

Como se fabrica um rei

Capítulo	6 — As aventuras da Jovem Guarda
Ano sugerido	1ª série do Ensino Médio
Disciplina	História
Em parceria com	Arte, Língua Portuguesa
Tempo sugerido	2 aulas de 50 minutos

Professor(a): _____ Turma: _____ Data: ____ / ____ / ____

TEMA GERAL

O programa de 1965 montado por uma agência de publicidade, e a invenção do jovem como segmento de mercado.

Problema norteador: *A juventude descobriu a própria música, ou alguém a vendeu para ela?*

HABILIDADES

- **EM13CHS303** Debater e avaliar o papel da indústria cultural e das culturas de massa no estímulo ao consumismo, seus impactos econômicos e socioambientais, com vistas a uma percepção crítica das necessidades criadas pelo consumo.
- **EM13LGG102** Analisar visões de mundo, conflitos de interesse, preconceitos e ideologias presentes nos discursos veiculados nas diferentes mídias como forma de ampliar suas possibilidades de explicação e interpretação crítica da realidade.

No ENEM: Matriz de Referência do ENEM. Ciências Humanas e suas Tecnologias: H21 — Identificar o papel dos meios de comunicação na construção da vida social. Linguagens, Códigos e suas Tecnologias: H23 — Inferir em um texto quais são os objetivos de seu produtor e quem é seu público alvo, pela análise dos procedimentos argumentativos utilizados.

OBJETIVOS

- Analisar e relacionar a canção e os demais documentos da aula como fontes históricas, para responder à pergunta norteadora: A juventude descobriu a própria música, ou alguém a vendeu para ela?
- Compreender televisão brasileira nos anos 1960 e a disputa por audiência.
- Compreender publicidade, marketing e segmentação de público.
- Compreender a juventude como categoria de consumo inventada no pós-guerra.
- Avaliar o percurso da aula no produto final: em grupos, o lançamento completo de um artista fictício: nome, imagem, primeira canção descrita em palavras, plano de divulgação e público-alvo definido. Depois, cada grupo entrega o desmonte do próprio produto, apontando o que nele é cálculo e o que poderia ser verdadeiro.



É um dos casos mais bem documentados de produto cultural planejado antes de existir: agência contratada, apresentadores escolhidos também pela aparência, nome do artista principal circulando na imprensa semanas antes da estreia.

Isso permite ensinar indústria cultural com evidência, e não com definição — o aluno vê a engrenagem antes de ouvir o conceito.

Ao mesmo tempo, exige nuance: o programa fez enorme sucesso porque falava de coisas que aquele público realmente vivia. Produto fabricado e desejo verdadeiro não se excluem.

E toca no que o aluno faz hoje sem perceber, ao consumir artistas cuja imagem é construída com o mesmo método.

CONTEÚDOS ENVOLVIDOS

- Televisão brasileira nos anos 1960 e a disputa por audiência.
- Publicidade, marketing e segmentação de público.
- A juventude como categoria de consumo inventada no pós-guerra.
- Imagem pública, apelido e figurino como produtos.
- Linguagem: a fala jovem como recurso de identificação e de venda.

DESENVOLVIMENTO

1. Escuta sem contexto (10 min · escuta)

Duas ou três canções do movimento. Do que elas falam? Que idade tem quem canta, e que idade tem quem ouve?

2. Língua Portuguesa assume (10 min · leitura)

Que palavras aparecem, e a quem essa maneira de falar pertence.

3. A engrenagem (10 min · exposição)

Quem encomendou o programa, quem escolheu os apresentadores e com que critério, quando o nome do artista principal começou a circular.

4. A pergunta desconfortável (20 min · debate)

Se foi tudo planejado, o sucesso foi falso? A turma discute e o professor não fecha.

5. Arte assume (10 min · leitura)

Figurino, cenário e cartaz. O que aquela imagem prometia a quem assistia.

6. Um caso atual (15 min · pesquisa)

Lançamento planejado de artista, trazido pelos alunos, analisado com o mesmo roteiro.

7. O lançamento e o desmonte (25 min · produção artística)

Produção em grupo do artista fictício, seguida da crítica ao próprio produto.

MATERIAIS

Quero Que Vá Tudo Pro Inferno Roberto Carlos · Jovem Guarda · 1965 · Faixa 1 do LP Jovem Guarda, 1965 — o disco leva o nome do programa



O apresentador principal, no ano em que o programa estreou.

O Bom Eduardo Araújo · Nenhum lançamento disponível declara o ano da gravação original; a faixa aparece só em coletâneas da Jovem Guarda

Um sucesso do movimento fora do trio que apresentava o programa — mostra que o repertório era maior que os três nomes do palco.

Pare o Casamento Wanderléa · A Ternura de Wanderléa · 1965 · Faixa 8 do LP A Ternura de Wanderléa, 1965. Versão de Stop the Wedding

A terceira apresentadora — e uma versão de sucesso estrangeiro, que é como boa parte do repertório do programa era feita.

- video: Trechos do programa
- link: Material sobre a agência responsável e a escolha dos apresentadores
- link: Anúncios, revistas juvenis e produtos licenciados da época
- link: Um exemplo atual de lançamento planejado de artista

BIBLIOGRAFIA

BRUZADELLI, Victor Creti; SOUSA, Rainer Gonçalves. História da Música Popular Brasileira para Vestibulares e ENEM. 2. ed. Goiânia: Kelps, 2026.

AVALIAÇÃO E PRODUÇÃO DOS ALUNOS

Em grupos, o lançamento completo de um artista fictício: nome, imagem, primeira canção descrita em palavras, plano de divulgação e público-alvo definido. Depois, cada grupo entrega o desmonte do próprio produto, apontando o que nele é cálculo e o que poderia ser verdadeiro.

- Uso da canção como fonte, e não como ilustração: a afirmação histórica se apoia no que se ouve.
- Correção e datação do contexto histórico mobilizado.
- Domínio do ponto de vista escolhido e coerência da voz do texto do início ao fim.

