

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO
ORGANIZACIONAL**

AMANDA GABRIELLE ARAÚJO AMORIM DA SILVA

**GÊNERO E FORMATO:
O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS NA TELEVISÃO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**CURITIBA
2018**

AMANDA GABRIELLE ARAÚJO AMORIM DA SILVA

**GÊNERO E FORMATO:
O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS NA TELEVISÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso – Modalidade Monografia, do Curso Superior de Bacharelado em Comunicação Organizacional do Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação – DALIC – da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR – Campus Curitiba, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Organizacional.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Fernando de Lima.

**CURITIBA
2018**



TERMO DE APROVAÇÃO

GÊNERO E FORMATO:

O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS NA TELEVISÃO

por

AMANDA GABRIELLE ARAÚJO AMORIM DA SILVA

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado em 19 de junho de 2018 Como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Organizacional. A candidata foi argüida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados que, após deliberação, considerou o projeto APROVADO, desde que realizadas as sugestões e entregues até o dia 9 de julho de 2018

Prof. Dr. Marcelo Fernando de Lima
Orientador

Prof^a Dra. Anusckha Reichmann Lemos
Membro titular

Prof^a. Dra. Maurini de Souza
Membro titular

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela oportunidade de ingressar em uma universidade pública como sempre desejei e ter permitido que eu chegasse até essa etapa da graduação.

Agradeço ao meu orientador, Marcelo, por sempre acreditar em mim, mesmo quando eu cheguei a duvidar, apontar os melhores caminhos e fazer todas as pontuações pertinentes a este trabalho.

Agradeço aos meus pais por terem me apoiado e me ajudado a conciliar da melhor forma possível minhas atividades acadêmicas e profissionais.

Agradeço ao meu namorado, por ter sido paciente e apoiado todos os meus projetos, acadêmicos e de vida.

Agradeço às pessoas incríveis que conheci no curso de Comunicação Organizacional na UTFPR e durante o intercâmbio na Universidade do Algarve. E agradeço especialmente à minha amiga Liziane André, que me acompanhou nos melhores e mais desafiadores momentos da graduação.

RESUMO

Os meios de comunicação de massa atualmente competem com novas plataformas que oferecem conteúdo personalizados e sob demanda. Com o intuito de manter o interesse dos públicos, há um movimento de adaptação e reestruturação de parte dos gêneros e formatos televisivos. Para testar esses novos formatos, são combinadas características e elementos de gêneros já consolidados. “O mundo segundo os brasileiros” é uma série produzida para a TV, que apresenta diversos países do globo pelo olhar de brasileiros que vivem nesses territórios. O propósito desta monografia é analisar em que gênero e formato esse programa se encaixa dentro de uma nova vertente de produção de conteúdo para a televisão. O estudo será embasado a partir dos preceitos de Denis McQuail, Raymond Williams, Arlindo Machado e Bill Nichols.

Palavras-chave: Comunicação Audiovisual, Televisão, Formato, Gênero.

ABSTRACT

The mass media compete nowadays with new informational platforms, which offer on-demand content. In order to keep the audience's interests, there is a movement of adaptation and restructuration regarding genres and programs formats, and encouraging the testing of new formats, by combining features of genres already consecrated by the audience. "O mundo segundo os brasileiros" is a TV series, which presents many countries around the globe through the regard of Brazilian migrants who live in those places. The main goal of this work is to analyze to what genre and format this program fits in, having as reference a new trend of production and content for television. We use as theoretical reference authors such as Dennis McQuail, Raymond Williams, Arlindo Machado and Bill Nichols.

Keywords: Audiovisual Communication, Television, Format, Genre.

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A	42
ANEXO B	43
ANEXO C	44
ANEXO D	45
ANEXO E	46
ANEXO F	47

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 TELEVISÃO: UM MEIO DE COMUNICAÇÃO DE MASSAS	11
1.1 GÊNEROS E FORMATOS NA COMUNICAÇÃO TELEVISIVA.....	13
1.2 POR QUAIS CAMINHOS O TELEJORNALISMO TRAFEGA.....	17
1.3 POR QUAIS CAMINHOS O DOCUMENTÁRIO TRAFEGA.....	18
2 O QUE É O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS?	21
2.2 TÓQUIO (2012)	23
2.3 PARIS (2013).....	24
2.4 WASHINGTON (2015).....	25
3 ANÁLISE	27
3.1 TRAÇOS DE TELEJORNALISMO EM O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS.....	28
3.2 TRAÇOS DE DOCUMENTÁRIO EM O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS.....	30
3.3 LINHA EDITORIAL DO PROGRAMA	33
3.4 COMO CLASSIFICAR ESSE TIPO DE FORMATO.....	34
CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	39
ANEXOS	42

INTRODUÇÃO

Comunicar consiste em convocar objetos, relações sociais e ordens políticas. Toda teoria da comunicação vai estabelecer um composto de elementos por um momento indivisível: um modelo de troca funcional entre pessoas, um ponto de vista sobre suas relações de poder e cultura, uma visão de ordem política que os une.

O olhar lançado no último século sobre a comunicação deu ênfase principalmente aos meios de comunicação de massa por um efeito de novidade evidente, já que causaram uma radical mudança no cotidiano da maioria dos indivíduos a partir do final do século XIX. Existe outra razão para esse sucesso: os meios de comunicação de massa constituem o fato comunicacional mais original e determinante nas sociedades que se definem como democráticas.

A comunicação de massa se traduz na disseminação de informações por diversos meios: jornal, televisão, rádio, cinema, que juntos formam um sistema denominado “mídia”. A comunicação de massa se caracteriza, principalmente, por alcançar uma grande quantidade de receptores ao mesmo tempo, partindo de um único emissor. Quando a internet surge e vai se incorporando aos poucos à vida das pessoas comuns, essa lógica é, de certo modo, rompida. O universo virtual possibilita que uma quantidade ilimitada de emissores ganhe voz. Emissores que não detinham os meios para difundir informação ou produzir conteúdo pelos canais de comunicação tradicionais.

A cada vez que um novo meio de comunicação ganha popularidade, ele provoca, inevitavelmente, alguma mudança ou interferência nos meios de comunicação já consolidados. (SANTAELLA, 2011).

Não foi diferente com o meio de comunicação de massa que antecede a internet: a televisão. Apesar de manter muitas de suas características originais, há um esforço dos canais de televisão para se adaptarem à era da internet. Seja intensificando a interação com o espectador, estendendo seu conteúdo para web ou propondo novos formatos em sua programação. É uma maneira de manter a sua audiência, conquistar o interesse dos novos públicos e permanecer em constante contato com o universo digital.

O programa “O mundo segundo os brasileiros”, uma adaptação do original espanhol “Madrileños por el mundo”, explora esses novos formatos televisivos com outros tipos de narrativas e novos locutores. O escopo desta pesquisa está centrado

em analisar em que gênero e formato a atração se encaixa dentro de uma nova vertente da produção de conteúdo para a TV.

Com seis temporadas completas, a série, que estreou em 2011, apresenta países da África, Ásia, Oceania, Europa e Américas, através de narrativas de brasileiros que moram no exterior. Foi exibida na Rede Bandeirantes de Televisão e desenvolvida pela *Eyeworks*, uma produtora holandesa com sede em Amsterdã, pertencente ao grupo de comunicação *Warner Bros*.

O programa apresenta países estrangeiros através do olhar de personagens reais: brasileiros anônimos que moram no exterior. Seis ou sete pessoas conduzem cada programa, apresentando as cidades onde vivem a partir dos locais que frequentam e dos costumes e hábitos da comunidade em que estão inseridos. Cada programa mostra de uma a três cidades de um único país e tem em média 60 minutos de duração.

Esta monografia está dividida em três seções. O primeiro capítulo, em que é realizada uma revisão teórica, se concentra em apresentar ao leitor a televisão como meio de comunicação de massa, diferenciar seus gêneros e formatos e introduzir o conceito de hibridização de gêneros nessa mídia. Já o segundo capítulo apresenta a série “O mundo segundo os brasileiros”, explica a estrutura narrativa e as principais temáticas dos episódios selecionados. No capítulo final, é apresentada a análise do programa com base nos episódios estudados, que permite enquadrar seu conteúdo como pertencente a este ou aquele gênero e formato. Além disso, os objetivos que motivam a pesquisa serão retomados com o intuito de compreender melhor a transformação pela qual os gêneros televisivos têm passado ao longo dos últimos anos, tendo em vista um contexto de delimitação muito mais fluida de formatos.

1 TELEVISÃO: UM MEIO DE COMUNICAÇÃO DE MASSAS

Para o teórico Denis Mcquail (2000), as mídias de massa descrevem todos os meios que operam em grande escala e atingem quase que todos os membros da sociedade. Referem-se a veículos já estabelecidos como jornais, revistas, filmes, rádio, televisão e música gravada. Para ele, ainda que a divisão não seja muito bem limitada, as mídias de massa se diferenciam das novas mídias por um fator de personalização. As novas mídias conseguem oferecer conteúdos mais individualizados, diversificados e interativos.

Denis Mcquail define duas funções principais para as mídias de massa em relação à cultura: “constituem uma fonte básica de definições e imagens da realidade social e a expressão mais alargada da identidade comum” e também “são o maior foco de interesse do tempo de lazer, providenciando o ambiente cultural comum para a maior parte das pessoas, mais do que qualquer outra instituição”. (MCQUAIL, 2000, p.18).

A cultura de mídia é recente, surgiu quando a televisão ascendeu como força dominante na cultura, na socialização, na política e na vida social. Pós Segunda Guerra Mundial, a TV a cabo e a transmissão por satélite; o videocassete; os computadores pessoais aumentaram o poder da cultura da mídia, que é eminentemente comercial. É a forma dominante de cultura hoje, que tomou o lugar antes ocupado pelo o que era considerado como alta cultura e pela cultura popular.

A televisão nasceu como mídia gerada a partir de uma tecnologia eletrônica. Enquanto cinema, rádio e jornais eram gerados por tecnologias fotoquímica, eletromagnética e através da imprensa, respectivamente. Em 1964, Marshall McLuhan cunhou a máxima “o meio é a mensagem”. O intelectual se notabilizou como um dos maiores teóricos da comunicação da história e expressou de forma categórica a tendência, daquela época, em definir os meios de comunicação por suas especificidades tecnológicas.

Por outro lado, Raymond Williams, destacado pesquisador da Cultura de Massas, questionou, em 1975, esse pressuposto. Na visão de Williams, não é correto caracterizar os veículos de comunicação somente por meio do determinismo tecnológico, que confere importância exagerada aos suportes técnicos. Para o pensador, os veículos de comunicação evoluem e se modificam em um espectro mais amplo. Sem esquecer as questões técnicas, “é preciso relacionar e

acrescentar outras temas pertinentes e conjunturais como conceitos vigentes, modos de produção, economias, públicos específicos e práticas expressivas”.

Williams também procurou avaliar o impacto da televisão como importante meio de comunicação de massa dentro do contexto do consumo social geral, que marcou a segunda metade do século XX. Para ele, a televisão se tornou um empreendimento tecnológico, criado a partir da somatória de tecnologias dispersas (jornal, fotografia, rádio e cinema). O autor explica que por se originar a partir de sistemas de comunicação paralelos, a televisão, em sua concepção, já é um híbrido tecnológico. Cada tecnologia tinha um fim delimitado e específico: a imprensa fornecia informação política e econômica; a fotografia servia para registrar a vida das famílias e o cinema para despertar a curiosidade e entreter. A televisão fez convergir todas essas necessidades em um só veículo: um sistema complexo de formas especializadas, o que até dificultou inicialmente, o entendimento sobre o uso social da TV.

Raymond Williams discorre sobre o aspecto da hibridação da televisão: o que herdou de outros meios, adaptou e incluiu na programação, modelos de atividades culturais e sociais, e as formas mistas e inovadoras que criou. Na obra “As formas da Televisão”, pontua claramente cada uma dessas categorias. Na primeira parte, *Combination and development of earlier forms* (combinação e desenvolvimento de formas anteriores), Williams inclui os programas de notícias, debates, educação, teatro, cinema, esporte e shows de variedades. Na outra parte, *Mixed and new forms* (formas misturadas e novas), elenca drama-documentário, a forma visual de comunicação, os especiais televisivos, as sequências (séries e seriados) e a própria televisão. Avaliando a ótica inovadora do meio, ressalta a valorização das experiências visuais da televisão em detrimento do conteúdo. Para o autor, não existem modelos descritivos e analíticos para avaliar as visualidades intrínsecas ao meio TV.

A tese defendida por Williams é corroborada em parte por Arlindo Machado. Machado não se preocupa com aquilo que a televisão “incorporou de outros meios”, mas somente com os aspectos intrínsecos e particulares. Ele defende que a especificidade de cada meio consiste no fato “que o distingue como tal e que nos permite diferenciá-lo dos outros meios e dos outros fatos da cultura humana”. (MACHADO, 2007, p. 59). Portanto, analisar e compreender a especificidade da

televisão é basicamente identificar as características essenciais, os aspectos próprios, tecnológicos ou não, que não se fazem presentes em outros meios.

1.1 GÊNEROS E FORMATOS NA COMUNICAÇÃO TELEVISIVA

Para organizar uma grande quantidade de conteúdo em categorias menores e mais didáticas, por convenção, foram definidos tipos de gêneros. Essas categorias convencionadas são compartilhadas, reconhecidas e assimiladas por pesquisadores, profissionais e também pelos telespectadores. No entanto, nem sempre esses limites entre um tipo de gênero e outro são fáceis de identificar. Os gêneros não são estáticos, passam por constante processo de evolução. Por essa razão, uma teoria sobre gêneros não pode ser regida por leis fixas e imutáveis. As categorias existem para organizar um contexto, mas precisam manter o diálogo e o espaço para interpretações críticas abertas. (LOPES; GÓMEZ, 2016, p. 86).

Desde a década de 1980, a teoria dos gêneros é vista com certo ceticismo por estudiosos pós-estruturalistas e pós-modernistas porque condiciona conteúdos, textos e obras de ficção às delimitações de regras e sistemas. O que é relativamente conflitante com a atualidade pós-moderna, de transformações sociais rápidas e fluidas.

Segundo Cohen (1986), como o gênero faz parte de uma categoria, cada elemento altera o gênero para adicionar, contradizer ou promover mudanças de seus componentes. Os processos pelos quais os gêneros são constituídos envolvem a necessidade humana de distinção e inter-relação. Como o propósito dos críticos em estabelecer gêneros varia, os mesmos tipos de conteúdo podem pertencer a diferentes grupos de gêneros.

No caso da televisão, há uma complicação extra para classificar os conteúdos. Esse meio de comunicação se formou através da adoção e adaptação de formatos e gêneros oriundos de diferentes plataformas como: rádio, cinema, literatura e jornal. Portanto a noção de gênero televisivo revela um aspecto genérico proveniente de todas as áreas da produção cultural e uma condição híbrida inerente devido as sobreposições multidimensionais que caracterizam o meio.

Para Martín Barbero, gênero é o local onde se encontram as matrizes culturais e os formatos comerciais. Em suma, o gênero é, então, uma estratégia de

comunicação para compreender e organizar competências tanto de quem emite quanto de quem recebe a mensagem.

Nesse sentido, o gênero estabelece uma espécie de contrato entre emissor e receptor, que descreve um conjunto de possibilidades de conteúdo dentro de um determinado quadro semântico. Significa que quando um produto midiático é classificado como pertencente a um gênero, existem delimitações de conteúdo inerentes àquele gênero. O espectador sabe previamente a que tipo de conteúdo irá assistir pois o gênero, de certa forma, limita o conteúdo àquelas possibilidades e combinações.

Segundo Denis McQuail, um gênero midiático é definido, basicamente, por seu posicionamento em uma “categoria de conteúdo” que possua as seguintes características:

a) uma “identidade coletiva”, capaz de ser reconhecida tanto pelos produtores quanto pelos consumidores;

b) a relação dessa identidade com a sua função explícita (informação, entretenimento ou correlata), compatibilizando forma e conteúdo;

c) a permanência dessa identidade através dos tempos, atendo-se a parâmetros consensuais, destinados a preservar padrões culturais;

d) uma estrutura narrativa ou um ordenamento sequencial previsível, moldada(o) por estereótipos, mas comportando um “repertório de variantes dos temas básicos”.

Os gêneros devem ser considerados a partir dessa classificação como instrumentos que auxiliam a indústria televisiva a produzir conteúdos consistentes e eficazes, em consonância com as expectativas da audiência.

Mcquail ainda trabalha o conceito de “funcionalismo” que tenta explicar as práticas e instituições sociais com base nas necessidades da sociedade e do indivíduo.

A sociedade é vista como sistema dinâmico de partes ou subsistemas interligados, entre os quais os media de massas, com uma contribuição essencial para a continuidade e a ordem. Considera-se que vida social organizada necessita da manutenção contínua de uma idéia de sociedade e ambiente social mais ou menos precisa, consistente, solidária e completa. É por responderem às necessidades dos indivíduos e das instituições de modos consistentes que os media conseguem benefícios não intencionais para a sociedade no seu conjunto. A teoria vê os media como essencialmente autodirigidos e autocorretores. Embora a política na sua formulação, serve as concepções pluralistas e voluntaristas dos mecanismos fundamentais da vida social e tem uma tendência conservadora porque é provável que, nesta linha, os media sejam vistos

mais como meios de manutenção da sociedade do que como fonte de grandes mudanças. (MCQUAIL, 2003, p. 96)

A abordagem funcionalista oferece um direcionamento para discutir relações entre a mídia de massa e a sociedade. De acordo com essa linha, os gêneros se estruturam a partir das funções sociais básicas assimiladas pelos meios de comunicação. E que vão sendo atualizadas, ao longo do tempo, pelas transformações da sociedade. Os conteúdos são moldados por categorias funcionais que se reproduzem em gêneros, por sua vez, organizados em formas de expressão com certas características comuns (formatos) e subdivididas em espécies (tipos).

As principais funções da mídia estabelecidas pelos principais autores da corrente funcionalista (Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Robert Merton, Charles Wright) foram resumidas da seguinte maneira por McQuail:

- a) informação: a mídia provém dados sobre acontecimentos e situações; indica relações de poder; facilita inovação, adaptação e progresso;
- b) correlação: interpreta significados; socializa valores; sugere consenso; prioriza rumos;
- c) continuidade: reforça a cultura hegemônica, embora atenta às alternativas da contracultura; fortalece e preserva valores consensuais;
- d) entretenimento: provém distração, diversão e relaxamento; reduz as tensões sociais;
- e) mobilização: respalda ações coletivas, embasadas nas decisões de cidadania (participação política, religiosa, cultural) ou de consumo (bens e serviços, marcas e símbolos).

Desta forma, a mídia não cumpre uma única função e também não restringe sua capacidade produtiva. Como na sociedade há diversas demandas geradas pelos múltiplos desempenhos dos atores sociais, os meios de comunicação também devem criar mecanismos para cumprir várias funções e atender a essas demandas. Senão todas, ao menos as principais, com conteúdos adequados a cada uma delas.

Em relação aos gêneros na televisão, Arlindo Machado sugeriu duas grandes modalidades de programação, a princípio, inconfundíveis: **programas de informação** e **programas de fantasia**.

Os programas de informação são aqueles que se atêm aos fatos e fornecem enunciados relativos a acontecimentos independentes da própria televisão. É onde o público espera encontrar a verdade. Por mais que sempre haja manipulação dos fatos a partir da abordagem dada.

Nos programas de fantasia, a audiência sabe que encontrará ficção e suspende temporariamente seus critérios de credibilidade, procurando entretenimento. Não existe um pacto com a verdade dos fatos, espera-se apenas verossimilhança, uma certa coerência da história contada.

No entanto, além das duas modalidades apontadas por Machado, pode se considerar uma terceira modalidade: o **infotenimento**, que trafega entre os programas de informação e os de entretenimento.

O termo “infotenimento” surgiu em 1980, mas ganhou relevância a partir da década de 1990, quando começou a ser discutido por profissionais e acadêmicos das diversas áreas da comunicação. Tradicionalmente sempre foi função do jornalismo informar e direcionar a opinião pública sobre as problemáticas atuais, com base na apuração dos fatos. Enquanto o entretenimento se preocupava em propor novas possibilidades de ficção, chamar a atenção e divertir. Quando começaram a aparecer programas híbridos, que compreendiam características dessas duas categorias, a rigidez ideológica em que elas foram moldadas foi abalada.

Existe hoje uma intensa participação do público, que opina na deliberação do que é veiculado na mídia. O que antes da era digital e das mídias sociais não era possível. Como consequência o conteúdo jornalístico tem passado por significativas transformações e ganhado uma nova roupagem, com o intuito de alcançar e atender às expectativas dessa nova audiência. Diante desse novo receptor, os grupos de comunicação estão mais atentos em relação ao papel que devem desempenhar na sociedade e têm transformado a dinâmica da criação das notícias, na tentativa de torná-las mais amenas e atrativas. A tendência do infotenimento dá nova funcionalidade a notícia. Além de informar, ela precisa distrair.

Para compreender de maneira mais assertiva o gênero e o formato da série “O mundo segundo os brasileiros” é preciso resgatar as características definidoras do **telejornalismo** e do **documentário**. Essas são as fontes em que a série se abastece para produzir conteúdo.

1.2 POR QUAIS CAMINHOS O TELEJORNALISMO TRAFEGA

Na obra de Arlindo Machado “A TV levada a sério”, um dos capítulos é reservado para discutir características fundamentais do telejornalismo. Para ele, o jornalismo compreende “antes de mais nada o lugar, onde se dão os atos de enunciação a respeito de eventos”. O processo toma forma através de sujeitos falantes diversos que se sucedem e se revezam, se contrapõem uns aos outros, praticando atos de fala que se colocam nitidamente como o seu discurso em relação aos fatos relatados.

Seguindo essa linha, o telejornalismo não pode ser encarado como uma simples ferramenta de reflexão dos eventos, de natureza especular, ou como um mero recurso de aproximação daquilo que acontece, ele é sempre um efeito de mediação (MACHADO, 2000, p. 100). A menos que o espectador seja o próprio protagonista dos fatos, os eventos sempre surgem mediados por repórteres, porta-vozes, testemunhas oculares e toda uma multidão de sujeitos falantes considerados competentes para construir “versões” do ocorrido.

Em contraponto a essa maneira de mediação, destaca-se um movimento conhecido como “Cinema Verdade” que pretendia deixar os eventos falarem por si, com as vozes e imagens que já o constituem, sem intervenção explícita dos realizadores e com o mínimo de mediação possível. No telejornal, entretanto, o processo é oposto. Só existem mediações. Os próprios enunciados de repórteres e protagonistas configuram mediações inevitáveis, essa é a premissa do relato telejornalístico.

O jornal impresso também apresenta características diferenciadas porque não demonstra explicitamente marcas de enunciação. Enquanto o telejornal padrão constrói a notícia de maneira complexa, a partir da fala de vários enunciadores, diferentes entonações e múltiplos níveis de dramaticidade.

É possível, no entanto, incorporar recursos narrativos de ficção audiovisual com o intuito de disfarçar sutilmente essa mediação e usar, por exemplo, música dramática ou reconstituir acontecimentos. Os telejornais também podem optar por fazer isso de maneira mais escancarada, utilizando o editorial. Nesta situação, o relato não se baseia mais em enunciação diversificada e heterogênea, mas sim na voz de um âncora ou jornalista que opina entre os relatos. A voz *over* do apresentador costuma se sobrepor às matérias.

Já o repórter, na estrutura do telejornal, possui certa autonomia por se situar na fronteira intermediária entre a voz institucional e individual, constitui uma espécie de interface entre a televisão e o evento.

Em termos técnicos, o telejornal é composto por uma mistura de distintas fontes de imagem e sons: filmes, material de arquivo, fotografia, gráficos, mapas, textos, locução, música. Além disso, esse tipo de audiovisual consiste em tomadas em primeiro plano focado em pessoas que falam diretamente para a câmera, que podem ser os jornalistas ou os protagonistas (repórteres, entrevistados, correspondentes, âncoras) que narram os acontecimentos.

Sandra Nodari reforça os principais elementos do telejornalismo e salienta a importância da voz *off*.

As reportagens de televisão têm como elementos principais: imagem e voz. Sendo que a primeira parece ter a função de ilustrar ou confirmar o que é contado pelo repórter na narração, usando da redundância. Da mesma forma, os depoimentos servem para ratificar o que é dito pelo jornalista, que por meio da voz *off* tem controle sobre a narrativa, inclusive o de interpretar os dados e relatá-los ao público. (NODARI, 2014, p. 02)

No entanto, ela reflete sobre a importância de elaborar reportagens sem utilizar a voz *off* como uma forma de experimentação de linguagem. Um processo que exige mais tempo de produção, decupagem e edição.

Em vez de basear-se no padrão *off*+passagem+sonora, a matéria conta com entrevistas+sons+imagens para contar a notícia. Esta linguagem, usual no documentário, requer do repórter e do editor um tempo maior para a produção, decupagem e criação de um roteiro de edição. Este processo leva mais tempo que o de uma reportagem com *off*, talvez este seja um dos motivos pelos quais programas que não trabalham com notícias factuais, mas com assuntos mais frios, consigam utilizá-lo, enquanto os telejornais, não consigam investir este tempo. Porém, se formos avaliar a produção de reportagens especiais produzidas pelos telejornais, é possível entender que são matérias mais elaboradas e que permitem mais tempo para serem realizadas, independentemente do modelo que sigam. (NODARI, 2014, p. 05)

1.3 POR QUAIS CAMINHOS O DOCUMENTÁRIO TRAFEGA

Bill Nichols, na obra “Introdução ao documentário”, explica questões importantes para entendermos o produto audiovisual documentário. Pela ótica do autor, mesmo a produção de ficção evidencia aspectos da cultura que a criou. O que torna todo filme produzido, um documentário. No entanto, há particularidades

que diferenciam o filme ficcional. Nichols separa esse tipo documentário dos demais, da seguinte maneira: os **documentários de satisfação de desejos** e os **documentários de representação social**.

Os documentários de satisfação de desejos são aqueles que são considerados “ficção”. São filmes que exploram de forma tangível desejos, sonhos, pesadelos e terrores. Transformam as inquietações humanas em objetos concretos: visíveis e audíveis. Esses filmes transmitem tudo aquilo que a sociedade deseja ou teme, e por isso não deixam de ser verdades, que podem ser adotadas ou rejeitadas. São obras que oferecem novos pontos de vista, novos universos e realidades alternativas para contemplação e discussão.

Enquanto os documentários de representação social são os que trabalham com o que é categorizado como “não-ficção”. Eles representam de forma tangível o mundo que ocupamos. Essa categoria de documentário trata da matéria feita a partir da realidade social, seguindo as diretrizes do cineasta. Expressam uma percepção do que a realidade já foi, é, ou um prenúncio do que pode se tornar. São expostas reivindicações e afirmações sobre o mundo e ao público cabe acreditar ou não nessas proposições. Os documentários de representação social trabalham visões de um mundo já compartilhado. (NICHOLS, 2001, p. 25).

O pesquisador afirma que tanto o primeiro quanto o segundo tipo de filme pedem por interpretação e crença na verdade que expõem. Mas é preciso compreender as diferenças na forma ou organização deles para transmitir valores e significados.

A crença é encorajada nos documentários, já que eles frequentemente visam exercer um impacto no mundo histórico e, para isso, precisam nos persuadir ou convencer de que um ponto de vista ou enfoque é preferível a outros. A ficção talvez se contente em suspender a incredulidade (aceitar o mundo do filme como plausível), mas a não ficção com frequência quer instilar crença (aceitar o mundo do filme como real). É isso o que alinha o documentário com a tradição retórica, na qual a eloquência tem um propósito estético e social. Do documentário, não tiramos apenas prazer, mas uma direção também. É esse o encanto e o poder do documentário. (NICHOLS, 2001, p. 27).

Nichols ilustra que há três maneiras dos documentários de representação social atuarem. A primeira é oferecendo um retrato ou representação reconhecível do mundo. Isso só é possível pela capacidade que o áudio e vídeo têm de registrar acontecimentos, situações com notável fidelidade. Os lugares, coisas e pessoas vistos na tela podem ser observados pessoalmente. Essa característica dá a

sensação do que é mostrado no documentário é real, é verdade. Na segunda forma, o documentário significa e representa interesses de outros. O documentarista pode assumir o ponto de vista dos sujeitos que protagonizam seus filmes ou da instituição/grupo que patrocina sua atividade cinematográfica. A terceira é uma intervenção ainda mais ativa a favor de um personagem ou situação. Esse tipo de atuação tem o intuito de convencer o público: conquistar consentimento a respeito de uma causa ou ao menos, influenciar opiniões. É como se o documentário fosse advogado de um cliente.

O pesquisador também faz uma análise dos sujeitos retratados nos documentários. Ele explica que no documentário, as pessoas funcionam como “atores sociais”. O processo é diferente de uma obra ficcional, em que o diretor espera um comportamento e uma atuação adequada dos atores contratados. O valor não está na simulação que transforma o comportamento e personalidade habituais, mas nos aspectos do comportamento e personalidade habituais que servem às necessidades do cineasta. Isso significa que as pessoas seguem suas rotinas normais, mas devem fazer isso de maneira espontânea com a câmera ligada. É como se o critério de seleção dos personagens do documentário fosse a naturalidade com que eles se portam diante da câmera, pois é isso que vai transmitir o grau de complexidade e profundidade que o diretor deseja. Nesse sentido, o critério se assemelha a forma com que os atores profissionais são escolhidos para representar papéis na ficção.

Para Sandra Nodari, o documentário possui mais possibilidades estéticas que o telejornalismo, porque não é moldado no padrão imposto off-passage-sonora. Ela retoma o conceito de Mikhail Bakhtin: quando a palavra é adotada como instrumento de transmissão, a sobreposição de vozes possibilita uma análise da transmissão de mensagens pictóricas e emocionais ou de nenhuma mensagem. (NODARI, 2014, p. 04)

Desde o início da existência do meio televisão, telejornalismo e documentário são influenciados um pelo outro. O documentário evolui e desenvolve óticas e linguagens particulares, bebendo na fonte da criatividade e do experimentalismo, o telejornalismo mantém um padrão de engessamento, que faz do off a principal e mais usual estrutura narrativa.

2 O QUE É O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS?

A partir dos autores referenciados no primeiro capítulo, a análise do programa “O mundo segundo os brasileiros” será realizada. Para basear a análise, serão selecionados episódios que apresentem capitais localizadas em continentes diferentes: Ásia, Europa e América. Um episódio a cada duas temporadas. Este capítulo irá apresentar a série e realizar a descrição dos episódios selecionados, atentando-se para a estrutura narrativa de cada programa e características que auxiliem a classificação de formato e gênero.

A série “O mundo segundo os brasileiros” foi exibida pela primeira vez na Rede Bandeirantes, canal de televisão aberto brasileiro, em 2011. E os últimos episódios de sua sexta temporada foram ao ar em 2016. Todos os programas foram realizados pela *Eyeworks*, uma produtora internacional que adapta formatos audiovisuais para diferentes países. Atualmente os episódios estão disponíveis no canal oficial do programa na plataforma *Youtube*.

Apesar de passar por algumas modificações, a essência do programa se manteve ao longo das temporadas: apresentar países do globo através da experiência pessoal de brasileiros que moram no exterior. Em todos os programas, o enredo segue a mesma fórmula: os participantes apresentam os pontos turísticos de que mais gostam da cidade, os locais que frequentam, onde trabalham, e Po e vezes, abrem as portas de suas casas para a televisão. São personagens reais que mostram como é viver sendo brasileiro, fora do Brasil.

De maneira geral, o espectador passa a conhecer um pouco sobre a personalidade e a trajetória do personagem a partir dos locais que visita. Durante o bloco, cada participante apresenta o programa, conta um pouco sobre sua rotina, os motivos que o levaram a deixar o Brasil e os problemas que enfrentou ou enfrenta com a mudança de país.

Ao longo do episódio, os narradores brasileiros transitam entre a descrição do país em que estão e o relato sobre características do Brasil - país de origem. Eles estão sempre comparando uma cultura com a outra, funcionam como porta-vozes da cultura local da região e da cultura brasileira simultaneamente.

Cada programa tem suas particularidades, que variam de acordo com as vivências dos narradores e com a cultura do país em que foi gravado, mas existe uma estrutura de conteúdo que se mantém.

2.1 ESTRUTURA NARRATIVA DOS EPISÓDIOS

Cada episódio de “O mundo segundo os brasileiros” segue uma estrutura pré-formatada. É uma maneira de organizar e dividir os relatos de cada um dos apresentadores do programa. A ordem dos elementos sofre pequenas alterações de um capítulo para o outro, mas a estrutura é constante:

- Apresentação dos personagens.
- Localização no mapa.
- *Lettering* explicativo.

A apresentação do primeiro personagem é feita nos minutos iniciais do programa de maneira sucinta e segue um padrão (nome; tempo em que reside no país; idade; profissão). Toda vez em que há troca do narrador, o processo de introdução se repete. O próprio participante se apresenta, a cena congela e no vídeo aparecem: o nome do personagem e a profissão (anexo 1).

No início do episódio e sempre que o narrador visita um lugar novo, é exibido na tela um mapa para localizar no globo: o país, região ou cidade em que os narradores do programa estão situados (anexo 2). Uma maneira didática de localizar geograficamente a região para o público.

Outro recurso explorado, do início ao fim do programa, é o *lettering* - caixas de texto que contém dados históricos ou curiosidades que complementam a fala do narrador. Isso geralmente ocorre quando os brasileiros estão circulando por locais turísticos ou que têm importância e simbolismo para a população local.

A seguir, será feito um breve resumo das temáticas exploradas em cada um dos episódios separados e depois com base nos mesmos episódios, serão descritas características gerais da série que podem ser observadas e parametrizadas.

2.2 TÓQUIO (2012)

Como comentado anteriormente, para que fosse embasada a análise de gênero e formato, foram selecionados três episódios da série, um a cada duas temporadas. O primeiro a ser descrito será o programa sobre Tóquio.

O episódio da segunda temporada de “O mundo segundo os brasileiros”, exibido em 2012, apresenta a cidade de Tóquio, pelo ponto de vista de seis brasileiros que moram na capital do Japão. Os narradores brasileiros abordam diversos temas no programa, sempre relacionado com o lugar da cidade que apresentam. Os temas tratados colocam em evidência ao mesmo tempo: a trajetória pessoal dos personagens e aspectos gerais da cultura japonesa.

Ao longo dos 62 minutos da produção, os personagens falam sobre diversos assuntos a respeito da vida em Tóquio. Esses assuntos podem ser divididos em três macrocategorias: cultura, estrutura da cidade e problemas sociais. A cultura dos japoneses é a categoria que recebe maior destaque, sendo explorada nas mais diversas vertentes, como mostram os tópicos abaixo:

- Cultura: educação, gastronomia, vida noturna, tecnologia, religião, curiosidades e costumes.
- Estrutura da cidade: pontos turísticos, transporte e arquitetura.
- Problemas sociais: suicídio, atropelamentos e falta de moradia.

Diferentemente de programas de turismo, que revelam aspectos mais superficiais sobre a vida em países do exterior, em “O mundo segundo os brasileiros” - Tóquio, os participantes também relatam aspectos negativos do Japão, mesmo sendo um país extremamente desenvolvido. A comparação entre a qualidade de vida do Japão e do Brasil é permanente, mas os problemas sociais do país asiático não são ignorados.

Ao passar pelo metrô, um dos personagens fala sobre o grande número de pessoas que se jogam nos trilhos no Japão, único motivo de atraso no transporte. Em uma cena a seguir, ele também conta sobre os atropelamentos frequentes que ocorrem nas movimentadas avenidas da metrópole. Mais para o fim do episódio, outro participante mostra pessoas que moram nas praças e parques. Imagens que não fazem parte do imaginário coletivo brasileiro a respeito de Tóquio.

2.3 PARIS (2013)

A capital francesa é tema de um episódio da terceira temporada da série exibido em 2013. Esse programa especificamente é generalista, tem sete narradores em 49 minutos e 30 segundos de duração. O episódio é mais dinâmico não só por ser mais curto e contar com um narrador a mais que a edição do Japão, mas por serem feitos diversos cortes na fala dos narradores, principalmente no primeiro bloco.

Apesar de passarem rapidamente por pontos turísticos símbolos da cidade como a Torre Eiffel, essa edição de “O mundo segundo os brasileiros” mostra uma Paris, de locais menos famosos, mas que têm lugar cativo no coração dos parisienses e dos brasileiros que lá moram.

Dos sete narradores, cinco foram para a França para estudar, a maioria para cursar o mestrado, mas depois de um tempo decidiram não voltar mais ao Brasil. Apenas um deles está trabalhando como *au pair*¹, mas depois de uma temporada na cidade, deseja voltar e construir a vida no país natal.

As temáticas abordadas neste episódio têm um núcleo mais bem definido, apesar do olhar de cada personagem ser particular, todos eles destacam os mesmos pontos sobre como é viver na cidade, que podem ser divididos em duas macrocategorias:

- Cultura: costumes, gastronomia, educação, história e arte.
- Estrutura da cidade: arquitetura, urbanismo e transporte.

Os brasileiros salientam ao longo do programa o quanto a cidade é uma referência principalmente no campo das artes, e que apesar de ter uma história muito rica, Paris é uma cidade moderna e cosmopolita, em que se encontram pessoas das mais diversas nacionalidades e tribos. A gastronomia parisiense também é pauta constante, e quase todos os personagens experimentam em sua jornada um vinho, um prato ou doce da cidade.

Neste capítulo não são comentados aspectos ruins ou problemas sociais da cidade, a não ser a falta que sentem do calor humano do Brasil (lembrado em quase todos os episódios da série), devido ao fato de os franceses serem mais reservados.

¹ Na França existem programas de intercâmbio que funcionam da seguinte maneira: o jovem estrangeiro participante mora com uma família local com o objetivo de aprender a língua do país receptor. Ele é alojado sem custo e recebe um salário, em troca é responsável por cuidar das crianças dessa família e fazer as mais diversas tarefas domésticas.

É quase unanimidade entre os personagens que apresentam Paris que o que mais sentem falta morando na Europa é da família e das temperaturas mais altas do Brasil.

2.4 WASHINGTON (2015)

“O mundo segundo os brasileiros” - Washington faz parte da quinta temporada da série e é o episódio mais recente que será analisado nesta monografia. Seis brasileiros passeiam pela capital e distrito federal dos Estados Unidos em quase 40 minutos de programa. Os personagens não deixam de tocar nos temas intrínsecos à capital federal de um país (política e cidadania) mas também mostram como é a gastronomia e quais são os melhores bairros e locais para se divertir na cidade.

Conforme os anos em que o programa estava no ar foram passando, a abertura e os elementos gráficos utilizados na edição passaram por atualizações, mas, além disso, aconteceu uma sutil e significativa mudança. Nas outras temporadas, a animação utilizada para apresentar os personagens trazia o nome e profissão de cada um, no caso deste episódio, a animação contém o nome e uma frase que resume o tour que o personagem fará durante o seu bloco. Por exemplo, a inserção que apresenta a primeira participante brasileira é a seguinte frase: “os caminhos do poder” (anexo 5). Esta personagem visita: a Biblioteca do Congresso, passa pelo Capitólio, pela Casa Branca, entra Universidade de *GeorgeTown* e termina seu bloco na embaixada francesa. Locais importantes para a história e política dos Estados Unidos.

Ao contrário dos outros dois episódios analisados, neste programa os personagens falam menos sobre a sua vida pessoal e não contam como foram morar na América do Norte. O episódio não individualiza tanto cada personagem, o enredo está muito mais preocupado em mostrar como os brasileiros de uma forma geral vivem em Washington. O objetivo é mostrar os lugares de que gostam, frequentam e que, na visão deles, simbolizam o que é morar no distrito federal americano.

Outro fator curioso do programa que mostra a capital dos Estados Unidos é a interação entre os personagens que apresentam e os norte-americanos. Acontecem vários diálogos entre os brasileiros e o povo local, com uma frequência maior que no

episódio da França e que a do episódio sobre o Japão, em que a interação aconteceu em momentos bem pontuais.

Para apresentar Washington DC foram escolhidos seis brasileiros: Laís, Guilherme, Débora (fotógrafa), Sabrina (estudante), Vinícius (vendedor) e Regina (especialista em investimentos). Os dois primeiros personagens nem chegam a citar quais eram suas profissões. Os demais também não entraram em detalhes sobre a vida profissional ou visitam lugares relacionados com elas.

Os principais temas discutidos no episódio podem ser separados em duas macrocategorias: cultura e cidadania.

- Cultura: história, miscigenação, esporte, música, cinema e vida noturna.
- Cidadania: política, direitos civis, legalização da maconha e segurança.

Uma especificidade desse programa é atrelar a história da cidade de Washington à história dos presidentes dos EUA. Os narradores brasileiros passaram por diversos locais importantes para esses líderes políticos: desde o bairro de *Capitol Hill*, onde estão situadas as principais estruturas do governo americano a lanchonete em que Barack Obama, na época ainda presidente, visitou.

3 ANÁLISE

3.1 TRAÇOS DE TELEJORNALISMO EM O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS

Como foi introduzido na revisão teórica, para Arlindo Machado, uma das características marcantes do telejornalismo é o revezamento de diferentes vozes que se contrapõem e constroem uma visão complexa sobre uma mesma realidade. Nesse sentido, “O mundo segundo os brasileiros” trabalha com a mesma lógica do telejornalismo: apresentar o contraponto. A realidade social do país tema de cada episódio é exposta sob o ponto de vista de brasileiros diversos, que possuem rotinas e histórias de vida completamente diferentes. O programa televisivo coloca em cena diferentes vozes, com diferentes profissões, classes sociais e bagagens - tanto no Brasil, quanto no país em que escolheram viver - para falar sobre o mesmo tema: como é pra você, brasileiro, morar fora do Brasil?

Essa maneira de pensar a estrutura do programa se aproxima mais do telejornalismo. Documentários não são obrigados a explorar: Lado A, Lado B, Lado C, Lado D, seja qual for o número de versões que uma mesma história tenha. Se o documentarista preferir, pode apresentar uma única visão e trabalhar no enredo todo, argumentos para defendê-la. É o tipo de obra que pode assumir a versão dos fatos dos sujeitos do filme - enquanto o jornalismo de caráter informativo, por questões éticas, precisa obrigatoriamente ouvir os diferentes lados.

No programa sobre Tóquio participam seis personagens com diferentes profissões: um tradutor, um diretor criativo de marcas de roupa, um estudante de animação, uma cantora, uma modelo e um músico. Em média, foram destinados a cada um dez minutos de fala. As profissões personalizam a visão que cada um tem sobre a cidade. Enquanto o diretor criativo apresenta um bairro conhecido pelos ateliês de moda e grandes marcas, o estudante de animação visita uma loja de aparelhos eletrônicos e jogos, e a cantora, por sua vez, vai até uma loja de instrumentos musicais. O fato de os brasileiros já morarem nas cidades há um tempo considerável faz com que explorem locais e aspectos diversos sobre Tóquio e desconhecidos do grande público. O programa compartilha, então, características de reportagens jornalísticas por fazer um retrato mais aprofundado a respeito de determinada realidade.

Todos eles mostram faces diferentes da mesma cidade, sempre mantendo o Brasil como parâmetro. A comparação é feita distinguindo as duas culturas e costumes ou contrapondo a imagem que os brasileiros têm do Japão e o que o Japão realmente é.

Na edição sobre Paris, participam sete brasileiros com as seguintes profissões: uma estudante de artes, um representante comercial, uma compradora internacional, um ator, um estudante de mestrado, uma cineasta e uma empresária.

Taciana, a compradora internacional que na época já morava há sete anos na cidade, vai até o museu impressionista *D'orsay*, que fica localizado em uma antiga estação de trem, e conta com um acervo de pintores como Van Gogh, Renoir e Matisse (anexo 3). Taciana faz uma afirmação interessante sobre a cidade, ela revela que identifica mais esse museu como um retrato de Paris do que o próprio *Museu do Louvre*, cartão postal da cidade. Uma visão particular que traz algo novo sobre a capital francesa, que quem não mora na cidade ou não foi aos dois museus diversas vezes, muito provavelmente não compartilha.

Já o ator Alexandre, de 38 anos, visita sua amiga alemã, artista de circo, que mora em um trailer, tem um porco de estimação e viaja pelo mundo com a sua caravana. Alexandre conversa com a amiga que conta um pouco sobre sua rotina de artista itinerante, mas que tem Paris como casa e refúgio. Em seguida, o ator vai até o *Teatro de Soleil²* e conta que trabalha em três companhias em Paris: uma de dança, uma de teatro de rua e outra de circo. Ele desabafa e diz sentir que é mais valorizado como artista na França do que no Brasil e que ali é possível viver bem com essa profissão.

No penúltimo bloco do episódio de Washington, o vendedor Vinicius, de 26 anos, apresenta os bares e baladas mais frequentadas pela comunidade gay na cidade. O narrador vai até uma cervejaria no bairro de *Bloomingdale* (anexo 6), onde há um prédio com uma grande pintura do rosto de Elizabeth Taylor e explica que a homenagem foi feita a atriz porque ela sempre defendeu os direitos dos homossexuais, em uma época em que as pessoas discutiam muito pouco sobre o tema. É apresentado no programa um lugar muito simbólico para a comunidade gay, que dificilmente seria visitado por alguém que não simpatize com a causa.

² Teatro fundado em 1964, reconhecido internacionalmente pela qualidade e inovação de suas peças.

Ainda de acordo com Machado, a mediação está sempre presente nos telejornais. No caso do objeto de estudo desta monografia, também há mediação. A diferença entre a mediação que ocorre nos telejornais e a da série está nos sujeitos que exercem a mediação.

Em “O mundo segundo os brasileiros” não são repórteres, jornalistas ou profissionais de comunicação que transmitem a informação e proferem os enunciados. São brasileiros comuns, sem contato e prática com a televisão. É como se o brasileiro que mora no exterior conversasse, contasse sua experiência ao trocar de país para o brasileiro que vive no Brasil. A audiência falando para a própria audiência. O que contempla uma das demandas, já citadas anteriormente, que a população tem de participar e se ver representada na programação televisiva.

Os participantes do programa funcionam como mediadores porque transmitem uma imagem de um país estrangeiro para o público do Brasil. Eles entregam a audiência um recorte de como é viver naquele território. Cada um dos narradores do programa é ao mesmo tempo porta-voz e testemunha ocular, que vivencia a realidade que mostra todos os dias, e, por isso, é considerado competente para falar sobre aquele país.

Mariana, estudante da Universidade Sorbonne e primeira narradora do episódio de Paris, visita o bairro de *Marais*, conhecido por ser frequentado por famílias judias e gays. Ao comentar sobre os diferentes perfis de pessoas que circulam no bairro, a estudante faz a seguinte comparação: “Às vezes em alguns guetos aqui, eu me senti em alguns momentos na rua Augusta de São Paulo, em Paris”. Ao fazer essa comparação, Mariana traz um parâmetro conhecido e compartilhado pela maioria dos brasileiros, que conhecem ou ao menos ouviram falar da agitação, diversidade e comércio da Rua Augusta no centro da cidade de São Paulo. Mesmo sem nunca ter visitado Paris, o público passa a ter uma ideia mais concreta de como é esse bairro.

Guilherme, um dos apresentadores do programa sobre Washington, vai até um estádio poliesportivo no bairro de *ChinaTown* para um jogo de basquete, um dos esportes favoritos dos americanos. Sentado na arquibancada, o brasileiro nascido no Guarujá, em São Paulo, faz a seguinte colocação: “Aqui o pessoal fica bem tranquilo torcendo, como você pode ver o pessoal fica sentado. Não é aquela curtição que é no Brasil”. Novamente, há uma relação explícita de mediação. Para

que o espectador compreenda como os americanos apreciam o esporte, ele relembra a imagem de como são os estádios e torcedores brasileiros.

A fronteira entre a voz institucional - do programa ou do grupo de comunicação que detém seus direitos - e a voz individual do participante é ainda mais diluída do que a de um repórter em um telejornal. Embora teoricamente todas as falas do personagem sejam genuínas, não há como saber até onde o conteúdo que ele transmite é controlado.

3.2 TRAÇOS DE DOCUMENTÁRIO EM O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS

Brasileiros sonham com uma “vida melhor” em países do exterior. Devido a problemas econômicos, de educação, desemprego, saúde e segurança pública, velhos conhecidos de um país em desenvolvimento como o Brasil. Fixar residência em um país com mais qualidade de vida se tornou, então, um desejo muito forte de vários cidadãos, desiludidos com a realidade econômica, política e social brasileira.

O mundo segundo os brasileiros não é uma ficção, mas um produto audiovisual planejado e controlado, assessorado por uma equipe de produção e segundo a teoria de Bill Nichols pode ser considerado, por uma determinada ótica, um documentário de satisfação de desejos. Assim como esse tipo de filme, a série explora o desejo humano de ampliar seus horizontes, conhecer e ver de perto outras culturas.

A série dá forma ao “sonho” que parte da sociedade brasileira tem de deixar o Brasil em busca de uma realidade diferente em outro país. Os episódios mostram personagens brasileiros reais que, como muitos conterrâneos, tinham esse projeto e conseguiram torná-lo real. As histórias apresentadas mostram uma perspectiva um pouco mais realista do que é viver naquele país, porque elencam testemunhos de pessoas que já moram e passaram pelas fases de adaptação que um estrangeiro enfrenta fora do seu país de origem. Ao espectador cabe aceitar a representação daquele país como verdadeira, o que pode intensificar ou diminuir seu desejo de se mudar pra lá ou rejeitar aquela representação, por ser diferente da imagem que ele já tinha daquela nação.

Além de mexer com o imaginário dos brasileiros que aspiram morar fora Brasil, “O mundo segundo os brasileiros” também fornece uma imagem real da vida

em outros países do globo. Das três maneiras apontadas por Nichols que os documentários de representação social têm para fazer isso, a série utiliza a primeira. Através do registro dos acontecimentos, situações cotidianas, locais e pessoas de uma região, o programa oferece um retrato reconhecível e factível daquela realidade. Se os telespectadores tivessem ido até os locais que o programa visitou mais ou menos na mesma época em que foram gravados, iriam encontrar uma situação muito similar a que foi mostrada no vídeo. Por isso, o programa parece fornecer uma imagem tão fiel a realidade dos fatos.

A série pode ser considerada ao mesmo tempo: documentário de satisfação de desejos e documentário de representação social. O jeito como o programa é formatado representa o desejo dos brasileiros de explorar e morar em outros territórios, mostrando como outros brasileiros já ocupam e vivem nesses territórios.

Muito embora os participantes da série não sejam atores, nem tenham experiência com programas de televisão, todos relatam sua história e relação com o país tema do episódio com naturalidade. Eles conduzem o programa como se estivessem contando sobre sua vida no exterior para um amigo, de forma natural, fluida. Para que o programa fosse bem executado e tivesse uma qualidade satisfatória, isso se fazia necessário.

O objetivo da série é transmitir a imagem que os brasileiros residentes de um determinado país têm desse lugar, e para que fosse cumprido, era preciso que os participantes conseguissem se expressar diante das câmeras de forma espontânea. Mesmo que não tenham sido feitos testes para aprovar atores como em uma obra de ficção, as pessoas que queriam participar de “O mundo segundo os brasileiros” precisaram ser orientadas. Não há atuação propriamente dita dos personagens, eles não interpretam um papel, são eles mesmos; a equipe de produção do programa apenas direciona e assiste o comportamento dos participantes para que esteja de acordo com a proposta do programa. No entanto, apesar da liberdade com que se expressam, o audiovisual não esconde a produção por trás das câmeras e faz com que a presença desses profissionais seja notada diversas vezes.

Nos três episódios analisados, pessoas que não aparecem no vídeo interagem, fazem comentários ou perguntas para os brasileiros que conduzem o programa. É uma espécie de apoio para que o narrador deixe o mais claro possível para audiência como é a realidade daquele país. Por exemplo, no episódio de Tóquio quando o diretor criativo está falando sobre os meios de transportes mais

utilizados e uso muito comum dos táxis na cidade, uma voz feminina, de fora do quadro, faz a seguinte indagação para ele: “mas os táxis aqui são caros?”. O personagem responde e aproveita o gancho para falar um pouco mais sobre o custo de vida da capital. A pergunta que foi feita o ajudou a contextualizar e complementar a informação, fornecendo mais detalhes sobre o tema.

A única manifestação explícita de pessoas “de fora do quadro” é a voz, que na maioria das vezes, é reforçada pela legenda. O que também ocorre é o personagem dar indícios através da fala que está respondendo a uma pergunta da produção, como aconteceu no mesmo episódio: “Olha, a programação da televisão é uma boa pergunta”. Isso significa que essas pequenas intervenções da equipe do programa são deixadas de propósito no produto audiovisual final. Além da edição não cortar as cenas em que as vozes aparecem, ela ainda amplifica essas vozes fazendo o uso da legenda. É como se fosse deixado um lembrete ao telespectador que diz: existem pessoas por detrás das câmeras que tornam possível a realização do programa e ajudam a contar as histórias que estão sendo narradas.

Há também no episódio de Tóquio um palavrão dito pelo terceiro personagem aos 20 minutos e 47 segundos, censurado pela edição. Isso prova que a liberdade dos personagens e conteúdo do programa é limitado pela edição e restrições impostas à televisão aberta. Um documentário que propõe mostrar a realidade como ela é muito provavelmente não teria censurado essa mesma palavra.

“O mundo segundo os brasileiros” encontra diferentes formas de explorar os conteúdos por meio das imagens, possibilidades de montagem e edição mais amplas que as do telejornalismo tradicional. O conteúdo dos episódios é formado por imagens intercaladas dos personagens brasileiros falando para a câmera, e por uma câmera observadora que capta imagens das pessoas se movimentando pelas cidades. Os brasileiros falam diretamente para câmera, mas são explorados diferentes planos. Não há uma estrutura fixa como a do telejornalismo.

Apesar de ser bastante literal e não trazer no seu enredo metáforas, imagens sinestésicas, como produto audiovisual, o programa trabalha mais possibilidades de trilha sonora, montagem e edição do que um programa jornalístico tradicional.

No episódio de Paris, duas vezes são utilizadas imagens de arquivo, quando a cineasta Fernanda mostra a estátua que faz referência à cabeçada que Zidane deu no italiano Marco Materazzi, na final da Copa da Alemanha, em 2006. E quando a empresária Lilian vai até um dos locais que foram usados como locação no filme

de 2001 - *O Fabuloso Destino de Amélie Poulain* (anexo 4). É inserida no vídeo a imagem do momento em que Zidane partiu contra o adversário na Copa do Mundo e a cena do filme a que Lilian se refere.

“O mundo segundo os brasileiros” traz pautas importantes e de interesse público, no entanto, não há engessamento para transmitir essas informações. Os temas são abordados de maneira leve e descompromissada com as diretrizes jornalísticas tradicionais. São relatos pessoais a respeito da realidade de cada país, informações genéricas sobre a cultura, costumes e hábitos de povos. As informações mais contundentes são pontuais quando o lugar ou monumento que visitam pedem uma contextualização histórica. É o caso do episódio de Washington, quando Regina, especialista em investimentos de 28 anos, fala sobre o assassinato do décimo sexto presidente dos Estados Unidos em 1865 ao visitar o *Lincoln Memorial*. Logo em seguida, ela retoma a memória americana, ao lembrar o discurso histórico de Martin Luther King sobre igualdade entre negros e brancos, que ocorreu no mesmo memorial.

3.3 LINHA EDITORIAL DO PROGRAMA

Apesar de passar a imagem de que os personagens se expressam livremente, a série não esconde a presença de profissionais atrás das câmeras. Em diversos momentos, a voz de pessoas de fora do quadro se faz presente, fazendo indicações ou indagações aos personagens, principalmente no episódio de Tóquio da segunda temporada do programa. A série traz personagens reais com visões de mundo diferentes, que contam suas histórias e descrevem sua relação com aquele país, mas ao mesmo tempo, deixa transparecer que os apresentadores não estão sozinhos. Existe uma equipe de produção que os acompanha.

A série é feita por uma produtora independente, mas é exibida na TV aberta, o que implica estar de acordo com os princípios e diretrizes do canal que a transmite - Rede Bandeirantes. Para o conteúdo não ficar disperso e sem unidade, existe um fio condutor da narrativa e das temáticas de cada edição. A atração é pré-formatada em temas, com destaque especial à cultura, presente em todos os episódios analisados. Ela é tratada através dos mais variados assuntos: costumes, educação, gastronomia e manifestações artísticas. O assunto que mais se sobressai depende da realidade da cidade que está sendo apresentada.

As falas dos personagens não são previamente definidas, mas os temas sobre os quais vão falar são direcionados e limitados pela formatação e o meio de comunicação em que o programa é exibido (o meio é a mensagem). Existem diversas possibilidades, mas o tema e a forma como cada participante conduz o programa deve estar dentro de um espaço limitado pela direção de “O mundo segundo os brasileiros”. Existe um limite que não deve ser ultrapassado.

Há uma linha editorial do programa que determina o que é interessante retratar e transmitir sobre a vida dos brasileiros no exterior. O programa entretém e informa de acordo com os parâmetros de quem produz e edita cada episódio.

3.4 COMO CLASSIFICAR ESSE TIPO DE FORMATO

Como já foi explicado anteriormente, com o advento da internet e a descentralização da produção de conteúdo, a televisão e outros meios de comunicação já estabelecidos tiveram que, de certa forma, se reinventar. Para não perder o interesse de sua audiência cativa e principalmente, para despertar o interesse dos novos públicos, alguns dos formatos e gêneros da programação televisiva sofreram adaptações.

Para realizar adaptações, ultrapassar e subverter os gêneros e formatos tradicionais, foi preciso primeiro se apropriar de elementos que caracterizam esses formatos. Só assim foi possível mesclar e propor novos tipos de conteúdo, que não se enquadram em categorias estáticas, mas se adaptam às demandas da sociedade contemporânea.

A internet passou a oferecer conteúdo sob demanda, a plataforma permite que cada um escolha quem quer ouvir, ver, ler ou interagir. E mais do que isso, concede o direito de que cada usuário possa produzir conteúdo e encontrar, na rede, grupos que estão dispostos a consumir aquele tipo de conteúdo. Os públicos encontram um espaço mais amplo que possibilita diversas formas de participação e interação efetiva.

Já na TV, as possibilidades são mais limitadas. A participação do público possui restrições e passa pelo crivo dos grandes grupos de comunicação e emissoras. Mesmo assim é necessário passar a mensagem de que as pessoas comuns têm espaço e voz na programação. Tal situação reforça a importância dos brasileiros anônimos, que simulam uma conversa com a audiência, apresentarem

“O mundo segundo os brasileiros”. Os participantes falam como se estivessem mostrando a cidade a um amigo, com absoluta e total liberdade. O que realmente acontece é uma narração tipicamente televisiva, guiada, orientada e editada, que passa a impressão de expressar vozes totalmente autônomas e pensamentos independentes. Habilmente a linha editorial do programa consegue simular um diálogo e interatividade - característica singular da internet - com o público.

Como “O mundo segundo os brasileiros” absorveu fundamentos de mais de um gênero televisivo, para enquadrar a série em uma categoria de conteúdo, serão utilizados os critérios definidos por Denis McQuail que foram explicados na revisão teórica.

a) Identidade coletiva

“O mundo segundo os brasileiros” está situado na fronteira entre o programa documental e o programa jornalístico e por fugir das estruturas tradicionais, não é tão fácil reconhecer uma identidade coletiva. Ele compartilha fundamentos dos dois formatos, mas está um pouco mais afastado das características do telejornalismo ou da reportagem jornalística tradicional. Isso porque não há distanciamento dos brasileiros em relação à maioria dos fatos que relatam. Mesmo sendo estrangeiros naquele país, como brasileiros eles são ao mesmo tempo mediadores e personagens do que relatam. Em termos gerais, a história dos brasileiros que moram na cidade se confunde com a história individual de cada personagem.

b) Relação com a identidade

A função explícita dessa identidade também é confusa. A forma como o programa se apresenta remete ao entretenimento, no entanto, o conteúdo informa e presta serviço à população brasileira, pois traz conhecimento sobre culturas e realidades distantes, que boa parte dos cidadãos brasileiros não tem a oportunidade de conhecer.

c) Permanência dessa identidade através dos tempos

Como se trata de uma identidade nova e que vem sendo construída conforme a sociedade se transforma e atualiza, é difícil encaixá-la em parâmetros que serão aceitos hoje e daqui uma ou duas décadas. Porém, as características combinadas de jornalismo e documentário que resultam em um conteúdo híbrido são notáveis.

d) Estrutura narrativa

Já a estrutura narrativa é identificada mais facilmente, pois se repete em todos os episódios. Há um ordenamento sequencial previsível de apresentação dos personagens, localização do local apresentado no mapa e inserção de blocos de textos explicativos e complementares à fala do participante. Existe também um repertório de temas básicos, dos quais os episódios estudados da série não fogem, que ajudam a moldar um estereótipo do brasileiro que mora lá fora e do povo estrangeiro que o recebeu.

Outro postulado importante formulado pela corrente funcionalista e compilado por McQuail são as principais funções da mídia. A seguir, será explicado como “O mundo segundo os brasileiros” exerce cada uma delas.

- Informação - a mídia provém dados sobre acontecimentos e situações; indica relações de poder; facilita inovação, adaptação e progresso: a série traz dados e informações sobre governos, pontos turísticos, artistas e movimentos sociais que foram importantes para a história do local que está sendo apresentado pelos brasileiros. Isso é feito através da fala dos próprios brasileiros ou das caixas de textos que contém informações mais pontuais, sem juízo de valor.

- Correlação - interpreta significados; socializa valores; sugere consenso; prioriza rumos: toda a narração dos apresentadores do programa é um ato de mediação e interpretação de significados, de como o povo brasileiro representado por cada um dos personagens enxerga a vida naquele país estrangeiro.

- Continuidade - reforça a cultura hegemônica, embora atenta às alternativas da contracultura; fortalece e preserva valores consensuais: a série reforça a cultura hegemônica na medida em que afirma que a qualidade de vida nos países dos episódios estudados (Japão, França e Estados Unidos) é superior e por isso, deve ser desejada pelos brasileiros. Apesar disso, os episódios utilizam ferramentas para escapar ao genérico e ao óbvio. O enredo mostra pessoas, grupos e lugares que revelam aspectos mais alternativos e profundos das cidades apresentadas.

- Entretenimento - provém distração, diversão e relaxamento; reduz as tensões sociais: o programa distrai porque não apresenta

engessamento ao transmitir as informações, elas são introduzidas aos poucos e de maneira ritmada, fluída.

- Mobilização - respalda ações coletivas, embasadas nas decisões de cidadania (participação política, religiosa, cultural) ou de consumo (bens e serviços, marcas e símbolos): os episódios de “O mundo segundo os brasileiros” dão respaldo aos brasileiros que se espalham pelo mundo e decidem residir em um novo país, que se comporta e enxerga o mundo por outra perspectiva. O programa legitima a migração brasileira e o contato com diferentes culturas mundo afora.

Com base nas premissas de Denis McQuail a respeito de categorias de conteúdo e das funções da mídia, é possível afirmar que apesar de “O mundo segundo os brasileiros” sugerir pontos de vistas diferentes e participação autônoma do público, como produto de mídia de massa ele ainda funciona como mecanismo de manutenção dos padrões e valores da sociedade atual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi ressaltado por Martín Barbero, no gênero se encontram as matrizes culturais e os formatos comerciais. “O mundo segundo os brasileiros” faz parte de um formato comercial que entretém e informa, e encontrou em um gênero híbrido, a melhor forma de atender as demandas atuais da audiência.

A série contempla fundamentos do documentário e do telejornalismo, mas há traços predominantes do documentário em sua estrutura narrativa e conteúdo. O programa não investe na apuração rigorosa dos fatos como o jornalismo, não existe processo para confirmar a veracidade do que é dito, são oferecidos apenas informações pertinentes sobre a cultura, a população e história do país. Essa transmissão de conhecimento é feita de maneira leve e fluída, sem o rigor ou pretensão do telejornalismo tradicional de transmitir informações isentas. O que ganha protagonismo e se sobrepõem aos fatos é o sujeito, que como brasileiro, compartilha as mesmas dores e desejos das pessoas que nasceram e ainda moram no Brasil.

Não há o distanciamento dos fatos, tão caro ao trabalho jornalístico de caráter informativo, porque são feitos relatos pessoais e individualizados de brasileiros anônimos. O mesmo narrador, que media aquela realidade para o público, é o que vivencia aquela situação todos os dias. A vida pessoal das pessoas é o que os une àquela realidade. Não é um olhar de observador, é um olhar de personagem real.

Na série, o espectador conhece e descobre diversas características dos países que deseja conhecer e morar, através do olhar de outros brasileiros que já mudaram de país. A maneira que a direção encontrou para realizar essa ideia foi um programa híbrido com relatos em tom documental. São os apresentadores que particularizam o programa e geram a identificação com a audiência. “O mundo segundo os brasileiros” é entretenimento que informa, não é informação que entretém.

REFERÊNCIAS

_____. **Brasileiros no mundo**. Disponível em:

<<http://www.portalconsular.itamaraty.gov.br/no-externo/brasileiros-no-mundo>>
Acesso em: 01 de mar. 2018.

_____. **O programa**. Disponível em:

<<http://entretenimento.band.uol.com.br/omundosegundoosbrasileiros/>> Acesso em:
20 de mar. 2018.

BARDIN, Laurence. **Definição e relação com outras Ciências**. In: _____. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: EDIÇÕES 70 - BRASIL, 2011. p. 27-46.

CAPANEMA, Letícia. A TELEVISÃO EXPANDIDA: das especificidades às hibridizações. **Revista Estudos dos Perfis Comunicacionais**, Curitiba, v. 9, n.20, p. 193-202, set./dez. 2008.

DE MELO, José; ASSIS, Francisco. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Revista Intercom-RBCC**, São Paulo, v. 39. n. 1, p. 39-55. jan/abr, 2016.

FONSECA JR., W. C. **Análise de Conteúdo**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2008. p. 280-304.

GIANESINI, Sarita; Golembiewski, Carlos. Perfil das Categorias e Gêneros na Televisão Brasileira Aberta no Período Matutino. In: **CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL**, 10., 2009, Blumenau: *Anais...*Blumenau: Intercom, 2009. p. 1-15.

HARVEY, David. **The condition of postmodernity: an enquiry into de origins of cultural change**. Oxford: Blackwell, 1990.

LOPES, Maria; GÓMEZ, Guillermo. **(Re) Invenção de Gêneros e Formatos da Ficção Televisiva**. Porto Alegre: Editora Meridional, 2016.

MACHADO, Arlindo. **A TV levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC, 2000. p. 99-113.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da Comunicação de Massas**. Tradução de Carlos de Jesus. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003. p. 63-119.

MELO, J. M. **Identidade do Campo da Comunicação: Estratégias Para Sair do Gueto Acadêmico**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio; MARTINEZ, Regina (Org.). *Comunicação: Discursos, Práticas e Tendências*. Brasília: Rideel, 2001. p. 55-66.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao Documentário**. Tradução de Mônica Saddy Martins. Campinas: Papyrus, 2005.

NODARI, Sandra. *Off - o mal (des)necessário: a produção de reportagens sem Locução*. **Dito feito**, Curitiba, v. 5, n. 7, p. 1- 11. jul/dez.2014, UTFPR, 2014.

ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. 3^a Edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985, 148p.

SERELLE, Marcio. A televisão como meio híbrido no pensamento de Raymond Williams. **Revista Significação**, São Paulo, v. 43, n. 45, p. 187-198, 2016.

TORRES, Carla. Infotimento na televisão: a tênue fronteira entre informação e entretenimento no encontro do telejornal com a revista eletrônica. In: **SEMINÁRIO INTERNACIONAL ANÁLISE DE TELEJORNALISMO: DESAFIOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS**, 10., 2011, Salvador: *Anais...* Salvador, 2011. p. 1-15.

YouTube. **O Mundo Segundo os Brasileiros: Paris - Completo**. Vídeo (49min30s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2an-cbZkA1U&list=RD2an-cbZkA1U&index=1>>. Acesso em: 2 mar. 2018.

YouTube. **O Mundo Segundo os Brasileiros: Tóquio - Completo**. Vídeo (1h02min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gjRHU9IYVdo&start_radio=1&list=RDgjRHU9IYVdo>. Acesso em: 15 mar. 2018.

YouTube. **O Mundo Segundo os Brasileiros: Washington - Parte 1**. Vídeo (6min56s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=b6C2qHBVUxw>>. Acesso em: 2 abr. 2018.

YouTube. **O Mundo Segundo os Brasileiros: Washington - Parte 2**. Vídeo (5min41s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=doJgbytaubc>>. Acesso em: 2 abr. 2018.

YouTube. **O Mundo Segundo os Brasileiros: Washington - Parte 3**. Vídeo

(8min07s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wk6t4wd73yk>>. Acesso em: 2 abr. 2018.

YouTube. **O Mundo Segundo os Brasileiros: Washington - Parte 4.** Vídeo (2min41s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=F3BkV3GrZg0>>. Acesso em: 2 abr. 2018.

YouTube. **O Mundo Segundo os Brasileiros: Washington - Parte 5.** Vídeo (5min44s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jk_36nhLTLs>. Acesso em: 2 abr. 2018.

YouTube. **O Mundo Segundo os Brasileiros: Washington - Parte 6.** Vídeo (5min44s). Disponível em: <<http://entretenimento.band.uol.com.br/omundosegundoosbrasileiros/episodio/15831387/6-washington.html>>. Acesso em: 2 abr. 2018.

ANEXOS

ANEXO A – Cena de apresentação do primeiro personagens de
“O mundo segundo os brasileiros”, episódio Tóquio.



ANEXO B – Mapa para localização de “O mundo segundo os brasileiros”, episódio Tóquio.



**ANEXO C – Cena de apresentação atualizada da personagem Taciana em
“O mundo segundo os brasileiros”, episódio Paris.**



ANEXO D – Cena de arquivo que mostra o filme *O fabuloso destino de Amélie Poulain* em “O mundo segundo os brasileiros”, episódio Paris.



ANEXO E – Cena de apresentação atualizada da personagem Laís em “O mundo segundo os brasileiros” com frase descritiva: Os caminhos do poder, episódio Washington.



ANEXO F – Mapa para localização no mapa do caminho de *Penn Quarter* até *Bloomingdale* em “O mundo segundo os brasileiros”, episódio Washington.

