos estranhos e grunhidos quando a câmera está sob a mesa, assumindo o ponto-de-vista de Tatá Mirim (que os espectadores ainda não conhecem). Maluquinho queima o dedo, e somos introduzidos pela primeira vez às imagens avermelhadas.

Outro efeito sonoro pedagógico que acompanha um ato repetitivo de grande importância na trama é o rápido ritual de acender o cigarro por seu Costa. Toda vez que ele tira um fósforo da caixa, acende-o e joga-o para trás, os mesmos sons marcam seu movimento. Até que ele realiza o gesto dentro do paiol de fogos de artifício, mais uma vez acompanhado pelos mesmos *foleys*, e o espectador se dá conta da explosão que poderá ocorrer.

Os *leitmotifs*, repetitivos por definição, são trechos melódicos que marcam personagens, locais ou situações e são comuns neste filme. Eles podem enfatizar algumas características do personagem, facilitar a identificação, memorização ou entendimento pelo espectador de alguma informação. O personagem de Tatá Miguel é acompanhado frequentemente por um *leitmotif* de mistério e pequenos estalos, semelhantes aos de Tatá Mirim, o que acaba associando os dois personagens. Seu Zé também é um personagem que possui um *leitmotif*, que reforça e acompanha seu andar cômico.

Há ainda um outro aspecto, dessa vez da *mise-en-scène*, que colabora para a clareza da transmissão de informações da narração – o *overacting*. Muitos dos atores dos filmes interpretam com um pequeno grau de exagero, não deixando muitas dúvidas sobre os sentimentos dos personagens a quem dão vida. Vô Tonico está normalmente com um sorriso enorme, fala com um tom mais alto que todos e faz movimentos amplos com os braços para mostrar seu entusiasmo. Quando Shirley Valéria passa pelo ônibus escolar, as meninas fazem uma cara de desgosto franzindo todo o rosto, e os meninos arregalam os olhos e abrem a boca

com admiração. O enquadramento também favorece a clareza: as expressões faciais são quase sempre bem visíveis, privilegiando quadros frontais ou perfis generosos.

A preocupação com o entendimento passa também por explicações verbais de vocabulário. Quando, no primeiro filme, Maluquinho afirma ao pai que o ama, ele responde que “essa fala” é dele. Após a evidente incompreensão do garoto, o pai explica o que é uma “fala de teatro”. No segundo, quando caminha com Vô Tônico pelo trilho de trem, Maluquinho pergunta o que é “centenário”, e o velho responde. Mais ao final do filme, é interessante notar que Maluquinho incorpora essa informação no discurso que faz ao prefeito, mas à sua maneira: “100 anos, seu prefeito, é muita coisa! 20 x 5, 10 x 10, 50 + 50!”. Essas explicações, ao mesmo tempo que têm a função de contribuir para a compreensão dos espectadores, representam também a autoridade adulta do saber, que guia os menores. Trata-se de uma situação com a qual os espectadores, tanto adultos quanto crianças, podem se identificar – e, talvez, estejam experimentando na própria projeção do filme.

A autoconsciência que está presente em filmes infantis é algumas vezes uma consequência do esforço de clareza para com os espectadores. O exemplo mais claro é o alerta de segurança que se tornou comum em programas de TV para crianças: “atenção, não façam isso em casa sem a supervisão de um adulto”. No filme, Maluquinho olha para a câmera quando diz isso, antes de mexer com o fogão. E o momento de quebra de suspensão da ficção é também bem demarcado por um *zoom in* no garoto, em um *fast motion* sonorizado, e um *zoom out* simétrico no final. Os momentos de autoconsciência, além de deixar mais clara a condição de ficcionalidade das narrativas, promovem uma ligação mais direta com os espectadores, especialmente as crianças. No final do filme, o menino também olha e ergue as sobrancelhas, e a imagem congela. O artifício, ao mesmo tempo que promove uma cumplicidade com o espectador, evidencia o caráter do personagem de contador de lorotas.

Vale constatar que o grau de comunicabilidade dessas películas é relativamente alto, e a transmissão de informações se dá, muitas vezes, de forma mais explícita que em outros tipos de filme. Mas as revelações não são simplistas e escancaradas. Na cena do sonho, no primeiro filme, por exemplo, é a composição das imagens e dos sons que leva o espectador a inferir que se trata de uma imagem mental. A cena é razoavelmente bem demarcada como um sonho pelos planos inicial e final, em que o garoto aparece dormindo. Mas, ao acordar, Maluquinho não diz que teve um sonho lindo, o que consistiria num grau extra de

redundância. Ele simplesmente está deitado na cama, sorrindo, e reclama com Irene ao ser acordado.

Pelo contrário, os filmes conseguem inserir ainda algumas figuras de linguagem relativamente complexas nos filmes. A metáfora da morte do avô Passarinho é um exemplo que alia a dificuldade em tratar do tema com as crianças de forma literal e uma bela construção cinematográfica. Após Maluquinho verificar que seu avô está frio, entra a imagem dessaturada de um pião num terreno arenoso, um dos brinquedos preferidos do avô, que vai parando de rodar pelo *slow motion* e congelamento da imagem final. É a narração que se expõe e faz a analogia, trazendo uma imagem que não se circunscreve à diegese. O pião não para de rodar sozinho, ele é parado pelo artifício da montagem. A vida é tirada. Com a imagem do pião congelada, parece que o seu tempo para de correr. Essa é a morte, que se contrapõe ao menino, que “brinca com o tempo como ninguém”. No mesmo filme, a presença do avô ainda é representada pelo balão estratosférico no plano-ponto-de-vista de Maluquinho no enterro. O balão some, e o garoto sente-se reconfortado.

Já no filme de sequência, há metáforas mais sutis e menos importantes do ponto de vista narrativo. Quando Costa sai de carro, por exemplo, para interditar o paiol de fogos de artifício, ele passa por uma cobra, num plano em que ela está em primeiro plano, numa paisagem deserta. A associação do prefeito à figura do animal traiçoeiro é feita imageticamente, sem explicações verbais. Porém ela não quebra a diegese, como no filme anterior. Em outro plano, mais uma associação similar: em sua casa, Costa é enquadrado com uma estátua de uma águia atacando uma presa ao fundo. De forma semelhante, anteriormente, Tônico saiu de carro para ir à gruta salvar os meninos. Na estrada de terra, o animal que está em primeiro plano é um sapo. Fica estabelecida uma contraposição entre um Costa-predador e um Tônico-presa, um prefeito que sai depressa para estragar uma festa da cidade e um avô que corre para resgatar seus netos.

As canções-tema também agregam um grau de redundância às informações, mas serão discutidas na seção 2.10.

Percebe-se, enfim, que esses padrões observados encontram respaldo no depoimento do próprio diretor Helvécio Ratton, quando discorre sobre as diferenças entre dirigir um filme para crianças e para adultos:

[...] é preciso ter clareza, os sinais têm que estar nítidos. Digo isso em relação à própria narrativa, a história em si, bem como na forma em que ela é contada, desde a posição da câmera até a interpretação dos atores. Certas sutilezas a gente só consegue decifrá-las com o passar dos anos, com a apropriação constante do

diálogo audiovisual. Não se trata de reduzir ou empobrecer a linguagem, pelo contrário, o desafio é buscar a nitidez sem burrice. Simplicidade e clareza são coisas que sempre me atraíram na arte. (SANTOS, 2004, p. 162)

A redundância, repetição e variação não só auxiliam o entendimento, mas também criam uma estética particular nas obras que propicia prazer. A redundância é recurso comum também em outros tipos de obras infantis, como o teatro e a literatura. Perry Nodelman, pesquisador de literatura infantil, afirma:

[...] a repetição surge tanto da tentativa de proporcionar prazer à criança quanto do desejo de ensiná-la. Quaisquer que sejam seus benefícios pedagógicos, a repetição é também uma fonte de gozo. Verifique o prazer dos padrões rítmicos repetitivos na música e na linguagem; não é acidental que a maioria das formas de literatura para adultos, como romances e *thrillers* de ação são os mais repetitivos, repisando tramas convencionais, tipos de personagens e formas de linguagem. A repetição é inerentemente reafirmadora, prazerosamente reconfortante – uma questão de saber o que esperar e, portanto, de não ser desestabilizado pela incerteza. (NODELMAN, 2008, p. 233, tradução nossa)

Piadas frequentemente têm estruturas repetitivas – basta observar a piada inicial do primeiro filme, sobre um japonês, um alemão e um italiano que têm pertences roubados: a situação se repete com os três, de forma semelhante. Em outras cenas, a estrutura também é repetitiva: no ônibus escolar, Seu Domingos olha várias vezes pelo espelho para verificar se Maluquinho está de fato se comportando. No segundo filme, na manhã da festa, a cada palma que Tônico dá, uma criança levanta da cama. Um certo paralelismo é uma forma de organização comum, que influencia o ritmo de fruição da obra. Esse paralelismo se verificará ainda de outras maneiras nos filmes, como veremos mais adiante.

2.6 Máquinas de enredar: trabalhando o ritmo até o final feliz

O ritmo que a montagem impõe nos filmes busca enredar os espectadores, de forma que não dispersem da narrativa. De acordo com o diretor Cao Hamburger, diretor do longa infantil *Castelo Rá-Tim-Bum*: “O [público] infantil é mais difícil de ser atingido. Não se conta muito com a paciência deles, ou se atinge o seu coração ou eles vão ser perdidos enquanto espectadores.” (SANTOS, 2004, p. 160). Hamburger provavelmente se referia à conquista rápida do espectador pelo filme em termos amplos. Um dos itens importantes para essa conquista é, sem dúvida, o ritmo.

O primeiro filme, montado por Vera Freire³⁵, em geral valoriza planos um pouco mais longos, que privilegiam a contemplação de paisagens e dos personagens. É o caso, por exemplo, da própria abertura e dos belos planos aéreos do passeio de avião e de balão. O filme tem cerca de 900 tomadas, cuja duração média é de pouco mais de 5 segundos, com desvio-padrão de cerca de 6 segundos, o que indica que a amostra se dispersa bastante da média (havendo planos bem mais longos e outros bem mais curtos). Logo, a obra não é composta apenas de longos planos, há intercalação de momentos mais entrecortados, como a sequência de brincadeiras na rua. Percebe-se, no gráfico 1, que a linha de tendência (vermelha) oscila ao longo do filme, alternando sequências com planos mais longos e outras com planos mais rápidos.

É interessante notar que os planos longos em geral são ricos em movimentos: a câmera e/ou os personagens se movimentam, podendo ainda ser acompanhados por uma música de fundo. Possuem um ritmo interno muitas vezes intenso.

De acordo com Chion, “antes de prover ressonância emocional a um filme, a música é sobretudo uma máquina de manipular tempo e espaço, aos quais ela ajuda a expandir, contrair, congelar e derreter como desejado.”³⁶ (CHION, 2009, p. 409). Um dos planos mais longos do filme é aquele em que Maluquinho dança no relógio com uma fada: música cadenciada com ação suave, mas constante, e plano longo fazem com que o tempo aparentemente se expanda, que “passe mais devagar”. Na cena dos carrinhos de rolimã, ocorre o contrário: a máquina musical auxilia a condensar o tempo e a costurar os planos: ela é sincronizada com um fluxo de imagens de várias brincadeiras em locações diferentes. Os planos contêm muito movimento: carrinhos descem, crianças correm. A canção tem um ritmo mais rápido e a montagem de imagens é bastante entrecortada, principalmente em comparação com o ritmo da edição ao longo do filme.

São distinções interessantes. Quando está acordado, o fato de o tempo do menino “ir devagar” é narrativamente expresso com a rapidez e a intensidade de movimento visual e sonoro num curto espaço de tempo. Mais que ir devagar, a impressão que se tem é de que o tempo é muito cheio. Quando está dormindo, e a narração supostamente assume mais diretamente o ponto de vista do menino, o tempo de fato parece se esvaír mais lentamente. Assim, a película alterna momentos de compressão temporal e de distensão; momentos de

³⁵ Também montadora de *A dança dos bonecos*, filme anterior dirigido por Helvécio Ratton e produzido pelo Grupo Novo, *Super Xuxa contra o Baixo Astral*, *Quem matou Pixote?* (José Joffily, 1996), *Fica comigo* (Lais Bodansky, 1998), entre outros.

³⁶ Tradução nossa baseada na tradução de Gorbman para o inglês.

rapidez nos cortes com momentos de tranquila contemplação.

A película seguinte, montada por Déo Teixeira³⁷, tem mais de 1200 planos de duração média de 4 segundos, com desvio-padrão de menos de 5 segundos. É significativamente mais rápida que a anterior. Observando a linha de tendência do gráfico 2 (em vermelho), percebe-se que ela tem menos variações que a linha do primeiro gráfico – o filme costuma manter um ritmo relativamente acelerado e constante de cortes. Eventos cheios de movimento são por vezes decupados em diversos planos, como a queda da estante na abertura e o momento em que os meninos caem num escorregador da gruta. Neste filme, a maior quantidade de campos-contracampos também acelera um pouco o ritmo.

Todavia, deve-se destacar que nem todo ele é composto de planos rápidos, há também planos-sequência. De forma semelhante ao que ocorre no primeiro filme, mesmo os planos longos contêm uma boa dose de movimentação e/ou música, como a cena em que vô Tônico e Maluquinho estão a andar no trilho do trem, que começa com uma *mise-en-scène* intrincada, explorando a profundidade de campo. E a cena em que as crianças cruzam uma ponte num plano geral e conversam sobre os perigos da caverna, ao som da música-tema instrumental de fundo.

No primeiro filme, o ritmo interno dos planos acaba tendo um peso um pouco maior. O movimento dos personagens, principalmente do protagonista, marca o ritmo de movimentação. Com planos um pouco mais longos, explora-se com um pouco mais de liberdade a atuação dos atores mirins. Cabe notar que estes fornecem uma contribuição literalmente infantil para a *mise-en-scène* e para o ritmo do filme, ainda que eles também apresentem um grau de *overacting* e tenham sido dirigidos por um adulto.

É interessante notar ainda que os filmes apresentam uma variação de ritmo bem perceptível quando chegam ao final. A linha de tendência do gráfico 1, referente ao primeiro filme, sobe, indicando um ritmo mais rápido de corte de planos em razão principalmente do jogo de futebol e do clipe final. Já no segundo filme, a linha desce, indicando um padrão mais lento de cortes, devido aos planos da festa. Ambos os filmes terminam com um final feliz, que é mais um elemento comum em narrativas infantis, e podemos refletir sobre os diferentes efeitos que essa variação proporciona.

Após o falecimento do avô de Maluquinho, no primeiro filme, a montagem se acelera.

³⁷ Seu primeiro trabalho como montador de longa-metragem é *Menino maluquinho 2*. Também editou comerciais na O2 Filmes. Montou posteriormente *Domésticas* (Fernando Meirelles e Nando Olival, 2001) e episódios para TV das séries *Antônia* (2006) e *Som e Fúria* (2009).

Para superar o momento de tristeza, tanto personagens quanto espectadores envolvem-se num jogo de futebol leve, rápido, com direito a torcida. E, ao final, depois que o garoto cresce, os espectadores são brindados com a retrospectiva de seus momentos felizes num clipe com a música-tema. O final feliz não corresponde exatamente à resolução de um problema ou de um conflito, já que a morte é intransponível e os pais do menino não reatam. Ou seja, não se trata de um fechamento estrutural, mas de um fechamento mais psicológico, que a montagem certamente ajuda a constituir levando a um momento quase catártico: “os conflitos pessoais do protagonista entram num balanço” (NIKOLAJEVA, 2003, p. 7) e os dos espectadores também: a tristeza se esvai.

No final do segundo filme, planos mais abertos mostram a população fantasiada, desfilando na festa de aniversário da cidade. Depois, ocorre a apresentação no circo e, por fim, a queima de fogos. Trata-se de um final que une o fechamento estrutural (o objetivo da festa é alcançado de forma integral) e o psicológico (o protagonista revê seu amigo Tatá e resolve o problema do avô). O ritmo de ação e de montagem do filme cai, os objetivos já estão sendo concretizados. Os planos dos fogos de artifício são também longos em decorrência dos efeitos especiais, de execução mais difícil caso houvesse muitos cortes, *closes* ou movimentos de câmera.

2.7 O humor no filme infantil

Elementos cômicos são uma constante no cinema infantil. Ainda que os enredos explorem histórias mais associadas ao drama, frequentemente são construídos personagens, situações ou diálogos que pretendem provocar o riso da plateia. Elke Schlote (2006) compilou uma lista de elementos cômicos encontrados em programas de TV infantis como resultado de um trabalho do grupo de pesquisa alemão IZI. Alguns podem ser reconhecidos nos filmes analisados. Tomo a liberdade de adaptar alguns itens de sua lista e acrescentar outros que foram observados.

As duas películas lançam mão de algumas artimanhas bastante ligadas à comédia popular. Pode-se observar a exploração de um humor físico e ingênuo, em que frequentemente há situações em que um personagem é exposto a situações ridículas e desfavorecido de alguma maneira. Percebe-se a recorrência de:

- a) temas escatológicos ou que envolvam sujeiras de outra espécie, como o concurso de

pum e de xixi, o truque da briga com cabo de vassoura preparado com melado e cocô, a cena em que Junin e Maluquinho fazem pão de queijo e ficam cobertos com farinha e ovos, o abraço que Bocão dá em Maluquinho, quebrando um ovo;

b) ações físicas que envolvam uma dor geralmente inofensiva como o tombo de Seu Zé no banheiro ou o chute que Maluquinho dá em Bocão;

c) piadas leves, como a que o pai conta a Maluquinho (“por que o cachorro entrou na igreja?”), a que abre o primeiro filme (um ratinho que rouba comida) e a que Junin conta no ônibus da escola (“o que a minhoca disse para o minhoco...?”);

d) resistência à autoridade, colocando em xeque hierarquias, como quando Maluquinho responde à professora ou coloca uma alga sobre a cabeça de Irene, a babá;

e) ações exageradas ou traços exagerados de personagens, expressos na *mise-en-scène* e na narrativa: Bocão é muito guloso (pega muito pão de queijo no café da manhã, dorme abraçado a um pote de biscoitos); Maluquinho é muito paquerador (manda versinhos para todas as meninas da classe); as beatas e Olívia, a esposa do prefeito, fazem várias expressões caricatas, enfatizadas pelo ângulo do enquadramento e distância focal da lente;

f) fracasso de ações, como quando Maluquinho abre a cortina errada no espetáculo da escola ou quando Bocão desenha um péssimo “retrato falado” do amigo desaparecido;

g) incoerências ou absurdos, ainda que aparentes, como o momento em que Tônico e Pedro Fogueteiro procuram Maluquinho no poço (eles gritam e o “eco responde” - tratava-se, na verdade, da voz de Junin);

h) elipses temporais que favorecem a comicidade: nos casos analisados, elas referenciam a temporalidade das histórias em quadrinhos. Em *Maluquinho 1*, quando Bocão abre a porta do quarto para sua mãe, os meninos, que antes estavam no concurso de pum, aparecem subitamente no contraplano sentados à mesa, estudando comportadamente. Em *Maluquinho 2*, saindo de casa, vô Tônico proíbe os meninos de irem à caverna resgatar seu amigo. Entretanto, quando o carro deixa o quadro logo em seguida, revela atrás de si, em pose de heróis, Lúcio, Junin e Bocão já vestidos, equipados e maquiados hollywoodianamente para uma missão de busca na gruta. A música de *background* fica mais aguda e lembra melodias de filmes de ação. Esse tipo de montagem é pouco explorado nos dois filmes, mas promove quando utilizado um pequeno efeito de surpresa, enfatizando a agilidade e esperteza das crianças para driblar a supervisão adulta;

i) paródia de gêneros ou de cenas de filmes: quando Maluquinho, Bocão e Nina

encontram meninos da cidade do interior, a *mise-en-scène*, fotografia, música e diálogos parodiam cenas de *western*. Vale ressaltar que esse tipo de humor tem efeito maior no público que reconhece as referências envolvidas.

Muitas das ações cômicas são enfatizadas por “efeitos sonoros engraçadinhos” (VILLAÇA, 2005, p. 218), como o próprio Raton uma vez os chamou, que sublinham e/ou comentam ações ou falas. Esses efeitos, muitas vezes presentes também em comédias não tão focadas no público infantil, ajudam a compor o que chamamos de marcas de estilo infantis.

2.8 Marcas de estilo infantis

O cinema infantil parece contar com algumas convenções estilísticas para ser reconhecido como tal, que têm origem muitas vezes em outros meios, como o teatro ou a literatura. Embora não haja uma receita ou uma lista obrigatória de itens, alguns são muito recorrentes. Algumas estratégias comuns já foram mencionadas, mas neste item nos concentraremos em questões mais ligadas ao estilo, muitas vezes não tão relacionadas à transmissão de informações da fábula.

Há uma organização clara de elementos dos cenários e figurinos em ambos os filmes. No caso do primeiro, é adotada a paleta de cores do livro de Ziraldo: amarelo, vermelho e azul escuro intensos. A organização de cores se verifica nas casinhas da rua, nas roupas dos personagens, em paredes pintadas. O filme traz uma referência estética forte – a das histórias em quadrinhos. Os cenários, em geral, apresentam traços simples, lembrando a economia das HQ's. Há alguns objetos e caracterizações bem estilizados, como a peruca da mãe de Maluquinho, os óculos de Junin, o carro do pai, a mãe de Bocão (com bóbis no cabelo e creme no rosto), o rabo de cavalo sempre impecável de Irene. Ainda é comum a composição de uma figura recortada do fundo, um fundo “plano” ou chapado, com muito pouca sombra. Um exemplo marcante é o momento em que Shirley Valéria passeia com seu cãozinho em frente de um muro pintado de azul, com estrelas.

O fotógrafo José Tadeu Ribeiro afirma no material de divulgação à imprensa: “usei um filtrozinho - soft net – que abrandou o realismo sem quebrar o profundo das cores, o tom quente das cores. Eu queria entrar na fantasia, sem ser aquela magia excessiva, sem exageros.” (MENINO..., 1995, p. 14). Softnet é um filtro que difunde levemente a luz, suavizando detalhes como rugas, pintas, texturas finas, sem deixar perder o foco ou o

contraste. Ele favorece, assim, o traçado definido das figuras sobre o fundo, contribuindo para a sensação de desenho que o filme transmite. O resultado é um realismo com pequeno toque de fantasia.

Menino maluquinho 2 já bebe de outra fonte também bem conhecida do público. Sua estética lembra os filmes de aventura e ação para o público familiar do cinema dominante, como *Os Goonies*, *E.T.* e *Indiana Jones*. Iluminação com sombras mais marcadas, apresentando uma fonte principal mais forte sobre os rostos, colaboram com o suspense que a fita pretende produzir. As cores se apresentam mais foscas, o uso do amarelo e do vermelho são bem dosados, geralmente reservados para o protagonista; predominam no filme tons acastanhados e o azul escuro. Os cenários têm mais volume e são grandiosos: a caverna, as grandes casas da cidadezinha, a igreja, as traquitanas estranhas inventadas por Tônico que povoam sua sala e oficina. O enquadramento busca ângulos um pouco inusitados, uma certa sofisticação da imagem.

A composição de efeitos especiais pode ainda ser apontada como uma recorrência no filão. No segundo filme, efeitos especiais associados ao fogo são concretizados em Tatá Mirim e na explosão do paiol de fogos de artifício, lembrando mais uma vez os filmes de ação. No primeiro filme, o relógio e o pêndulo gigantes são destaques, rememorando as locações fantásticas de musicais.

Como já comentado, alguns personagens do segundo filme apresentam também traços caricaturados. No entanto, os traços não se restringem a acessórios, como perucas e óculos do primeiro filme. Eles são características essenciais de alguns personagens, como de Tatá Miguel (que tem bigode, cabelo e roupas laranja e age de forma um tanto animal), do prefeito Costa e de sua esposa, de seu Zé e das duas beatas. A estilização desses personagens chega ao ponto máximo quando os três últimos se encontram na frente da igreja. O que vemos nesse encontro são na verdade suas sombras, esticadas e bem demarcadas, no muro – uma alusão ao teatro de sombras. Em movimentos bem ensaiados, conversam e cochicham, arqueando o corpo e gesticulando bastante.

A polarização entre personagens “do bem” e “do mal” existe de forma sutil em ambos os filmes. De qualquer maneira, ela é muito mais fraca que a polarização comum em diversas tramas de filmes infantis (conforme notaram Bazin (1949) e Wojcik-Andrews (2000)). No primeiro filme, Quincas vira uma espécie de inimigo após cair no truque das crianças. Ele veste roupas pretas, jaqueta de couro, e costuma usar óculos escuros. No segundo filme, os

opositores são justamente os personagens caricaturados. Costa é o opositor mais claro, que quer acabar com a festa. Ele está reclamando constantemente, quase sempre sentado à poltrona. Sua esposa senta-se frequentemente em outro aposento, a casa é cheia de animais empalhados e há poucos movimentos de câmera em sua casa, ao contrário do que acontece na casa de Tônico. Ou seja, a casa de Costa é um lugar de pouca vida e pouco movimento – enfim, de pouca alegria. Um contraste claro com a casa de Tônico e Iaiá, que sempre recebem visitas e são carinhosos um com o outro.

Aliada à questão do *overacting* anteriormente comentada, em ambos os filmes, a voz dos personagens parece possuir uma modulação peculiar. As crianças costumam ter um tom agudo e animado, marcando bem as variações. É o caso de Nina, quando negocia frutas roubadas com Bocão e estranha o acordo a que chegaram: “sete mangas - e meia? Com caroço ou sem caroço?” Irene e a mãe de Maluquinho, muitas vezes, falam de forma bem aveludada, carinhosas ao extremo. No segundo filme, seu Zé fala sempre resmungando, assumindo um estilo de dicção um pouco gutural. As beatas falam em agudo contido e, algumas vezes, sussurrado. Iaiá, em tom frágil e um pouco fanho. A voz é assim, de certa maneira, estilizada também, artifício a que contadores de história e atores de peças infantis muitas vezes recorrem. Essa característica foi criticada por Bravo (2000), descontente com o extremo esquematismo sonoro do qual muitos filmes infantis sofrem: neles, são usados tipos de vozes clichês para personagens como o vilão, a mocinha, o herói... Isso ocorre um pouco nos filmes, principalmente, como vimos, no segundo. Entretanto, mesmo padecendo um pouco de esquematismo, o filme busca apresentar um trabalho mais refinado e diferenciado na caracterização vocal. Busca fugir de alguns clichês – Iaiá, por exemplo, não fala como uma mocinha, sua voz é esganiçada, e o vilão Costa não tem uma voz gutural.

Com relação à estruturação dos diálogos, podemos observar algumas construções rítmicas que lembram jograis, um certo paralelismo. Tônico e Pedro Fogueteiro, à mesa, dividem falas sobre a festa e os fogos de artifício. Maluquinho e seu pai também têm textos semelhantes, como quando estão na enfermaria – o menino começa dizendo que “no meio do caminho, tinha uma árvore”, e o pai termina, completando a alusão drummondiana. Além do efeito estético dessa organização, ela evidencia ainda a afinidade existente entre os personagens.

Com relação à banda sonora de filmes infantis, destacamos já os efeitos engraçadinhos. Jullier e Marie denominaram esse tipo de recurso de “efeito-circo”:

Quando a faixa-imagem [...] dita seus imperativos à faixa-som, quando a música destaca o que se passa, ou quando a voz comenta os acontecimentos e os objetos apenas à medida que aparecem, é legítimo falar de efeito circo. A orquestra do circo tradicional toca em função do que se desenrola no picadeiro: se uma pomba demora a sair da cartola, se um palhaço derrubado por uma torta demora a se levantar, com um gesto o maestro fará executar alguns compassos *da capo*. O efeito circo é particularmente sensível com uma música que constitui um correspondente perfeitamente sincrônico a um gesto – o que se chama de *mickeymousing*, por causa dos desenhos animados ávidos por esse efeito. É o soco pontuado por uma batida de címbalo, a escorregadela acompanhada por um glissando do trombone, etc. (JULLIER; MARIE, 2009, p. 55)

Trata-se de uma estratégia que frequentemente visa o humor. Ela também enfatiza o movimento da imagem. Em *Maluquinho 2*, o uso do efeito-circo não se circunscreve a “sons engraçadinhos”. A trilha musical acaba acompanhando alguns movimentos em *mickeymousing*. A inserção desses sons pode apresentar o tom que a narração confere à ação, podendo conotar a reprovação de uma atitude, por exemplo, ou a ridicularização do modo de andar de Seu Zé. Em alguns filmes infantis, a atitude de julgamento da narração tem a tendência de transparecer bastante.

Os filmes ainda propõem toques de fantasia pela sincronia não-realista entre imagem e som. Para chamar o menino e seu amigo Bocão para o almoço, a mãe pega uma pequena corneta de plástico na sala. A imagem mostra-a levando a corneta à boca, balançando levemente a cabeça e piscando os olhos: ela está tocando. O que ouvimos, no entanto, não é o som característico de uma corneta de plástico, mas uma corneta profissional que executa um toque clichê de chamada de soldados em quartel militar. Por um momento, com o dedo indicador, a mãe dedilha um pistão imaginário, acompanhando as variações da música. Em outro plano, Maluquinho, deitado no chão de seu quarto com Bocão, escuta a chamada da corneta (agora um som *off*), levanta-se rapidamente e exclama: “Oba, hora do rancho!”, utilizando um termo militar para a refeição.

O som adquire uma ambiguidade. Sua fonte é visível na imagem, mas o som não é realista. Como música que quebra o naturalismo, que fica entre o mundo diegético e o não-diegético, ela chama a atenção para artimanhas da narração. Ela adiciona um aspecto lúdico ao filme, semelhante ao tipo de escuta subjetiva que construiu para seu personagem.

No segundo filme, sons fantásticos também ocorrem com as estátuas de cães em metal que Costa tem em sua casa e em seu carro: elas latem. Semelhante construção, mas com funções mais expressivas, se dá no primeiro filme quando Nina abre a boca para que os meninos a incluam na guerra de almofadas: o som que ouvimos é um rugido de leão.

O estilo musical também costuma ser marcado por convenções. Alguns ritmos são

mais característicos dos filmes infantis. *Maluquinho 1* apresenta na cena inicial, na sequência do balão e em outras, uma melodia de piano que lembra uma caixinha de música de ritmo mais rápido. A valsa, presente no sonho do menino, é também frequente em filmes infantis, marcante em cenas de dança das princesas da Disney. As melodias são singelas e alegres. *Maluquinho 2* já parte para uma música mais orquestrada e de composição um pouco mais sofisticada, que trabalha com tensões - mais uma vez mais afeita aos filmes de aventura.

2.9 O tratamento de temas complexos

Os filmes abordam temas difíceis, alguns considerados tabus para o público infantil. O primeiro filme carrega mais pretensões neste sentido, ao tocar em questões como morte, divórcio e sexualidade.

A única briga exibida entre os pais de Maluquinho é leve, sem agressões físicas ou verbais. Por meio de palavras e gestos, os pais asseguram a Maluquinho seu amor e apoio incondicionais. O garoto fica triste, mas é interessante notar que uma das únicas sequências do filme que tem um caráter iterativo³⁸ (ou seja, a narração apresenta uma única vez um evento que se repete várias vezes na fábula) é a que exhibe a tristeza do protagonista após a separação dos pais: Maluquinho chega da escola e vai direto ao quarto sem almoçar, colocando a placa de “Não perturbe” na porta. A mãe e Irene têm um diálogo após a entrada do menino que indica que esse comportamento tem sido comum: há dias ele mal come e anda cabisbaixo. Mas a mãe expressa a esperança de que ele logo vai “estourar por aí”. Esse período de fofoca é, assim, mostrado em apenas uma cena, e logo superado na narrativa. Da mesma forma, vimos anteriormente como a morte é representada por uma metáfora e rapidamente superada.

O filme apresenta ainda algumas cenas que tratam da sexualidade do personagem, contrariando a visão comum de crianças como seres assexuados. Maluquinho e Bocão, no quarto, folheiam uma revista pornográfica – dos anos 1960, em preto e branco. A narração oferece um plano que mostra o interior da revista que os meninos folheiam, há mulheres com seios à mostra, e Maluquinho faz com a mão um gesto de apertar. O plano não é longo, os

³⁸ Utilizo aqui o termo que Gaudreault e Jost (2009) propuseram para esse tipo de cena, baseados em Genette. Bordwell (1985), ao versar sobre narração e frequência temporal, deixa de considerar o número de vezes que o evento ocorre na fábula, restringindo-se apenas ao número de vezes que a narração reconta ou encena um fato.

garotos conversam sobre ter tomado banho com o pai sem grandes cerimônias. Depois, conversam sobre a loira Shirley Valéria. Na rua, mais uma vez, os garotos e mais amigos conversam sobre os “peitinhos” na menina. Shirley praticamente não tem falas no filme. Essas são situações marcadas por uma certa naturalidade, registradas num modo semelhante ao de uma crônica, como grande parte do filme, mas guardam em si uma polêmica com relação à representação das meninas e mulheres.

Em *Maluquinho 2*, o tema mais complexo provavelmente são as relações políticas da pequena cidade. O desentendimento entre Costa e Tônico está pautado em querelas antigas que podem ser entendidas pelas crianças – Tônico havia quebrado a perna de Costa num jogo de futebol quando eram meninos, e Iaiá foi namorada de Costa, mas acabou casando-se com Tônico. As querelas políticas são assim retratadas como brigas de meninos. Trata-se de um recurso para facilitar a compreensão das crianças, que, entretanto, possivelmente tem seus correspondentes na política brasileira.

Num diálogo em que Costa reclama que o padre faz todos os desejos de Tônico, sutilmente se coloca a questão da atuação da Igreja Católica. Olívia responde que a família de Tônico havia doado um terreno para a igreja. Seria então natural que o monsenhor aprovasse a instalação do circo no local. É um diálogo muito rápido, que, ao mesmo tempo que mostra uma faceta personalista e materialista da igreja, parece também enaltecer a generosidade da família de Tônico.

2.10 A canção-tema e o espírito da infância

No início de uma cena de *Maluquinho 2*, o prefeito Costa, sentado em sua poltrona, está olhando a janela. Dela, em profundidade de campo, podem-se avistar as crianças desfocadas brincando num gramado. Costa volta o tronco e resmunga: “Tônico estraga essas crianças, deixa elas fazerem o que quiserem!”

Costa é a voz que deixa transparecer a liberdade e protagonismo das crianças nos filmes: *Maluquinho* dobra facilmente os adultos. Ou os adultos é que se dobram a ele. No final de *Maluquinho 2*, Iaiá diz para Tônico soltar o foguete, pois “foi seu neto que *mandou!*” As crianças encontram-se em posição de comando. Em *Menino maluquinho*, as faces lúdica, de êxtase e de potência da infância sobressaem. A criança quase sempre ocupa um papel central. As tristezas existem, mas são superadas rapidamente. As travessuras que o

personagem faz são um resultado da alegria, da criatividade, da liberdade que, nos filmes, parecem ser próprias das crianças e dos avós com “espírito de menino”.

A canção-tema dos filmes diz bastante sobre a representação de infância que constroem. Com refrão que se repete muito e facilita a memorização, no primeiro filme, Milton Nascimento e Rita Lee cantam que “Vida de moleque é vida boa / Vida de menino é maluquinha / É bente-altas, rouba-bandeira / Tudo que é bom é brincadeira”, associando a infância de Maluquinho, cheia de brincadeiras na rua, com uma infância feliz. As imagens que acompanham a música também exaltam a liberdade de usufruir a rua: crianças radiantes descem ladeira com carrinhos de rolimã, meninos jogam bente-altas com entusiasmo, meninas brincam de Maria Viola.

A sequência pode ser considerada um discurso de exaltação a um tipo de infância que existe cada vez menos, principalmente em grandes áreas urbanas. Trata-se da narração mostrando aos espectadores no que consistem os bons momentos dessa fase. Na música, é interessante notar que vozes infantis fazem coro à adulta na segunda parte da canção, como que ratificando e dando legitimidade ao que ela expressa.

Na valsa *Tempo de menino*, essa estrutura de voz adulta ratificada por voz infantil se repete. Ela afirma que o menino “é o dono do mundo”. A infância mais uma vez é retratada em sua potência. Potência essa representada principalmente pelo poder da imaginação. Ela tem um poder redentor no filme, uma vez que ajuda o personagem a superar o divórcio dos pais (Maluquinho escreve a “Teoria dos lados”), a superar a morte do avô (o menino vê o balão) e chega a “assumir” por instantes a narração do filme, como ocorre na sequência do sonho.

Na continuação, a imaginação infantil mais uma vez é extremamente valorizada: ela constrói mundos e histórias. Boa parte da fábula seria fruto da criatividade de Maluquinho. Contudo, interessa notar que a letra da música-tema apresenta uma posição ambígua com relação a essa criatividade. O eu-lírico da música é interpretado por um adulto (Herbert Vianna), que se diz cético em relação às histórias que o menino conta: “Você quer me enganar, eu não caio, não, na sua história maluca”. Ela oferece para identificação do espectador uma posição de desconfiança em relação ao protagonista, não de adesão ou de deslumbre com o seu universo, como ocorre no primeiro filme.

No final do primeiro filme, o menino cresce, deixando essa fase e se transformando num “cara legal mesmo”. A imagem dele adulto é o desenho final do livro de Ziraldo, o

desenho de um adulto em garatujas infantis. É quando se descobre que “ele não era um menino maluquinho, ele era um menino feliz.” Trata-se de uma infância para relembrar e guardar, como na foto de álbum de escola e no clipe dos melhores momentos, as últimas imagens do filme. Já o filme de sequência termina confirmando o que a música-tema diz: não se pode confiar no menino, pois a história toda havia sido contada por ele.

Apesar de a música-tema não favorecer a identificação no último caso, a infância é retratada como um momento idílico nos dois filmes. Um éden que se passa no interior de Minas Gerais, num período em que a indústria cultural e, principalmente, a televisão ainda não eram consumidas massivamente: as crianças no filme não jogam videogame, não têm brinquedos de super-heróis nem indumentárias de personagens televisivos. Trata-se de uma posição que revela bastante dos propósitos de seus realizadores, como veremos no próximo capítulo.

3 Aspectos de produção e comercialização de *Menino maluquinho*

O livro *O menino maluquinho*, do autor mineiro Ziraldo, é um dos maiores sucessos de vendas do mercado editorial brasileiro. Lançado em 1980, a primeira tiragem contou com 5.000 exemplares e esgotou-se logo no primeiro dia. Em 1981, o livro venceu o principal prêmio da literatura infantil, o Jabuti. Em 2010, chegou à 100^a edição no Brasil, quando já tinham sido vendidos 2,8 milhões de exemplares (BERCITO, 2010). Foi comercializado em 11 países e traduzido para espanhol, catalão, esperanto, coreano, inglês e japonês (SILVA, 2008, p. 57).

Tarcisio Vidigal ficou impressionado com a saída do livro de Ziraldo. Além de ser sócio-fundador do Grupo Novo de Cinema em parceria com José Américo Ribeiro, Vidigal era sócio na época do lançamento do livro de uma rede de sete supermercados de Minas Gerais que pertencia à sua família: “O livro vendia como água. Quase todos os meus clientes compraram pelo menos um exemplar.” (ANTENORE, 1994, p. 5-3). Já então, teve a ideia de adaptá-lo para o cinema. Entrou em contato com o cartunista, amigo seu, sobre quem havia dirigido em 1976 um documentário de curta-metragem intitulado *Ziraldo*. Ziraldo, entretanto, resistiu até o Natal de 1988, quando enfim deu autorização ao produtor. O Grupo Novo já havia lançado, em 1987, *A dança dos bonecos*, dirigido por Helvécio Ratton, filme infantil de boa recepção de público e de crítica, o que provavelmente deve ter pesado a favor de Vidigal.

Em 1989, a Embrafilme aprovou o projeto de *Menino maluquinho – o filme*. Helvécio Ratton foi convidado para assumir mais uma vez a direção e começaram a anunciar os testes para o ator que viveria Maluquinho no cinema. No entanto, na primeira semana de produção, a Embrafilme foi extinta. A produção foi interrompida e retomada apenas dois anos depois, no final de 1992. Em 1993, o projeto foi contemplado com o Prêmio Resgate do Cinema

Brasileiro, que, utilizando o espólio da Embrafilme, apoiou com dinheiro a produção de curtas e longas-metragens. Somado a recursos do BNDES, do Polo de Brasília, a outros captados junto à iniciativa privada (alguns via Lei Rouanet³⁹) e a empréstimos pessoais, Tarcisio Vidigal conseguiu levantar a produção. Em janeiro de 1994, são anunciadas pela segunda vez em reportagens de jornais a busca por crianças para compor o elenco do filme, inclusive para interpretar o protagonista.

Como em alguns outros projetos de filme infantil no Brasil, a iniciativa para sua criação partiu do produtor cinematográfico. Este é um fenômeno que está longe de ser regra no cinema brasileiro, sendo mais recorrente em alguns segmentos voltados para a produção de obras que visam atingir um público relativamente numeroso com filmes de matrizes genéricas, como é o caso da pornochanchada. Helvécio Ratton, no material de divulgação do filme, dá uma noção da pouca valorização que se costumava conferir ao produtor cinematográfico na época, ao mesmo tempo que ressalta a importância de Vidigal para o filme:

[...] o grande responsável pelo salto do Menino Maluquinho do livro para o cinema chama-se Tarcisio Vidigal, um dos raros produtores de verdade do cinema brasileiro, que cada vez mais necessita de profissionais como ele. Tarcisio teve a ideia de fazer o filme e me convidou para dirigi-lo, num gesto de confiança nascido de uma longa relação profissional e de amizade. [...] apesar de nossas diferenças, temos uma relação profissional única, uma parceria de produtor e diretor em um cinema onde a maior parte dos diretores, numa onipotência que não leva a lugar nenhum, pensa que pode prescindir da figura do produtor. (MENINO..., 1995, p. 8)

Paralelamente ao reconhecimento do trabalho fundamental do produtor no projeto, Helvécio Ratton faz questão de enfatizar também o caráter autoral da fabricação do filme:

Embora *Menino Maluquinho* tenha sido uma proposta do produtor, toda a concepção do filme foi minha. A partir do momento em que aceitei o filme, eu o trouxe para mim e o fiz como uma proposta autoral. (NAGIB, 2002, p. 364)

O desejo de enfatizar a concepção autoral é uma maneira de conferir ao filme uma dimensão que o distinga da maior parte do dito “cinema comercial”, do qual Helvécio e muitos outros cineastas brasileiros pretendem manter distância. Ao mesmo tempo, percebe-se em boa parte desses realizadores e no Estado (o maior investidor na atividade) o intuito de fazer do cinema uma indústria autossustentável por meio da produção de filmes que gerem lucro. Essa dupla missão de distinção artística e de sucesso comercial está embutida no projeto cinematográfico do Menino maluquinho de formas nem sempre coerentes ou harmônicas, como veremos neste capítulo, mas bastante significativas para a apreensão de

³⁹ Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991).

algumas forças conflitantes que constroem tipos variados de projeto para a infância.

Uma das decisões que teria partido de Ratton e que corrobora o desejo de distanciamento da indústria cultural de massa é a ambientação do filme na década de 1960, época em que, no Brasil, tal mercado de bens culturais ainda estava em fase de consolidação (ORTIZ, 1989) – a televisão, especialmente, não era tão difundida no país. Como o livro que serviu de base para o filme não situa Maluquinho numa época precisa, foi preciso criar seu contexto. De acordo com o diretor, essa decisão lhe permitiria

[...] justamente apresentar uma realidade diferente para as crianças de hoje. Em vez dos jogos de computadores, tínhamos a pelada de rua, o pião e as bolinhas de gude. Em função disso, enfrentei alguma resistência por parte do Tarcísio, que achava (corretamente) que teríamos maiores possibilidades de explorar o *merchandising* caso o filme se passasse na atualidade: poderíamos “vender” videogames, computadores e toda essa parafernália eletrônica que os meninos usam. Mas isso ia radicalmente contra minhas intenções. (VILLAÇA, 2005, p. 270)

Trata-se de uma escolha que marca a oposição ao universo do consumo infantil e do que Ratton denominou “filmes-vitrine”. Assim, ele continuou na linha anticonsumista que instaurara em *A dança dos bonecos*. Sua fala evidencia uma tensão entre suas intenções e os propósitos do produtor, este preocupado em viabilizar o filme por meio do *merchandising* de produtos para crianças, o público específico do filme. Ao final, entretanto, Vidigal concordou com Ratton e estendeu o conceito de filme de época com pouco *merchandising* para a sequência também.

Nessas falas do diretor e noutras que reproduzimos ainda no capítulo 1 a respeito de *A dança dos bonecos*, reside mais uma contraposição, que Renato Ortiz (1985) identificou como recorrente no discurso de alguns setores das classes artística e intelectual brasileiras, num pensamento de crítica à modernidade: a cultura popular versus a cultura de massa. A primeira estaria atrelada a um passado de riqueza espiritual e à identidade nacional (“a pelada de rua, o pião e as bolinhas de gude”), em oposição à segunda, relacionada à quantidade e à técnica que desvirtuariam esses valores (“os jogos de computadores”, “videogames”, “essa parafernália eletrônica”).

A crítica da modernidade se realiza, desta maneira, em nome de um humanismo que privilegiaria a dimensão da qualidade em detrimento da quantidade. O ponto de tensão entre esses dois termos pode ser apreendido quando se considera, por exemplo, a relação entre cultura popular e cultura de massa. O popular é considerado como *beauté du mort*, ele é reificado e objetivado enquanto memória nacional. A cultura popular deve ser preservada porque em sua essência ela é tradição e identidade. Os meios de comunicação de massa pertencem ao domínio da quantidade, eles massificam e uniformizam a diversidade do ideal brasileiro. [...] O folclore precisa ser preservado da contaminação profana do mundo moderno. “Popular” é cultura, a “massa” é técnica. Por isso o pensamento tradicional opõe os

valores humanos e regionais ao tecnicismo moderno, brasileiro ou estrangeiro, como por exemplo em sua crítica aos centros de televisão (São Paulo e Rio de Janeiro) que produzem uma cultura massificante e que procuram impô-la ao país. (ORTIZ, 1985, p. 105)

É necessário fazer um esclarecimento sobre o termo “popular”. Como o próprio Ortiz apontou, o “popular” ganhou concepções diversas em discursos de diferentes grupos. Há o popular que tem como base as tradições brasileiras e o folclore, acepção mais tradicional e muitas vezes romântica que está subentendida na citação acima. Há ainda o popular como algo proveniente das classes populares, de baixo poder aquisitivo, ou relacionado a elas. Por exemplo, um filme que retrate uma greve de operários ou a vida de cortadores de cana dialoga com essa vertente de popular. E há a concepção de popular como algo que é amplamente consumido, a acepção dominante na cultura de massa americana. A segunda acepção, bastante recorrente em certos projetos de cinema brasileiro, como o Cinema Novo, praticamente não aparece nos filmes analisados. Maluquinho é um menino branco de classe média. Perceberemos como as duas outras concepções de popular acabam ganhando forças diferentes em momentos variados do projeto de *Menino maluquinho*.

Dado o subsídio estatal da atividade, há no início da Retomada uma certa crença difundida entre cineastas brasileiros na missão de promover, nos filmes, uma representação da cultura ou história do país, que muitas vezes foi feita inclusive em tom oficialesco (CAETANO et alii, 2005, p. 13). Esse dever é redobrado em muitas obras que se pretendem para crianças devido a sua tradicional missão formativa – não raro elas apresentam uma veia do nacional popular com feições pedagógicas e mais românticas. É bastante comum, assim, que esses filmes apresentem uma ideia do que é o nacional, ou procurem apresentar para seus espectadores aspectos da cultura do país que devem ser exaltados. Frequentemente, apelam para épocas passadas e afastam-se dos universos urbanos.

É interessante notar que isso não ocorre apenas no Brasil, mas também em outros cinemas nacionais. Åberg (2011) percebeu em alguns filmes infantis suecos produzidos nas décadas de 1980 e 90 um retrato nostálgico das décadas de 1950 e 60, com representações nacionais ligadas a cenários rurais e à época Folkhem, do Estado de bem-estar social com o partido social-democrata no poder. A identidade nacional nestes filmes também está calcada no passado e utiliza-se da nostalgia para se construir. Parece que o nacionalismo que emerge de algumas obras infantis imbrica-se muitas vezes com a própria ideia de retrato da infância que elas carregam: procura-se resgatar uma pureza perdida, as origens idílicas tanto do

homem quanto da nação.

Este capítulo tratará de verificar como se dá, no projeto cinematográfico do *Menino maluquinho*, as construções de referências nacionais e sua relação com referências internacionais-populares. Também daremos atenção às tensões entre as distintas formas de legitimar os filmes infantis para o público, ora adotando um discurso de distância da indústria cultural de massa, ora aproximando-se dela. Autores como Sammonds (apud SANTO, 2006, p. 74) apontaram para a necessidade de analisar o conjunto de práticas e orientações que permitem ao produtor de entretenimento modelar os produtos e o seu direcionamento ao público de forma que eles pareçam benéficos às crianças. Esses princípios norteadores são expressados não só nas falas dos agentes envolvidos, como já começamos a vislumbrar, mas também nas obras e nas formas de produção e distribuição empreendidas. O processamento desses elementos pela imprensa também será analisado, uma vez que é mais um indicativo de como essas posturas estão presentes no trabalho muitas vezes de forma patente e de como elas foram aceitas pela crítica, uma parte específica do público do filme.

Antes de entrar no estudo de cada filme em particular, observaremos algumas características da franquia Menino maluquinho, que já existia antes dos filmes, de forma a fornecer mais um contexto para eles. É possível observar como eles se beneficiaram da já existente imagem positiva do personagem construída no mercado editorial e colocaremos em questão a forma como o anticonsumismo vira, nessa franquia, um discurso que visa legitimar a sua produção no mercado.

3.1 Uma franquia de autor

Para Derek Johnson (2009, p. 57), as franquias de mídia são um fenômeno que iniciou na década de 1980, quando o conceito começou a ser utilizado para designar o “gerenciamento da propriedade intelectual corporativa e as formas culturais serializadas que resultariam dele”. Para Johnson, mais que uma propriedade intelectual que se espalha em diversas mídias, diversos setores da indústria, em vários produtos ao logo do tempo, a franquia é um sistema dinâmico, que sustenta uma expansão corrente da produção de conteúdo (e não só de sua distribuição).

Não é apenas para sequências de filmes que o termo é usualmente empregado, mas

também programas de televisão, brinquedos, DVDs, sites de internet, videogames, parques temáticos, livros, histórias em quadrinhos são produtos que podem ser gerados nas franquias no meio das indústrias culturais. Essas franquias são “super-sistemas de entretenimento marcadas por uma intertextualidade transmidiática, sempre em expansão”, como as cunhou Kinder (1991, p.1) ao analisar *commodities* como Muppet Babies e Tartarugas Ninja.

Autores de histórias em quadrinhos da virada do século XIX para o XX estão entre os pioneiros do licenciamento de propriedades intelectuais artísticas e contribuíram enormemente para o desenvolvimento da cultura de massa. Richard Outcault, criador de *Yellow Kid* e de *Buster Brown*, licenciou seus personagens para comerciais e empresas produtoras de mídia. Buster Brown, criado em 1902, virou protagonista de filmes silenciosos de um rolo, alguns produzidos por Edison, e posteriormente tema e personagem de programa de rádio em 1943, e de televisão em 1951. Tornou-se astro de comerciais dos sapatos Brown, além de associar sua imagem a vários outros produtos, de farinha de trigo a talheres infantis. O licenciamento de personagens de histórias em quadrinhos pode ser considerado um antecedente das franquias, que continuam utilizando práticas semelhantes.

A super-exposição desses personagens contribuiu para o que Walter Benjamin chamou de “destruição da aura” da obra de arte, processo marcante da cultura de massa. O objeto artístico de culto não é mais singular e não se reveste de um caráter distante como o fazia tradicionalmente. A multiplicação do conteúdo em múltiplas plataformas contribuiu para “fazer as coisas 'ficarem mais próximas”, “uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através da sua reprodutibilidade. Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto, de tão perto quanto possível, na imagem, ou antes, na sua cópia, na sua reprodução” (BENJAMIN, 1994, p. 169). A franquia sem dúvida se vale desse desejo do público de ter por perto seus personagens preferidos, de possuir a imagem deles, viver cercado por eles e participar de seus mundos.

Esses anseios são particularmente verdadeiros para jovens e crianças. As crianças em especial parecem gostar de franquias, sentem-se seguras com repetições, envolvem-se com seus personagens, recriam situações do mundo ficcional com brinquedos e brincadeiras. Além disso, crianças gostam de colecionar coisas. É perceptível que boa parte das franquias são destinadas ao público infante-juvenil, direta ou indiretamente, o que gera uma reação de setores da sociedade para a proteção da infância contra a publicidade infantil, por exemplo.

Maluquinho surgiu em livro na época em que o conceito de franquia ganhava força. Seu modelo de extensão para outras mídias baseia-se fortemente na estratégia de licenciamento de personagens, semelhante ao que cartunistas como Richard Outcault começaram a fazer. Ziraldo é um artista independente, que eventualmente negocia suas propriedades intelectuais com empresas de conglomerados (como a Editora Globo).

Os licenciamentos de Maluquinho são feitos com cuidado, principalmente os de valor comercial mais explícito. Evitar a ideia de que Maluquinho é uma propriedade intelectual a ser comercializada é fundamental para não afastar um tipo consumidor que desdenha a cultura de massa por ser principalmente dirigida pelo capital e por corromper a criança para o consumo.

Assim, o discurso anticonsumista também está presente nas falas de Ziraldo, que faz questão de enfatizar que o seu personagem não busca lucros, mas carrega o idealismo de vender sonhos e felicidade. Durante a inauguração de uma estátua do Menino maluquinho na cidade natal do cartunista (Caratinga, MG) em 2003, o autor declarou:

“Talvez esse seja o único monumento de um personagem infantil no mundo. Só tenho conhecimento de uma estátua do Popeye em uma plantação de espinafre, no sul dos EUA. Mas foi feita porque o personagem trouxe lucro para o produtor. No caso do Maluquinho, o que é que ele pode ter vendido, além de sonhos, além da ideia de que o que vale é ser feliz? Isso é maravilhoso!” (apud SILVA, 2008, p. 96)

Há também um zelo muito grande com o tipo de associação feita com o personagem. Em 2006, em uma entrevista para um portal de publicidade, Ziraldo diz que tem o cuidado de

“Não ligá-lo a coisas excessivamente consumistas, procurando sempre associar o personagem a produtos mais nobres. O Menino maluquinho praticamente só aparece na área institucional. Quase não tenho produto de consumo ligado ao personagem. Gosto disso.” (BORTOLOTTI apud SILVA, 2008, p. 119-120)

Seguindo essa linha de raciocínio, o autor procura associá-lo a campanhas politicamente corretas, como cartilhas de economia de água ou dicas de primeiros socorros, mantendo a imagem de personagem “cidadão do bem”.

Interessa notar que, apesar de Ratton não desejar vender nada com o filme, quando o primeiro filme foi lançado, o personagem Menino maluquinho já tinha 11 artigos licenciados (BARROS, 1995, p. 2). Na coluna “Perfil do consumidor” da *Folha de São Paulo*, aproveitando a estreia nas salas de cinema, o personagem foi “entrevistado” por Hugo Sukman: “Ele só usa perfume e desodorante de sua marca, sua peça e ópera favoritas são as baseadas em sua história, seu cineasta preferido é o que filmou a sua vida, e o ator, o que o

interpreta na tela (Samuel Costa)” (SUKMAN, 1995, p. 4).

O perfil, além de fazer propaganda para os produtos licenciados do personagem, ainda aproveita para promover o seu autor: o dramaturgo preferido do personagem é Ziraldo. E curiosidade: ele não gosta de parque de diversões. Não obstante, em 2000, Ziraldo começou o planejamento de um pequeno parque temático baseado em sua obra: Ziramundo, situado em Brasília no Shopping Pier 21. Maluquinho, é claro, está lá.

Os filmes são outros produtos da franquia Maluquinho. Da mesma forma que Maluquinho obviamente não vende apenas sonhos, mas é tratado com cuidado para não “ligá-lo a coisas excessivamente consumistas”, o consumo não está ausente nos filmes, como alguns apontaram, mas é um de um tipo específico. O consumo que aparece no primeiro filme é apenas de bens ditos culturais, e de um espectro restrito. Ele valoriza obras que têm algum tipo de diferenciação com relação à ampla cultura popular de massa.

As fitas pouco se vinculam ao universo da televisão e a seus artistas – alguns de seus atores trabalhavam em emissoras de TV também, mas os personagens não foram gestados no meio. Nas obras, Maluquinho nem assiste à televisão, demonstrando uma resistência a parte da indústria cultural. Apesar disso, é inevitável observar que uma das principais estratégias de comercialização dos filmes é a exploração de um personagem que obteve grande sucesso em outra ponta da indústria cultural: o mercado editorial. O livro, editado pela Melhoramentos, já tinha mais de 1 milhão de exemplares vendidos no país e a editora Abril vendia um gibi do personagem desde 1989. Ainda eram publicadas diariamente tiras do personagem em 16 jornais e Maluquinho já tinha virado peça de teatro e ópera.

Como era de se esperar, a editora Abril Jovem e a Melhoramentos entraram como patrocinadores do primeiro filme. Não é só devido a esse fato, mas não deixa de ser interessante notar que o primeiro filme toma partido do hábito da leitura e dos livros: Maluquinho estranhamente carrega vários deles quando vai à farmácia com o avô e lê no quarto *As aventuras de Tom Sawyer*, de Mark Twain, enquanto seus pais brigam na sala; a mãe de Maluquinho, ainda, trabalha em uma livraria. Indicando o pacto da empresa editorial com a cinematográfica, na parte inferior de um anúncio de página inteira do filme publicado no jornal, há uma frase em letras grandes: “Leia o Livro e assista o [sic] Filme.” (*Folha de SP*, 15 jul. 1995, p. 5-5). De um lado da frase, o logotipo da Melhoramentos; do outro, o logotipo do Grupo Novo de Cinema (fig. 7).

Pasquim. Seu nome não só chama público, como abre portas de empresas para a captação de recursos.

É interessante perceber que, em todas as obras sobre o personagem, as crianças de fato consomem pouco. No entanto, o consumo de produtos culturais criados pelo próprio Ziraldo é um fato relativamente frequente nos enredos⁴⁰. Existe nessa estratégia uma auto-promoção das obras: ao fazerem referências explícitas a outras criações de Ziraldo de forma positiva, promovem estas valorizam a si mesmas como produtos derivados do mesmo autor.

Logo, a figura de Ziraldo, como autor, referenda os produtos. Ele trabalhou no roteiro dos dois filmes. Em *Maluquinho 2*, ele inclusive fez uma ponta como o delegado que, ao final, prende seu Zé. Ao centrar força nessa figura criativa, que muitas vezes é oculta na cultura de massa, e não permitir a exposição comercial maciça do personagem, a franquia do Menino maluquinho parece criar um pouco de uma aura semelhante à que Walter Benjamin (1994) considerou perdida quando da reprodutibilidade da obra de arte. Resgata para si um pouco de privacidade, não satura o público com sua exposição, e dá a ela um caráter autoral, criativo, que a distingue do restante da produção em massa. O prestígio que Ziraldo possui com os prêmios na literatura infantil e com o reconhecimento de seu trabalho como cartunista político transfere-se a outros produtos, conferindo a eles um capital simbólico. O prestígio do livro, que foi inclusive bastante adotado no sistema escolar brasileiro e é considerado um dos dez melhores livros infantis brasileiros (CABRAL et alii, 2006), transfere-se para o filme. De forma semelhante, Renato Ortiz nota, quando disserta sobre o início da televisão e a entrada de alguns dramaturgos no meio, que “a afirmar uma hierarquia de valores no interior da mesma esfera de produção é dizer que a lógica da legitimidade cultural, determinada na área da 'cultura erudita' pelos pares, penetra o universo da produção em massa” (ORTIZ, 1989, p. 75).

Para o sociólogo, com o prestígio que adquiriu em outros meios, esse grupo de artistas se vê e é visto por boa parte dos críticos “como promotores da cultura e não como vendedores de mercadoria cultural” (ORTIZ, 1989, p. 75). As falas de Ziraldo e de Helvécio Ratton parecem ser imbuídas desse mesmo espírito. A faceta de mercadoria cultural de suas próprias obras fica encoberta.

No mercado de bens culturais para crianças, essa legitimidade adquirida por

⁴⁰ Um outro exemplo seria o do episódio da série *Um menino muito maluquinho*, produzida pela TVE Brasil em 2006. Nele, Maluquinho pede para encenar na escola a peça *Flicts*, do próprio Ziraldo, pedido que é atendido.

autores, personagens ou marcas é um diferencial importante especialmente para uma determinada parte do público que valoriza a opinião de “especialistas” – pedagogos, psicólogos, jornalistas culturais, artistas, acadêmicos. Esse “selo de qualidade” é utilizado pelos produtores para atrair a atenção do público adulto às obras. Tanto que, como estratégia para persuadir os adultos a levarem crianças para assistirem à película, um anúncio de *Menino maluquinho – o filme* reproduzia, na íntegra, a resenha da revista *Veja* sobre a obra (ver fig. 7).

O personagem já era tão popular no país que foi um dos principais garotos-propaganda dos filmes. No anúncio já citado (fig. 7), quem apela para o público em potencial é o próprio personagem: “Atenção para os horários do meu filme”. Pequeno, ao lado da frase, encontra-se um desenho de Maluquinho empunhando uma câmera de cinema. Essa estratégia faz com que a peça tenha um aspecto amigável, pois se utiliza do carisma do próprio personagem, evita o uso do imperativo e assim diminui um pouco a carga comercial do anúncio.

Tendo observado algumas características da franquia como um todo, resta deter-se sobre os filme em particular.

3.2 Nostalgia brasileira e referências internacionais-populares no *Menino 1*

Diante da feroz concorrência estrangeira, Helvécio Ratton apostava em qual seria o trunfo do cinema nacional: “Sem a facilidade financeira e tecnológica dos americanos, temos que investir em nossas paisagens brasileiras e nos atores.” (BARROS, 1995, p. 2). Elementos naturais da terra, como as vistas e as pessoas, seriam o diferencial competitivo diante da produção internacional.

A “brasilidade” em *Menino maluquinho* repousa bastante num regionalismo mineiro. Na produção do primeiro filme, as cidades de Belo Horizonte e Tiradentes forneceram os cenários para as gravações. Na capital do estado, a principal locação é a Rua Congonhas, que ainda exibia na época da produção pavimento de pedras e casas pouco modernas, como numa vila. E Tiradentes, cidade turística, preserva ainda hoje um conjunto arquitetônico colonial pouco alterado.

O filme não faz, assim, a recriação de uma Minas qualquer, mas de uma Minas pretérita – e, como veremos, nostálgica. Um pouco mais da metade do filme é localizada em

ambientes urbanos e a outra metade, em interioranos. Em ambos há o registro de bens materiais e imateriais que eram usuais na década de 1960, mas estavam desaparecendo nos anos 1990, momento da produção do filme. Na cidade, por exemplo, Maluquinho joga bente-altas, brincadeira típica da região de Belo Horizonte que é mencionada na música-tema. Hoje, a brincadeira praticamente desapareceu do repertório infantil. Carrinhos de rolimã, pique-bandeira, pau-de-bosta, pipa e jogo de botão são outras brincadeiras à antiga apresentadas no lado urbano do filme.

É entretanto no mundo rural onde estão concentrados mais fortemente os elementos ancestrais que contêm a beleza de uma cultura popular que morre, a qual restaria reificar. Há, aliás, uma passagem claramente marcada para a entrada nesse mundo. Vô Hortêncio e as crianças voam em um avião de fabricação semiartesanal. Na trilha sonora, há som do motor, uma música ora de tons oníricos, ora de maior tensão, e, à medida que avançam em paisagens verdes, colinas e pastos, surge o som de mugidos de vacas também. Assim que pousam na pista da cidade dos avós, um diálogo entre as crianças explicita a sensação de terem realizado uma viagem ao passado:

MALUQUINHO (apontando): Olha lá, cara! Balão estratosférico!

BOCÃO (com a mão a proteger os olhos da luminosidade): Uau! O avião do seu avô é uma máquina do tempo!

NINA (levantando-se do assento para ver melhor): Ó! Estamos em antigamente!

Momentos mais tarde, numa cena evidentemente nostálgica, vô Hortêncio abre um baú cheio de seus brinquedos de infância e tira de lá um pião e uma bola bem gasta. Diz à sua companheira que acha que “os meninos que vêm por aí não vão saber o que é jogar um pião”. Quando Hortêncio pega o brinquedo de madeira e joga-o, ouve-se uma inserção musical de sinos, que chamam a atenção para a ligação do avô com o pião (essencial para a metáfora da morte que o filme propõe posteriormente), mas também acrescentam um tom sagrado ao momento.

Mesmo itens da culinária popular tradicional e modos de fruição alimentar do interior recebem destaque no filme: o melado, “sobremesa da roça” de acordo com explicação de Irene; os doces preparados pela avó de Maluquinho para recepcionar as crianças; as mangas roubadas e chupadas no pé pelos meninos.

Assim, constrói-se no filme um diálogo com elementos nacionais-populares tomados mais em sua acepção folclórica, tradicional e um tanto romântica, exaltando a beleza de pertences e costumes do povo brasileiro transmitidos de geração em geração, em especial

aqueles que estariam desaparecendo.

Algumas referências a símbolos e menções à história mineira e nacional vez ou outra aparecem neste filme de forma ornamental e, por vezes, pedagógica também, em um tom celebrativo semelhante ao de festas escolares e cívicas. Não por acaso, na apresentação da escola de Maluquinho, as crianças encenam o enforcamento de Tiradentes e recitam trechos da coletânea de poemas de *Romanceiro da Inconfidência*, de Cecília Meireles (1953). E numa das últimas cenas do filme, no jogo de futebol, esporte símbolo do país, os dois times vestem uniformes com as cores da bandeira brasileira. A alegre música que acompanha a partida referencia claramente o choro *Brasileirinho* (Waldir Azevedo, 1947).

Há também algumas outras rápidas referências nacionais vividas talvez pelos adultos que assistem à película, reforçando o sentimento de nostalgia que o filme tende a provocar. Um trem cruza a paisagem enquanto o avô e as crianças voam de balão. Maluquinho, por exemplo, ao jogar futebol de botão com seu pai cita nomes de jogadores do Cruzeiro de Tostão. O avô do menino serviu como piloto de avião na Segunda Guerra Mundial. O quarto de Maluquinho tem um quadro com os dizeres “Senta a Pua” e réplicas de aviões militares, cômodo que é apresentado com uma panorâmica que destaca os brinquedos e decoração de época.

O consumismo e a indústria cultural de massa aparecem muito timidamente no filme. A música é um dos itens dessa indústria que está presente. Os personagens frequentemente cantam trechos de canções brasileiras de sucesso de décadas anteriores à época retratada no filme. São momentos breves, mas um tanto mortos com relação à ação dramática, conferindo assim mais relevo à música: avós e crianças cantam no carro uma marchinha de carnaval da década de 1930, *A jardineira* (Benedito Lacerda e Humberto Porto, 1939), música que acompanha seu trajeto até a casa e apresenta paisagens bucólicas que a caminhonete atravessa (fig. 8). Irene cantarola em inícios de planos pequenos trechos do samba-canção *João Valentão* (Dorival Caymmi, 1953) e do samba *Se acaso você chegasse* (Lupicínio Rodrigues e Felisberto Martins, 1938) enquanto executa algumas tarefas domésticas. E vô Hortêncio canta *Tem gato na tuba* (João de Barro, 1948) enquanto pinta as demarcações do campo de futebol. São músicas populares no sentido de terem sido bastante consumidas pelas pessoas numa época passada, mas não só. *A jardineira* tem inspiração folclórica: é adaptação de uma canção popular tradicional que Humberto Porto teria conhecido em Mar Grande, interior da Bahia (HUMBERTO PORTO, 2002 – 2012). Já *João Valentão* e *Se acaso você chegasse* são

canções que retratam pessoas de camadas populares, representantes portanto de uma outra acepção de popular.

De uma maneira diferente, o apelo regional e nacional se percebe também na escolha dos músicos para a música-tema. Esta é de autoria de nomes contemporâneos da Música Popular Brasileira consagrados por uma elite cultural, que a compuseram especialmente para o filme. Milton Nascimento, embora carioca, cresceu em Minas Gerais e é nome associado à mineiridade. Fernando Brandt, o compositor, é mineiro também. Aos dois músicos, por sugestão de Tarcísio Vidigal, juntou-se uma intérprete mais ligada ao roque: a paulista Rita Lee. Diz o produtor que seu filho, fã da música *Banho de Espuma* (Rita Lee, 1981), foi quem deu a ideia. Percebe-se que o produtor procurou, assim, promover o acréscimo de uma voz feminina, uma mistura de gêneros musicais e artistas de diferentes regiões do Brasil. Esta é, ao contrário das anteriores, uma música extradiegética, que se repete em dois momentos do filme por uma boa duração. A voz de Milton Nascimento, porém, é preponderante na mixagem.

Fig. 8 – Paisagens mineiras

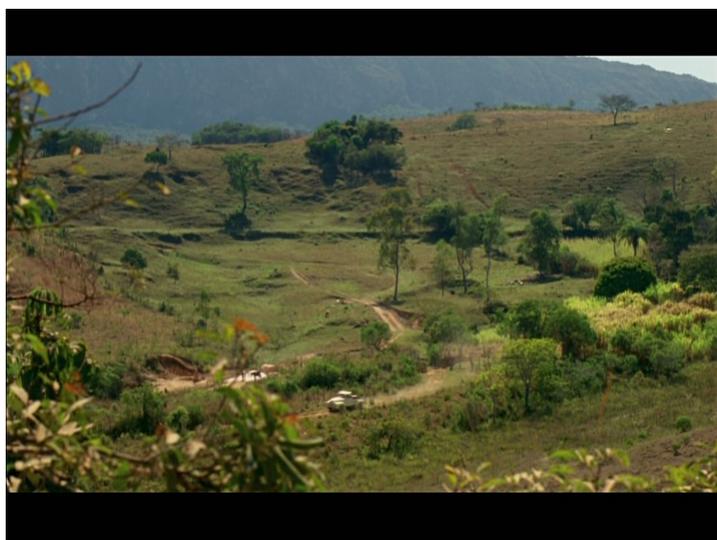


Fig. 8 - A caminhonete, no canto inferior do quadro, cruza paisagens bucólicas de Minas Gerais enquanto as crianças e avós cantam *A Jardineira*. Em *Maluquinho 1*.

Em nenhum dos casos, explora-se a obra de artistas da moda quando do lançamento do filme, ao contrário do que ocorria com os filmes de Xuxa e dos Trapalhões a partir de determinado período. As canções diegéticas podem sim ter integrado o esquema da indústria

cultural de massa, mas num tempo em que essa indústria ainda não estava plenamente consolidada. O artifício do “para para cantar”, comum nas chanchadas e nos infantis mencionados, praticamente não é utilizado no filme – a exceção talvez seja a cena do sonho de Maluquinho, em que ele dança sobre o relógio, embora não propriamente ele pare uma ação para cantar. Essa cena, na verdade, referencia mais os musicais do cinema internacional que as chanchadas.

Portanto, a escolha dessas referências musicais no filme (sambas antigos, MPB, cantigas) revela a busca de diálogo com um público que as compreende como legitimamente artísticas. As obras não promovem, por exemplo, artistas infantis de sucesso da época da produção, como Sandy e Júnior, ou mesmo Xuxa, que tinham uma exposição massiva na televisão. A escolha de Milton Nascimento, por exemplo, dialoga com uma outra tradição: a dos artistas da MPB que se dedicaram à produção de músicas infantis, como Chico Buarque com o disco *Os saltimbancos* (1977) e Vinícius de Moraes com o disco *A arca de Noé* (1980).

Falando ainda de símbolos nacionais, é importante notar que Maluquinho, o protagonista, é identificado com um personagem-chave do folclore nacional apropriado por Ziraldo. Quando na saída da escola o menino observa pintinhos, ao fundo, na banca de jornal, vemos um cartaz do Pererê, protagonista de uma revista em quadrinhos de Ziraldo (figura 8). As semelhanças entre Maluquinho e o personagem folclórico são facilmente identificáveis: ambos são meninos travessos, alegres, personagens de Ziraldo – e brasileiros. Assim como o Saci Pererê é um símbolo do folclore brasileiro, Maluquinho, com sua roupa azul e amarelo, acaba se tornando um representante do menino brasileiro.

Figura 9



Fig 9 - Frame de *Menino maluquinho – o filme*: Maluquinho trama sua próxima travessura. Ao fundo, o cartaz promove a identificação do menino com Pererê, personagem folclórico brasileiro apropriado por Ziraldo em quadrinhos.

Mesmo sendo imbuído desses elementos nacionais, o filme dialoga com algumas referências internacionais. É interessante notar que essas referências encontram-se justamente em alguns itens de consumo das crianças e em suas imagens mentais. Na festa da escola, *Yellow submarine*, dos Beatles, foi a música escolhida pelo grupo de Bocão para a apresentação, que entretanto não chega a ser executada no filme. O banho de Maluquinho é um momento em que a criança recria histórias de aventuras marítimas, gênero importante da literatura e dos filmes infanto-juvenis. Quando sonha, o menino parece fazer parte de um musical coreografado com um cenário insólito: um relógio e um pêndulo gigantes. Maluquinho e Bocão, no quarto, folheiam a revista inglesa *Girl Illustrated*.

Neste episódio, quando veem fotos de mulheres seminuas estrangeiras, há, aliás, um diálogo curioso. Eles conversam sobre a menina nova na vizinhança, de nome com influência da língua inglesa: Shirley Valéria. Ambos disputam a pequena loira como namorada. Maluquinho, não conseguindo palavra adequada para melhor qualificá-la, afirma que ela vem do estrangeiro: “ela é tão, ela é tão... Acho que ela vem de Nova Iorque!” Bocão contesta: “falando a nossa língua?” Ao que o garoto responde: “ué, ela fala dublado”. A referência internacional-popular está na rua deles e fala português, ou seja, o imaginário construído pelos filmes hollywoodianos dublados concretiza-se. Trata-se de uma menina-sonho-de-cinema-americano desejada pelos meninos, por quem eles brigam, mas logo fazem as pazes.

Em termos formais, há uma citação clara a um cinema de gênero internacional-popular na cena em que Maluquinho, Bocão e Nina encontram os garotos da cidade interiorana. O embate entre crianças forasteiras e locais ocorre com música semelhante à de um *western*, fotografia em tons ocres, com *mise-en-scène* de pré-duelo: os meninos locais estão formados em linha, imóveis, carrancudos, silenciosos e distantes dos visitantes amedrontados. Dois planos em campo-contraplano marcam as duas posições. Os visitantes tomam a frente e tentam contato como se dirigissem a índios: “Viemos em missão de paz!” - o que é motivo de piada entre os “nativos”: “Qual é, 'tão achando a gente com cara de índio?” E caem na gargalhada. O *western* é uma referência dos personagens urbanos para entender o interior do país, que pouco conhecem – é a “roça”, na fala de Bocão. A narração simula temporária e evidentemente o estilo do gênero, de forma a gerar o reconhecimento nos espectadores. Mas não se trata de fato de um *western*, as crianças não são indígenas e este não é o Oeste americano. De uma só vez, a cena alude a um dos mais celebrados gêneros cinematográficos pela crítica, faz humor com o repertório do imaginário internacional-popular e apresenta uma

infância brasileira que tem mais familiaridade com o universo de índios e cowboys que com o interior de seu país.

Ao mesmo tempo que os elementos nacionais criam um certo didatismo fragmentado sobre aspectos variados da cultura brasileira, principalmente a mineira, favorecem também um clima de exaltação de uma identidade nacional calcada no passado e na produção cultural anterior à televisão. As referências internacionais-populares no primeiro filme também estão presentes nas mentes das crianças, contudo, elas aparecem mais como citações de forma pontual – e também um tanto nostálgica - em vez de tomar conta da forma do filme como um todo.

Assim, *Maluquinho 1* apresenta uma dupla nostalgia. De um lado, a da infância: “vida de moleque é vida boa”, como diz a música-tema. E de outro, a de épocas passadas, de um Brasil da geração dos pais e dos avós dos pequenos espectadores que assistem à fita. Há uma chave de leitura após a sequência de briga dos pais de Maluquinho. Bocão e seu amigo estão sentados na sarjeta. Maluquinho pergunta, abraçando-o: “Bocão, você acredita em tesouros escondidos?” São como tesouros escondidos, como *beauté du mort*, que o filme apresenta esses momentos.

3.3 Uma produção mineira de “qualidade”

O Grupo Novo de Cinema, constituído por sócios mineiros com o objetivo de fazer cinema em Minas Gerais⁴¹, já havia produzido longas-metragens por meio de um convênio firmado entre o Governo de Minas e a Embrafilme, numa tentativa de criar polos para descentralizar a produção cinematográfica nacional. *Idolatrada* (Paulo Augusto Gomes, 1983) e *A dança dos bonecos*, filmados inteiramente dentro do Estado, foram realizados neste contexto pelo Grupo.

O projeto de *Menino Maluquinho* evidencia a continuação desse desejo da produtora de representar a região mineira e sua cultura, além de ressaltar talentos locais e contribuir para o fortalecimento do cinema em Minas Gerais pelo aprimoramento da formação de seus técnicos e artistas.

Vidigal e Ratton montaram então uma equipe mista de profissionais mineiros e

⁴¹ De acordo com Tarcisio Vidigal em depoimento à autora.

indicações do Rio de Janeiro e de São Paulo. O fotógrafo, de Minas, José Tadeu Ribeiro, era parceiro antigo da dupla e estreou sua câmera BL na produção. Juliana Carvalho, mineira de Juiz de Fora, veio a ser coprodutora executiva do filme. Os chefes da equipe de arte e cenografia eram de fora (Clóvis Bueno e Vera Hamburger) e alguns de seus produtores e assistentes eram de Minas, como Vânia Catani, que posteriormente veio a produzir longas-metragens.

Uma boa parte dos patrocinadores do filme também eram do estado. Governo de Minas Gerais, Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, Acesita (localizada em Itabira), Cia. São Geraldo de Aviação, Jornal Estado de Minas, Estrela dos Tecidos, Clan (empresa de administração de hotéis) estão entre os órgãos e empresas mineiros que investiram no filme, que custou no total R\$ 2 milhões⁴². É interessante notar que apenas dois dos patrocinadores trabalhavam mais diretamente com o mercado de consumo para crianças: a editora Melhoramentos e a Abril Jovem. E o fato de ter sido “filmado durante o governo de Itamar Franco” não é esquecido no material de divulgação para imprensa, recebendo a menção na página que informa os coprodutores (p. 2). Cabe notar que foi durante o governo deste presidente da República mineiro que ocorreu a sanção da Lei do Audiovisual e do Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro, modificando as relações do Estado com o meio cinematográfico.

No *press book* do filme, Tarcisio Vidigal conta o resumo da longa pré-produção, memórias que tomavam conta de sua mente ao voltar do set no primeiro dia de filmagem:

[...] penso como foi o início deste sonho. Li o livro, [...] produzi um belo filme infantil⁴³, recebi um telefonema de Zivaldo na noite de Natal de 1988, ele queria saber se eu ia mesmo fazer o filme, comprei os direitos, convidei o Helvécio para a direção, a produção foi aprovada pela Embrafilme, a Embrafilme foi extinta, andei pelo Brasil à procura de patrocinadores e financiamentos. Conversei com o Embaixador José Aparecido, ministros, secretários de Estado, presidentes de bancos, presidentes de empresas, gerentes de bancos e amigos. Negociei patrocínios, empréstimos, investimentos, permutas. Usei meu cheque-ouro do Banco do Brasil, viajei muito pela TABA⁴⁴. (MENINO..., 1995, p. 9)

O cinema brasileiro vivia num panorama tal que, para Vidigal, só o fato de o filme começar a ser filmado é considerado um sonho. O relato evidencia um esforço imenso e paciente do produtor para viabilizar o filme. Sintetiza, nesse sentido, a fragilidade da produção de cinema no Brasil na época e o sacrifício pessoal de Vidigal, que chegou a incluir seu cheque especial para financiar a obra. Em depoimento da época do lançamento, afirma:

⁴² Em Reais de 1994.

⁴³ Ele se refere a *A dança dos bonecos*.

⁴⁴ Transportes Aéreos da Bacia Amazônica, um dos patrocinadores do filme.

“Trabalho 16, 20 horas por dia. [...] Tem que trabalhar, e não ficar se lamentando.” (AKSTEIN, 1994, p. 8-A). Símbolo de tanto trabalho, o produtor arremata o relato levantando um troféu um tanto inusitado: “Venci a burocracia – um dos contratos tinha 135 carimbos, 185 rubricas, 80 assinaturas, cinco cópias, registro em três cartórios.” (MENINO..., 1995, p. 9).

Tarcisio Vidigal tem como *slogan* de seu trabalho a “qualidade” tanto artística quanto técnica. Um bordão que foi bastante repetido desde a década de 1950 para apontar a solução industrial do cinema brasileiro, especialmente entre os envolvidos com os Estúdios Vera Cruz (SÁ NETO, 2004, p. 187-195). O conceito de “qualidade”, entretanto, foi tão repetido quanto pouco definido por seus partidários.

Vidigal afirma: “Nossa preocupação, sempre, foi com a qualidade. Como produtor, é a qualidade dos filmes que faço que me interessa. Eu sempre dizia para o Helvécio, não aceite mais ou menos da produção. Ou se faz bem, ou não se faz” (MENINO..., p. 10). Embora ele não deixe claro exatamente quais são os critérios para a qualidade, é possível depreender alguns pelas escolhas de produção e pelas falas.

Juliana Carvalho dá algumas pistas: “o esforço da produção acho que agora se vê na tela, através da qualidade técnica da imagem, cenografia, som. Procuramos dar ao filme tudo o que ele merecia.” Isso porque, segundo Juliana,

o pensamento da produção não era o de se preocupar em fazer apenas o mais barato, o mais cômodo. Não queríamos que a história se adaptasse ao orçamento, mas fazíamos o impossível para nos adaptarmos à história. Corajosamente, investimos em grandes cenas e ações. Quando não tínhamos os recursos, tentávamos obtê-los. (MALUQUINHO..., 1994, p. 10)

Ela diz, por exemplo, que o balão da cena foi “o melhor e mais bonito do país”, vindo de São Paulo. O esforço da produção se revela, assim, na busca por apuro técnico, na atenção aos detalhes e acabamento e na aposta em cenas de ação um tanto dispendiosas, como as aéreas do avião e do balão, tentando combater um estigma da época de que cinema brasileiro é mal feito.

O padrão técnico americano é almejado pela produção. Os ajustes finais do som e sua transcrição ótica foram realizados em Nova Iorque, em *Dolby stereo*. Corroborando o cuidado com essa questão, Helvécio Ratton acredita que isso deva ser uma prerrogativa do cinema nacional, que precisa procurar “modelo próprio, que alie boas histórias, uma forma de narrar clara e comunicativa e qualidade técnica impecável” (BARROS, 1995, p. 2).

Essa “qualidade” foi de fato reconhecida pela imprensa. A finalização de som foi

bastante ressaltada (SANTIAGO, 1995). Luiz Carlos Merten afirmou que o filme foi “bem produzido, com ótimo acabamento técnico e cenas realmente primorosas pelo que representam de esforço de produção. Há cenas com trem, balão, cachorro subindo em árvore” (MERTEN, 1995a, p. D2).

Qualidade técnica vista como essencial também para a exportação da fita. A primeira exibição pública do filme ocorreu no mercado do Festival de Berlim, para onde Tarcisio rumou com a primeira cópia – nem Helvécio Rattón a tinha visto ainda. Com os contatos feitos durante o Festival, o filme foi vendido pelo menos para cinco países: Dinamarca, Suécia, Noruega, Islândia e Coreia (SIMÕES, 1995, p. 8A), começando bem sua carreira.

3.4 De criança em criança...

A RioFilme, distribuidora pública carioca criada em 1991 e voltada para a comercialização de filmes brasileiros em salas de cinema, foi a responsável pela distribuição de *Menino maluquinho 1*. Vinculada à Secretaria Municipal de Cultura, Esportes e Turismo, atuou como uma espécie de “órgão cultural do cinema” (GATTI, 2005, p. 161), distribuindo também filmes de pouco apelo comercial. Essa característica foi importante para o cinema brasileiro na época, que se encontrava em situação bastante frágil pela parca produção, pelo pouco contato com o público em salas de exibição e por um certo descrédito disseminado na sociedade em geral. A empresa contava a experiência de ex-funcionários da Embrafilme e, em 1995, já se encontrava num momento de consolidação no mercado (GATTI, 2005, p. 179).

O filme foi lançado durante as férias escolares, época preferencial de estreia de filmes do gênero, em 7 de julho de 1995. De acordo com a classificação de Silva (2010), *Menino maluquinho 1* teve uma distribuição de filme médio. Procurou acumular espectadores ao longo de um extenso período de tempo com um número razoável de cópias. Estreou em cerca de 30 salas em 12 cidades - incluindo 9 capitais de estados da federação⁴⁵.

O filme atingiu marcas surpreendentes pelo período de tempo que permaneceu em cartaz, pelo número de ingressos vendidos e pelo número de cidades por que passou. Logo na primeira semana, já superou as expectativas. A RioFilme esperava de 40 a 45 mil

⁴⁵ Segundo a tabela de programação fornecida pela RioFilme para esta pesquisa, o filme estreou simultaneamente em Belo Horizonte, Juiz de Fora, Brasília, Porto Alegre, São Paulo, Osasco, Maceió, Curitiba, Rio de Janeiro, Niterói, Natal e Belém.

espectadores ('MALUQUINHO' ATRAI..., 1995), quando o filme chegou a 53.300. A ideia inicial era mantê-lo em cartaz até a primeira semana de agosto (a quinta semana) e chegar a 200 mil espectadores. Numa época em que muito pouco se assistia a filmes brasileiros no cinema, *Maluquinho 2* teve 397.023⁴⁶ espectadores (SÉRIE...a), tornando-se o terceiro filme brasileiro mais visto do ano, atrás apenas de *Carlota Joaquina* e *O quatrilho*.

As salas de cinema voltadas para os filmes considerados alternativos foram as que mantiveram a fita programada por mais tempo. Nas salas do Espaço Unibanco de Belo Horizonte, o filme permaneceu por 10 semanas consecutivas. Na sala do Museu da República, no Rio de Janeiro, o filme permaneceu por 20 semanas, de agosto a dezembro de 1995. No Espaço Banco Nacional, o atual Espaço Unibanco em São Paulo, o filme se manteve por 11 semanas. Em contraste, em alguns shopping centers, ele foi rapidamente tirado de cartaz, com destaque para salas de São Paulo, onde não passou da segunda semana no Eldorado e no Morumbi.

Porém, essa pode ser apenas uma questão de mau lançamento na capital paulista, já que, no Rio, onde as alianças com exibidores e a atuação da distribuidora eram mais fortes, houve bons resultados em shoppings. No Shopping RioSul, por exemplo, a fita foi a maior renda média por cópia no final de semana em que estreou (REAL, 1998). No Art Barra Shopping, o filme ficou por 6 semanas consecutivas.

Sobre o lançamento e o circuito em que o filme foi programado, Tarcisio Vidigal ressaltou que

Teve publicidade. A gente teve muita coisa, fizemos várias ações. Muita televisão, anúncio, teve muito trailer em cinema – naquela época era mais fácil. E como estava voltando o cinema brasileiro, a RioFilme estava forte na época, estava lançando vários filmes, então a gente conseguiu boas marcações. O problema na época - ainda é - é ser bem programado. Não tinha esses multiplex todos. A gente acabou conseguindo bons cinemas. (informação verbal)⁴⁷

Após o lançamento, apesar dessas boas alianças, Vidigal e Ratton acreditavam que os resultados poderiam ter sido melhores, já que, segundo eles, havia uma demanda reprimida – espectadores gostariam de ver a fita, mas não havia sala. O diretor criticou a falta de sensibilidade do mercado: “Será que os exibidores não têm capacidade de ver o potencial de meu filme?” (BARROS, 1995, p.2).

⁴⁶ Número apresentado pelo OCA da Ancine, idêntico à da empresa Filme B. O número informado pela RioFilme apresenta uma pequena discrepância: 385.359 espectadores. Na imprensa, foi corrente um número entre 500 mil (CAETANO, 1997) e 600 mil espectadores (BARROS, 1996). Gatti (2005) forneceu a cifra de 331.259. Já Heffner (2000), provavelmente num equívoco, chegou a falar em 1 milhão de espectadores.

⁴⁷ Depoimento à autora.

O Rio de Janeiro foi uma das praças mais importantes, onde a fita bateu a Disney na média de espectadores por cópia na primeira semana⁴⁸. *Menino maluquinho*, até 25/07, manteve uma média de 2.000 espectadores por cópia, contra 2.360 de *Pocahontas*, que estreara em 30/06, e 1.622 de *Cavaleiros do Zodíaco – o filme* (Shigeyasu Yamauchi, 1995), animação lançada em 14/07, baseada nos personagens de um anime japonês homônimo que fazia muito sucesso na televisão junto ao público infanto-juvenil.

Deve-se ressaltar que a comparação não envolve o público total, pois leva em conta apenas a média de espectadores por sala no Rio de Janeiro. *Maluquinho* não conseguiu superar *Pocahontas* e *Cavaleiros* em todas as praças. E, para inferir o público total dos filmes, deve-se levar em conta que a fita da Disney estreou em 155 salas - mais de 10% do circuito do país (ORICCHIO, 1995a, p. D2), enquanto *Cavaleiros* teve um lançamento ainda maior: chegou a ocupar 218 salas no Brasil. Logo, dado que os filmes estrangeiros tiveram uma distribuição pelo menos 5 vezes maior em número de cópias, esse empate técnico proporcional com *Pocahontas* e a superação também relativa sobre *Cavaleiros* parece ser um prêmio de consolação.

Apesar disso, a conquista foi comemorada pela imprensa como uma vitória de Davi sobre Golias. O destaque foi uma matéria do *Jornal do Brasil*, que afirmava que “Um garoto sapeca do interior de Minas Gerais está ameaçando o poder de uma índia americana politicamente correta” (BARROS, 1995, p. 2). O texto trazia um quadro comparativo entre a estrutura de *Pocahontas* e de *Menino...*, analisando aspectos como orçamento, tamanho da equipe e até as condições financeiras dos diretores para se dedicar à profissão. O fato era tão digno de nota que nenhuma das matérias citou o desempenho de *Gasparzinho, o fantasma da camarada* (Brad Silberling, 1995), lançado no mesmo dia de *Maluquinho*. O *blockbuster* produzido por Steven Spielberg fez excelente bilheteria e terminou o ano como a maior arrecadação nos cinemas brasileiros em todos os tempos até então (*GASPARZINHO...*, 1995, p.3). Já *Maluquinho* conseguiu ao menos pagar o seu lançamento com a bilheteria.

Mesmo não conseguindo suplantando em termos absolutos a hegemonia de Hollywood, a performance de *Maluquinho* de fato foi muito boa, ainda mais se consideradas as condições do cinema brasileiro na época. A evidência disso é que sua carreira não impressionou apenas jornalistas, mas empresários do ramo também. Vidigal conta um episódio envolvendo o exibidor e distribuidor Luiz Severiano Ribeiro.

Fizemos uma boa relação com o Severiano Ribeiro, ele lançou bem. Ele chegou a

⁴⁸ Informação obtida no depoimento de Tarcisio à autora.

ligar para mim - o Luiz, que nunca ligou - para oferecer salas de cinema. Tudo bem que ele queria o vídeo, eles estavam começando a se associar com a Europa Filmes. Mas ele ligar oferecendo sala pra mim! Isso é uma raridade, eu posso colocar isso no meu currículo! (...) “Tudo bem, não precisa oferecer não, mas eu vou te dar.” “Ah, você manda fazer mais duas cópias que eu te dou mais duas salas!” Achei ótimo isso. Depois a gente fechou o vídeo com a Europa Filmes. (informação verbal)⁴⁹

Levando-se em conta que, após o bom resultado das primeiras semanas a produtora pensava em fazer o filme de sequência, era bastante interessante que o primeiro filme se mantivesse em evidência o maior tempo possível, e que atingisse um grande número de cidades.

O Dia das Crianças (comemorado em 12 de outubro) é motivo para que alguns filmes infantis voltem a ser programados ou, mais raramente, lançados em outubro. *Menino maluquinho 1* conseguiu alguns relançamentos nessa época, voltando a ser programado em Brasília, por exemplo, em outubro de 1995. Em São Paulo, no Cinesesc, o filme voltou a ser programado em outubro de 1996, durante três finais de semana.

A possibilidade de reprogramação era uma outra particularidade dos filmes para crianças. Eventualmente, eles voltavam a ser programados nas próximas férias. *Menino maluquinho 1* retornou diversas vezes às salas da Fundação Cultural de Curitiba - Ritz e Guarani – cujos programadores parece ter conquistado. Após 9 semanas consecutivas desde o lançamento, o filme voltou a entrar em cartaz em janeiro de 1996 e permaneceu por 6 semanas. Em dezembro de 1996, o filme voltou por mais 4 semanas. Finalmente, ganhou mais uma sessão no Dia das Crianças de 1997.

Apesar de contarem com a possibilidade de mais uma temporada residual em cartaz, os filmes infantis sofriam – e continuam muitas vezes sofrendo - algumas restrições. Eram preferencialmente programados pelos exibidores durante o período vespertino, algumas vezes com sessões matutinas extras, e no final da semana. *Maluquinho 1* foi exibido em São Paulo em sessões das 10h30 até as 17h30. Cabe ainda notar que alguns cinemas programaram o filme no final de semana, não incluindo a sexta-feira. Por exemplo, na sala Art Guararapes, localizada em um shopping center de Recife, o filme foi exibido apenas aos sábados e domingos da segunda à décima semana em que lá ficou em cartaz.

Outro revés das obras destinadas às crianças é o baixo preço médio do ingresso⁵⁰ se comparado com o de outros filmes, uma vez que o público-alvo paga meia-entrada. Tomando

⁴⁹ Depoimento à autora.

⁵⁰ O preço médio do ingresso é definido neste trabalho como a divisão da renda da bilheteria do filme pelo número de espectadores nas salas de cinema declarados.

como base a renda e público dos filmes brasileiros em relatórios da Ancine (SÉRIE...), foi possível verificar que o preço médio de *Menino maluquinho 1* foi 13,84% menor que a média do ano (ver tabela 2).

Tabela 2 - Preço médio do ingresso em 1995 - comparação entre alguns filmes brasileiros

Filme	Preço médio do ingresso (R\$) ⁵¹	Diferencial em relação à média do ano
Filmes brasileiros lançados em 1995	4,48	-----
<i>Menino maluquinho – o filme</i>	3,86	-13,84%
<i>Carlota Joaquina</i> (Carla Camurati)	5,00	+11,61%
<i>O quatrilho</i> (Fábio Barreto)	4,04	- 9,82%
<i>Sábado</i> (Ugo Giorgetti)	5,85	+30,58%

Fonte: OCA – Ancine (SÉRIE...). Elaboração própria.

Foram ao todo cerca de 120 municípios em toda a carreira do filme nas salas. Ele acabou ficando em cartaz por mais de um ano e terminou o circuito comercial no cinema com apenas uma cópia no interior de São Paulo em dezembro de 1996.

3.5 Novidades na distribuição de vídeo e o começo da sequência

A Europa Filmes, distribuidora de *Menino maluquinho – o filme* em vídeo, investiu bastante no lançamento da fita e promoveu dois coquetéis em outubro de 1995, um no Rio de Janeiro e outro em Belo Horizonte, para empresários de videolocação, contando com a presença do elenco do filme e do diretor. Uma propaganda com 5 páginas foi veiculada no *Jornal do vídeo* para anunciar as festas e o lançamento. Mais de mil pessoas compareceram aos eventos, cujo ponto alto foi a exibição do *making of* da produção (EUROPA/CARAT..., 1995, p. 12).

O lançamento efetivo do vídeo nas locadoras ocorreu nas férias de verão, em 09/12. De acordo com Ratton, *Menino maluquinho – o filme* teve a maior distribuição em vídeo do cinema brasileiro até então – foram 50 mil cópias só no lançamento⁵² (NAGIB, 2002, p. 363).

⁵¹ Nem o documento da Ancine, fonte dos dados da tabela, nem os textos sobre metodologia do site da agência deixam claro se os valores estão corrigidos. Supõe-se, assim, que os valores estejam em Reais de 1995.

⁵² Provavelmente, Helvécio calcula 30 mil cópias para locadoras e 20 mil para venda direta ao consumidor. Caetano (1997) cita 25 mil cópias vendidas para locadoras e 18 mil para supermercados.

A fita foi tão bem em vídeo que, nessa temporada, foi “o único filme brasileiro da lista dos dez mais retirados das locadoras” (INFÂNCIA..., 1996, p. 13). A título de comparação, em março de 2005, uma “marca impensável” para a época foi atingida por *Lamarca* (Sérgio Rezende, 1994), que havia vendido então apenas 3.500 cópias (SUKMAN, 1995a). O gênero infantil, como já comentado no capítulo 1, costuma ter grande demanda em vídeo. Numa época de auge do vídeo doméstico no Brasil, *Menino maluquinho* soube tirar bom proveito desse mercado, que pode ser mais lucrativo que o mercado de salas de cinema, uma vez que o custo de lançamento em vídeo é muito menor.

Mesmo com o suporte da Europa Filmes para a distribuição do VHS, o produtor Tarcisio Vidigal, com experiência e audácia de comerciante, empenhou-se pessoalmente para abrir mais um canal de venda do filme. Segundo o próprio, fez de *Maluquinho*

[...] o primeiro filme brasileiro em VHS vendido nas Lojas Americanas. Eu que vendi 30 mil⁵³ fitas. Fui lá, peguei um táxi e fiquei esperando nas Lojas Americanas ser atendido. O cara da Europa Filmes nem acreditou. “Pega assinatura, pega assinatura do pedido!” [risos] (informação verbal)⁵⁴.

A venda de *Maluquinho* no magazine é um sinal do crescente interesse do mercado por vídeos nacionais na época da Retomada. De 1995 a 1996, a venda de fitas brasileiras chegou a duplicar, movimento para o qual este filme infantil contribuiu sobremaneira (CARONE, 1996, p. 1C).

No começo de outubro, Samuel Costa, o ator que interpretou o *Maluquinho*, concedeu autógrafos nas Americanas do Shopping Iguatemi do Rio de Janeiro (CALÇADÃO, 1996, p. 3). Em 09/10/1996, três dias antes do Dia das Crianças, estreava a venda direta ao consumidor exclusivamente nas Lojas Americanas em 103 filiais de 56 cidades em 19 estados da federação (MALUQUINHO PARA..., 1996, p. 36).

A acirrada briga pelo espaço do cinema brasileiro também ocorreu no segmento de vídeo doméstico. Com o produtor, até de forma literal. Tarcisio Vidigal contou um caso de embate pessoal com uma funcionária da Disney enquanto o filme era oferecido à venda. Ele tinha o hábito de ir pessoalmente aos sábados verificar como as fitas estavam expostas nas gôndolas das Lojas Americanas.

Cheguei lá, em Copacabana, e a moça da Disney estava colocando as fitas da Disney na frente do *Menino maluquinho*! Chamei o gerente, arrumei uma confusão... “Olha aqui, não vai fazer isso, não! Quem mandou você fazer isso?” [...] O gerente me deu razão. (informação verbal)⁵⁵.

⁵³ A reportagem MALUQUINHO PARA... (1996) registra o número de 20 mil fitas.

⁵⁴ Em depoimento à autora.

⁵⁵ Idem.

É interessante notar que a verba inicial para a produção da continuação Tarcisio conseguiu numa locadora de vídeo, com uma distribuidora de vídeo. Segundo seu relato,

[...] desde que começou a dar certo, eu pensei em fazer o *Dois*. Claro! Basta você olhar o cinema americano, eles fazem o *Dois*; por que é que a gente não pode fazer o *Dois*, né?

Aí com esse meu amigo da Europa Filmes, o Wilson Feitosa, fomos ver uma locadora lá em Alphaville, a Blockbuster, ver se tinha o *Menino maluquinho*. Tinha uma estante lotada de *Menino maluquinho*, mas estavam todos alugados, só ficava a capinha. [...] Aí eu falei, “pô, a gente podia fazer o *Dois*”. E ele disse: “eu entro”. E entrou. Pelo artigo 3o., deu R\$ 300.000,00⁵⁶. Aí eu comecei a produção. [...] comecei com o artigo 1o., Lei Rouanet... Vários investimentos. Montamos uma cesta e fizemos. (informação verbal)⁵⁷

3.6 Uma franquia de mídia à brasileira

É interessante notar mais uma curiosidade sobre a cena da saída da escola, a única em que Maluquinho explicitamente compra algo: o dono da banca é interpretado por ninguém menos que Tarcisio Vidigal, que fez assim uma pequena e reveladora ponta no filme (ver fig. 10). O produtor acaba identificado, assim, com aquele comerciante que vende gibis, revistas, jornais, produtos da indústria cultural enfim, e que concilia os desejos da criança e de sua mãe. Ele comercializa criações de autores e, ao vender *Pererê* a Maluquinho e sua mãe, assume a função de contribuir para fazer chegar ao público obras de Ziraldo. Curioso que, hoje, Vidigal trabalha para transformar a *Turma do Pererê* numa franquia, tendo inclusive envidado esforços para o lançamento de uma caixa com a republicação de algumas coletâneas em 2010, em comemoração aos 50 anos da primeira edição.

Em entrevista no ano de 1998, antes do lançamento de *Maluquinho 2*, Tarcisio Vidigal viu a oportunidade para que um personagem brasileiro concorresse com os estrangeiros no mercado de entretenimento nacional, indicando o seu desejo de construir um produto longo, que contasse com muitas sequências.

Eu acho que o mercado de consumo de entretenimento precisa de um personagem brasileiro. Nós temos o mercado dominado por produtos estrangeiros, produtos americanos, principalmente. O único que tem uma trajetória industrial competindo com os personagens americanos é a Mônica. Mas eu acredito que tem espaço para um outro tipo de personagem e o Maluquinho pode ser esse personagem nos próximos anos. Com trabalho, com planejamento, a gente pode conquistar o mercado que está aí. (REAL, 1998, p.3)

⁵⁶ O art. 3o. da Lei do Audiovisual (Lei Federal no. 8.685/1993) permite que uma empresa distribuidora invista em produção cinematográfica brasileira uma parte do imposto sobre as remessas de lucros para o exterior.

⁵⁷ Depoimento à autora.

Figura 10 – Tarcísio Vidigal em *Maluquinho 1*



Fig 10 - Tarcísio Vidigal faz uma ponta como o dono da banca de jornal que vende a *Maluquinho Pererê*, um gibi de autoria de Ziraldo. Vários gibis de autores estrangeiros como *Tarzan* e *Superman* ficaram esquecidos na prateleira ao fundo. Já *Pererê*, *Veja*, *Enciclopédia Abril* e *Estado de Minas*, produtos dos patrocinadores do filme, ficam à frente.

O produtor e Ziraldo tentaram viabilizar outros produtos baseados no personagem após o bom desempenho do primeiro filme. No entanto, percebe-se a dificuldade e a lentidão na viabilização dos projetos. O largo tempo de intervalo entre o lançamento de um produto e outro é prejudicial para uma franquia do ponto de vista comercial, pois ela perde um momento de exposição na mídia e não aproveita a publicidade do filme. Esse intervalo é problemático especialmente no caso das franquias que têm como alvo o público infantil, pois muitas das crianças que assistiram ao primeiro filme crescem e podem, num relativamente curto espaço de tempo, deixar de se identificar com o personagem. A franquia tem uma probabilidade maior, portanto, de perder parte do público a que agradou. E não só o público. Se o filme é *live-action*, pode perder os atores mirins, que crescem. Ou as obras acompanham o crescimento de seu público e do personagem, como ocorreu com a série *Harry Potter*.

Quase um ano após o lançamento do primeiro filme, em 1996, foi colocado à venda um CD musical pela PolyGram intitulado *A festa do Menino maluquinho – o disco*. Composto quase completamente por Antonio Pinto, o CD chama a atenção por não ser exatamente a comercialização da trilha sonora do filme, uma vez que, de 13 faixas, apenas 3 constavam na película: as canções “A valsa do tempo” (a canção do sonho) e “O menino maluquinho” (a música-tema do filme) e “Macaquinhos no sótão”, música instrumental do filme que foi

inserida no CD.

A festa promove, reunindo os temas das músicas, um encontro entre personagens amigos de Maluquinho: alguns dos títulos das canções são “Julieta”, “Shirley Valéria”, o “Rap do Lúcio”, o “Pum de Bocão” e “Voa, vovô”. Da mesma forma, a coletânea reúne também nessa “festa” vários intérpretes conhecidos da indústria fonográfica brasileira, numa eclética mistura de ídolos e ex-ídolos do público infantil e artistas mais ligados à MPB. Uma das cantoras com maior participação no disco, além de Antonio Pinto, é Patrícia Marx, ex-integrante do grupo musical Trem da Alegria, que lançou discos infantis na década de 1980. Nomes mais atuais e mercadológicos que foram evitados no filme, como Sandy e Júnior, também gravaram uma faixa. Paulo Ricardo e Herbert Vianna tinham apelo a um público mais juvenil, ou de jovens adultos. Guilherme Arantes, Milton Nascimento, Paula Morelembaum atrairiam um público mais maduro e/ou afeito à MPB.

Antônio Pinto e Patrícia Marx chegaram a participar de alguns programas de televisão infantis para promover o disco, como o *Xou da Xuxa*. Porém, segundo Tarcisio Vidigal, com pouco dinheiro para o lançamento do disco, as vendas não foram boas.

Outro produto que tentaram derivar do filme foi uma série para televisão, que se aproveitaria do carisma do elenco do filme. O então diretor artístico da Rede Manchete, Walter Avancini, teve planos de fazer uma minissérie. De acordo com ele, “Essa ideia veio a minha cabeça por causa da repercussão do filme. O livro também voltou a ser muito cobijado” (INFÂNCIA..., 1996, p. 13). Essa ainda seria uma maneira de retratar Minas Gerais e sair do eixo Rio-São Paulo, dominante na ficção televisiva brasileira. No entanto, a série, que teria roteiro de Ziraldo, não chegou a ser realizada.

Os produtos que surgiram do filme foram de fato poucos, ainda mais se comparados aos que derivam do filme-família. Logo após o *Maluquinho 1*, foram lançados quatro produtos licenciados com a marca (BARROS, 1995, p. 2). Ziraldo teve o projeto de lançar mais 4 gibis de Maluquinho, sem sucesso, e o personagem ganhou uma história interativa em disquete, o *Kit do cientista Maluquinho*, lançado pela patrocinadora Abril Jovem.

A própria natureza do combinado entre Tarcisio e Ziraldo não incentivava o produtor a pensar em outros produtos vinculados ao filme, a não ser os que estivessem mais na sua seara de atuação, como o CD, o programa de TV, os filmes e os vídeos. Tarcisio havia comprado os direitos do livro para fazer o filme. Entretanto, não receberia mais por outros tipos de negócios eventuais. É verdade que o filme deu um pequeno fôlego à franquia do personagem,

que favoreceu Ziraldo. Vidigal conta que houve uma campanha publicitária de margarina com o Menino maluquinho encarnado em Samuel Costa, ator do filme. O produtor até poderia receber, todavia, não teve nenhum ganho com o uso comercial do personagem cinematográfico na propaganda, dada sua relação de amizade com Ziraldo.

Se a onipresença dos produtos de franquias hollywoodianas e a grande narrativa que constroem é, segundo Ndalians (2004, p. 55), uma alegoria do poder dos grandes conglomerados que concentram ramos diferentes da indústria cultural, a lentidão e desconexão da franquia de mídia de Menino maluquinho é um pouco a imagem da fragilidade da produção cinematográfica independente no Brasil. Isso implica que não é só pelo conceito de Ziraldo e de Ratton em restringir a comercialização do personagem que a franquia tem a imagem de “anticonsumo”. É também pela dificuldade de produzir e difundir adequadamente os produtos dessa franquia, como veremos acontecer também no caso de *Menino maluquinho 2*.

3.7 A produção e as preocupações de *Menino maluquinho 2 – a aventura*

Dada a boa recepção do primeiro filme, Tarcisio Vidigal partiu para uma empreitada maior com a sequência. Ciente de que os filmes *Dois* carregam o estigma de obras de pior qualidade, e talvez com o intuito de deixar claro o afastamento estético da fita anterior, Vidigal fazia questão de lembrar que esse filme não era propriamente uma continuação, pois muito do seu projeto era diferente – o que desejava era “repetir apenas o mesmo sucesso” (MENINO... 1998, p. 5). Por que então batizar a nova produção de *Menino maluquinho 2*? Ressalte-se na fala citada de Vidigal a referência ao cinema dominante como justificativa para realizar o segundo filme. Não só no sentido de imitar uma prática, mas no sentido de se igualar, de reivindicar e aspirar a ocupação de um mesmo espaço. Poucos filmes brasileiros tiveram algum tipo de continuidade, e entre os que tiveram, uma pequeníssima parcela começou a numerar os títulos. Mazzaropi e Trapalhães, por exemplo, ou mesmo Tio Maneco, mudavam sempre o título das obras. Uma exceção daquela época, lançada quase 20 anos depois do primeiro filme, foi a comédia *Vai trabalhar, vagabundo II* (Hugo Carvana, 1991) – um título que, em si, já é cômico. Mas no título *Menino maluquinho 2*, o desejo de conferir um caráter industrial ao cinema se firma.

Dando a entender que o primeiro filme teve algum tipo problema de aceitação das crianças devido ao conteúdo saudosista, ao ritmo ou à linguagem, Tarcísio resolveu adotar algumas características internacionais-populares. De acordo com ele, foi o próprio público infantil quem pediu algumas modificações:

“O primeiro longa-metragem de Maluquinho teve bom desempenho [...]. Mas – pondera Tarcísio – muitas crianças comentaram comigo que o filme tinha pouca ação, pouca aventura.”

“Adoro o filme do (Helmécio) Ratton”, reafirma Tarcísio. “Fizemos uma adaptação fiel às características do livro do Ziraldo. Um filme que valoriza as brincadeiras de fundo de quintal, as molecagens infantis. Os adultos, aqueles que foram crianças nos anos 50 e 60, adoraram.” A meninada de hoje, porém, chiou. Queria tombos, corridas, seres extra (ou intra) terrestres, confusões. “Sem perder a essência do personagem do Ziraldo” – explica o produtor - “criamos uma trama cheia de ação, bem adrenalizada.” Mas “conservando a mineiridade”. (CAETANO, 1997, p.1)

A partir desse “clamor popular”, Tarcísio encomendou a Ziraldo um roteiro de aventura, gênero amplamente explorado pelos filmes-família hollywoodianos e mais comum também na cinematografia brasileira para crianças (vide Tio Maneco e vários filmes dos Trapalhões). Tendo já transferido a base do Grupo Novo de Cinema e TV para o Rio de Janeiro e começado a investir esforços na venda de filmes brasileiros para o mercado externo, trabalhou para levantar o orçamento necessário à produção de uma aventura, dessa vez amparado por mais recursos e leis de incentivo em vigor. O orçamento total do filme foi, desconsiderando a inflação, mais de duas vezes maior que o primeiro, atingindo a cifra de R\$ 5,4 milhões⁵⁸.

Uma continuação tem supostamente algumas vantagens no negócio do cinema. Teria um risco um pouco menor, uma vez que o primeiro filme já testou o mercado e obteve uma resposta positiva, que pode ser usada por seus produtores como parâmetro para dimensionar a sequência. Teria um público já cativo, conquistado pelo primeiro filme. E teria investidores já interessados, vindos do primeiro filme, ou, pelo menos, dados mais concretos para convencer os novos investidores.

Quando perguntado sobre se de fato haveria uma facilidade maior na captação de recursos para a sequência, Vidigal respondeu que “isso não ajuda muito [...]. No Brasil, todo dia você está começando” (informação verbal)⁵⁹. De fato, o rol de patrocinadores mudou bastante de um filme para outro.

Além do Consórcio Europa, o primeiro a entrar no filme, Tarcísio conseguiu o

⁵⁸ Em Reais de 1998.

⁵⁹ Em depoimento à autora.

apoio principalmente de investidores de Minas (Belgo Mineira, Cemig, Forno de Minas, Telemig, Global Cosméticos, Itatiaia Móveis e outros). Empresas nacionais ou de outras partes do Brasil também participaram (Petrobras, Telerj, Banco do Estado do Paraná etc.). E uma empresa transnacional também (a General Electric). Do primeiro filme, continuou apenas um patrocinador: as Tintas Coral. A Cia. São Geraldo e Jornal Estado de Minas, que também haviam participado do filme anterior, entraram com algum tipo de apoio menor ou permuta. Mais uma vez, quase nenhum dos investidores trabalhava especificamente com o mercado para crianças. A única exceção é o Grupo Positivo, que possui negócios na área educacional.

A equipe também sofreu modificações fundamentais. Tendo Helvécio Ratton negado fazer mais um filme infantil com receio de que ficasse estigmatizado pelo gênero, a direção caberia a Fabrizia Alves Pinto e Daniela Thomas, ambas filhas de Ziraldo. Fabrizia era então diretora de teatro, coreógrafa e assistente de direção em filmes publicitários. Daniela tinha acabado de codirigir *Terra Estrangeira* (1996) com Walter Salles, mas devido a uma complicação na gravidez, precisou sair do filme. Ambas já haviam trabalhado o roteiro do filme com Ziraldo. Daniela indicou para seu lugar o então diretor de TV e de publicidade Fernando Meirelles. O paulistano já tinha dirigido mais de 100 comerciais e ganhado o Leão de Ouro em Cannes. Havia participado também da criação e da direção-geral do programa infantil *Rá-Tim-Bum*, produzido pela TV Cultura e exibido de 1989 a 1992. O filme contou, portanto, com dois diretores com ampla experiência em publicidade, paulistas, e de uma geração mais jovem que a de Helvécio Ratton.

Às duas filhas de Ziraldo, juntou-se o terceiro filho: Antônio Pinto, que já havia composto a trilha sonora do primeiro filme e dividiria essa função na sequência com Beto Villares. Essas contratações misturam profissionalismo e personalismo na administração do negócio. Trata-se de um “nepotismo” um tanto usual na atividade cinematográfica. No Brasil, é comum observar equipes em família, especialmente casais. Esse é o espírito da piada de Ziraldo a um jornalista: “Somos os Barretinhos⁶⁰” (ORICCHIO, 1998, p. D15).

Nesse sentido, o filme também poderia ser chamado ironicamente de familiar. Ziraldo, ao ter comentado que o conceito no segundo filme mudou bastante, uma vez que se trata de uma aventura, é questionado se a essência de Menino maluquinho permanece. Ele responde:

Permanece. Tanto que os autores do filme, o Fernando e a Fabrizia, são assim bem

⁶⁰ Referência à família Barreto, extremamente atuante no negócio cinematográfico brasileiro: Luiz Carlos Barreto é um dos produtores mais importantes no cenário nacional. Sua esposa Lucy Barreto também é produtora e cofundadora com o marido da empresa LC Barreto. Os filhos Fabio e Bruno Barreto são diretores.

familiares. O Fernando ia com o filho para filmagem. A Fabrizia estava grávida. É um *family film* mesmo. Continua o espírito do anterior: tem o avô querido, o fogueteiro, o seu prefeito, aquela cidade do interior, uma infância sem computador, mas de repente os meninos viram *Rambo*. O filme fica meio impreciso. Acontece coisa demais, os meninos vão enlouquecer. Sabe aquela coisa? Eu gostaria de ter vivido isso... (MENINO..., 1998, p. 9)

É indicativa a expressão que Ziraldo utiliza: *family film*, em inglês mesmo. A referência ao gênero hollywoodiano é clara – os meninos viram *Rambo*. Mas Ziraldo adiciona ainda mais um significado à expressão – o de contar com uma equipe e um set de clima familiar.

Num contraste às contratações familiares, foram acrescentados à equipe técnicos estrangeiros. Para a fotografia, Tarcisio procurava um profissional de “primeira linha”. César Charlone, a primeira opção de Meirelles, estava ocupado. O diretor sugeriu então o novaiorquino Tony Mitchell, de *Highlander, o guerreiro imortal*⁶¹ (Russel Mulcahy, 1986), com quem já havia trabalhado. Assim, a aventura ganhou um fotógrafo internacional que teve experiência em um famoso filme B anglo-americano de ação. A equipe contou ainda com o criador de efeitos especiais mexicano Federico Farfán, que já começava a fazer trabalhos no Brasil, para realizar a explosão do paiol de fogos de artifício e outros efeitos para a filmagem.

Com relação ao elenco, Stênio Garcia, renomado ator da TV Globo, é o grande chamariz do filme. Ele interpreta um dos personagens principais - Tonico, o avô paterno de Maluquinho.

Na sequência, Tarcisio comenta a sua preocupação ainda maior com a “qualidade” do filme:

“Comecei a produzir o Maluquinho 2 com uma exigência enorme em termos de qualidade. Em nenhum momento me rendi às dificuldades – que não foram poucas. Quando penso que poderia ser de outra forma, tenho a tranquilidade de saber que fizemos um filme possível”, prossegue Tarcisio. “Utilizamos todos os recursos possíveis e nos cercamos dos melhores técnicos para fazer um filme de qualidade e - por que não dizer? - diferenciado, um filme competitivo no mercado. (MENINO..., 1998, p. 5)

Ele e Lúcia Fares, coprodutora-executiva que havia sido assistente de direção no primeiro filme, disseram ter se esforçado para cumprir as exigências de Tulé Peak, diretor de arte que não utilizava réplicas de vasos de época (MENINO..., 1998, p. 5), e de Tony Mitchell, acostumado aos padrões americanos de abundância de equipamentos. Investiram muito na fotografia e na direção de arte do filme, buscando um certo glamour a que outros

⁶¹ Mitchell não assina como diretor de fotografia principal, mas foi o fotógrafo das cenas rodadas em Nova Iorque.

filmes brasileiros da época também almejavam, muitas vezes contratando também profissionais advindos da publicidade ou da televisão. Para Caetano et alii (2005), durante a Retomada

Sobressaía nas telas justamente o que o cinema brasileiro nunca soube utilizar de forma satisfatória: um cinema de maquiagem, cinema de direção de arte, de figurino, de cenografia de época – todas as características típicas de uma certa grandiosidade cinematográfica, cuja equação, para ser utilizada com eficiência e propriedade, depende de maior prática dentro de uma dinâmica industrial (ou eventualmente de propostas estéticas suficientemente fortes e originais para substituí-la). (CAETANO et alii, 2005, p. 14)

No sentido de fabricar ares de superprodução, merece destaque o cenário da caverna, construída com polietileno injetado e filmada em um galpão alugado de Osasco. Ela levou um mês para ser finalizada com 300 mil reais e depois da filmagem, segundo Vidigal⁶², foi destruída e jogada fora – um símbolo de um certo luxo a que se deu a produção. E também os efeitos digitais que criaram Tatá Mirim e os fogos de Tatás são indicativos dessa busca por uma certa grandiosidade. Feitos inteiramente no Brasil, eram uma novidade na época por aqui.

Apesar de cauteloso, preferindo aguardar os resultados da continuação antes de traçar e principalmente divulgar planos, é possível depreender de declarações esparsas em reportagens que o produtor pretendia dois voos altos com o novo filme. Primeiro, ele gostaria de embarcar de fato numa franquia cinematográfica: “fazer o três [...] e lançar um novo Maluquinho a cada ano, sempre nas férias de final de ano” (CAETANO, 1997, p.1). Dessa forma, Vidigal planejava inserir sua produtora num nicho de mercado específico, mais uma vez usando o *slogan* da qualidade. Provavelmente ele se contrapunha a filmes como os de Xuxa e Trapalhões.

Para qualquer empresa crescer nessa competição, na moda globalizada, tem que descobrir o nicho que vai explorar. Eu acho que o nicho que nós podemos ocupar é o filme infantil de qualidade. Esse pode ser um dos caminhos da nossa produtora, produzir filmes para o público jovem, infantil e adolescente, e filmes de qualidade. (REAL, 1998, p.3)

E segundo, ele almejava atingir o mercado internacional. O Grupo Novo já havia iniciado então suas atividades como exportador de cinema brasileiro, um ramo ao qual, depois do fim da Embrafilme, ninguém se dedicava. O produtor queria com a sequência adentrar “principalmente os Estados Unidos, que não receberam tão bem o primeiro filme” (SOUZA, 1997, p. D5) - tarefa bem difícil, já que o mercado americano é um dos mais

⁶² Depoimento à autora.

fechados do mundo para filmes estrangeiros. A reportagem de Souza cita rapidamente o puritanismo norte-americano, uma das razões pelas quais o primeiro filme não teve acolhida mais ampla no país. Ratton narra também o episódio em sua biografia:

Já na época em que o longa foi selecionado para o festival de Chicago, o diretor do evento me enviou um e-mail dizendo que tinha gostado muito do filme e propôs que o exibíssemos nas escolas da cidade. Aceitei a idéia e ele me convidou, inclusive, para acompanhar uma exibição que aconteceria no maior colégio do Estado. Algumas semanas depois, quando eu já estava em Chicago para o festival, ele me chamou para avisar que as sessões nas escolas haviam sido canceladas. O motivo? Ele passara o filme para os diretores das instituições e estes se recusaram a exibi-lo para os alunos, alegando que algum pai poderia processá-los em função da “cena de nudez”. Leia-se: porque tinha um menino de 9 anos pelado em uma cena curtíssima. (VILLAÇA, 2005, p. 310)

No Festival de Halifax, no Canadá, conta também o diretor que a programação impressa advertia que o filme continha cenas de nudez (VILLAÇA, 2005, p. 310).

É interessante notar que enquanto internacionalmente a nudez das crianças possa se constituir em algo ofensivo, muitas vezes no cinema brasileiro é símbolo de inocência e liberdade. Elas aparecem nadando em lagos, ao ar livre, em *Os três zuretas* e em *Menino da porteira* (Jeremias Moreira, 2009), por exemplo.

Apesar de declarar “não se importar com eventuais ataques de puritanismo internacional”, o produtor preocupou-se em talhar o filme para as plateias estrangeiras, incluindo “todos os ingredientes para agradar às crianças, como brincadeiras, uma criatura misteriosa e cenas de circo” (SOUZA, 1997, p. D5). No filme de sequência, é bom notar, não foram incluídas imagens, mesmo rápidas, de nudez infantil ou de mulheres seminuas.

A recepção crítica do primeiro filme nos EUA pode também ter incomodado o produtor. Em abril de 1996, Michael Wilmington, do jornal *Chicago Tribune*, publicou uma pequena resenha sobre o filme a propósito do Festival de Cinema Latino de Chicago, conferindo-lhe duas estrelas:

Baseado num popular livro infantil brasileiro sobre uma espécie de Dennis, o Pimentinha latino-americano, este luminoso, acelerado, muito bonito e bem fotografado filme infantil é escrito de modo tão superficial e imita de tal forma os filmes-família americanos de grande público que muitas vezes parece falso e forçado. A estrela infantil (irritantemente chamada de Maluquinho por seus colegas da escola) é um pequeno imp⁶³ sempre sorridente. A comédia é ampla, as imagens atraentes. (WILMINGTON, 1996, tradução nossa)

O crítico americano elogiou a fita brasileira tecnicamente, mas considerou o roteiro fraco. Não tendo percebido que o de *Maluquinho 1* não pretendia ser clássico, Wilmington

⁶³ Imp é um ser mitológico do folclore germânico que se assemelha a uma fada ou a um demônio. Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/Imp>; acesso em: 25/04/2012.

comparou-o com o padrão dos filmes-família hollywoodianos. De fato, embora Vidigal negue a influência dos filmes-família sobre meninos peraltas na escolha do projeto de Maluquinho, é inevitável pensar em personagens similares em fitas contemporâneas, como Dennis, o Pimentinha e Junior, o pestinha.

Não é à toa, portanto, que Vidigal tenha partido para uma aventura mais clássica. O produtor buscava alçar Maluquinho à memória internacional-popular e, para tanto, buscou incorporar elementos dessa memória. Os créditos de abertura já evidenciam claramente esse propósito. Iniciam com uma alusão ao leão da vinheta da Metro-Goldwyn-Mayer: Menino maluquinho em animação está dentro de uma moldura redonda e rosna. Vidigal, contudo, não quer deixar de lado a representação dos valores regionais, uma vez que “o mais importante para ele é fazer a geração videogame conhecer o interior do País e colocá-la em contato com alguns elementos da cultura nacional.” (SOUZA, 1997, p. D5)

Percebe-se que o discurso nacionalista pedagógico, que pretende apresentar às crianças uma faceta do país supostamente desconhecida, continua na segunda fita. Numa aparente contradição, o desejo de se tornar também popular enquanto obra muito consumida em nível global levou a uma adesão maior a elementos internacionais-populares mais familiares à “geração videogame”. Vale verificar como no filme essas forças transparecem.

3.8 Uma aventura caipira

Paisagens mineiras que conservam características pretéritas e bucólicas mais uma vez são palco para o desenrolar da ação em *Maluquinho 2*. Quase todas as filmagens foram realizadas no povoado de São José das Três Ilhas, distrito do município de Belmiro Braga, a 70 km de Juiz de Fora. É um povoado muito pequeno que tem apenas cerca de 200 habitantes e possui casas e igreja com arquitetura preservada de estilo colonial. Vistas verdejantes e cheias de colinas também são apresentadas neste filme, uma paisagem típica de certa região de Minas. Há, no entanto, também algumas paisagens mais secas, que remetem ao *western* – não essencialmente pela decupagem e *mise-en-scène*, como no outro filme, mas principalmente pela direção de arte e escolha da locação, inserindo animais como sapos e cobras. Assim, são as próprias paisagens secas mineiras que acabam se aproximando dos não-lugares cinematográficos.

A gruta em que as crianças se perdem, onde mora Tatá Mirim, é o não-lugar cinematográfico do filme por excelência. A sequência que se passa no local é bastante longa, tem cerca de 12 minutos. Diegeticamente, trata-se de um espaço brasileiro. Contudo, não apresenta nenhuma característica particularmente nacional. Construído em estúdio, não é muito diferente das cavernas retratadas em *Indiana Jones* ou em *Goonies* (fig. 11).

Figura 11 – Caverna em *Maluquinho 2*



Fig. 11 - A caverna em *Maluquinho 2*, um não-espaço filmico.

Quanto às representações de regionalismos, cabe notar que a caracterização mineira no segundo filme é mais farsesca, principalmente devido à composição de alguns de seus personagens, como comentado no capítulo anterior. Dessa maneira, o sotaque mineiro (que praticamente não se ouviu no primeiro filme apesar do tom mais realista da história) é um tanto forçado na continuação. Transformar algumas características regionais em caricatura cômica facilita a sua apreensão por aqueles que não estão habituados a elas, uma vez que o registro em tom de fábula afasta desses aspectos uma estranheza que existiria num registro mais naturalista. A fábula afasta esses elementos, portanto, do mundo histórico, do real, tornando-os mais deglutíveis.

Também como um elemento nacional, o catolicismo está presente no filme. De forma farsesca, as beatas representam um tipo de fiéis rançosos, ávidos pelo destaque social por meio do trabalho espiritual. Retratados de forma mais positiva, Iaiá e Tônico pedem a

Virgem Maria e a São Jorge que os auxilie a encontrar as crianças na caverna. Essa religiosidade é um dos poucos elementos nacionais que destoa um pouco da assepsia típica da memória internacional-popular.

O folclore é um desses elementos que foram reapropriados. Ele aparece de forma central, mas não se origina da tradição brasileira. Diegeticamente, Tatá Mirim, um dos personagens principais, é criado por Maluquinho: trata-se de folclore inventado por uma criança. A criatura vem do centro da Terra e é feita de fogo, em possível referência ao Boitatá (este sim um ente do folclore nacional). É uma forma relativamente simples de se criar com efeitos especiais. A mineirice do ser imaginário consiste em querer vagar pela superfície da terra para comer pão de queijo. Dessa maneira, as características regionais da entidade viram ornamentos. E como fogo, Tatá adquire formas bastante diferentes. Sua inspiração no ET de Spielberg é bastante clara, e a cena em que se despede de Maluquinho é evidente nesse ponto (fig. 12). Mais uma citação ao cinema hegemônico.

Mas aparentemente ele não foi planejado para o possível estabelecimento de produtos licenciados. De um lado, por ser uma chama, ele chega a uma estilização máxima e universal que o torna bastante exportável. Doutro lado, ele não tem nada parecido com um rosto, possuindo uma expressividade limitada. Os espectadores pouco o veem e ele não cria muita empatia. Isso parece provocar um problema de identificação. Não é como o E.T de Spielberg, que demonstra emoções e aprende a falar. Ele é um ser com tanta indefinição na narrativa que as resenhas da imprensa frequentemente se equivocaram em relação à sua procedência, muitas tomando como certo se tratar de um mito nacional, dada a tradição no gênero. Chamaram-no de “monstro pré-histórico” (CINEMA..., 1998, p. 1), “figura mística do folclore brasileiro” (SET..., 1998, p. 56), “duende” (MALUQUINHO II, 1996, p. 7) e um dos “mitos da cultura indígena” (ORICCHIO, 1998, p. D15).

Neste filme, as referências internacionais-populares parecem estar atreladas também a uma tentativa de modernização do projeto em relação ao filme anterior. O personagem de Maluquinho é vestido de forma mais adolescente, com jaqueta de couro e cabelo frequentemente penteado com gel. A música-tema filia-se ao pop-roque, ritmo mais internacional que a MPB do filme anterior. Seu intérprete principal é Herbert Vianna, vocalista da banda Paralamas do Sucesso. Em depoimento, Tarcisio Vidigal disse que convidou a banda mineira Skank, que então fazia sucesso entre o público jovem, para compor

e interpretar a música-tema do filme⁶⁴. A intensa agenda de shows, porém, não permitiu que a parceria se concretizasse. O ritmo mais acelerado de ação, a música e o figurino diminuem o clima de contemplação e vestem o filme com uma roupagem mais moderna que o anterior. Talvez, assim, tente acompanhar o crescimento do espectador infantil que assistiu ao primeiro filme.

Figura 12 – Tatá Mirim e Maluquinho



Fig. 12 – Tatá Mirim e Maluquinho em *Menino maluquinho 2*

Neste filme de sequência, outra veia do nacional-popular evidencia-se diegeticamente no planejamento de uma comemoração do centenário da pequena cidade mineira fundada pelos avós de Tônico e de Costa. A preservação e o festejo da memória regional se dão por meio de manifestações artísticas e culturais populares, como o circo, a fanfarra e o desfile de fantasias. Neste, muitos dos figurantes que aparecem são moradores do próprio povoado onde as filmagens foram feitas. O popular aqui se filia a um tipo de manifestação feita pelo povo.

Como artistas, as crianças procuram apoio para a realização da festa e do circo. Maluquinho faz um discurso para o prefeito Costa parodiando a expressão latina *panis et circenses* de forma mineira: “Pão de queijo e circo, pão de queijo e circo. A vida não é só pão de queijo, seu prefeito, é também circo.” A conotação de manipulação das massas da política

⁶⁴ Essa já era uma segunda opção de Raton para o primeiro filme (VILLAÇA, 2005, p. 293).

romana contida nessa expressão é deixada de lado e a paródia passa a defender a arte e a manifestação cultural do povo (no caso, representada pela festa do centenário da cidade) como uma necessidade vital. Uma ideia, deve-se reconhecer, bastante interessante para a classe artística.

O circo é uma manifestação cultural de aspecto popular, referência a que o cinema infantil brasileiro (e o não-infantil também) recorreu diversas vezes. Em *Maluquinho 2*, a cena em que a lona se enche acompanhada por pulos de alegria das crianças é simbólica. Resgata o circo no imaginário construído para crianças no país, um tipo de entretenimento que perdeu a força de atrair muitos espectadores e sua estrutura de organização familiar. É ainda um entretenimento que desde início do século XX mistura diversas matrizes, bebendo da cultura popular, da cultura de massa e da erudita também (SOUSA, 2009). Após a chegada dos amigos de Maluquinho na cidade, vô Tônico e as crianças pulam sobre uma caminhonete e gritam com alegria um refrão brasileiro popular no anúncio do circo: “Hoje tem marmelada? / Tem, sim, senhor! / [...] E o palhaço, o que é? / É ladrão de mulher!” Ao mesmo tempo que representa a produção cultural de artistas e do povo brasileiro, o circo é também uma referência internacional, uma vez que as artes circenses foram – e são - desenvolvidas em diversos países. Mesmo os números apresentados no filme recebem influência diversas: Nina, por exemplo, exhibe uma performance de dançarina espanhola. As crianças apropriam-se das artes circenses e fazem o espetáculo, que inclui até os efeitos especiais de Tatá Mirim no número de mágica de Maluquinho. A produção do circo é muito caprichada, desde o figurino até a maquiagem e a iluminação, que conferem um glamour à imagem e uma tinta internacional-popular. É bastante diferente da apresentação na escola do primeiro filme, uma produção bem mambembe, com figurinos de papel e forca de isopor pintado.

A festa de comemoração do centenário, ocorrida nas ruas da cidade, também apresenta esse glamour em sua realização. O verde, amarelo e azul da bandeira brasileira no uniforme de futebol do primeiro filme perdem lugar para o branco, azul e vermelho da farda da fanfarra e para as múltiplas cores do desfile. Ensaios ocorrem sob a batuta de Tônico, os fogos de artifício são planejados por ele e Pedro Fogueteiro, o circo também é realização dele com as crianças. Essa festa, que é uma manifestação do povo, ocorre sobretudo com o agenciamento essencial de Tônico.

Tônico é, aliás, uma espécie de síntese do filme, ele próprio constituído por referências mundializadas e regionais. O avô de Maluquinho é um inventor um pouco

maluco, cabelos à la Einstein, uma figura recorrente em produtos infantis e para família – vide o professor Pardal das histórias em quadrinhos da Disney e o dr. Brown em *De volta para o futuro*. O avô inventa traquitanas como um sistema automático que serve café aos visitantes, um outro que ajusta o telefone ao rosto e uma catapulta para jogar as malas no quarto sem precisar subir a escada. A tecnologia e a técnica são, assim, ressaltadas na diegese. Tônico ainda faz as vezes de produtor cultural, pois banca e organiza incansavelmente a festa em memória do centenário da cidade fundada por seu avô, buscando apoios para tanto. Lembrando a oposição que Ortiz (1985) salientou no pensamento tradicional entre cultura (associada à humanidade, qualidade) e técnica (associada à modernidade, quantidade), na figura de Tônico, as duas categorias de alguma forma se misturam. Sua técnica, porém, não é exatamente relacionada à produção em massa: trata-se de uma produção criativa, mas de pequeníssima escala – parece que ele cria protótipos, que, conforme expressou, venderia se fosse necessário para viabilizar a festa. Essa tecnologia mais romântica e artesanal serviria, assim, aos propósitos da cultura.

O filme passa a imagem de um Tônico que é, como Vidigal, um produtor apaixonado e incansável, que mistura a negociação insistente, o romantismo nacional e uma técnica industrial rudimentar. Na minha percepção, o filme presta uma homenagem não só à função do produtor cultural em geral, mas também é possível que Ziraldo, o roteirista, tenha feito uma referência ao próprio Vidigal, um dos idealizadores dessa aventura caipira.

3.9 Lançamento de blockbuster

O filme foi codistribuído pela RioFilme e pela Severiano Ribeiro Distribuição (SRD). A entrada do Consórcio Europa Severiano Ribeiro como coprodutor e distribuidor modificou bastante o esquema empreendido na distribuição do primeiro filme. Não só a proposta estética da sequência aderiu a algumas tendências do cinema dominante, mas a distribuição também. A aventura seguiu o modelo de lançamento dos blockbusters hollywoodianos, ou como Silva (2010) os denominou, dos "filmes para grande escala" (p. 89). *Maluquinho 2* foi lançado com quase quatro vezes mais cópias que o primeiro (foram em torno de 100) em 10 de julho de 1998 em 43 cidades simultaneamente - das quais 16 eram capitais⁶⁵. Também foi contratada a empresa Filme B para a coordenação de lançamento.

⁶⁵ Segundo outra tabela fornecida pela RioFilme, o filme de sequência estreou simultaneamente em Manaus,

O cenário do circuito de exibição passava por transformações desde o primeiro filme, já que os multiplex ganhavam força nas grandes cidades. Ainda com a entrada da codistribuidora, o circuito de programação foi consideravelmente diferente. O Grupo Severiano Ribeiro, a maior empresa de exibição do país em 1998 com 130 telas - 8,99% do parque exibidor nacional (GATTI, 2005, p. 291) -, programou o filme dentro da própria rede, o que é quase sempre uma grande vantagem para o produtor brasileiro, que sofre para conseguir espaço para as obras. No entanto, com o fraco desempenho do primeiro final de semana, o filme foi rapidamente retirado de cartaz. No Rio de Janeiro, uma das principais praças do primeiro filme, todas as 20 salas de estreia retiraram a aventura após a primeira ou a segunda semana de exibição. Em São Paulo, o desempenho foi parecido. As exceções ficaram para o Cinemark do Shopping Interlagos, que manteve o filme por 5 semanas consecutivas, e uma sala mais voltada para o cinema alternativo, o Espaço Unibanco, que o exibiu por 6 semanas. O filme acabou passando por cerca de 90 cidades e em meados de novembro do mesmo ano ocorreu sua última exibição comercial.

Interessa notar que o resultado de público nos cinemas foi muito semelhante entre os dois filmes, apesar da discrepância no tamanho do lançamento. Num momento um pouco mais favorável para a cinematografia nacional, a continuação teve cerca de 30 mil a menos espectadores que o primeiro filme: 367.456 (SÉRIE...a)⁶⁶, quando a expectativa era de dois milhões e meio (GRUPO NOVO..., 1998). *Maluquinho 2* também terminou o ano como o terceiro filme brasileiro mais visto nas salas do cinema, atrás de *Central do Brasil* e *Simão, o fantasma trapalhão*. Levando-se em consideração o número de espectadores por cópia e o orçamento gasto para a produção dos filmes, *Maluquinho 1* teve um desempenho muito melhor.

Tarcisio Vidigal afirmou que o filme contou com um bom suporte de divulgação por meio de anúncios em jornal e televisão, assim como o primeiro, e apontou a data de lançamento escolhida como razão do baixo rendimento do segundo filme nas salas de cinema. No sábado e domingo do lançamento (11 e 12/07, às 16h – horário de Brasília), ocorreram a

Salvador, Rio de Janeiro, Uberaba, Porto Alegre, Contagem, Cuiabá, São Paulo, Americana, Londrina, Sorocaba, Belo Horizonte, Niterói, Belém, Santo André, Curitiba, Goiânia, São Bernardo do Campo, Fortaleza, Nova Friburgo, São João de Meriti, Mauá, Santos, Florianópolis, Recife, Conselheiro Lafayete, Macaé, Taubaté, Mogi das Cruzes, Osasco, São José do Rio Preto, Brasília, Ribeirão Preto, Varginha, Teresina, Barra Mansa, São José dos Campos, Juiz de Fora, Taguatinga, Araraquara, Serra de Carajás, Campos e Vitória.

⁶⁶ Número apresentado pelo OCA da Ancine. Os números informados pela RioFilme apresentam uma pequena discrepância: 371.959 para o segundo filme. Gatti (2005) apresenta um público de 213.528. Vidigal e Meirelles também citam “duzentos e poucos mil”.

disputa pelo terceiro lugar e a final da Copa do Mundo FIFA de Futebol, sediada na França. A seleção brasileira enfrentou os anfitriões para disputar o tetracampeonato e, evento raríssimo, nesse domingo as salas do Grupo Severiano Ribeiro fecharam as portas. Em São Paulo, cinco filmes adiaram sua estreia comercial para a semana seguinte. Apenas dois filmes infantis – *Maluquinho 2* e *Paulie - o papagaio bom de papo* (John Roberts, 1998) - mantiveram os planos a despeito do megaevento esportivo (CINCO..., 1998, p. 5C).

Pelo que indicam algumas reportagens jornalísticas, o filme estava planejado para ser lançado em dezembro de 1997, mas provavelmente a finalização atrasou, o que não é incomum. O lançamento incomodou o diretor Fernando Meirelles, que afirmou:

Fomos vítimas do pior lançamento que poderíamos ter tido. Nem se quiséssemos, conseguiríamos planejar tão bem uma estratégia para fracassar. O filme foi tão mal distribuído que vale contar: o combinado era lançar *Maluquinho 2* no final de junho, para que o filme pegasse a última semana de aulas, criasse um boca a boca nas escolas e depois deslanchasse nos quatro finais de semana das férias de julho, que é quando filmes infantis são vistos. Tínhamos cinco semanas para conquistar o público e correremos muito com a finalização para estar com tudo pronto. Por não acreditar em filme nacional ou por alguma razão que desconheço, o exibidor Luiz Severiano Ribeiro enrolou o produtor Tarcísio Vidigal e, na hora H, acabou adiando o lançamento em duas semanas. Primeiro erro: perder um final de semana de férias significa perder quase um quinto da possibilidade de receita de um filme infantil. Ele perdeu dois. O filme foi lançado no segundo final de semana de julho. [...] Com a desculpa que o fim de semana de estreia havia sido um fracasso, o Severiano Ribeiro reduziu de 120 para 50⁶⁷ o número de cópias na segunda semana, passando para as salas liberadas cópias extras do blockbuster *Godzilla*, que estava estreando. Nos dois finais de semana seguintes, tivemos boa ocupação das salas que restaram, mas aí as férias estavam acabando e o filme já estava queimado. (CAETANO, 2007, p. 127-129)

O produtor, em depoimento, disse que não deveria ter lançado o filme nessa época, mas tinha alguns compromissos contratuais envolvendo a data de lançamento que deveria cumprir. Na terça-feira da primeira semana, quando a renda por sala (que já havia sido pequena no final de semana) despencou, o exibidor tirou boa parte das cópias. De acordo com Tarcísio, Severiano estava na época viajando e Bruno Wainer, um dos coordenadores do lançamento, estava já mudando de emprego dado o eminente desmantelamento do Consórcio Europa Severiano Ribeiro, de modo que a produção do filme ficou sem interlocutor e não conseguiu impedir a retirada das cópias. Pelo depoimento de Meirelles, parece ter havido entre o Consórcio e a produtora algum tipo de indisposição. No entanto, pode ter acontecido apenas o mais evidente: mesmo sendo codistribuidor, coprodutor⁶⁸ e exibidor de *Maluquinho 2*, o Consórcio não hesitou em abrir espaço para *Godzilla*, ainda que contasse apenas com a

⁶⁷ Os números de cópias que Meirelles menciona são imprecisos. As cópias lançadas certamente não devem passar de 105.

⁶⁸ A Europa entrou com investimento de renúncia fiscal pelo artigo 3o. da Lei do Audiovisual.

renda de exibição deste. Enquanto o arrasa-quarteirão nipo-americano já havia sido testado no mercado internacional e provado seu potencial de atrair espectadores, *Maluquinho* era um “risco” assumido com dinheiro público que teve uma estreia ruim.

Gatti (2005) é da plausível opinião de que várias das distribuidoras eventuais de cinema brasileiro, como é o caso da SRD, “muito mais voltadas para a distribuição do filme importado de um modo geral”, “não são distribuidoras capacitadas ou formatadas para comercializar o filme brasileiro, isto com a mesma competência que o fazem com os filmes estrangeiros, seja por eles importados e/ou distribuídos.” (p. 210-211).

O autor ainda assinala que, normalmente, quando a RioFilme trabalha com outras distribuidoras, os filmes conseguem um desempenho superior à média da empresa carioca (p. 198). Isso entretanto não aconteceu com *Maluquinho 2*. No final de semana de estreia, não só a seleção brasileira fracassou, mas também o planejamento de *Maluquinho 2* para emular os filmes-família de Hollywood mostrou sua fragilidade.

A sequência teve um preço médio do ingresso muito baixo, 43,14% menor que a média dos filmes brasileiros do ano. *Simão, o fantasma trapalhão*, outro filme infantil lançado em 1998, teve também um preço médio de ingresso abaixo da média: -14,19% (ver tabela 3). O preço médio de um filme como *Como ser solteiro* (Rosane Svartman, 1998) é, em contrapartida, mais de duas vezes maior que o de *Menino maluquinho 2*.

Tabela 3 - Preço médio do ingresso em 1998 - comparação entre alguns filmes brasileiros

Filme	Preço médio do ingresso (RS) ⁶⁹	Diferencial em relação à média do ano
Filmes brasileiros lançados em 1998	4,30	-----
<i>Menino maluquinho 2</i>	2,45	-43,14%
<i>Central do Brasil</i> (Walter Salles)	5,07	+17,99%
<i>Simão, o fantasma trapalhão</i>	3,69	-14,19%
<i>Como ser solteiro</i> (Rosane Svartman)	5,47	+27,26%

Fonte: OCA – Ancine (SÉRIE...). Elaboração própria.

É possível perceber ainda uma boa diferença entre o preço médio dos dois filmes infantis do ano. Cabe lembrar que há outros fatores que influenciam esse dado, como o preço dos ingressos nas diferentes salas em que o filme foi programado, a quantidade de espectadores que assistiram à fita gratuitamente (em pré-estreias, por exemplo), ou a

⁶⁹ Supõe-se que os valores estejam em Reais de 1998.

proporção de ingressos inteiros e meias-entradas.

Em vídeo, o filme contou posteriormente com boa circulação, mas não foi tão bem-sucedida quanto a de *Maluquinho 1*.

As vendas internacionais também não alcançaram bons resultados. Outra característica dos filmes infantis é, aliás, a maior dificuldade de exportação, especialmente quando o filme inclui como público-alvo as crianças menores. O custo e o tempo de dublagem, procedimento ideal para lançar a obra em países com outros idiomas, são muito superiores aos da legendagem. Além da dificuldade em concorrer com o cinema hegemônico, que costuma ter muito mais capital para produção e lançamento, incluindo a campanha publicitária, esse custo extra deixa o negócio ainda menos atraente, o que limita a difusão de cinematografias infantis não-hegemônicas mesmo em vídeo. Elas parecem ter, assim, a sua carreira praticamente confinada em seus países de origem.

Dados os resultados muito aquém do esperado com o filme de sequência, Vidigal desistiu dos planos de levar à frente uma franquia de mídia de *Maluquinho*.

3.10 A recepção da imprensa e ansiedades sociais

Em geral, ambos os filmes receberam uma apreciação positiva da crítica jornalística, algumas vezes até entusiástica. Já foi notado como, nesse período do início da Retomada do cinema brasileiro, a imprensa colaborou com a classe cinematográfica ao publicar matérias otimistas sobre a produção no país (MARSON, 2006). Não foi diferente com *Menino maluquinho*. Interessante notar que esse apoio se dá mesmo em condições que são aparentemente conflitantes: num primeiro momento, a questão nacional-popular dos filmes que combate uma estética e ética dominantes é exaltada, assim como, num outro momento, o caráter internacional-popular e sua aproximação ao cinema hegemônico.

Muitos jornalistas enalteceram a representação de temas nacionais, de personagens, histórias, paisagens e opções estéticas não só diferentes, mas algumas vezes superiores a exemplares de Hollywood. A indústria norte-americana é, assim, um dos pontos de referência cardinais das comparações feitas pela imprensa, que frequentemente a adota como modelo ou a rejeita, ou ainda faz ambos concomitantemente. Essa indústria é usualmente tratada, em termos comerciais, como um inimigo a ser combatido, como ocorreu nas já citadas

manifestações sobre o “empate técnico” de *Maluquinho 1* com *Pocahontas*, uma conquista a ser comemorada na visão desses artigos. Na época de *Maluquinho 2*, Guerini (1998, p. 1C) continua o tipo de registro e chama a atenção, na sua estreia, para a disputa com o “pesado” da Disney, *Mulan*.

Outros aspectos levantados pela imprensa em geral foram a boa atuação do elenco infantil no filme, o esforço de produção, o respeito à criança que gerou um produto “honesto”, a relação dos filmes com Ziraldo, a distância dos filmes com relação a Xuxa e Trapalhões, frequentemente tachados de “infantiloides” e, principalmente sobre o primeiro filme, a apreciação da obra tanto por adultos quanto por crianças.

Bruno de André, quando da estreia da fita na TV, caracterizou na resenha intitulada “O brasileiro maluquinho” o que vem a ser uma película nacional digna de reconhecimento: “Filme brasileiro, para ser reconhecido e bem recebido, não precisa só falar o português daqui. Precisa ter cara, jeito e história de brasileiro, ter identidade” (ANDRÉ, 1997, p. 80). Para ele, “[...] o filme mostra uma gente e umas historinhas que Spielberg não conhece.” O filme nacional teria, assim, uma vantagem competitiva, ainda que simbólica, sobre o estrangeiro dominante: os conteúdos e o jeito “brasileiros”.

Também de forma a ressaltar essa vantagem, uma resenha da reprise do filme em 2001 na TV Globo afirma: “[...] seu principal atrativo é mostrar uma criança genuinamente brasileira, ao contrário dos estereotipados Pimentinhas, pestinhas e meninos esquecidos em casa que assolam nossa TV” (O BOM..., 2001, p. 13). Cabe notar a polarização que o texto promove entre uma brasilidade “genuína” de *Maluquinho* e a estereotipia de personagens infantis hollywoodianos. Com a brevidade do jornalismo diário, as reportagens muitas vezes não se estendem para explicar suas ideias. Giannini (2000), com espírito semelhante, diz que *Maluquinho* é “um menino de verdade. Não um estereótipo de filme americano” (p. D10) e tira essa conclusão após descrever as ações do garoto no filme: passar férias com o avô, brincar na rua, entre outras coisas. As ações cotidianas parecem, desse ponto de vista, conferir verdade ao garoto.

Sobre o primeiro filme, Oricchio discorre adjetivos estéticos e conclui que *Maluquinho* é o “contraponto perfeito” para *Batman eternamente*. “Tudo o que o filme de Joel Schumacher tem de *over*, estridente, histérico, *Maluquinho* tem de terno, discreto, sensível.” A fita brasileira é tida como “antídoto” ao “cinema-videogame”, é considerado uma “opção sadia” (ORICCHIO, 1995b, p. D2). O consumo do filme brasileiro é associado, assim,

à saúde, à cura do efeitos nocivos e venenosos dos blockbusters hollywoodianos. O tom assemelha-se a uma campanha em prol do cinema brasileiro.

Assim como o cinema dominante é tomado como mau exemplo, ele é por vezes lembrado como modelo. A atuação das crianças, quase sempre elogiada pelos críticos, recebeu uma comparação desfavorável em relação aos americanos: “O filme tem altos e baixos (o pior é a direção das crianças que gritam e exageram horrivelmente. Dá saudade de criança de filme americano, sempre impecável)” (DIVIRTA-SE, 1995, p.12).

Já no segundo filme, Oricchio destaca também uma suposta abundante e “intacta” brasilidade: “Como acontece com todas as histórias de Ziraldo, esta também bebe generosamente na fonte da cultura popular brasileira. O interior de Minas, com sua gente e seu sotaque, está lá, intacto no filme.” (ORICCHIO, 1998, p. D15).

É interessante ressaltar que algumas dessas características foram também notadas pela imprensa na década de 1950 a respeito de um pioneiro longa-metragem infantil brasileiro: *O saci* (Rodolfo Nanni, 1953), que também se passa num ambiente rural e utiliza elementos folclóricos e populares. Rocha Melo (2010), ao analisar a recepção crítica do filme, aponta que “Em todos esses pontos destacados pela crítica, a noção implícita ou explícita de 'brasilidade' está presente. Em uma reportagem não assinada sobre o filme, a revista *A Scena Muda* chega mesmo a falar que *O saci* indica um caminho, o da 'pureza nacional” (MELO, 2010, p. 474). Há sem dúvida que se investigar se as características a que eles se referem são as mesmas, pois a “pureza” ou “genuinidade” brasileiras são construções ideológicas. O que todavia fica claro é como, desde a fundação do filão, algumas posturas de busca por um retrato nacional continuam semelhantes – e mais semelhantes ainda, o valor que a imprensa dá à “brasilidade”.

Paulo Vieira, no segundo filme, consegue já ver uma síntese dos aspectos de representação regionais e a busca por uma estética internacional. Demonstrando um nacionalismo exacerbado, ele enaltece o retrato regional (ainda que reconheça a caricaturização) e a estética internacional simultaneamente. O jornalista parece ter apreciado tanto a fita que chega a apelar diretamente aos pais para que abandonem o preconceito “natural” contra o cinema brasileiro e abuse dos superlativos.

Depois da compra do banco Real, o fato relevante da semana, senhores pais, é a estréia do filme “O Menino Maluquinho 2 – A Aventura”. Abandonem sua natural aversão por filmes brasileiros e submetam seus filhos a 92 minutos de honestíssima, competentíssima e inteligente, se é que é possível, diversão. [...] Há nele alusões ao clássico “ET” [...], mas o que sobressai no filme é o aspecto boitatá, um caboclismo indisfarçável, até bastante estereotipado, mas que

certamente desperta um atávico orgulho nacional. É como se estivéssemos diante do “Caipira Picando Fumo”, o célebre quadro de Almeida Júnior, em versão animada. (VIEIRA, 1998, p. 5-22)

As características regionais são tão presentes para ele que evocou um ícone da representação da cultura caipira, Almeida Júnior. Não obstante, elogia “cenografia e direção de arte caprichadas, enquadramentos surpreendentes e montagem nervosa [...]”. Para Vieira, esses aspectos são internacionais, mas faz uma ressalva, apontando uma falha nos efeitos estéticos com que o cinema brasileiro não estava acostumado a produzir: “Para ficar mais 'internacional', só se a cena do trem causasse realmente medo.” (VIEIRA, 1998, p. 5-22)

Nesse artigo, não há uma polarização, mas é a combinação entre referências internacionais-populares e o conteúdo nacional o que merece destaque no filme. Um dos grandes méritos é o “plot’ de aventura num ambiente de costumes, fábulas e, acredite, política brasileiras.” (VIEIRA, 1998, p. 5-22). Uma visão semelhante da mistura entre duas estéticas aparece ainda sobre o primeiro filme e em *O Estado de Minas*: Maluquinho é chamado de “um Macaulay Culkin bem brasileiro”, em referência ao ator mirim do sucesso *Esqueceram de mim*.

Alguns jornalistas acreditam que o gênero de aventura do segundo filme agrada mais às crianças, assim como o produtor. Oricchio (1998) pensa que o objetivo do filme “é a diversão em estado puro. E, nesse sentido, deve funcionar para a garotada” (p. D5). Também é o caso de Guerini, para quem

o segundo foi estruturado mais de acordo com o paladar infantil. No lugar do formato de crônica original, em que o personagem foi simplesmente adaptado para a tela, sem o rigor de um roteiro, a sequência optou por adotar a narrativa típica do gênero aventura e ação – o que pode decepcionar os adultos que aprovaram a fórmula do primeiro, uma espécie de reflexão literária sobre a infância. (GUERINI, 1998, p. 1C)

Assim, pela reação da imprensa, fica a suposição de que os adultos tenham gostado mais da primeira película. Esta gerou uma repercussão bem entusiasmada, também por conta da época, em que praticamente não havia cinema brasileiro. O registro da opinião do embaixador Sérgio Rouanet por Luiz Carlos Merten serve de amostra:

Ainda não se sabe se *O Menino* agrada às crianças. O fato é que encanta 'coroas'. O embaixador do Brasil na Alemanha, Sérgio Rouanet, ex-Ministro da Cultura, assistiu ao filme aqui em Berlim, numa projeção no Mercado segunda à tarde. [...] No final, o embaixador estava encantado. 'Reencontrei minha infância', disse. [...] 'Capta aquela coisa do livro do Ziraldo, ou seja, o tempo passa, o menino vira um rapaz legal e aí todo mundo vê que ele não era maluco, era feliz', explica. 'O fato de ser embaixador na Alemanha, longe de

casa, favorece a identificação, mas espero que no Brasil o público também se encante com o menino.' (MERTEN, 1995a, p. D2)

Da fala de Rouanet, depreende-se que o sentimento de nostalgia da infância e do país o afetou, como Krämer havia sugerido sobre os filmes-família. É possível, portanto, traçar a hipótese de que o primeiro filme tenha tido um desempenho melhor que o segundo porque, entre outros aspectos, conseguiu dialogar bem com a plateia adulta, mesmo direcionando a linguagem e o conteúdo para as crianças.

Entretanto, o primeiro filme também recebeu críticas negativas. José Geraldo Couto censurou a “timidez em assumir a fantasia como chave da narrativa. [...] Na maior parte do tempo, prevalece um certo 'realismo adulto' que atravanca um pouco a narração. Acumulam-se dramas domésticos como a separação dos pais, a doença e morte do avô etc.” (COUTO, 1995a, p.5-5). É representativo que o jornalista reivindique mais fantasia para o público infantil e condene os dramas domésticos para as crianças, haja vista serem estas associações comuns. Ao formular o segundo filme, Tarcisio Vidigal e Zivaldo parecem ter se pautado por elas. Esses dramas, entretanto, podem ter sido uma das causas de atração para os adultos – e por que não, para os infantes também⁷⁰.

Um dado que chamou de forma positiva a atenção da imprensa e de estudos acadêmicos é o baixo apelo dos filmes ao consumismo, uma vez que praticamente não há *merchandising* voltada para crianças. A psicóloga Cláudia Amorim Garcia, em livro sobre infância e cinema, nota que “*Menino Maluquinho* suscita uma reflexão sobre consumo justamente pela sua ausência” (GARCIA; CASTRO; SOUZA, 1997, p. 41). Sobre *Maluquinho 2*, uma jornalista constata:

Mesmo com a realização de uma extensa campanha publicitária, não se vê no filme a intenção pura e simplesmente mercadológica. Ao contrário do que acontece com boa parte dos títulos estrangeiros para a molecada, o distribuidor de *Maluquinho* não está lançando aquela infinidade de produtos com a marca. O filme também não martela aquelas musiquinhas idiotas na cabeça das crianças, que mal saem do cinema e já pedem que o pai compre o CD. (GUERINI, 1998, p. 1C)

O crítico de cinema Oricchio (1998) também apontou como mérito secundário do filme o fato de não estimular o consumismo e de não colocar “goela abaixo” do espectador todo o “lixo costumeiro da sociedade de consumo” (p. D15).

Por fim, considero bastante significativo que Pedro Butcher tenha sugerido a

⁷⁰De algumas conversas informais que tive com pessoas que assistiram ao filme durante a infância, pelo menos uma delas me confidenciou que o filme proporcionou as primeiras lágrimas no cinema por conta do falecimento e enterro de Vô Passarinho.

superioridade ou equiparidade de *Maluquinho 1* sobre o cinema hegemônico com base na criatividade do primeiro. Se o cinema dominante possui uma tecnologia sofisticada e “canções chorosas”, *Maluquinho* tem um “tabuleiro cheio da melhor mineirice” e criatividade. Ele elogia, por exemplo, a forma como a direção se utiliza da estética dos quadrinhos de forma melhor que os “filmes americanos”. Por isso, segundo ele, “*Menino maluquinho* é uma prova de que não há efeito especial que substitua a criatividade” (BUTCHER, 1995, p. 24).

Nesses discursos da imprensa, é possível ter uma pequena dimensão das ansiedades sociais com as quais os filmes trabalharam. Merece destaque o incômodo da dominação de uma indústria cultural de massa (estrangeira e brasileira) com a qual uma parte da sociedade brasileira não se identifica. A representação de um tipo de cultura brasileira legitimada por esse grupo é motivo de prazer, ainda mais quando esses filmes nacionais têm capacidade para competir no mercado com o filme hegemônico.

Para concorrer com o filme estrangeiro e ganhar o público, os dois filmes investiram em qualidade técnica. Enquanto *Maluquinho 1* adotou uma forma narrativa mais episódica e menos clássica, referenciando mais pontualmente alguns gêneros hollywoodianos, *Maluquinho 2* emulou algumas das mesmas estratégias do cinema dominante: vinculação a uma matriz genérica de aventura e ação, efeitos especiais, investimento em grandes cenários e um grande lançamento nas salas de cinema. Ambas as posturas, embora diferentes, receberam apoio da imprensa.

Os instrumentos de defesa contra essa dominação propostos nos filmes são justamente algumas questões levantadas por nós ao longo do capítulo e também pela imprensa: (1) a imaginação ou a criatividade (no caso, a infantil); (2) a valorização das paisagens e tradições populares nacionais; (3) a valorização dos artistas brasileiros; (4) a produção de cultura brasileira; (5) a redução do consumo midiático, principalmente da televisão. Nesses filmes infantis, a oposição a um universo extremamente consumista e dominado pelo internacional-popular é feita pela proposição de um revés um tanto idílico. Praticamente não há consumo que não o cultural legitimado e os bens de destaque são quase todos artesanais.

Considerações finais

O filme infantil pode assumir formas as mais diversas. De crônicas cotidianas e singelas a épicas aventuras fantasiosas. Com foco narrativo em uma formiga ou com um que se divide em personagens de uma família toda. Pode ter baixo orçamento, com distribuição apenas em seu país de origem, até uma estética megaorçamentária, constituindo-se em filmes-evento globais. Cômicos, românticos, melodramáticos... A grande variedade de propostas cinematográficas tem como eixo comum uma preocupação especial com os espectadores infantis, seja ela de que natureza for (econômica, cultural, política...). No entanto, esses filmes geralmente não se preocupam apenas com as crianças, já que, nos cinemas, elas são acompanhadas por adultos. Ou seja, engana-se quem pensa que filme infantil é só “coisa de criança” - e isso em muitos aspectos.

O primeiro e mais óbvio deles é que, principalmente no espectro dos longa-metragens (o recorte desta dissertação), a grande parte da equipe envolvida é de adultos – as exceções ficam geralmente no elenco. A preocupação e execução da produção para a infância parte dos mais velhos. Um dos desafios enfrentados por essa equipe é, do ponto de vista temático e da construção da linguagem cinematográfica, elaborar uma obra que dialogue com o seu público, que normalmente é um misto de crianças e adultos.

Neste trabalho, a título de traçar algumas semelhanças e diferenças nas estratégias propostas por *Menino maluquinho – o filme* e *Menino maluquinho 2 – a aventura* para envolver a plateia como uma obra infantil, verificaram-se alguns parâmetros úteis para a análise e delimitação desses filmes, que não se pretendem exaustivos: a amplitude e profundidade da cognoscibilidade, comparando a atenção dada a personagens infantis e adultos, um alto grau de comunicabilidade, autoconsciência moderada, a seleção dos conflitos apresentados e o tratamento de temas espinhosos para adequação à faixa etária, a construção de marcas estilísticas infantis baseadas em convenções, o ritmo dado ao filme e a presença de um humor, geralmente mais físico e ingênuo.

O fato de os filmes infantis oferecerem geralmente múltiplos pontos de identificação entre personagens adultos e crianças dá opções de escolha diferentes para os espectadores.

Todavia, não impede que os infantes se identifiquem com conflitos dos personagens adultos – e vice-versa. Isso permite para o público uma diversidade de olhares, que enriquece a experiência cinematográfica: tanto adultos como crianças têm a oportunidade de se identificarem com aquele que é semelhante, como com aquele que é o outro.

Outras características levantadas na análise, embora geralmente tenham o intuito de atingir um determinado público, podem ser igualmente apreciadas por adultos e crianças: a clareza da narrativa, as repetições, o humor ingênuo, o sentimentalismo são traços também presentes em muitos filmes populares direcionados para adultos. Mesmo algumas construções que são consideradas em princípio para a plateia adulta podem ser usufruídas pelas crianças de maneira distinta. Ainda que não compreendam inteiramente uma piada ou uma metáfora, por exemplo, seria possível identificar nelas uma certa sombra, um pequeno território desconhecido que pode aguçar a curiosidade da plateia infantil.

Um outro campo dos filmes infantis que envolve as crianças, mas não se restringe a elas, é a sua exploração econômica. É sabido que o mercado de bens culturais para a infância move vultosas quantias⁷¹, e que as diferentes propostas para o filão não estão igualmente distribuídas no mercado cinematográfico. A hegemonia do filme-família hollywoodiano é evidente. Este modelo busca atrair o maior número de espectadores possível, de diferentes idades e culturas. Alguns de seus artifícios são, como já vimos, a construção de múltiplos pontos de identificação na história, o alto investimento em novidades tecnológicas e efeitos especiais, o apelo a gêneros consagrados como comédia, aventura, fantasia ou musical, grandes lançamentos que dominam uma boa parte das salas, a exploração intensiva de mercados ancilares com produtos conexos como roupas, brinquedos, alimentos, entre outros. Apesar da aparência inocente, estes filmes visam cumprir algumas funções nada ingênuas. É notório o empenho da indústria de Hollywood na produção de filmes-família, que se deve não só à possibilidade de obtenção de altos rendimentos, mas também à formação e manutenção de um mercado cativo. Ir ao cinema ou consumir filmes não é obviamente uma atividade natural, devendo ser aprendida e estimulada. Da mesma forma, o gosto ou preferência por películas de estética hollywoodiana tampouco é natural. Os filmes-família, que conquistam espectadores desde a mais tenra idade juntamente com seus pais, são atualmente peças fundamentais da indústria de Hollywood para manutenção de sua hegemonia.

Filmes não são entretanto bens materiais comuns, como sabonetes. Eles possuem um

⁷¹Uma pesquisa compilada pela Nickelodeon estimou que, em 2006, a bilheteria de filmes infantis no Brasil foi de R\$ 200 milhões e a de DVDs infantis, R\$160 milhões (VIANNA; MELLO, 2007).

impacto cultural, ideológico muito significativo – daí o problema da hegemonia do cinema hollywoodiano não se restringir apenas à dimensão econômica. Filmes-família são, como apontados neste trabalho, uma das principais fontes para a construção e retroalimentação do imaginário internacional-popular. Situações, personagens, músicas, espaços, referências estéticas e éticas desse imaginário povoam a mente de uma grande parcela da humanidade. Esse imaginário acaba se constituindo como referência identitária para que as pessoas se situem no mundo, criando um espaço mundial de socialização que adota crianças e adultos com base na “solidariedade solitária do consumo” (ORTIZ, 1994, p. 144-145).

Além da concorrência do cinema estrangeiro, foram verificadas ainda algumas características dos filmes infantis nacionais no âmbito da distribuição que dificultam o negócio: muitas vezes, eles não possuem público no ano todo, nem na semana toda, nem no dia todo. São lançados usualmente em período próximo das férias escolares, costumam ser mais programados aos finais de semana e nos horários vespertinos. Seu preço médio do ingresso é mais baixo que o dos filmes não-infantis, já que as crianças pagam meia-entrada. E a distribuição no exterior é também mais custosa, pois preferencialmente o filme deve ser dublado. Essas dificuldades muitas vezes mantêm os filmes circunscritos ao país de origem.

Houve sucessos comerciais no país apesar dessas limitações do gênero. De forma a traçar o contexto da produção nacional em que os filmes analisados surgiram, verificou-se que, no Brasil, nas décadas de 1980 a 1990, os filmes infantis de Xuxa e de Trapalhões tiveram um êxito comercial que extrapolou a seara infantil - foram dos mais bem-sucedidos considerando a produção nacional como um todo. Aproveitando a fama de artistas de sucesso do universo televisivo (não só dos protagonistas, mas também dos convidados – atores, apresentadores ou músicos), esses filmes costumavam explorar bastante o *merchadising* para promover seus patrocinadores. É cediço que foram bastante criticados, na época, pela imprensa e uma parte da sociedade, em especial a elite cultural.

Os objetos de estudo deste trabalho em vários momentos dialogaram com as formas dominantes nacional e hollywoodiana, ora aproximando-se delas, ora opondo-se, ora modificando alguns significados. Apesar de serem produzidos pelo mesmo profissional – Tarcisio Vidigal – são evidentes as diferenças entre um projeto e outro.

Estas surgiram em virtude da adoção de propósitos e princípios distintos pelos realizadores dos filmes e pelo próprio Vidigal. Levando em consideração o contexto de produção desses filmes, os temas e formas trabalhados por eles e as falas dos agentes

envolvidos, percebeu-se uma tensão entre um desejo de auto-afirmação de um produto brasileiro, sem filiação com o meio televisivo, e um outro desejo de imitação de algumas práticas do cinema dominante, constituindo maneiras distintas de se legitimar diante do público.

A comparação dos filmes mostrou que, enquanto o primeiro adotou uma estrutura dramaturgica menos clássica, mais episódica, enfatizando cenas cotidianas e com cognoscibilidade bem mais restrita ao protagonista infantil, o segundo partiu para uma aventura de personagens com objetivos claros, com antagonistas e aliados, com uma cognoscibilidade mais ampla, envolvendo mais os núcleos de personagens adultos. A fotografia dos filmes e a direção de arte também variaram bastante. O primeiro filme referencia a estética das histórias em quadrinhos, bem colorido e mais chapado. O segundo filme é mais afeito a uma estética internacional-popular, emulando filmes-família de aventura hollywoodianos. E não só na questão formal. Ela é uma consequência, como vimos, de um modo de produção diferente, de propósitos e práticas distintos. No segundo filme, houve um orçamento maior, uma distribuição em grande escala, a contratação de profissionais estrangeiros, o intuito de atingir o mercado externo com mais força.

Contudo, é interessante notar que pelo menos em um aspecto, aparentemente bem recebido pela plateia, o primeiro filme assemelha-se mais ao filme-família e à cinematografia popular: trata-se da exploração da emotividade nos conflitos familiares e nas amizades. O *Dois*, apesar de ser um filme de ação, também apresenta cenas afetivas, mas não com tanta ênfase como no *Um*. Pudemos perceber que, além da diferente seleção dos problemas enfrentados pelos personagens, a *mise-en-scène* dos filmes teve um papel fundamental nessa diferenciação: enquanto o primeiro filme privilegiou os planos que enquadravam ambos, crianças e adultos, que atuavam com bastante proximidade física, o segundo trabalhou o ritmo mais rápido da decupagem e usou mais planos-contraplanos ou uma considerável profundidade de campo, separando os corpos dos personagens.

Outro fato digno de nota é que, apesar de o filme de sequência explorar mais os núcleos de personagens adultos que o primeiro e adotar a estética de alguns filmes-família, foi considerado pela imprensa como mais formatado para a infância que o primeiro, principalmente pela escolha dos conflitos. Enquanto o segundo investe em peripécias como perseguições, o primeiro lida com os conflitos familiares.

Como estratégias de legitimação dos filmes para a plateia (principalmente a adulta),

houve o apelo a elementos nacionais e regionais, principalmente os tradicionais e bucólicos, muitas vezes nostálgicos. Um discurso anticonsumista e a chancela do autor, Ziraldo, são outros diferenciais que os filmes procuram oferecer à plateia. Os dois últimos, principalmente, são elementos que contrastam com a indústria cultural de massa, da qual os filmes pretendem se afastar, embora pertençam a esse círculo.

Pensando no cinema como uma arte industrial, pode-se afirmar que, da mesma forma que há aspectos comerciais na arte, há elementos estéticos e éticos no comércio. Ortiz disse que a dimensão econômica das empresas mundiais é extrapolada, pois “denotam um movimento mais amplo no qual uma ética específica, valores, conceitos de espaço e de tempo são partilhados por um conjunto de pessoas imersas na modernidade-mundo” (ORTIZ, 1994, p. 144). O projeto de *Menino maluquinho*, mesmo não tendo uma dimensão mundial como a Coca-Cola, carrega em sua comercialização uma faceta que veicula uma ética. Assim, de maneira um pouco irônica, nessa faceta comercial ele incorpora, entre outras questões, o discurso do anticonsumismo.

Sobre esse aspecto, é interessante notar que, diegeticamente, Maluquinho supera muitas situações difíceis principalmente por meio da imaginação e da criação artística. Na medida em que esses dois atributos ganham um caráter redentor, a superação se dá prioritariamente no campo das ideias. A imaginação infantil retratada nos filmes também opõe-se, portanto, a uma suposta falta de imaginação na indústria cultural de massa.

No campo das ideias, da recepção da imprensa, os *Meninos maluquinhos* conseguiram de fato ser muito bem aceitos, até com vantagem sobre alguns filmes do cinema hegemônico. Esse retorno simbólico é um resultado bastante importante para os filmes brasileiros, em especial no início da Retomada, dada a dependência que têm do Estado. Com relação ao desempenho no mercado, entretanto, os filmes ainda deixaram a desejar – não por terem conseguido muito menos espectadores que os filmes do cinema hegemônico, mas por não terem sido capazes ao menos de se pagar (no caso do segundo filme, ficou longe) ou de gerar lucro (no caso do primeiro).

Por fim, gostaria de ressaltar que o filme infantil é também “coisa de criança”, viés que deve ser respeitado e valorizado. Ao contrário do que se pensa, apesar de geralmente conter uma boa carga de convenções, o filme infantil é um bom terreno de experimentação artística. Costumam se dedicar a ele novos diretores, que se dirigem a novas plateias. Esses filmes carregam, assim, o potencial de contribuir para a formação de ambos. E engana-se

quem pensa que as crianças não teriam capacidade de apreciar construções de linguagem, mesmo as mais sutis. Deixo, para sustentar a argumentação, um exemplo simples que vivenciei. Maria Luiza Deangelo, de 5 anos, é filha de amigos que, sempre que vinha a minha casa, pedia para assistir ao *Menino maluquinho 1*. Na cena do enterro de Vô Passarinho, a que assistia talvez já pela quarta vez, ela chamou minha atenção: “Ei, esperái! Ouve, o que é isso? Por que tem tanto barulho de passarinho? Ah, já sei! É porque o vô se chamava Passarinho...” Esse detalhe da construção do filme eu hoje percebo graças ao seu comentário.

Cabe encerrar esta dissertação com o apontamento de alguns possíveis desenvolvimentos futuros. O estudo de caso, realizado neste trabalho de forma ampla, incluiu tanto aspectos formais como de produção e de comercialização, e abriu, assim, alguns tópicos que podem ser aprofundados em pesquisas posteriores. As características constitutivas dos filmes infantis podem ser analisadas em um corpus maior de filmes, visando inclusive considerar se eles constituiriam ou não um gênero. Essas características podem também ser estudadas de forma mais pontual, como a construção do humor, por exemplo. A representação de uma “brasilidade” num corpus maior de filmes infantis é outro recorte que tem potencial para resultados bastante interessantes, sendo possível problematizar a associação com uma atmosfera nostálgica – que, como vimos, ocorre também em cinematografias infantis internacionais. A questão das franquias de mídia infantil é mais um item que merece uma investigação apurada, não só em termos econômicos, como é mais comum, mas também em termos artísticos e éticos, com a pesquisa sobre a constituição de narrativas seriadas em múltiplas plataformas, por exemplo.

A poética, em sua faceta mais cognitiva, é uma outra abordagem sólida para o cinema infantil. Trabalhar a questão do processamento dos efeitos artísticos que o filme provoca nos espectadores, tanto adultos quanto crianças das mais variadas idades, é uma discussão bastante pertinente. Pode ser útil para a formulação de filmes infantis, para a verificação de suposições quanto à inabilidade das crianças em processar construções de linguagem mais sofisticadas, ou para esclarecer algumas questões que por enquanto são apenas senso comum, como a do desinteresse das crianças por filmes com ritmo mais lento.

A produção de filmes infantis pós-retomada do cinema brasileiro, que não é parca, recebeu até agora pouquíssima atenção da academia, sendo portanto outro terreno amplo para exploração.

Em verdade, como há poucos trabalhos sobre cinema infantil no Brasil,

principalmente no campo de estudos de cinema e de audiovisual, ainda há muito que ser pesquisado no filão. Esses são apenas alguns caminhos para os quais este trabalho aponta, mas é evidente que o terreno está aberto para pesquisas de vários enfoques e metodologias diferentes.

Referências bibliográficas

ÅBERG, Anders Wilhelm. Remaking the national past: the uses of nostalgia in the Astrid Lindgren films of the 1980s and 1990s. In: KÜMMERLING-MEIBAUER, Bettina; SURMATZ, Astrid (eds.). *Beyond Pippi Longstocking: intermedial and international aspects of Astrid Lindgren's works*. New York, London: Routledge, 2011, p. 73-86.

ABRAMOVICH, Fanny. *O estranho mundo que se mostra às crianças*. São Paulo: Summus, 1983.

ADDISON, Heather. Children's films in the 1990's. In: DIXON, Wheeler W. *Film Genre 2000: new critical essays*. New York: State University of New York Press, 2000. p. 177 – 191.

AKSTEIN, Denise. Um maluquinho na tela. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 29 set. 1994, p. 8-A.

ALLEN, Robert C. Home alone together: Hollywood and the 'family film'. In: STOKES, Melvyn; MALBY, Richard. *Identifying Hollywood's audiences: cultural identity and the movies*. London: BFI Publishing, 1999.

ALTMAN, Rick. *The American film musical*. Bloomington: Indiana University Press, 1987.

_____. *Los géneros cinematográficos*. Barcelona/ Buenos Aires: Paidós, 2000.

ANDRÉ, Bruno de. O brasileiro maluquinho. *Veja São Paulo*, 24 dez. 1997, p. 80.

ANTENORE, Armando. 'Menino Maluquinho' vira longa-metragem. *Folha de S.P.*, São Paulo, 24 fev. 1994. Ilustrada, p. 5-3.

ANTONELLI, Cristina A. Z.; CAMORCARDI, Elêusis Mirian. *Interfaces midiáticas: do teatro ao cinema em O cavaleiro azul*, de Maria Clara Machado. São Paulo: Arte & Ciência, 2006.

ARIÈS, Philippe. *História social da criança e da família*. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

AUGROS, Joël. *El dinero de Hollywood: financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona: Paidós, 2000.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Análisis del film*. Barcelona: Paidós, 1990.

BARROS, André Luiz. Receita mineira. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 25 jul. 1995. B, p. 2.

_____. O clã do Maluquinho. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 1996. B, p. 1.

BAZALGETTE, Cary; BUCKINGHAM, David. *In front of the children: screen entertainment and young audiences*. London: British Film Institute, 1995.

_____; STAPLES, Terry. Unshrinking the kids: children's cinema and the family film. In:

BAZALGETTE, Cary; BUCKINGHAM, David. *In front of the children: screen entertainment and young audiences*. London: British Film Institute, 1995. p 92-108.

BAZIN, André. Du cailloux du petit poucet au chemin de la vie. L'enfance et le cinéma. *L'Ecran français*, n. 233, 19 dec. 1949, p. 13.

BAZIN, André. Montagem Proibida. In: *O cinema – ensaios* [1958]. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BEMAN, Lamar T.. *Selected articles on censorship of the theater and moving pictures*. New York: The H. W. Wilson Company, 1931.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica – primeira versão. In: _____. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994

BERCITO, Diogo. Menino Maluquinho faz 30 anos com 100ª edição. *Folha.com*, São Paulo, 14 ago. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/782664-menino-maluquinho-faz-30-anos-com-100-edicao.shtml>>. Acesso em: 18 fev. 2012.

BERGALA, Alain. *L'hypothèse cinéma: petit traité de transmission du cinéma à l'école et ailleurs*. Paris: Petit Bibliothèque des Cahiers du Cinéma, 2006.

BERNARDET, Jean-Claude. Permitido para Menores. In: _____. *Trajetória crítica*. São Paulo: Polis, 1978. p. 161 – 165.

BERRY-FLINT, Sarah. Genre. In: MILLER, Toby; STAM, Robert (ed.). *A companion to film theory*. Oxford: Blackwell, 2004. p. 25-42.

BORDWELL, David. *Narration in the fiction film*. Madison: University of Wisconsin Press, 1985.

_____. *Making meaning: inference and rhetoric in the interpretation of cinema*. Cambridge: Harvard University Press, 1989.

_____. O cinema clássico hollywoodiano: normas e princípios narrativos. In: RAMOS, Fernão Pessoa (org.). *Teoria contemporânea do cinema: documentário e narrativa ficcional*, volume II. São Paulo: Senac, 2004, p. 277 - 302.

_____. Estudos de cinema hoje e as vicissitudes da grande teoria. In: RAMOS, Fernão Pessoa (org.). *Teoria contemporânea do cinema: pós-estruturalismo e filosofia analítica*, volume I. São Paulo: Senac, 2005.

_____. *Poetics of cinema*. London: Routledge, 2007.

BORTOLOTTI, Marcelo. Mineiro multimídia. *Portal da propaganda*, 25 jul. 2006. Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com/comunicacao/2006/07/0023>>. Acesso em: 12 abr. 2012.

BRAVO, Ángel Rodríguez. La voz de los personajes en el cine infantil. In: GARCÍA, Francisco García; TRIPERO, Tomás de Andrés (coord.). *La representación del niño en los medios de comunicación*. Madrid: Huerga e Fierro, 2000.

BROWN, Noel. *Hollywood, the family audience and the family film, 1930-2010*. 370 p. Newcastle: 2010. Tese (PhD) – School of English Literature, Language and Linguistics, Newcastle University, 2010.

BUENO, Zuleika de Paula. *Leia o livro, veja o filme, compre o disco: a produção cinematográfica juvenil na década de 1980*. Tese (Doutorado). Instituto de Artes, Unicamp, Campinas, 2005.

BUTCHER, Pedro. A criatividade acima de tudo. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 7 jul. 1995. Programa, p. 24.

CABRAL, Gladir da Silva; FRITZEN, Celdon; LEITE, Maria Isabel; GRASSIOTO, Renata. Concepções de infância e imaginação: *O menino maluquinho*, o livro e o filme. II Seminário educação, imaginação e as linguagens artístico culturais. Criciúma: UNESC, 2006. Disponível em: <http://www.gedest.unesc.net/seilacs/meninomalquinho_gladir.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2012.

CAETANO, Daniel; VALENTE, Eduardo; MELO, Luiz Alberto Rocha; OLIVEIRA JR., Luiz Carlos. 1995-2005: Histórico de uma década. In: CAETANO, Daniel (org.). *Cinema brasileiro 1995-2005: revisão de uma década*. Rio de Janeiro: Azougue, 2005.

CAETANO, Maria do Rosário. Aventuras intra-terrestres. *Jornal de Brasília*, Brasília, 5 ago. 1997. 2, p. 1.

_____. *Fernando Meirelles: biografia prematura*. 2. ed. São Paulo: Imprensa Oficial, 2007.

CALÇADÃO. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 30 set. 1996. B, p. 3.

CAMACHO, Marcelo. Maluquinho beleza. *Revista Veja*, 12 jul 1995, p. 126-127.

CARONE, Silvia. Retomada do cinema faz dobrar venda de vídeos nacionais. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 17 dez. 1996. SP Variedades, 1C.

CASSETTI, Francesco; DI CHIO, Federico. *Cómo analizar un film*. Traducción de Carlos Losilla. Barcelona: Paidós, 1991.

CASTRO, Ramiro Gómez B. de. En torno a la producción de cine infantil: visiones económicas. In: GARCÍA, Francisco García; TRIPERO, Tomás de Andrés (coord.). *La representación del niño en los medios de comunicación*. Madrid: Huerga e Fierro, 2000.

CECILIO NETO, A. S. Reflexões sobre o cinema brasileiro. *Revista USP*, São Paulo, n. 19, set.- nov. 1993. p. 71-75.

CORREA JÚNIOR, Fausto Douglas. *A Cinemateca Brasileira: das luzes aos anos de chumbo*. São Paulo: Ed. UNESP, 2010.

CRETON, Laurent. *Cinéma et marché*. Paris: Armand Colin, 1997.

CHION, Michel. *Film, a sound art*. New York: Columbia University Press, 2009.

_____. *Audio-vision: sound on screen*. New York: Columbia University Press, 1994.

CINCO FILMES ADIADOS PARA SEXTA QUE VEM. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 10 jul. 1998. SP, p. 5C.

CINEMA NAS FÉRIAS. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 20 jun. 1998. Folhinha, p. 1.

COOK, David A. *Lost Illusions: American cinema in the shadow of Watergate and Vietnam, 1970-1979*, Berkeley: University of California Press, 2000.

COUTO, José Geraldo. Realismo atrapalha 'Menino Maluquinho'. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 7 jul. 1995a. Ilustrada, p. 5-5.

_____. 'Menino Maluquinho' vira gente de carne e osso. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 7 jul. 1995b. Folhinha, p. 6-3.

DIVIRTA-SE. *Jornal da Tarde*, 8 dez. 1995, p. 12.

DOHERTY, Thomas. *Teenagers and teenpics: the juvenilization of american movies in the 1950s*. Boston: Unwin Hyman, 1988.

EUROPA/CARAT faz festas para promover *Menino Maluquinho*. *Jornal do Vídeo*, São Paulo, 16 – 30 nov. 1995, vol. 14, no. 121, p. 12.

FANTIN, Monica. *Mídia-educação: conceitos, experiências, diálogos Brasil-Itália*. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.

FÉRIAS CAMARADAS. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 7 jul. 1995. Programa, p. 23.

FERRARAZ, Rogério; CUNHA, Paulo R. F. *Os saltimbancos trapalhões: um blockbuster-high concept-brazuca?* In: PAIVA, Samuel; CÂNEPA, Laura; SOUZA, Gustavo. *XI Estudos de Cinema e Audiovisual*. São Paulo: Socine, 2010. p. 224-237.

FILMES NACIONAIS DE 500 MIL até um milhão de espectadores (1970/2009) por gênero. Tabela elaborada pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) - Ancine. Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/oca/rel_filmes.htm>. Acesso em: 10 ago. 2010.

FILMES NACIONAIS COM MAIS de um milhão de espectadores (1970/2009) por gênero. Tabela elaborada pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) - Ancine. Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/oca/rel_filmes.htm>. Acesso em: 10 ago. 2010.

GARCIA, Cláudia Amorim; CASTRO, Lucia Rabello de; SOUZA, Solange Jobim (orgs.). *Infância, cinema e sociedade*. Rio de Janeiro: Raval, 1997.

GARCIA, Érica de Lima Melo. Intermedialidade na produção cultural para crianças: a dialógica da adaptação de *O menino maluquinho* de Ziraldo para teatro e cinema. *Aletria: Revista de estudos de literatura*, vol. 14, jul.-dez, 2006.

GASPARZINHO é a maior renda no Brasil. *Jornal do Vídeo*, São Paulo, n. 121, v. 14, 16 a 30 nov. 1995, p. 3.

GATTI, André Piero. *Distribuição e exibição na indústria cinematográfica brasileira (1993-2003)*. Campinas: Unicamp, 2005. 357 p. Tese (Doutorado em Multimeios). Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

GAUDREAU, André; JOST, François. *A narrativa cinematográfica*. Brasília: Ed. UnB, 2009.

GIANNINI, Alessandro. Uma criança brasileira de verdade. *O Estado de São Paulo*, 2 fev. 2000. Caderno 2, p. D10.

GORBMAN, Claudia. Narrative film music. *Yale French Studies*, New Haven, n. 60, p. 183-203, 1980.

_____. *Unheard melodies: narrative film music*. Bloomington: Indiana University Press, 1987.

GRAY, Jonathan. *Show sold separately: promos, spoilers and other media paratexts*. New York: New York University Press, 2009.

GRUPO NOVO NA TELA. *Idéia na cabeça*, Rio de Janeiro, n. 3, p. 5, mai.-jun. 1998.

GUERINI, Elaine. Encrencas e molecagens em 'Menino Maluquinho 2'. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 10 jul. 1998. SP variedades, p. 1C.

HAYES, Will H.. Motion pictures and their censors. In: BEMAN, Lamar T.. *Selected articles on censorship of the theater and moving pictures*. New York: The H. W. Wilson Company, 1931. p. 196 – 209.

HEFFNER, Hernani. Vidigal, Tarcísio. In: RAMOS, F. e MIRANDA, L. F. (orgs.) *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: Senac, 2000, p. 568.

HUMBERTO PORTO. In: DICIONÁRIO Cravo Albin da Música Popular Brasileira. Rio de Janeiro: Instituto Cultural Cravo Albin, 2002 - 2012. Disponível em: <<http://www.dicionariompb.com.br/humberto-porto>>. Acesso em: 21 fev. 2012.

HUNT, Peter. *Crítica, teoria e literatura infantil*. São Paulo: Cosac Naif, 2010.

INFÂNCIA mineira na telinha. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 24 mar. 1996. B, p. 13.

JOHNSON, Randal. Ascensão e queda do cinema brasileiro, 1960-1990. *Revista USP*, no 19. São Paulo: USP, set.-nov. 1993, p. 31 - 49.

JOHNSON, Derek. *Franchising media worlds: content networks and the collaborative production of culture*. Madison: 2009. 502 p. Tese (PhD) - University of Wisconsin-Madison, Madison, 2009.

JULLIER, Laurent; MARIE, Michel. *Lendo as imagens do cinema*. São Paulo: Senac São Paulo, 2009.

JUNQUEIRA, Leticia Gribel. *O menino maluquinho: diálogo entre os textos de Ziraldo e Raton*. Dissertação (Mestrado), Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2004.

KIAROSTAMI, Abbas; YSHAGHPOUR, Youssef. *Abbas Kiarostami*. São Paulo: Cosac Naif, 2004.

KIDS still the kings of home video. In: *Discount Store News*. Feb. 3, 1997. Disponível em: <http://findarticles.com/p/articles/mi_m3092/is_n3_v36/ai_19110625/>. Acesso em: 21 jan. 2011.

KRÄMER, Peter. Would you take your child to see this film? The cultural and social work of the family adventure movie. In: NEALE, Steve e SMITH, Murray (orgs.). *Contemporary Hollywood cinema*. London: Routledge, 1998. p. 294-311.

_____. "It's aimed at kids - the kid in everybody": George Lucas, *Star Wars* and children's entertainment. *Scope*, Nottingham, dec. 2001. Disponível em: <<http://www.scope.nottingham.ac.uk/article.phpissue=dec2001&id=278§ion=article>> . Acesso em: 17 jan. 2011.

LAURITO, Ilka Brunilde. *Cinema e infância: plano de estudos e orientação bibliográfica*. São Paulo: Fundação Cinemateca Brasileira, 1962.

LUNARDELLI, Fatimarlei. *Ô Psit! O cinema popular dos Trapalhões*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1996.

'MALUQUINHO' ATRAI 50 mil. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 13 jul. 1995. B, p. 4.

MALUQUINHO II. *Idéia na cabeça*, Rio de Janeiro, n. 0, dez. 1996.

MALUQUINHO PARA dar e vender. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 4 out. 1996. Revista Programa, p. 36.

MARSON, Melina Izar. *O cinema da Retomada: Estado e cinema no Brasil da dissolução da Embrafilme à criação da Ancine*. Campinas: Unicamp, 2006. 203 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006.

MEIRELES, Cecília. *Romanceiro da Inconfidência*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

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

MELO, Luis Alberto Rocha. *O saci e a “brasilidade”*. In: PAIVA, Samuel; CÁNENA, Laura; SOUZA, Gustavo. *XI Estudos de cinema e audiovisual Socine*. São Paulo: Scoine, 2010, p. 472 - 483.

MENINO MALUQUINHO, O FILME. Responsável pelo *press book*: Helena Salem. Rio de Janeiro: Grupo Novo de Cinema e TV, 1995. 21 p. Material de divulgação à imprensa.

MENINO MALUQUINHO 2 – A AVENTURA. Assessoria de imprensa: Andréa Cals. Rio de Janeiro: Grupo Novo de Cinema e TV, 1998. 20 p. Material de divulgação à imprensa.

MERTEN, Luis Carlos. 'O Menino Maluquinho' tem cenas primorosas. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 15 fev. 1995a. Caderno 2, p. D2.

_____. Férias no escurinho do cinema. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 8 jul. 1995b. Estadinho, p. G10.

MICHELSEN, Liselotte. A darker shade of childhood. *Film*, Copenhagen, special issue (kids), 2003, p. 10.

MIRANDA, Luiz Felipe e RAMOS, Fernão. *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: Senac, 2000.

MONLEÓN, José. Tierra de nadie: el cine infantil. *Triunfo*, año XXII, n. 258, 1967, p. 58-65.

NAGIB, Lúcia. *O cinema da Retomada: depoimentos de 90 cineastas dos anos 90*. São Paulo: 34, 2002.

NDALIANIS, Angela. *Neo-baroque aesthetics and contemporary entertainment media*. Cambridge: The MIT Press, 2004.

NIEDERHOFF, Burkhard. Perspective – point of view. In: HÜHN, Peter et al. (eds.). *The living handbook of narratology*. Hamburg: Hamburg Press, 2011. Disponível em: <http://hup.sub.uni-hamburg.de/lhn/index.php?title=Perspective%20-%20Point%20of%20View&oldid=1515>. Acesso em: 27 dez. 2011.

NIKOLAJEVA, Maria. Beyond the grammar of story, or how can children's literature criticism benefit from narrative theory? *Children's Literature Association Quarterly*, [Baltimore], v. 28, n. 1, Spring, 2003, pp. 5-16.

_____. Theory, post-theory, and aetnormative theory. *Neohelicon*, Budapest, v. 36, n. 1, p. 13-24, springer 2009.

NODELMAN, Perry. *The hidden adult: defining children's literature*. Baltimore: The John Hopkins University Press, 2008.

O BOM 'Menino Maluquinho' na tarde da Globo. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 23 fev. 2001. Caderno 2, p. 13.

ORICCHIO, Luiz Zanin. 'Maluquinho' ensina a brincar, rir e chorar. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 1 jul. 1995a. Caderno 2, p. D2.

_____. 'Maluquinho' é antídoto para cinema-videogame. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 7 jul. 1995b. Caderno 2, p. D2.

_____. Novas aventuras propõem diversão em estado puro. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 10 jul. 1998. Caderno 2, p. D15.

_____. *Cinema de novo: um balanço crítico da Retomada*. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.

ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. *A moderna tradição brasileira*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

_____. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PECORA, Norma Odom. *The business of children's entertainment*. New York: The Guilford Press, 1998.

PERRAULT, Mathieu. Roger Cantin : films pour enfants ou avec des enfants? *Séquences: la revue de cinéma*, n° 214, 2001, p. 18-19.

RAMOS, José Mário Ortiz. *Cinema, televisão e publicidade: cultura popular de massa no Brasil dos anos 1970-1980*. 2 ed. São Paulo: Annablume, 2004.

REAL, Elizabeth. Um caso de amor com o cinema: entrevista com Tarcísio Vidigal. *Idéia na cabeça*, Rio de Janeiro, n. 4, p. 2-6, jul.-ago. 1998.

RIMOLI, Ariane Porto Costa. *O elo quase perdido: natureza x cultura no audiovisual infanto-juvenil*. São Paulo: USP, 2005. 244 p. Tese (Doutorado em Artes) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

RIZZO, Sérgio. Menino Maluquinho – o filme. *Set*, v. 9, n. 12, p. 64-65, dez. 1995.

RÖSSLER, Patrick; ARENDT, Kathleen; KALCH, Anja; SPITZNER, Franziska. *Children's film in Europe: a literature review*. Erfurt: Golden Sparrow, 2009. Disponível em: <<http://www.mediadeskcz.eu>>. Acesso em: 12 mar. 2012.

SÁ NETO, Arthur Autran Franco de. *O pensamento industrial cinematográfico brasileiro*.

Campinas: Unicamp, 2004. 283 p. Tese (Doutorado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, 2004.

SABAT, Ruth F. R.. *Filmes infantis e a produção performativa da heterossexualidade*. Porto Alegre: UFRGS, 2003. 183p. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

SADOVSKI, Roberto. Menino Maluquinho 2 – a aventura. *Set*, v. 12, n. 12, dez. 1998.

SANTIAGO, Carlos Henrique. 'Menino Maluquinho' compete com Spielberg. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 3 jul. 1995. Ilustrada, p. 3.

SANTO, Avi Dan. *Transmedia brand licensing prior to conglomeration: George Trendle and the Lone Ranger and Green Hornet brands, 1933-1966*. Tese (Doutorado) - University of Texas, Austin, 2006.

SANTOS, João Batista Melo dos. *A tela angelical: infância, literatura, mídia e cinema infantil*. Campinas: Unicamp, 2004. 186 p. Dissertação (Mestrado em Multimeios) - Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

SCHLOTE, Elke. Pigeonholing comic elements in children's TV. *Television*. Munich: IZI, n. 19, 2006/ E. p. 55- 57.

SCOTT, Carole; NIKOLAJEVA, Maria. *Livro ilustrado: palavras e imagens*. São Paulo: Cosac Naif, 2011.

SÉRIE histórica - filmes nacionais lançados – 1995-2009: total captado, renda e público por produtora e filme (ordem alfabética). Relatório elaborado pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) - Ancine. Disponível em: http://oca.ancine.gov.br/rel_seriehistorica.htm. Acesso em: 25 mar. 2012.

SÉRIE histórica - filmes nacionais lançados – 1995-2009: público e renda por ano e gênero. Relatório elaborado pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) - Ancine. Disponível em: http://oca.ancine.gov.br/rel_seriehistorica.htm. Acesso em: 25 mar. 2012.

SET RECOMENDA: MENINO MALUQUINHO 2 – A AVENTURA. *Set*, v. 12, n. 18, ago. 1998, p. 56.

SILVA, Rosana Maria da. *O personagem Menino Maluquinho: do livro às recriações na mídia*. Marília: Unimar, 2008. 144 p. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo, Universidade de Marília, Marília, 2008.

SILVA, Hadija Chalupe. *O filme nas telas: a distribuição do cinema nacional*. São Paulo: Ecofalante, 2010.

SIMÕES, Priscila. 'Menino maluquinho' no cinema. *Jornal da Tarde*, São Paulo, 5 jul. 1995, p. 8A.

SOUSA, Walter de. Piolin e Arrelia: entre o popular, o erudito e o massivo. *Comunicação & educação*, [São Paulo], ano XIV, n. 3, p. 49-56, set-dez 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/viewFile/7840/7238>>.

Acesso em: 27 fev. 2012.

SOUZA, Ricardo de. O garoto feliz dos quadrinhos volta à tela. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 11 ago. 1997. Caderno 2, p. D5.

STAPLES, Terry. *All pals together: the story of children's cinema*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1997.

STREET, Douglas. Movies kids like: current trends in juvenile taste in cinema. *Children's Literature Association Quarterly*. [Baltimore], v. 7, n. 1, p. 12-15, Spring 1982a.

_____. An Overview of Commercial Filmic Adaptation of Children's Fiction. *Children's Literature Association Quarterly*, [Baltimore], v. 7, n. 3, p. 13-17, Fall 1982b.

SUKMAN, Hugo. Cinema nacional em casa. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 18 mar. 1995a. B, p. 9.

_____. O Maluquinho que não envelhece. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 28 jun. 1995b. B, p. 2.

_____. Perfil do consumidor: Menino maluquinho. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 9 jul. 1995c. B, p. 4.

THOMPSON, Kristin. Fantasy, franchises and Frodo Baggins: *The lord of the rings* and modern Hollywood. *The Velvet Light Trap*, no. 52. Austin: University of Texas Press, 2003.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. *Ensaio sobre a análise fílmica*. Campinas: Papyrus, 1994.

VELLOSO, Beatriz. Menino Maluquinho é multimídia. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 25 abr. 1996. Caderno 2, p. D9.

VERNET, Marc. Cinema e narração. In: AUMONT, Jacques et al. *A estética do filme*. Campinas: Papyrus, 1995. p. 89-155.

VIANNA, Carolina; MELLO, Beatriz. 10 segredos para falar com as crianças. Nickelodeon Business Solution Research, 2007. Disponível em: <http://www.federasul.com.br/meeting_marketing/arquivos/MK_2103_CarolinaViana_Dirato_radeMKViacom.ppt>. Acesso em: 23 abr. 2012.

VIEIRA, Paulo. 'Maluquinho' é 'ET' caipira picando fumo. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 10 jul. 1998. Ilustrada, p. 5-22.

VILLAÇA, Pablo. *Helvécio Ratton: o cinema além das montanhas*. São Paulo: Imprensa Oficial, 2005.

WILMINGTON, Michael. Going strong. *Chicago Tribune*, Chicago, 11 abr. 1996. Disponível em: <http://articles.chicagotribune.com/1996-04-11/features/9604110333_1_cannes-film-festival-carlos-saura-village-theater/2> . Acesso em: 11 jan. 2012.

WOJCIK-ANDREWS, Ian. *Children's film: history, ideology, pedagogy, theory*. New York: Garland Publishing, 2000.

ZILBERMAN, Regina. *A produção cultural para crianças*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1982.

ZIRALDO. *O menino maluquinho*. 1. ed. São Paulo: Melhoramentos, 2005. ISBN 978-85-06-05510-6 (acordo ortográfico).

Referências filmográficas

D) Fichas técnicas dos filmes analisados

MENINO maluquinho – o filme.

Brasil, ficção, cor, 91 minutos, 35 mm. Ano de produção: 1995. Ano de lançamento comercial: 1994. Companhia produtora: Grupo Novo de Cinema e TV. Produção: Tarcísio Vidigal. Direção: Helvécio Ratton. Argumento: Ziraldo. Roteiro: Maria Gessy; Alcione Araújo; Helvécio Ratton; Ziraldo. Fotografia: José Tadeu Ribeiro. Montagem: Vera Freire. Som direto: Lício Marcos de Oliveira. Montagem de som: Valéria Mauro; Virgínia Flores. Direção de arte: Clóvis Bueno. Cenografia: Vera Hamburger; Kika Lopes. Figurino: Kika Lopes. Composição musical: Antonio Pinto. Composição da canção-tema: Fernando Brant. Intérpretes da canção-tema: Milton Nascimento, Rita Lee, coro curumim. Elenco principal: Samuel Costa; Patrícia Pillar; Luiz Carlos Arutim; Roberto Bomtempo; Edir Castro; Hilda Rebello; João Romeu Filho; Fernanda Guimarães; Levindo Jr.; Caio Reiss; Thiago Rodrigues; Samuel Brandão; Vera Holtz; Othon Bastos; Tônico Pereira e outros. Narração: Paulo José.

Prêmios: Margarida de Prata da CNBB, 1995 - Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, Rio de Janeiro-RJ, 1995; Prêmio revelação do júri infantil do Festival Ragazzi Bellinzona, Suíça, 1995; Prêmio revelação para o ator Samuel Costa outorgado pela Associação Paulista dos Críticos de Arte, 1995; Melhor filme do IV Cinema Crianças, Rio de Janeiro, 1995; Melhor filme do Festival Internacional para Crianças do Cairo, Egito, 1996; Melhor filme do Festival Internacional de Atlantic, Nova Scotia, Canadá, 1996.

MENINO maluquinho 2 – a aventura.

Brasil, ficção, cor, 92 minutos, 35 mm. Ano de produção: 1997. Ano de lançamento comercial: 1998. Companhia produtora: Grupo Novo de Cinema e TV. Produção: Tarcísio Vidigal. Direção: Fernando Meirelles e Fabrícia Alves Pinto. Argumento: Ziraldo. Roteiro: Ziraldo; Daniela Thomas; Fabrícia Pinto. Fotografia: Tony Mitchell. Montagem: Déo Teixeira. Som direto: Juarez Dagoberto. Montagem de som: Fernando Ariani; Virgínia Flores.

Direção de arte: Tulé Peake. Cenografia: Tulé Peake. Figurino: Bia Salgado. Composição musical: Beto Villares; Antonio Pinto. Composição da canção-tema: Antônio Pinto; Beto Villares; Zivaldo. Intérpretes da canção-tema: Herbert Vianna. Elenco principal: Samuel Costa; Stênio Garcia; Antônio Pedro; Betina Viany; Cauã Souza; Cláudia Shapira; Cláudio Cavalcanti; Fernanda Guimarães; Fernando Alves Pinto; Gabriel Guimard; João Romeu; Lú Grimaldi; Marta Overbeck; Nelson Dantas; Pedro Bismarck; Rui Rezende; Samuel Brandão; Zivaldo.

Prêmios: Menção Honrosa do júri jovem de cinema infantil do Festival de Cinema de Cartagena; VIII Festival Internacional de Cine para Niños y Jovenes 1999 – Montevideo, Uruguai; Melhor direção concedido pela Unesco, Melhor filme longa- metragem concedido pelo júri infantil do Festival.

II) Filmes mencionados

ALADDIN. Direção: Ron Clements, John Musker. Estados Unidos: Disney, 1992.

O ANJO trapalhão. Direção: Alexandre Boury, Marcelo Travesso. Rio de Janeiro: Globo Filmes, Renato Aragão, 2000.

ATRAPALHANDO a Suate. Direção: Victor Lustosa; Dedé Santana. Rio de Janeiro: Demuza, 1983.

AVATAR. Direção: James Cameron. Estados Unidos: Fox, 2009.

AS AVENTURAS da Turma da Mônica. Direção: Maurício de Sousa. Rio de Janeiro, Black&White&Color, 1982.

BATMAN eternamente. Título original: Batman forever. Direção: Joel Schumacher. Estados Unidos: Warner Bros, 1995.

BATMAN: o cavaleiro das trevas. Título original: The dark knight. Direção: Christopher Nolan. Estados Unidos: Warner, 2008.

BEBÉ. Direção: Louis Feuillade. França: Gaumont, 1910-1913.

BOUT DE ZAN. Direção: Louis Feuillade. França: Gaumont, 1913-1914.

BRANCA de Neve e os sete anões. Título original: Snow White and the seven dwarfs. Direção: David Hand. Estados Unidos: Disney, 1937.

BUSTER Brown Series. Direção: Edwin Porter. Estados Unidos: Edison Co., 1904.

O CANGACEIRO trapalhão. Direção: Daniel Filho. Rio de Janeiro, Renato Aragão, 1983.

CARLOTA Joaquina, princesa do Brazil. Direção: Carla Camurati. Produção: Bianca De Felippes, Carla Camurati. Rio de Janeiro, Elimar Produções, 1995.

O CASAMENTO dos Trapalhões. Direção: José Alvarenga Jr. Rio de Janeiro, Renato Aragão, 1988.

CASSIOPEIA. Direção: Clóvis Vieira. Produção: Nello de Rossi. São Paulo, NDR Filmes, 1996.

CASTELO Rá-Tim-Bum, o filme. Direção: Cao Hamburger. Produção: Van Fresnot. São Paulo: AF Cinema e Vídeo, 1999.

CAVALEIROS do Zodíaco – o filme. Direção: Shigeyasu Yamauchi. Japão, Toei Animation, 1995.

O CAVALINHO azul. Direção e produção: Eduardo Escorel. Rio de Janeiro, Transcon, 1984.

CENTRAL do Brasil. Direção: Walter Salles. Produção: Arthur Cohn, Martine de Clermont-Tonnerre. Rio de Janeiro, Videofilmes, 1998.

COMO ser solteiro. Direção: Rosane Svartman. Produção: Clelia Bessa. Rio de Janeiro, Estúdio Sauna, 1998.

CONTATOS imediatos do terceiro grau. Título original: Close encounters of the third kind. Direção: Steven Spielberg. Estados Unidos, Columbia, 1978.

A DANÇA dos bonecos. Direção: Helvécio Ratton. Produção: Tarcísio Vidigal. Belo Horizonte: Grupo Novo de Cinema, 1986.

DENNIS, o Pimentinha. Título original: Dennis the Menace. Direção: Nick Castle. Estados Unidos, Warner, 1993.

DENNIS, o Pimentinha ataca novamente. Título original: Dennis the Menace strikes again. Direção: Charles T. Kanganis. Estados Unidos, Warner, 1998.

DE VOLTA PARA O FUTURO. Título original: Back to the future. Direção: Robert Zemeckis. Estados Unidos, Universal, Amblin, 1985.

ESQUECERAM de mim. Título original: Home Alone. Direção: Chris Columbus. Estados Unidos: Fox, 1990.

ESQUECERAM de mim 2. Título original: Home Alone 2: lost in New York. Direção: Chris Columbus. Estados Unidos: Fox, 1992.

E.T. - o extra-terrestre. Título original: E.T.: the extra-terrestrial. Direção: Steven Spielberg. Estados Unidos: Universal, 1982.

O EXORCISTA. Título original: The exorcist. Direção: William Friedkin. Estados Unidos, Warner Bros, 1973.

- O EXTERMINADOR do futuro. Título original: The terminator. Direção: James Cameron. Estados Unidos, Universal, 1984.
- OS FLINSTONES. Título original: The Flintstones. Direção: Brian Levant. Estados Unidos: Amblin, Hanna-Barbera, 1994.
- GASPARZINHO, o fantasma camarada. Título original: Casper. Direção: Brad Silberling. Produção: Steven Spielberg. Estados Unidos: Amblin Entertainment, 1995.
- GODZILLA. Direção: Roland Emmerich. Estados Unidos e Japão: Centropolis, 1998.
- OS GOONIES. Título original: The Goonies. Direção: Richard Donner. Estados Unidos: Warner, Amblin, 1985.
- GUERRA NAS ESTRELAS. Título original: Star Wars. Direção: George Lucas. Estados Unidos: Lucasfilm, Fox, 1977.
- HIGHLANDER, o guerreiro imortal. Título original: Highlander. Direção: Russell Mulcahy. Estados Unidos/ Reino Unido: Thorn EMI, Highlander Productions, 1986.
- IDOLATRADA. Direção: Paulo Augusto Gomes. Produção: Tarcisio Vidigal e Helvécio Raton. Belo Horizonte: Grupo Novo de Cinema, 1983.
- O INCRÍVEL monstro trapalhão. Direção: Adriano Stuart. Rio de Janeiro: Renato Aragão, 1981.
- INDIANA Jones e os caçadores da arca perdida. Título original: Raiders of the lost ark. Direção: Steven Spielberg. Estados Unidos, Lucasfilm, 1981.
- JORNADA nas estrelas. Título original: Star Trek: the motion picture. Direção: Robert Wise. Estados Unidos, Paramount, 1979.
- LA GLU. Direção: Alice Guy. França: Gaumont, 1907.
- LAMARCA. Direção: Sérgio Rezende. Produção: Mariza Leão. Rio de Janeiro: Morena Filmes, 1994.
- LUA de cristal. Direção: Tizuka Yamasaki. Rio de Janeiro: Dreamvision, Xuxa, 1989.
- O MÁGICO de Oz. Título original: The wizard of Oz. Direção: Victor Fleming. Estados Unidos, MGM, 1939.
- MARY Poppins. Direção: Robert Stevenson. Estados Unidos, Disney, 1964.
- MENINO da porteira. Direção: Jeremias Moreira. São Paulo: Jerê Filmes, 2009.
- MIG og Mama Mia. Direção: Erik Clausen. Dinamarca, Nordisk Film, 1989.

O MISTÉRIO de Robin Hood. Direção: José Alvarenga Jr. Rio de Janeiro, Renato Aragão, 1990.

MULAN. Direção: Tony Bancroft, Barry Cook. Estados Unidos, Walt Disney, 1998.

O NOVIÇO rebelde. Direção: Tizuka Yamasaki. Rio de Janeiro: Renato Aragão, 1997.

OS ÓCULOS do vovô. Direção: Francisco Santos. Rio Grande do Sul, Guarany, 1913.

ONDE fica a casa do meu amigo? Título original: Khaneh-je Doost Kojast? Direção: Abbas Kiarostami. Irã: Kanoon, 1987.

O PARQUE dos dinossauros. Título original: Jurassic Park. Direção: Steven Spielberg. Estados Unidos: Universal, Amblin, 1993.

PAULIE – o papagaio bom de papo. Título original: *Paulie*. Direção: John Roberts. Estados Unidos, Dreamworks, 1998.

A PEQUENA sereia. Título original: Little Mermaid. Direção: Ron Clements, John Musker. Estados Unidos: Disney, 1989.

O PESTINHA. Título original: Problem child. Direção: Dennis Dugan. Estados Unidos, Universal, 1990.

O PESTINHA 2. Título original: Problem child 2. Direção: Brian Levant. Estados Unidos: Universal, 1991.

O PESTINHA 3. Título original: Problem child 3 – Junior in love. Direção: Greg Beeman. Estados Unidos: Telvan, 1995.

PIXOTE: a lei do mais fraco. Direção: Hector Babenco. São Paulo: Embrafilme, HB Filmes, 1981.

O QUATRILHO. Direção: Fábio Barreto. Produção: Luiz Carlos Barreto, Lucy Barreto, Jaques Morelenbaun. Rio de Janeiro, Filmes do Equador, 1995.

QUERIDA, encolhi as crianças. Título original: Honey, I shrunk the kids. Direção: Joe Johnston. Estados Unidos: Disney, 1989

O REGADOR regado. Título original: L'arroseur arrosé. Direção: Louis e Auguste Lumière. França: Lumière, 1895.

REI Leão. Título original: Lion King. Direção: Roger Allers. Estados Unidos, Disney, 1994.

O RETORNO de Jafar. Título original: The return of Jafar. Direção: Tad Stones. Estados Unidos, Disney, 1994.

SÁBADO. Direção: Ugo Giorgetti. Direção: Ugo Giorgetti. Produção: Marçal Souza, Elifas

Sueiro, Ana Paula Guimarães. São Paulo, Iguana Filmes, 1994.

O SACI. Direção: Rodolfo Nanni. Produção: Artur Neves. São Paulo: Brasiliense Filme, 1953.

OS SALTIMBANCOS trapalhões. Direção: J. B. Tanko. Rio de Janeiro, Renato Aragão, 1981.

SHREK. Direção: Andrew Adamson, Vicky Jenson. Estados Unidos, DreamWorks, 2001.

SIMÃO, o fantasma trapalhão. Direção: Paulo Aragão. Rio de Janeiro, Renato Aragão Produções, 1998.

SPACE Jam. Direção: Joe Pytka. Estados Unidos, Warner Bros, 1996.

SUPER COLOSSO – o filme. Direção: Luis Ferré. Rio de Janeiro: Ramona Constellation; Paris Filmes; Criadores e Criaturas; Play Vídeo, 1995.

SUPERMAN. Direção: Richard Donner. Estados Unidos, Alexander Salkind, 1978

SUPER XUXA contra o Baixo Astral. Direção: Anna Penido e David Sonneschein. Rio de Janeiro, DreamVision, Diller & Associados, 1988.

STAR WARS episódio I: a ameaça fantasma. Título original: Star Wars Episode I: The Phantom Menace. Direção: George Lucas. Estados Unidos: Lucasfilm, 1999.

TERRA estrangeira. Direção: Walter Salles e Daniela Thomas. Produção: António da Cunha Telles e Flávio Tambellini. Brasil, Portugal: Videofilmes, 1996.

TITANIC. Direção: James Cameron. Estados Unidos: Fox, Paramount, 1999.

TOY story. Direção: John Lasseter. Estados Unidos, Pixar, Disney, 1995.

TOY story 3. Direção: Lee Unkrich. Estados Unidos, Pixar, 2010.

OS TRAPALHÕES e a árvore da juventude. Direção: José Alvarenga Jr. Rio de Janeiro: Renato Aragão, Art Films, 1991.

OS TRÊS zuretas. Direção: A. S. Cecilio Neto. Produção: A. S. Cecilio Neto e Renato Bulcão. São Paulo: CN Cine, 1995.

TRON. Direção: Steven Liberger. Estados Unidos, Disney, 1982.

TUBARÃO. Título original: Jaws. Direção: Steven Spielberg. Estados Unidos: Zanuck/Brown, Universal, 1975.

UMA BABÁ quase perfeita. Título original: Mrs. Doubtfire. Direção: Chris Columbus. Estados Unidos: Fox, 1993.

UMA CILADA para Roger Rabbit. Título original: Who framed Roger Rabbit. Direção: Robert Zemeckis. Estados Unidos: Touchstone, Amblin, 1988.

UMA VIDA de inseto. Título original: A bug's life. Direção: John Lasseter, Andrew Stanton. Estados Unidos: Pixar, Disney, 1998.

VAI TRABALHAR, vagabundo II – a volta. Direção: Hugo Carvana. Produção: Hugo Carvana, Martha Alencar. Rio de Janeiro: Marca, Conacite dos S.A. de C. V., 1991.

XUXA POPSTAR. Direção: Tizuka Yamasaki; Paulo Sérgio Almeida. Rio de Janeiro, Xuxa, Diller, 2000.

XUXA REQUEBRA. Direção: Tizuka Yamasaki. Rio de Janeiro: Diller & Associados, Xuxa, 1999.

ZIRALDO. Direção e produção: Tarcisio Vidigal. Belo Horizonte: Grupo Novo de Cinema, 1976.

APÊNDICE A - Estreias de filmes infantis brasileiros de longa-metragem: ano e público, 1953-2000⁷²

<i>Ano</i>	<i>Mês/dia</i>	<i>Título</i>	<i>Diretor</i>	<i>Companhia produtora</i>	<i>Público</i>
1953	Set./10	<i>O saci</i>	Rodolfo Nanni	Brasiliense Filme	
1954	Jan.	<i>Sinfonia amazônica</i>	Anélio Latini Filho	Latini's Studios	
1962	Dez.	<i>O vigilante rodoviário</i>	Ary Fernandes	Ind. Bras. de Filmes	
1964	Dez. - SP	<i>Pluft, o fantasminha</i>	Romain Lesage	Cinecastro Estúdios	
1965		<i>No tempo dos bravos</i>	Wilson Silva	Cezário Felfeti Prod.	
1967	Nov.	<i>Adorável Trapalhão</i>	J. B. Tanko	Jarbas Barbosa Prod.	
1970	Mai. - RJ	<i>Meu pé de laranja lima</i>	Aurélio Texeira	Herbert Richers	Menos de 500 mil
1971	Abr. - SP	<i>A dança das bruxas</i>	Francisco Dreux	Verona Filmes	Menos de 500 mil
	Jun.	<i>Bonga, o vagabundo</i>	Victor Lima	Herbert Richers	939.790
	Jul. - SP	<i>As aventuras com Tio Maneco</i>	Flávio Migliaccio	R. F. Farias	826.045
	Jul.	<i>Presente de Natal</i>	Ypê Nakashima	Álvaro Henrique Gonçalves Prod.	Menos de 500 mil
1972	Fev.	<i>Ali Babá e os quarenta ladrões</i>	Victor Lima	Jarbas Barbosa Prod.	1.641.372
1973	Fev. / 19 - SP	<i>O detetive Bolacha contra o gênio do crime</i>	Tito Teijido	LutaFilmes	Menos de 500 mil
1974	Jan. - RJ	<i>Aladim e a lâmpada maravilhosa</i>	J. B. Tanko	R. F. Farias; Jarbas Barbosa Prod.	2.573.241
	Fev. / 7 - SP	<i>O picapau amarelo</i>	Geraldo Sarno	Saruê Filmes; Thomaz Farkas	157.712
	Fev./ 11 - SP	<i>Regina e o dragão de ouro</i>	Líbero Miguel	Instituto Cultural Tokuchika Miki - SP	87.231
	Jul.	<i>Robin Hood, o trapalhão da floresta</i>	J. B. Tanko	J. B. Tanko Filmes	2.978.767
1975	Jul. /10 - RJ	<i>(Tio Maneco) O caçador de fantasmas</i>	Flávio Migliaccio	R.F. Farias e Circus Prod.	Menos de 500 mil
	Jun.	<i>O Trapalhão na ilha do tesouro</i>	J. B. Tanko	J. B. Tanko Filmes	3.375.090
1976	Fev. - RJ	<i>Costinha, o rei da selva</i>	Alcino Diniz	Planice; Commander Filmes; W. Verde	1.007.977
	Jun.	<i>Simbad, o marujo trapalhão</i>	J. B. Tanko	J. B. Tanko Filmes	4.406.200

⁷² Foram arrolados filmes de longa-metragem que tiveram estreia em circuito comercial de salas de cinema, com exceção para *Vai à Luta* (1980), que aparentemente circulou apenas em alguns festivais para infância e juventude, e duas peças de ficção em 35mm de personagens de Maurício de Sousa: *Mônica e Cebolinha no mundo de Romeu e Julieta* (1979), telefilme, e *A rádio de Chico Bento* (1989), lançado direto em VHS. Para manter a lista em tamanho manejável, optou-se, assim como Santos (2004) por não listar os filmes de Mazzaropi, apesar de alguns poderem ser considerados para um público familiar. Informações de público de alguns filmes não foram conseguidas.

Ano	Mês/dia	Título	Diretor	Companhia produtora	Público
	Dez.	<i>O Trapalhão no planalto dos macacos</i>	J. B. Tanko	J. B. Tanko Filmes	4.565.267
1977	Jul. - RJ	<i>Costinha e o King Mong</i>	Alcino Diniz	Commander Filmes	1.134.168
	Dez.. - RJ	<i>O Trapalhão nas minas do rei Salomão</i>	J. B. Tanko	J. B. Tanko Filmes	5.786.226
	Fev. - ES	<i>Uma aventura na floresta encantada</i>	Mário Latini	Latini's Studios	Menos de 500 mil
1978	Out. - RJ	<i>Elke Maravilha contra o homem atômico</i>	Gilvan Pereira	Kiko Filmes; São Francisco; W. Verde	Menos de 500 mil
	Dez.	<i>Os Trapalhões na guerra dos planetas</i>	Adriano Stuart	Renato Aragão Prod.; TV Globo	5.089.970
1979	Jan.	<i>As aventuras de Robinson Crusóé</i>	Mozael Silveira	J. B. Tanko Filmes	Menos de 500 mil
	Jun.	<i>O Cinderelo Trapalhão</i>	Adriano Stuart	Renato Aragão Prod.	5.028.893
	Out.	<i>Dani, um cachorro muito vivo</i>	Frank Dawe	Paititi; Teobaldo Prod.	Menos de 500 mil
	Out.	<i>Mônica e Cebolinha no mundo de Romeu e Julieta</i>	Maurício de Sousa	Maurício de Sousa Prod.	Especial na TV Band
1980	Jan. - SP	<i>Maneco, o super-tio</i>	Flávio Migliaccio	R.F. Farias; Embrafilme; Flávio Migliaccio Prod.	Menos de 500 mil
	Jun.	<i>Os três mosqueteiros trapalhões</i>	Adriano Stuart	Renato Aragão Prod.	4.221.062
	Jan.	<i>O rei e os Trapalhões</i>	Adriano Stuart	Renato Aragão Prod.; Empr. Ind. e Comércio	4.240.757
	Fev.	<i>Vai à luta</i>	Tato Taborda	Viva Filmes	Festivais
1981	Jan.	<i>O incrível monstro trapalhão</i>	Adriano Stuart	Renato Aragão Prod.	4.212.244
	Dez.	<i>Os saltimbancos trapalhões</i>	J. B. Tanko	Renato Aragão Prod.; Empr. Ind. e Comércio	5.218.478
1982	Jun.	<i>Os vagabundos trapalhões</i>	J. B. Tanko	Renato Aragão Prod.	4.631.914
	Dez.	<i>As aventuras da turma da Mônica</i>	Maurício de Sousa	Black & White & Color	1.172.020
	Dez.	<i>Os Trapalhões na Serra Pelada</i>	J. B. Tanko	J. B. Tanko Filmes	5.043.350
1983	Jan.	<i>A turma da Mônica em A princesa e o robô</i>	Maurício de Sousa	Maurício de Sousa Prod.	616.457
	Jan. / 24 - SP	<i>Os três palhaços e o menino</i>	Milton Alencar Jr.	Fiel Filmes do Brasil	Menos de 500 mil
	Abr.	<i>Boi Aruá</i>	Chico Liberato	Seriarte Planejamento Visual	Menos de 500 mil
	Jun.	<i>O cangaceiro trapalhão</i>	Daniel Filho	Renato Aragão Prod.	3.831.443
	Dez.	<i>O Trapalhão na arca de Noé</i>	Antônio Rangel	Renato Aragão Prod.; Empr. Ind. e Comércio	2.181.017
	Dez.	<i>Atrapalhando a Suate</i>	Victor Lustosa;	Demuza Prod.	1.012.654

Ano	Mês/dia	Título	Diretor	Companhia produtora	Público
			Dedé Santana		
1984	Jun.	<i>Os Trapalhões e o mágico de Oroz</i>	Dedé Santana; Victor Lustosa	Renato Aragão Prod.	2.465.898
	Dez.	<i>O cavalinho azul</i>	Eduardo Escorel	Cinefilmes	Menos de 500 mil
	Dez.	<i>A filha dos Trapalhões</i>	Dedé Santana	Renato Aragão Prod.; Demuza Prod.	2.462.034
1985	Jun.	<i>Os Trapalhões no reino da fantasia</i>	Dedé Santana	Renato Aragão Prod.; Maurício de Sousa Pr.	1.751.709
1986	Jan.	<i>O Trapalhão no rabo do cometa</i>	Dedé Santana	Maurício de Sousa Pr.; Renato Aragão Prod.	1.250.000
	Jun.	<i>Os Trapalhões e o rei do futebol</i>	Carlos Manga	Renato Aragão Prod.; Pelé-Saad Com. Emp.	3.616.696
	Set. - SP Dez. - RJ	<i>As novas aventuras da Turma da Mônica</i>	Maurício de Sousa e equipe	Black & White & Color; Maurício de Sousa Pr.	Menos de 500 mil
1987	Jun.	<i>Os Trapalhões no auto da compadecida</i>	Roberto Farias	Renato Aragão Prod.; R. F. Farias Ltda.; Demuza Prod.	2.610.371
	Jul.	<i>A dança dos bonecos</i>	Helvécio Ratton	Grupo Novo de Cinema e TV	Menos de 500 mil
	Jul.	<i>A Turma da Mônica em O bicho papão e outras histórias</i>	Maurício de Sousa	Maurício de Sousa Pr.; Black & White & Color	Menos de 500 mil
	Dez.	<i>Os fantasmas trapalhões</i>	J. B. Tanko	Renato Aragão Prod. Emp. Ind. Com. Ltda.; Demuza; Art Films; Cinematográfica Sul; Ponto Filmes	3.535.453
1988	Mar.	<i>As aventuras de Sérgio Mallandro</i>	Erasto Filho	Ercamp Produções	Menos de 500 mil
	Jun.	<i>Heróis trapalhões, uma aventura na selva</i>	José Alvarenga Jr.	Art Films; Renato Aragão Prod.; Ponto Filmes; Demuza; Cinematográfica Sul	2.905.721
	Dez.	<i>O casamento dos Trapalhões</i>	José Alvarenga Jr.	Renato Aragão Prod.; ZDM; Columbia Pictures; Art Films	4.779.027
	Dez.	<i>Super Xuxa contra o Baixo Astral</i>	Anna Penido; David Sonnenschein	DreamVision; Yan A. Com.; Diller & Assoc.	2.816.000
1989	Jun.	<i>A princesa Xuxa e os Trapalhões</i>	José Alvarenga Jr.	Renato Aragão Prod.; ZDM Prod.; Art Films; Columbia Pictures do Brasil; Xuxa Prod.	4.018.764
	VHS	<i>A rádio de Chico Bento</i>	Dactoir Danialetto Jr.	Maurício de Sousa Pr.	VHS
	Dez.	<i>Os Trapalhões na terra dos</i>	Flávio Migliaccio	Renato Aragão Prod.	3.200.000

Ano	Mês/dia	Título	Diretor	Companhia produtora	Público
		<i>monstros</i>			
1990	Jan./5	<i>Fofão, a nave sem rumo</i>	Adriano Stuart	Fofão Filmes	Menos de 500 mil
	Jun.	<i>Lua de Cristal</i>	Tizuka Yamasaki	Dreamvision; Xuxa Prod.; Columbia Tristar	4.178.165
	Dez.	<i>O mistério de Robin Hood</i>	José Alvarenga Jr.	Renato Aragão Prod.	1.269.658
1991	Mai./24	<i>Inspetor Faustão e o Mallandro: a missão (primeira e única)</i>	Mário Márcio Bandarra	Dreamvision; Xuxa Prod.	Menos de 500 mil
	Jun.	<i>Os Trapalhões e a árvore da juventude</i>	José Alvarenga Jr.	Art Films; Columbia Pictures; Renato Aragão Prod.	1.174.274
	Jul./19 - SP	<i>Gaúcho Negro</i>	Jessel Buss	Dreamvision; Xuxa Prod.	Menos de 500 mil
1992		SEM LANÇAMENTOS			
1993		SEM LANÇAMENTOS			
1994	Jan./ 28	<i>Era uma vez...</i>	Arturo Uranga	Arturo Uranga Prod.; Sky Light	Menos de 500 mil
1995	Jun./30	<i>Menino Maluquinho – o filme</i>	Helvécio Ratton	Grupo Novo de Cinema e TV	397.023
	Dez./25	<i>Super Colosso – o filme</i>	Luiz Ferré	Ramona Constellation; Paris Filmes; Criadores e Criaturas; Play Video	154.762
1996	Jul./19	<i>Cassiopéia</i>	Clóvis Vieira	NDR Filmes	14.224
1997	Dez.	<i>O noviço rebelde</i>	Tizuka Yamasaki	Renato Aragão Prod.	1.214.163
1998	Jul./10	<i>Menino maluquinho 2 – a aventura</i>	Fabrizia Alves Pinto e Fernando Meirelles	Grupo Novo de Cinema e TV; Filmes de Brasília	367.456
	Dez.	<i>Simão, o fantasma trapalhão</i>	Paulo Aragão Neto	Renato Aragão Prod.; Globo Filmes	1.658.136
1999	Jan./15	<i>Zoando na TV</i>	José Alvarenga Jr.	Globo Filmes; Angélica Prod.	911.394
	Jan./15	<i>Uma aventura do Zico</i>	Antônio Carlos Fontoura	L.C. Barreto; Filmes do Equador	36.727
	Dez./17	<i>Xuxa requebra</i>	Tizuka Yamasaki	Xuxa Prod.; Diller & Assoc.	2.074.461
	Dez./ 17 e 24	<i>O Trapalhão e a luz azul</i>	Paulo Aragão ; Alexandre Boury	Renato Aragão Prod.; Globo Filmes	771.831
2000	Jan./ 1	<i>Castelo Rá-Tim-Bum – o filme</i>	Cao Hamburger	Columbia; TV Cultura; A. F. Cinema e Vídeo	725.329
	Dez./8	<i>Um anjo trapalhão</i>	Alexandre Boury; Marcelo Travesso	Globo Filmes; Renato Aragão Prod.Artísticas; Megacolor; Tibet Film; Curt & Alex	125.913

<i>Ano</i>	<i>Mês/dia</i>	<i>Título</i>	<i>Diretor</i>	<i>Companhia produtora</i>	<i>Público</i>
	Dez./15	<i>Os três zuretas</i>	A.S. Cecilio Neto	Casa de Produção; CN Cine; Canoas; Filmmaker; Cinemacentro do Brasil;	6.760
	Dez./15	<i>Xuxa Popstar</i>	Tizuka Yamasaki; Paulo Sérgio Almeida	Xuxa Prod;; Diller & Assoc.; Warner Bros.	2.462.034

Fontes: Santos (2004), Melo (2011), Ancine, Cinemateca Brasileira, *Folha de São Paulo*, *Jornal do Brasil*.
Elaboração nossa.

APÊNDICE B – Entrevista com o produtor Tarcisio Vidigal

Em setembro de 2011, o produtor cinematográfico Tarcisio Vidigal recebeu-me na sede do Grupo Novo de Cinema e TV, no bairro de Humaitá no Rio de Janeiro. Em meio a telefonemas e uma visita do cineasta José Setti, conversamos sobre seu envolvimento com o cinema, sobre o projeto do *Menino maluquinho* e algumas outras iniciativas da produtora. A transcrição da entrevista segue abaixo.

Mirian Ou - Como você começou a trabalhar com cinema?

Tarcisio Vidigal - Tomando cerveja... É o seguinte: eu tinha uma turma de amigos da esquina na década de 60. 1968 mais ou menos. Um amigo me levou ao Cineclubes Universitário, em Belo Horizonte. Era ligado à Escola Superior de Cinema da Católica, que seria a primeira escola superior de cinema. Mas com aquela onda de escolas de comunicação, a PUC acabou abrindo uma, e o cinema acabou virando uma cadeira da Escola de Comunicação. E isso acabou com a famosa escola do Padre Marsotti. Eu frequentei muito o cineclubes, acabei trabalhando lá. Me envolvi com cinema. Em 1968, produzi um curta com um amigo meu, José Américo Ribeiro, que era professor da Federal. Chamava-se *O anjo torto*, um filme sobre o Carlos Drummond de Andrade. Fui assistente de produção. Acabei comprando o filme depois, de uma cooperativa que tinha. Com o José Américo, acabei abrindo o Grupo Novo em 1972 – ano que vem o grupo faz 40 anos. Em 1970 e pouco, ele saiu da Federal, foi trabalhar como professor nas Belas Artes e ser produtor de cinema. Nesse meio tempo, o professor Barros também foi sócio da gente, mas também saiu porque dava conflito. Ele não podia ser professor e ser sócio da gente. Faleceu recentemente. Ele era da OCIC do Brasil, Margarida de Prata (ele que organizava isso tudo).

Fiquei muito tempo sozinho, depois é que entrou um outro sócio. Aí foi outra história.

Em 1980, quando o Zivaldo lançou *O menino maluquinho*, a minha família tinha supermercado em Belo Horizonte. A gente começou a vender livro lá. A gente vendeu muito *Menino maluquinho*. Como eu já estava interessado em cinema, já tinha produzido uns curtas... (De 72 a 80 a gente tinha produzido uns 10 curtas em Belo Horizonte). A gente começou a pensar...

Aí teve um Polo de Cinema – Governo de Minas e Embrafilme - em 80, 81, mais ou menos. A gente fez um filme, chamado *A dança dos bonecos*, em 84. Ele foi de 82,

demoramos de 2 a 3 anos pra fazer esse filme.

Quando a gente acabou *A dança dos bonecos*, eu já queria fazer outro filme infantil. Aí, essa história do *Menino maluquinho* começou a explodir, fazer sucesso, tudo mais... Eu sou amigo do Ziraldo, conheço o Ziraldo há anos – aliás, fiz um curta sobre o Ziraldo em 74. O único filme que eu dirigi chama *Ziraldo*. Aí a gente propôs o *Menino maluquinho* pro Ratton. O Ratton nem era mais sócio, era uma escolha minha. De forma errada, dizem que foi o Ziraldo quem o escolheu. Por questão ética, ele era do Grupo Novo, ele saiu, mas eu mantive ele como diretor no filme. Esse filme era o último da Embrafilme. Em março de 90, o Collor tomou posse e acabou com a Embrafilme. Naquela semana, a gente estava começando a produção. A gente estava em Belo Horizonte, com uma versão de roteiro da Alcione Araújo. Acabou sendo bom a gente ter interrompido a produção. Só retomamos no governo Itamar Franco.

Eu fiquei batalhando, aí veio a Retomada, o filme foi um dos escolhidos da Retomada, a gente ganhou o edital. E a gente articulou com o Governo de Minas, Correios... Aí começou a volta do cinema brasileiro, né?

MO - Que edital foi esse?

TV - Foi o da Retomada. O saldo da Embrafilme foi para o Ministério da Cultura e o Ministério fez um edital com a Finep. Esse filme é um deles, de 40-45 filmes.

A gente ganhou o edital e começou a pensar no roteiro de novo. Aí o Ziraldo trabalhou com o roteiro, a Maria Gessy e o Ratton...

MO - Nessa época o Grupo Novo ainda estava em Belo Horizonte?

TV - Ainda estava em Belo Horizonte. Ainda está, a gente tem uma filial lá...

MO - Naquela época do cineclube, você estudava?

TV - Não, não estudei nada de cinema. O cineclube me tirou da escola. Ficava o dia inteiro trabalhando com a minha família, a gente era dono de uma pequena rede de supermercado. E quando eu não estava no supermercado, estava no cineclube, tentando esses curtas, produzindo... Tinha 18 anos, 19 anos... E bebia toda noite, encontrava as pessoas... aquelas coisas de adolescente. Essa parte do início do cineclube foi muito bom, a gente via muito filme, discutia Nouvelle Vague, Cinema Novo... Tinha uma efervescência.

MO - Quando vocês montaram o Grupo Novo, quais eram as ideias principais?

TV - Era fazer filme em Minas Gerais. A gente tinha vários amigos... Na verdade, a gente só começou a fazer longa-metragem no início dos anos 80, o *Idolatrada*, que é meu primeiro longa. É um dos primeiros filmes do Polo Embrafilme - Governo de Minas. Houve 3 ou 4 filmes nessa época. Isso graças ao Roberto Farias, que inventou os polos. Houve a tentativa de Polo em São Paulo, foram feitas algumas tentativas no Nordeste, no Sul... Uma tentativa da Embrafilme de descentralizar a produção. Isso quando a gente fez o *Idolatrada* e *A dança do Bonecos*, que é da mesma época. Depois a gente veio fazer coprodução com a Embrafilme direto aqui no Rio. Eu fiz o *100% brasileiro*, do José Setti, que foi direto com a Embrafilme. Fizemos um filme no Ceará que é o *Tigipió*, do Pedro de Castro. Depois a gente fez *Noites do Sertão*, do Prates Correia, também foi direto com a Embrafilme. Aí a gente começou a produzir direto com a Embrafilme, sem o Polo. O Polo acabou, com exceção de 2 filmes ou 3.

Aí a gente teve um filme aprovado na Embrafilme, com o Ratton, lá no Polo, e a gente acabou não fazendo, porque era um filme de ET e tal... A gente achou que não ia dar certo, porque apareceu o ET do Spielberg. Todo mundo ia achar que era o ET de Minas... Então a gente desistiu desse filme, aí a gente aprontou o *Menino maluquinho*, ganhamos. Eles aceitaram trocar, Ziraldo estava fazendo sucesso... Na hora de filmar com o Polo, acabou a Embrafilme.

Ficamos parados. Eu fiquei tentando, já estava morando no Rio em 84 e ganhamos o edital da Retomada em 92-93.

TV – E nesse tempo a gente tentou uma série para a televisão que não deu certo.

MO - Com a Globo?

TV - É, com a Globo, primeiro foi uma produção independente com a *Radical Chic*. A gente fez um piloto, não deu certo e a gente desistiu disso. Ficamos tentando achar uma forma de sobreviver... Fizemos umas mostras de filmes...

MO – Tentaram publicidade?

TV - Publicidade não. A gente fez publicidade em Minas de 78 a 82, mais ou menos. Foi antes d'A dança dos bonecos. Depois d'A dança dos bonecos a gente parou de fazer

publicidade.

MO - E vocês tinham algum posicionamento claro sobre essa questão de cinema de autor, cinema popular...?

TV - Não, não, a gente não tinha muito essa questão. Por exemplo o Zezinho Sette tinha uma questão autoral dele. Ele fazia os filmes sem muita interferência nossa. Ele não aceitava muita opinião. Fazia o filme dele lá, entendeu? Ele fez um filme, fez vários curtas. O 100% Brasileiro é um filme autoral, né? Você conhece o filme. Você vê que é um filme autoral. Mas... Eu acho que a gente fazia também uma coisa comercial, o cinema do momento, né? Por exemplo, A dança dos bonecos, o Menino maluquinho, é um filme de mercado. Mas ele tem pouco de autoral, de cada um né? Não tem isso: vamos fazer filmes comerciais. Não tinha essa ...

MO - E por que fazer filme infantil? E por que duas vezes?

TV - Porque como deu certo o primeiro, a gente achou que ia dar certo... Naquela época tinha a explosão dos Trapalhões. Só tinha Trapalhões, né? Você pega de 1970 até 1980 e pouco, no cinema para público infantil só tinha Trapalhões. A Xuxa veio depois um pouquinho.

MO - Tinha o Tio Maneco...

TV - É, mas o Tio Maneco já é 80 e pouco, quase 85, né? Só tinha Trapalhões, e você tinha Mazzaropi que era para todos os públicos. Não tinha outra coisa. Tinha o *Saci* do Nanni, tinha assim uma coisa esporádica... Aí a gente falou: deu certo *A dança*, vamos fazer um filme infantil. Como eu tinha acesso ao Ziraldo e vi que o livro vendia muito, falei: vamos fazer um filme infantil. A Embrafilme queria também, o mercado queria. A gente tinha que fazer um filme de qualidade para o público infantil. A minha ideia era essa: um filme de qualidade. Não era um contraponto aos Trapalhões. Até assisti a todos os Trapalhões, fiquei amigo do Paulinho. Não tinha essa... A gente queria fazer filmes bons, de qualidade. A minha proposta era fazer filmes de qualidade em Minas Gerais. Era isso que a gente queria fazer. E fazer cinema em Minas Gerais, a gente não queria sair de Belo Horizonte. Em certo momento a gente teve que sair porque o cinema é no Rio de Janeiro. Me desculpem os paulistas, mas o cinema é no Rio de Janeiro, não tem a menor dúvida. A capital do cinema brasileiro é o Rio.

Faz-se cinema no Rio Grande do Sul, faz-se cinema em Minas, faz-se cinema em São Paulo, em Brasília, no Ceará, mas o cinema... Então a gente veio pra cá porque os laboratórios estão aqui, os fornecedores, a política do cinema brasileiro é feita no Rio.

MO - MO – E a cinematografia de Hollywood para a infância, também pesava um pouco na ideia de fazer um filme infantil?

TV - Não, a gente não pensava nessa coisa de Hollywood, de contraponto. A gente não ia conseguir fazer Disney. Imagina, 1980? Não ia fazer Disney no Brasil. Agora eu vou fazer. Agora eu posso fazer um Disney. Com a tecnologia digital eu posso competir. Vou fazer o Pererê do Ziraldo em animação, eu até posso competir. Mas em 1980... Eu até tive uma ideia, essa do Pererê é de 1980. Mas a gente não tinha condições técnicas ainda. Hoje tem. Se eu quiser fazer 3D, tem. Basta ter dinheiro.

MO – É curioso que na mesma época que o Menino maluquinho foi lançado teve alguns filmes de meninos travessos, como *Dennis, o Pimentinha, O pestinha...*

TV – Foi coincidência do momento. O Maluquinho foi a terceira renda da Retomada naquele ano. *Carlota, O quatrilho* e o *Maluquinho*. Inclusive a gente ganhou do Pocahontas no lançamento no Rio. Essa é minha glória, eu bati a Disney no Rio de Janeiro com o Pocahontas.

MO - E a equipe do 1, como foi montada?

TV - Eu era o produtor, o Helvécio ficava em Belo Horizonte. A gente armou, escolheu o fotógrafo, o Tadeu, que já tinha feito filme com a gente, documentário e comerciais. Ele tinha comprado uma câmera BL novinha que foi estrear no filme. De cenografia, como tínhamos relações aqui no Rio, recebemos indicações e chamamos algumas pessoas. Contratamos muita gente de Belo Horizonte também. Teve a Ana Chaves aqui no Rio e o chefe de equipe do Rio, e as pessoas que chamamos em Belo Horizonte. Porque a gente queria fortalecer o cinema de Minas.

MO - Tem uma escolha bem interessante da trilha sonora também, como é que foi?

TV - A trilha sonora foi o seguinte: o Antonio Pinto, não tinha jeito, né? Para música tema, a gente queria uma música de Minas. O Milton Nascimento foi fácil. O Rattón e eu,

como a gente era amigo de todo mundo, o Fernando Brandt veio e fez a letra, o outro fez a música. Aí, uma ideia minha: chamamos a Rita Lee para cantar a música também, estava meio no auge. Até meu filho de 7 anos que falou, ele adorava *Banho de Espuma* - é da mesma época, né? Fui chamar a Rita Lee pra cantar. E deu certo. Você sabe que eles nunca se encontraram no estúdio? Gravamos separado, aí a gente mixou tudo. Mas a Rita Lee foi ótima. E o Milton chamou também o grupinho dele, o Coro Curumim. Aí teve a música *O tempo do menino*, com a Paula Morelembaum, que é muito ligada ao Ziraldo.

MO - E a relação com o Ziraldo, como era? Ele interferia, era parceiro?

TV - O Ziraldo é muito meu amigo, meu amigo pessoal. Ele custou a entrar no filme. Achava que não dava filme. Ninguém acreditava, o Ratton não acreditava. Só eu acreditava que isso ia dar filme. Aí um dia, quando todas as pontas do filme começaram a acontecer, o Ziraldo entrou. Começou a dar palpite. E ele aceita muito os nossos palpites também, ele tem o maior respeito por todas as pessoas que trabalham no filme. É fácil convencer ele. Só teve um problema, ele não gosta de pé palito. Tinha uma mesa com doze pés palitos. Não sei o que aconteceu com ele, por que ele não gosta... Pé palito é da década de 50, né? “Ah, quero isso não!” E também a cor do amarelo, o amarelo Ziraldo. Esse amarelo é um negócio, problema com ele. O resto foi perfeito. Ele até hoje chora com o filme, acha o máximo. Dá muito palpite, adora. Eu tenho uma relação muito boa com ele. Vou fazer o terceiro com ele! A questão do Ziraldo nunca foi complicada. Sempre apoiou a gente, ajudou na produção.

MO - E qual foi a seu acordo com o Ziraldo para poder trazer o Maluquinho para o cinema?

TV - Eu comprei os direitos do livro pra fazer o filme. Foi um contrato de cessão de direitos do livro para fazer o filme. Eu não participei das coisas que aconteceram. Teve um comercial da Doriana, se não me engano, usando o próprio Samuel. Teve uma promoção *Menino maluquinho* com Doriana...

MO - E aí já não teve nada a ver com a produtora?

TV - Não. A gente só cedeu. Quem ganhou foi o Ziraldo. A gente tinha um acordo que não ia ganhar nada.

MO - Teve um CD musical também, não?

TV - A gente fez um CD, *A festa do Menino Maluquinho*. O Antônio chamou vários amigos, cantores, intérpretes, compositores e fizemos um CD.

MO - E quem estava envolvido?

TV - A produtora, o Antônio e o Ziraldo.

MO - E foi uma experiência boa? Fizeram outras coisas?

TV - Não, a gente só fez CD. Foi a única coisa em que a gente participou depois do filme. O Ziraldo deve ter feito outras coisas das quais eu não participei. Aí virou uma franquia, né. Milhares de livros vendidos...

MO - E o CD foi bem?

TV - Não. Não teve muito dinheiro para lançar, sabe. Não teve uma campanha. A gente até tentou fazer umas coisas.

MO - Eu cheguei a ver o Antônio cantando com a Patrícia Marx uma música no *Xou da Xuxa*.

TV - É, eles foram para vários programas de televisão. O Antonio estava começando, né? Agora ele faz trilha sonora para Los Angeles, de 3 a 4 trilhas sonoras por ano. Ele fica mais em Los Angeles que em São Paulo.

MO - E a distribuição do *Maluquinho 1*, como foi?

TV - A distribuição foi com a RioFilme, a gente deu em distribuição. Eles entraram com a campanha, e como deu 300 e poucos mil espectadores, ele se pagou. Pagou o lançamento.

MO - É diferente lançar um filme infantil de um não-infantil?

TV - É e não é. Hoje em dia não existe mais semana da criança, férias... Por exemplo, o cara da Sony, o Rodrigo [Saturnino Braga], acha que pode lançar filme infantil em qualquer época... A Disney está lançando agora fora das férias. Então houve uma evolução do mercado, não é mais aquele. Hoje, você lança num multiplex na sessão de duas horas, três e quatro e

depois põe um filme adulto à noite. Então houve uma mudança na forma de lançar. Naquela época, lançamos nas férias, em julho, e a gente lançou com 37 cópias, se não me engano. E fez mais de 300 mil espectadores. Foi bom. Ainda mais naquela época, depois de 4 anos sem filme brasileiro, não tinha Trapalhões, não tinha nada, a gente estava competindo só com Disney. Fomos bem.

MO - Era uma época muito difícil mesmo de conseguir público para o cinema brasileiro.

TV - Era a volta do cinema brasileiro. A gente fez uma coisa direitinho. Teve milhares de matérias.

MO - Então foi mais um trabalho de assessoria de imprensa forte.

TV - Teve publicidade. A gente teve muita coisa, fizemos várias ações. Muita televisão, anúncio, teve muito trailer em cinema – naquela época era mais fácil. E como estava voltando o cinema brasileiro, a RioFilme estava forte na época, estava lançando vários filmes, então a gente conseguiu boas marcações. O problema, na época (ainda é), é ser bem programado. Não tinha esses multiplex todos. A gente acabou conseguindo bons cinemas. Fizemos uma boa relação com o Severiano Ribeiro, ele lançou bem. Ele chegou a ligar para mim, o Luiz, que nunca ligou, para oferecer salas de cinema. Tudo bem que ele queria o vídeo, eles estavam começando a se associar com a Europa Filmes. Mas ele ligar oferecendo sala pra mim! Isso é uma raridade, eu posso colocar isso no meu currículo! Porque ele queria um filme para o vídeo. “Tudo bem, não precisa oferecer não, mas eu vou te dar.” “Ah, você manda fazer mais duas cópias que eu te dou mais duas salas!”. Achei ótimo isso. Aí depois a gente fechou o vídeo com a Europa Filmes. Vendeu bem.

MO - E sessão escolar?

TV - A gente fez o tempo inteiro. Nesses anos todos depois do lançamento comercial, ficou passando por aí... A gente fez várias coisas. Fez sessões, pediram de graça. Tinha aquele programa da Ruth Cardoso. Ela tinha um programa social, pediu 3 mil fitas para distribuir para as escolas no programa dela. Teve várias coisas assim, uma ação social grande. Sempre acontecia alguma coisa. Passou na televisão. Foi o primeiro filme brasileiro em VHS vendido nas Lojas Americanas. Eu que vendi 30 mil fitas. Fui lá, peguei um táxi e fiquei esperando

nas Lojas Americanas ser atendido. O cara da Europa Filmes nem acreditou. “Pega assinatura, pega assinatura do pedido!” (risos).

MO - Foi super bem em VHS, né?

TV - É, saiu até nos jornais. “O primeiro filme brasileiro em *sell through* nas Americanas”. E era engraçado que sábado eu ia nas Lojas Americanas pra ver como estava exposto. Cheguei lá, em Copabacabana, a moça da Disney estava colocando as fitas da Disney na frente do *Menino Maluquinho*. Chamei o gerente. Arrumei uma confusão... “Olha aqui, não vai fazer isso, não! Quem mandou você fazer isso?” Arrumei uma confusão... o gerente me apoiou.

José Sette: É o jabá.

TV - É o jabá. Anos depois, eu contei para o cara da Disney e ele disse: “Não, a gente não ensina isso, não”. Ele ficou todo assim assim, meio sem jeito, cara de pau. Anos depois eu fui conversar lá na Disney, contei essa história para o cara, ele ficou vermelhinho. Adorei contar essa história.

MO - E vocês pensaram, na hora de produzir e lançar, no público adulto também, juntamente com o infantil? Porque eles levam, né?

TV - É automático, né. Criança não vai sozinha. Eu, na época, estava pensando em qualidade. O que a gente pudesse colocar de qualidade, a gente colocou. Fotografia, a produção está na tela, efeitos que a gente conseguiu... Aquele relógio imenso que a gente fez. Aquilo deu um trabalho... Aquilo tudo era de aço inoxidável. Sorte que a gente ganhou tudo da Usiminas, a gente ganhou uma tonelada de aço inoxidável. A gente imaginava que estava fazendo um filme bom e que ia ter uma resposta – e que deu. Apesar de que o filme foi muito difícil de fazer, a gente investiu muito dinheiro emprestado. Peguei dinheiro do banco. Para fornecedor, fiquei devendo. Da minha parte da renda do filme, eu paguei a produção. Então zerou, a gente não ficou devendo nada do filme.

MO - Mas também não teve lucro, ou o lucro veio do VHS?

TV - Ajudou a pagar as contas, né? A gente captou menos, porque era o início, lei Sarney...

MO - Teve Rouanet?

TV - Não, na época não tinha Rouanet ainda. Era Sarney. E certificado do Audiovisual também. Era o início. Foi o início do Audiovisual.

MO - E para festivais vocês também mandaram o filme.

TV - A gente ganhou vários festivais.

MO - Vocês pensaram em mandar antes de estrear comercialmente?

TV - Não, os festivais iam aparecendo e a gente mandava. A gente não tinha essa estratégia. Hoje é que tem isso. O pessoal pensa, vou fazer esse filme e não vou lançar no Brasil ainda não, vou estrear em Cannes! Todo cineasta quer fazer um filme e lançar em Cannes! Vai pra Berlim, sei lá pra onde... Eles nem sabem se vai ser selecionado, mas já anunciam nos jornais, né? Brasileiro é tudo... maluco mesmo. O cara faz um filme... “Vou lançar em Cannes!” Como você sabe que vai lançar em Cannes? Se o cara pagar uma, duas sessões, paga mil euros cada sessão, você lança em Cannes. Passa no Mercado, né? Você tem 50 convites, dá para os amigos e pronto. “Lancei o filme em Cannes”.

Mas a gente foi inscrevendo e exibindo nos festivais.

MO - E a sequência, quando surgiu a ideia?

TV - Eu queria fazer o Dois, sempre quis. Mas eu não tinha dinheiro.

MO - Mas foi desde o começo?

TV - Não, desde que começou a dar certo, eu pensei em fazer o Dois. Claro! Basta você olhar o cinema americano, eles fazem o Dois; por que é que a gente não pode fazer o Dois, né? Aí esse meu amigo da Europa Filmes, o Wilson Feitosa, fomos ver uma locadora lá em Alphaville, a Blockbuster, ver se tinha o *Menino maluquinho*. Tinha uma estante lotada de *Menino maluquinho*, mas estavam todos alugados, só ficava a capinha. Todos alugados. Aí eu falei, “pô, a gente podia fazer o Dois”. E ele disse: “eu entro”. E entrou. Pelo artigo 3o., deu R\$300.000,00. Aí eu comecei a produção. Naquela época, o mercado de vídeo estava muito forte - 1995, 1996, estava explodindo no Brasil. Então ele tinha muito dinheiro para o artigo 3o. O artigo 3o. agora acabou praticamente, com a queda do DVD. Aí eu comecei com o

artigo 1o., Lei Rouanet... Vários investimentos. Montamos uma cesta e fizemos. A escolha do Fernando Meirelles, da Fabrizia... Foi acontecendo.

MO - Quem indicou Fernando Meirelles?

TV - É o seguinte, a Daniela Thomas ia dirigir junto com a Fabrizia. A Daniela ficou grávida e indicou o Fernando pra gente. O Fernando era, como se diz em São Paulo, diretor de cena. Ele não era diretor, era diretor de cena. Os paulistas chamam o diretor de comerciais de diretor de cena. Aí chamamos ele para dirigir com a Fabrizia. Aí a Fabrizia ficou grávida. Mas ela disse que queria continuar no filme. Aí ela ficou grávida no filme, junto com o Fernando.

MO - E o Zivaldo ficou entusiasmado desde o início do Dois?

TV - É, ele escreveu o filme. Ele que inventou essa história aí.

MO - Interessante que o Dois tem uma história bem diferente. O Dois é uma aventura.

TV - É, a gente queria uma aventura. Isso aí foi uma proposta minha. Quero fazer agora um filme de aventura.

MO - E por que aventura?

TV - Estava na onda essa coisa de aventura. Já tínhamos contado a história do personagem, que é igual ao livro, não muda nada. Se você pegar o livro e o filme, é aquilo ali. “Agora vou fazer uma aventura.” Eu é que dei o título: *Menino maluquinho 2 – a aventura*. E o Zivaldo foi na onda, fez uma história de aventura, essa do diabinho.

MO - A Fabrizia na época trabalhava com publicidade?

TV - Sim, fazia comerciais. Ela é mímica. Ela estudou em Nova Iorque com um mímico. Foi aluna do... Marcel Marseud, é isso? Ela foi aluna dele muitos anos.

MO - E a trilha sonora também muda bastante.

TV - Foi o Antônio com o amigo dele, o Beto Villares.

MO - Tem uma pegada mais pop, roque. Entra o Herbert Viana, Pato Fu.

TV - O Pato Fu eu queria... Não, o Skank é que eu queria que fizesse a trilha sonora. Eles foram na minha casa, mas eles estavam com show, não deu pra fazer a trilha sonora. Tem muita coisa que eu esqueci desse filme, sabia?

MO - E o primeiro filme teve uma pegada mais MPB, o segundo mais pop-roque.

TV - A gente não tinha essa história de ser mais MPB... Por que o Milton? Porque era Minas Gerais. E a gente tinha acesso ao Milton, éramos amigos, dávamo-nos bem. A Rita Lee porque foi o momento. Acho interessante casar assim – Milton e Rita. São dois extremos, cantar a música-tema, seria muito bom, né?

Agora o *Maluquinho 2*, eu estava muito envolvido com a produção do filme... O Antônio decidiu junto com a Fabrizia.. Eles são mais paulistas, moram em São Paulo.

MO - E tem uma diferença muito grande de orçamento para o *Maluquinho 2*. Quais foram os orçamentos, você lembra?

TV - Mais ou menos R\$ 1,4 milhão do *Maluquinho 1* e R\$ 3,6 milhões do *Maluquinho 2*.

MO - O Dois, apesar de ter um orçamento bem maior, foi mais fácil de captar?

TV - Mais ou menos.

MO - Mas você já tinha o histórico do 1, que teve um bom resultado.

TV - Mas isso não ajuda muito não, sabia? No Brasil, todo dia você está começando com cinema. Nenhuma produtora consegue – opinião minha, pessoal. A mesma dificuldade que eu tenho, a Conspiração tem. Em níveis diferentes, mas tem.

A gente entrou em alguns editais, teve o importante aporte da Europa Filmes. Foi difícil. É um filme de qualidade maior em relação ao primeiro. Mais longo de produção, tem mais efeitos. Cinema digital, que estava começando no Brasil. Era tecnologia nova pra gente. A caverna foi muito complicada de fazer. Ficamos um mês fazendo aquilo.

MO - É tudo estúdio?

TV - Tudo. Era muito difícil encontrar aquele escorregador.

MO - Foi em Minas também que vocês gravaram?

TV - Não, a caverna foi em São Paulo, perto de Campinas, um galpão que a gente alugou lá. Era mais fácil, boa parte da equipe era de lá. A fazenda foi toda em Minas. Já o 1 foi tudo em Belo Horizonte e Tiradentes.

MO - E vocês contrataram um fotógrafo americano, né? Tony Mitchell. Como foi?

TV - O Fernando já tinha trabalhado com ele. Na época, a gente não tinha fotógrafo disponível aqui, não tinha o que a gente queria. E como o Fernando já tinha trabalhado com ele, a gente aceitou. Eu queria um fotógrafo de primeira linha, estavam todos ocupados. Foi bom.

MO - E há um grande investimento na cenografia.

TV - Em tudo. Tudo que a gente captou a gente colocou na tela. Os efeitos ficaram bons.

MO - E a distribuição do Dois, como foi?

TV - Eu achei problemática. Foi o seguinte: o consórcio Europa. Teve um problema: nunca o Severiano Ribeiro tinha fechado sala de cinema. Aquilo foi final da Copa do Mundo, o Brasil já era tri. Já teve poucas sessões, pouco público por causa da disputa de terceiro lugar no sábado. E a final no domingo. Em 100 anos, o Severiano nunca tinha fechado sala de cinema, mas no domingo fechou. E o que aconteceu? Na 3a fa, a renda média foi lá embaixo. Aí ele capou. O Severiano Ribeiro estava de férias, a gente não conseguiu falar com ele. O Consórcio Europa estava se dissolvendo. O Bruno Wainer estava saindo do Consórcio. A gente ficou sem interlocutor e ele cortou as sessões todas. Aí deu 200 e poucos mil espectadores.

MO - O Bruno lançou o Dois. O 1 foi ele também?

TV - Não, foi a RioFilme sozinha. O Paulinho da Filme B.

MO - A RioFilme codistribuiu. Como funcionou?

TV - Funciona o seguinte: Quem faz a distribuição mesmo é quem paga a conta. A RioFilme deve ter ficado com 10%, e o Consórcio com 15%. Mas quem pagou a

comercialização foi ... eu paguei um pouco da comercialização porque eu consegui um dinheiro. É 25% que eles dividem. Ou fica 12,5% pra cada um.

MO - E qual é a vantagem dessa codistribuição para o filme, o produtor?

TV - Fica mais forte. Se o Consórcio tinha dinheiro no filme, eles já tinham os direitos do vídeo, e eles eram o Consórcio Severiano, né?

MO - E porque trazer a RioFilme de novo?

TV - Porque a RioFilme fazia a prestação de contas. Eles deram mais um dinheiro pra comercialização. Ela pagou as cópias, se não me engano. 100 cópias. Ou fui eu. Não lembro mais.

MO - E em VHS, foi?

TV - Um pouquinho menos, porque já estava caindo, né.

MO - Normalmente em Hollywood também é assim, o segundo não vai tão bem quanto o primeiro.

TV - Às vezes, vai. Mas eu acho o seguinte. Eu acho que o grande erro foi ter lançado o filme em julho. Eu também tinha que lançar pra cumprir alguns contratos, mas o grande erro foi que a gente não devia ter lançado em julho, podia ter guardado.

MO - A publicidade foi maior também? Com televisão?

TV - Foi, a gente tinha tudo isso. Ele foi lançado com 100 cópias, 3 vezes mais que o primeiro.

MO - E também foi pra festival?

TV - Poucos, mas foi. Não lembro bem, mas ganhou alguns prêmios aí.

MO - Os dois filmes também foram transmitidos na televisão...

TV - Passaram os dois na Globo.

MO - E no Dois vocês já não fizeram um CD de trilha sonora?

TV - Na verdade aquele CD, a *Festa do menino maluquinho*, é um misto, não é só a trilha sonora do filme, teve outras músicas também.

MO - Teve outras novas, nem tem todas as músicas que há no filme.

TV - É, a gente convidou. Vendemos uma ideia, a *Festa do menino maluquinho*.

MO - E os filmes continuam... Na mostra de Florianópolis eu vi que foi exibido.

TV - Eu cedi.

MO - E os DVDs especiais....

TV - Qual, da caixinha de papelão? É, só tem isso, né.

MO - Um dos pontos do meu trabalho é pensar a contribuição do produtor. Muitas vezes nos estudos de cinema esse trabalho é esquecido. Eu vejo que no cinema infantil no geral o produtor é muito importante. Não só o Diller, tem o Rovai com o *Tainá*... Nas obras do *Menino maluquinho*, quais você considera suas principais contribuições?

TV - Com a qualidade dos filmes que eu fiz. Eu investi muito em qualidade. Eu sou muito cuidadoso. Por exemplo, a gente refez algumas coisas que não estavam boas. Tem que oferecer um produto de qualidade para as crianças como um todo. O cara vai pagar 17 reais pra assistir um filme, tem que ter qualidade. Eu sou muito cuidadoso nisso. Os atores, a produção, a escolha dos projetos. *O menino maluquinho* é um filme de produtor, não é de diretor. É um filme que eu pensei, eu batalhei, fiquei anos arrumando dinheiro para o filme, pensando no filme. O Dois também. O Dois, não, tem o Zivaldo que ficou tomando conta certo momento. Mas é um filme também pensado por nós aqui, por mim. Os dois eu considero um filme de produtor. Ninguém acreditava. Tem o texto, faz o texto... Inventa aí... Faz o roteiro. Se não fica bom, arruma outro. A primeira versão o Zivaldo não gostou, o da Alcione Araújo. Não aproveitamos quase nada. Depois fizemos tudo de novo. Eu acho que a minha contribuição pra esses filmes foi dar a condição de ser feito. Não pensava em fazer mais ou menos, entendeu. A caverna, por exemplo. Aquela caverna custou 300 mil reais. Na época – hoje ainda - é muito dinheiro. E depois jogou tudo fora, era tudo de polietileno injetado, tudo cenográfico. Muito trabalho deu aquela caverna. Os fogos, também, é digital. Muito trabalho para fazer aqueles efeitos. Um filme muito picadinho, né?

MO - Teve refilmagem nos dois filmes?

TV - Não, no 1 a gente tirou coisas fora. Teve uma sequência final que a gente pensou, teve que fazer outro final. Igual do livro. A gente punha ele adulto, ia ficar péssimo. Chegamos a filmar, mas não usamos. Aí fizemos esse efeito do livro. Os efeitos mecânicos, do pulo. Analógico; não é digital, não. A gente não tinha condições pra fazer aquilo digital naquela época.

MO - Os Trapalhões e a Xuxa não lançavam há alguns anos quando o primeiro filme foi lançado.

TV - É, pode ser, porque foi naquela época da mudança do Collor para o Itamar.

MO - Você acha que isso contribuiu de alguma forma?

TV - Não.

MO - Ou você acha que os públicos são muito diferentes?

TV - Não. O público não é diferente dos *Trapalhões* para o *Menino maluquinho*. Os Trapalhões estão no mercado há 40 anos. A gente estava aí com o primeiro filme, na cola do Ziraldo, da venda de 1 milhão de exemplares. O Ziraldo estava fazendo livros infantis, tinha pouco tempo. Pouco tempo não, que o Maluquinho é de 1980, né?

MO - Quem você acha que é o público do Menino Maluquinho?

TV - Eu acho que é o público do Ziraldo mais alguma coisa. O público é o infantil que vai ao cinema. Das férias. As crianças vão: se o filme é de qualidade, se a mídia apoia, se tiver uma boa divulgação, bons atores, se tiver um bolo bem feito, as crianças vão. Os pais levam. Porque os pais de hoje são diferentes dos da década de 90. Houve uma evolução na questão dos pais. Os pais hoje são mais presentes e preocupados que os nossos pais.

MO - Eu percebo que a questão do filme para família em Hollywood é algo central para eles hoje. Foi crescendo, desde o final da década de 1970, década de 1980 até hoje.

TV - Foi crescendo. A presença da família na escolha é muito importante. As crianças estão mais independentes, mas não vão sozinhas ao cinema não.

MO - Você parece estabelecer alguns parâmetros para a qualidade do filme. Você costuma interferir em alguma questão pontual de roteiro, de arte?

TV - Não.

MO - Atores, por exemplo?

TV - Alguns atores foram escolhas minhas, sim. Minha indicação. O que acontece é que em certo momento você vai escolher o ator. Você vai conversar com o diretor, o Ziraldo participa, a produção vem com nomes, possibilidade, as datas em que vamos filmar. Não adianta eu chamar agora um ator para a voz do Pererê. E se depois ele estiver fazendo novela? Mas essas são escolhas que dependem. Se o ator está disponível, se o diretor quer, se o ator quer, se o produtor quer. É um bolo, né. Uma construção. Cinema é uma construção. Você tem uma ideia, vai construindo um filme. Todo dia você coloca um tijolo. Eu tenho essa ideia, todo dia eu tenho que fazer, por exemplo, alguma coisa pelo *Menino maluquinho*. Hoje eu fiz duas coisas pelo Pererê. Marquei duas reuniões em Belo Horizonte.

MO - A animação você está pensando no público infantil ou no adulto também?

TV - No público geral. Porque é um clássico - o Pererê fez 50 anos. Quem leu o Pererê nos anos 1960 vai querer levar os filhos. E os filhos agora... Eu tenho de transformar isso numa franquia. Tenho de voltar com o Pererê. Estou restaurando as revistas todas. Estou com o projeto de restaurar as 43 revistas.

MO - Você vai restaurar e disponibilizar digitalmente, vai colocar em banca?

TV - Vou fazer uma caixinha com cinco volumes. Talvez vá ter no iPad e tal...

MO - Livraria...

TV - É. Vou doar 2.000 coleções para bibliotecas. E não tem. Eu sou colecionador de quadrinhos; sábado estava conversando com uns colecionadores, o que eles têm está muito ruim. O próprio Ziraldo não tem uma coleção boa. Parece que fez sucesso na época, 100 mil exemplares nos anos 60 era uma boa venda. E tem poucas coleções no Brasil completas. Mas eu quero transformar o Pererê numa grife. Numa franquia. Vou fazer um monte de coisa. É a ideia. Eu não pude fazer isso com o Maluquinho, mas posso fazer com o Pererê.

MO - Por que não deu para fazer com o Maluquinho?

TV - Era um outro momento. Redes sociais, sites, não tinha nada disso em 92, 94. Estava tudo começando. Hoje não. Estou fazendo um site fantástico. Jogos. Já estou fazendo uma série para celular. Vai ficar pronto no final do ano. 18 historinhas de 3 minutos.

MO - O Maluquinho se passa na década de 60. Isso dificulta a produção, o merchandising, não?

TV - A gente fez pouca merchandising, você viu, né? A gente tinha essa possibilidade de fazer em Belo Horizonte um filme de época, aquela rua existia... Não queríamos fazer um filme de apartamento. O primeiro tratamento tinha apartamento. Depois a gente resolveu fazer em casa. Também foi um achado aquela rua. A gente só teve a intervenção de pintar. Em Belo Horizonte dava para fazer aquele filme da década de 60.

Mas aí no Dois a gente teve que sair da cidade, né? E teve uns achados, aquele aviãozinho.

Aquele aviãozinho a produção descobriu. A gente arriscou muito quando fez o Menino naquele avião. Muito doido aquele avião, colocar aqueles meninos todos ali.

O meu sócio da produtora da década de 70 tem um neto. O neto dele já estragou 3 DVDs do Maluquinho. Ele fura. Ele vê duas vezes por dia.

MO - Não atrapalhou o fato de ser de época? Nem a comercialização, nada?

TV - Ninguém reclamou. A gente não pensou nisso. Só você, 20 anos depois.

MO - E qual a diferença entre produzir filmes infantis e adultos? Você acha que tem dificuldades a mais?

TV - Não. A dificuldade é toda de fazer filme no Brasil. Agora essa coisa de dificuldade de fazer cinema do Brasil. A Ancine tem 1250 projetos ativos, acabaram de falar outro dia. Toda atividade tem sua dificuldade. A dificuldade é igual.

MO - E a questão de meia entrada, horário de exibição?

TV - É, isso é um problema. As carteiras falsificadas, a pirataria. Isso é um absurdo. A pirataria é uma questão complexa.

MO - Visibilidade na imprensa, patrocinadores, você sente alguma diferença?

TV - Depende, você tem de focar, né? O cara que está interessado em esporte não vai querer investir em cultura. Depende do patrocinador, qual o foco da empresa. Uma empresa que fabrica cerveja não vai patrocinar o *Menino maluquinho*. O Código da Infância e da Juventude não vai permitir, começa por aí. Então tem de ir no lugar certo. Tem empresa que procura filme infantil. “Que filme infantil você tem aí? Que filme você tem que não vai dar problema com o nosso conselho de administração?” A velhinha, a mãe do diretor viu o filme. Tem mulher pelada e tal, fala palavrão... E ela vai reclamar que a empresa investiu. Existe isso. A gente não fala, mas existe. Depende de onde você vai.

O público, o grande problema é... Quando você chega na comercialização, tem grandes questões históricas, eu acho. Tem a questão da divisão da renda. O produtor paga tudo. Paga a comercialização inteira, o exibidor não paga nada. Com o filme, ele ganha 22% da renda, ele vende pipoca... Ele tem um negócio que vende ingresso e pipoca. Eu não participo da venda de pipoca dele, mas eu levo meu filme lá. Ainda pago anúncio para ele. Pago tudo. Toda campanha publicitária, o distribuidor me adianta, mas me retém prioritário. E o risco que eu tenho. Lógico, tem o risco do negócio. Tem a pirataria. O controle do mercado, a Ancine está controlando. Teoricamente, a gente acha que está tudo certo. Teoricamente. Eu não posso afirmar isso. O controle do mercado hoje é muito melhor que há dez anos atrás, pela informatização, pelo próprio controle da Ancine do mercado. Isso já é um ganho para o produtor.

MO - As ações de marketing que você mencionou para o lançamento do filme, você se lembra das mais importantes?

TV - Teve sessões de pré-estreia, sessão pra criança, teve sessão pipoca com o pessoal do Rio. Foi sábado de manhã, às 10h, no Estação Cinema 1. No Estação da rua Voluntários da Pátria. A fila dava voltas no quarteirão. A segurança do governo não deixou todas as crianças entrarem, ficarem de pé, teve algumas que começaram a chorar. Os bombeiros não deixaram. Teve promoções na sala de cinema. Ações normais, nada especial. No *Dois*, fizemos pré-estreias, brindes, promoções na rádio para dar ingresso.

MO – E essas ações promocionais com brindes, rádio, ajudam a conquistar público?

TV - A gente faz, mas não ajuda muito não. [...]