



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**DA COZINHA AO OLIMPO:
A CONSTRUÇÃO DE PERSONAGENS NO PROGRAMA MASTERCHEF BRASIL**

Carlos Alberto Silva dos Santos

Rio de Janeiro/RJ

2018

**DA COZINHA AO OLIMPO:
A CONSTRUÇÃO DE PERSONAGENS NO PROGRAMA MASTERCHEF BRASIL**

Carlos Alberto Silva dos Santos

Trabalho de Conclusão de curso apresentado à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Produção Editorial.

Orientador: Diego Paleólogo Assunção

Rio de Janeiro/RJ

2018

**DA COZINHA AO OLIMPO:
A CONSTRUÇÃO DE PERSONAGENS NO PROGRAMA MASTERCHEF BRASIL.**

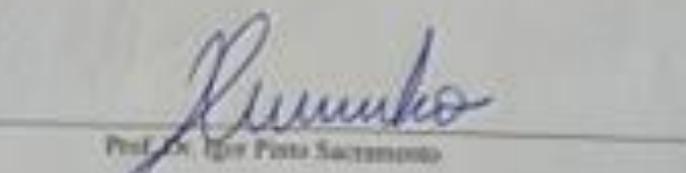
Carlos Alberto Silva dos Santos

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Produção Editorial.

Aprovado por


Prof. Dr. Diego Palólopo Assunção


Prof. Dr. Chales Theodoro Gonçalves de Barros


Prof. Dr. Igor Pinta Sacramento

Aprovada em: 05 / 07 / 16
Nota: 10,0

Rio de Janeiro RJ

2016

S237 Santos, Carlos Alberto Silva dos.
Da cozinha ao olimpo: a construção de personagens no programa
MasterChef Brasil / Carlos Alberto Silva dos Santos. 2018.
63f. : il.

Orientador: Diego Paleólogo Assunção.

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro,
Escola de Comunicação, Habilitação Produção Editorial, 2018.

1. Reality shows (Programas de televisão). 2. MasterChef Brasil
(Programa de televisão). 3. Televisão - Programas. I. Assunção, Diego
Paleólogo. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de
Comunicação.

CDD: 791.4572

*Agradeço a Marina e Fernanda, as melhores aliadas que
alguém poderia querer numa jornada, capazes de me
manter são por todo o caminho.*

*Agradeço aos mentores Amaury, Andréia e Igor, que
muito me inspiraram pela graduação e continuarão a
inspirar por tudo que o destino me reservar.*

*Agradeço por fim à minha avó. Se em toda jornada há
uma deusa que nos concede diversas dádivas ela é sem
dúvidas a deusa da história que chamo de vida.*

What is wrong with you? Stop it!

I have never in my life yelled at a girl like this. When my mother yells like this it's because she loves me.

I was rooting for you, we were all rooting for you. How dare you? Learn something from this.

When you go to bed at night, you lay there and you take responsibility for yourself, 'cause nobody's gonna take responsibility for you.

You rollin' your eyes and you acting like this because you've heard it all before. You've heard it all before, you don't know where the hell I come from, you have no idea what I've been through.

But I'm not a victim, I grow from it, and I learn.

Take responsibility for yourself.

Tyra Banks

SANTOS, Carlos Alberto Silva dos. **Da cozinha ao Olimpo**: a construção de personagens no programa MasterChef Brasil. Orientador: Diego Paleólogo Assunção. Rio de Janeiro, 2018. Monografia em Produção Editorial – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

RESUMO

O trabalho tem por objetivo observar a construção de um *reality show* a partir de seus participantes; usando como base o pressuposto apresentado por John Corner de que num *reality show* cada participante interpreta a si mesmo numa espécie de performance do real, até que ponto os competidores de um *talent show* são apenas pessoas comuns e quando se tornam algo além disso? Em que momento a pessoa deixa de ser um indivíduo e se torna um símbolo? Usando como base de análise a quarta temporada do programa *MasterChef Brasil*, exibida pela Rede Bandeirantes em 2017, esta monografia pretende observar como os conceitos de mito e herói de Joseph Campbell são aplicados na narrativa do *reality show*; tem por objetivo entender como o resgate de motivos mitológicos e os arquétipos de Jung são utilizados na construção narrativa do programa, transformando-o de uma competição culinária em um embate entre bem e mal.

Palavras-chave: *Reality show*; jornada do herói; *MasterChef Brasil*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa indicando os países que produzem ou já produziram o MasterChef	25
Figura 2 – Cozinha	29
Figura 3 – Palco dos jurados e da apresentadora	30
Figura 4 – Mezanino	30
Figura 5 – Mercado	30
Figura 6 – Restaurante	30
Figura 7 – Prova da caixa misteriosa	32
Figura 8 – Leilão MasterChef	33
Figura 9 – Prova de comida regional – Centro-Oeste	33
Figura 10 – Prova de comida regional – vinícola	33
Figura 11 – Ana Paula Padrão como o Arauto	46
Figura 12 – Yuko como o Trapaceiro	48
Figuras 13 e 14 – Primeiro e último momento de Vitor B. na competição	50
Figura 15 – Deborah na abertura do programa	53
Figura 16 – <i>Árvore da morte e da vida</i>	54
Figura 17 – Rainha Má com a maçã envenenada	55
Figura 18 – Michele na abertura do programa	55
Tabela 1 – Desempenho dos participantes na edição	41
Tabela 2 – Desempenho em pontos	42
Tabela 3 – Número de confessionários dos participantes	43

* Todas as imagens do programa são capturas de tela realizadas pelo autor. Para evitar uma repetição dessa informação no corpo do trabalho nas fontes foram colocados os episódios de onde as imagens foram retiradas.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO – A JORNADA SE ANUNCIA	9
2 DESBRAVANDO O NOVO MUNDO	12
2.1 A REALIDADE ANTES DO REALITY	13
2.2 REALITY TV X DOCUMENTÁRIO	15
2.3 AS CATEGORIAS DE REALITY	18
2.3.1 O trabalho e os talent shows	20
3 CONHECENDO O INIMIGO	23
3.1 O MASTERCHEF BRASIL	26
3.1.1 O elenco fixo	26
3.1.2 Os participantes	28
3.1.3 Os cenários	29
3.1.4 Estruturas da competição	31
4 A ÚLTIMA BATALHA	35
4.1 SOBRE O FOGO	35
4.2 FAZER HISTÓRIA E MUITO MAIS	38
4.3 A MÍTICA TEMPORADA	39
4.4 OS ARQUÉTIPOS E OS PARTICIPANTES	44
4.5 HERÓI E SOMBRA – CONSTRUÇÃO DE BEM E MAL	48
4.5.1 O herói	48
4.5.2 A sombra	51
4.6 A OPOSIÇÃO DE BEM E MAL NAS DUAS FINALISTAS	53
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS – A VOLTA PARA CASA	59
REFERÊNCIAS	61

1 INTRODUÇÃO – A JORNADA SE ANUNCIA

As grandes narrativas de heróis nos acompanham e fazem parte em menor ou maior grau da construção de quem somos. Seja com as clássicas histórias dos gregos; através das lições religiosas que ensinam os caminhos do que é correto de acordo com suas éticas e preceitos; nos contos de fadas com seus príncipes e princesas vivendo felizes para sempre; pelos filmes de heróis que em muitos casos crescem conosco; ou ainda nas novelas onde os mocinhos e vilões entram em nossos lares todas as noites, o conflito entre bem e mal, certo e errado é algo sempre presente em nossas vidas. E quem não gostaria de ser o grande herói em uma jornada?

Com esse conflito entre heróis e vilões em mente, o chamado para esta aventura surgiu de forma inesperada, em um acaso que aqueles que assim acreditam chamariam de destino, quando a renomada jornalista e apresentadora Sonia Abrão (que está na televisão de forma ininterrupta desde 1992), ao comentar sobre o programa MasterChef Brasil em seu programa A Tarde é Sua, utilizou a expressão “os vilões estão com tudo”. Mas não era o MasterChef uma competição de culinária? Onde nisso há espaço para vilões? Se existem vilões então existem heróis? Quem é herói? Será que existem outras coisas no programa que remetam às histórias de herói?

É importante aqui ressaltar que ao iniciar o processo da monografia somente uma certeza pairava em minha mente: o trabalho seria sobre algum reality show. Antes mesmo de pensar num tema ou numa possível linha de pesquisa essa era minha única vontade. Isso poderia se dar por um grande interesse pessoal no tema, mas a vontade surgiu em sala de aula. Comentários como “isso é apenas uma forma barata de entretenimento” e “programas sem conteúdo para gente sem conteúdo” serviram como um grande incentivo, especialmente quando aliados ao fato de se estudar exaustivamente o estilo documentário durante a graduação, um formato normalmente aclamado por pessoas como as dos comentários acima, mas um estilo não tão distante dos realities, algo que será brevemente discutido mais a frente.

Ao unir a vontade de falar sobre algum reality show com a inquietação causada por Sonia Abrão, o trabalho começou a ganhar forma, aguardando apenas a conclusão da quarta temporada do MasterChef Brasil – seis semanas após a fatídica frase – para definir se o tema seria ou não adequado, afinal, ninguém se inspira por histórias de herói em que os vilões triunfam. Assim a reticência foi superada.

O objetivo do trabalho então, partindo do princípio de que Sonia Abrão estava certa e existiam vilões no programa, se tornou identificar quais estratégias foram utilizadas para transformar a competição numa narrativa mítica através de análise dos episódios da quarta temporada do programa MasterChef Brasil, disponibilizados pelo canal oficial do programa no YouTube.

Cruzar o portal que levou ao início da jornada aconteceu ao procurar outros trabalhos sob o termo guarda-chuva reality show, onde foi possível constatar que a abordagem que decidi utilizar se apresentava como algo novo (talvez pelo interesse de quem normalmente estude reality show normalmente seguir para coisas como relação com o público), o que foi algo bom. Por outro lado, outra coisa que pude notar foi a escassez de conteúdo que se dedicasse a conceituar de forma teórica o gênero reality show; assim o trabalho começou a tomar forma.

Além desta introdução, três foram as provações encontradas na jornada. A primeira delas, chamada Desbravando o novo mundo, é uma introdução teórica sobre o que é o reality show, apresentando ao leitor esse tipo de conteúdo televisivo. Começa com algumas de suas características básicas a partir de Susan Murray e Laurie Oullete, passando por um pouco da história dos realities antes mesmo de serem classificados dessa forma, com Allen Funt nos anos 50 e a família Loud nos 70, no que Anna McCarthy chamou “primeira onda dos realities”. Chega então numa conversa com John Corner e Susan Murray sobre as semelhanças entre documentário e reality show. Encontrando seu fim numa apresentação das categorias de reality show, com destaque para um diálogo com Heather Hendershot sobre os talent shows, categoria em que se encaixa o programa MasterChef.

A segunda provação, Conhecendo o inimigo, serve para melhor compreender o objeto de estudo do trabalho: o programa MasterChef. Neste capítulo o reality é apresentado desde sua origem no Reino Unido, em 1990, até a atualidade, onde se espalha por todo o mundo. O capítulo aborda também a entrada do show no Brasil e, utilizando como base a versão brasileira da franquia, apresenta suas algumas de suas particularidades, como formato e estrutura do programa.

Por fim, na Última batalha, a mais desafiadora das provações, é feita a análise de quais elementos da quarta temporada do programa MasterChef Brasil podem ter construído o caráter mítico no programa. Com a ajuda de Joseph Campbell e Junito de Souza Brandão para entender melhor a ideia de mito e suas releituras na contemporaneidade, e de Carl Gustav Jung e Christopher Vogler para compreender os arquétipos e como eles surgem na jornada do herói, o

capítulo foi se desenvolvendo com um misto de conceitos e análise de pontos cruciais que surgiram pelo show, como falas marcantes dos jurados, postura dos competidores ao longo da temporada e construção de narrativas com toque de heroísmo.

O tom épico se mantém por todo esse trabalho, uma aventura heroica para chamar de minha. A zona de conforto ficou para trás, o chamado foi atendido e o primeiro obstáculo superado. A aventura começa agora.

2 DESBRAVANDO O NOVO MUNDO

A partir da década de 90 – especialmente em seu fim –, observou-se por todo o mundo o crescimento como nunca antes visto dos reality shows, programas que trazem a realidade como tema principal e são normalmente produzidos para televisão (aberta e paga). Para Susan Murray e Laurie Ouellette (2008), o gênero reality vem se tornando cada vez mais presente e diversificado nas televisões. Seus formatos sem scripts se mostram gradativamente mais especializados e sofisticados, além de populares.

Ao pensar sobre o sucesso do gênero, James Mead (2006) traz em sua análise¹ pontos que considera cruciais para popularidade dos reality shows. São eles:

Primeiramente, a mistura de popularidade do público e baixos custos de produção tornam o reality show um bom negócio para uma rede de televisão, especialmente se comparado aos custos de outros formatos como comédias e dramas. Por exemplo, a maioria das estrelas num reality são mais baratas pelo seu “status sem nome”, os sets tendem a custar menos, e como muito do material não é roteirizado, gastos com escritores são comparativamente mínimos. Uma segunda razão para a popularidade dos reality shows é a capacidade de ver a vida das pessoas segundo a segundo. Essa “fofoca visual” permite ao espectador espionar personagens de verdade envolvidos em situações mais divertidas e interessantes do que o que pode ocorrer em seu próprio dia a dia. [...] Isso parece lógico, uma vez que já vivemos em um mundo onde as pessoas são obcecadas com a vida privada das celebridades; O reality show pega um atalho transformando as pessoas com as quais os espectadores podem se relacionar em celebridades por causa da disposição de ter suas vidas privadas expostas. (MEAD, 2006, p. 17-18. Tradução nossa.)²

Já Roberto Edson de Almeida (2009) aponta em seu trabalho³ “aspectos centrais do funcionamento dos reality shows”: em primeiro lugar a ancoragem no real⁴, defendida pelos produtores e redes que veiculam os programas e;

¹ Dissertação de mestrado ‘Survivor and other reality tv gameshows: the uses and gratifications perspective on a reality sub-genre.’

² “First, the mixture of viewer popularity and cheap production costs make a reality show good business for a television network, especially compared to the cost of other programming formats such as comedies and dramas. For instance, most stars in a reality series are more affordable due to their “no-name status”, the sets tend to cost less, and since much of the material is unscripted, staff writer fees are comparably minimal. A second reason for reality television’s popularity is the ability for one to view the second-by-second lives of people. This “visual gossip”, allows the viewer to spy on real-life characters involved in more entertaining and interesting situations than what may occur in his/her own daily lives. [...] This seems logical since we already live in a world where people are obsessed with the private lives of celebrities; reality TV takes the shortcut by transforming people the viewers can relate to into celebrities because of the willingness to have their private lives exposed.” (MEAD, 2006, p. 17-18)

³ Dissertação de mestrado ‘A performance dos públicos e a constituição social de valores: o caso Alberto Cowboy’.

⁴ A principal ideia defendida pelos reality shows é a lente da realidade: a falta de scripts e o uso de pessoas reais tornando os programas algo autêntico.

O segundo aspecto relevante é aquele que diz da presença, até então inaudita, de figuras anônimas ou alheias ao universo midiático nos reality shows. Embora em vários momentos, celebridades de maior ou menor destaque no mundo do entretenimento tenham participado de programas do gênero, a escolha de figura desconhecidas para o papel de estrela do horário nobre constitui um dos aspectos mais relevantes a partir dos quais os reality shows firmam sua especificidade. (ALMEIDA, 2009, p. 26)

Embora as características enumeradas por Almeida de fato sejam básicas para a construção dos realities, elas não se aplicam para todos eles, além de serem características que se encontram em outros gêneros ancorados no real, como os programas de auditório e documentários. Para Murray e Ouellette (2008) o que une os programas está menos ligado as suas normas estéticas e mais a um estilo abertamente comercial de se produzir, um grande apelo de entretenimento popular misturado com um discurso que se propõe real.

Buscando atingir ao público através de seus desejos pelo drama da incerteza, voyeurismo e até mesmo num simples e puro divertimento, os realities se destacam e se distanciam dos outros gêneros que trabalham também com a realidade como os noticiários. Ao se utilizar da realidade como uma forma de entretenimento acabam por se distanciar da necessidade de se manter fiéis aquilo que é estritamente real e suas barreiras éticas se tornam muitas vezes flexíveis.

2.1 A REALIDADE ANTES DO REALITY: ALLEN FUNT E OS LOUD

A fórmula que se utiliza de anônimos em frente às câmeras, participando das mais variadas ações não é algo novo para a televisão. No que Anna McCarthy (2008) chama de “primeira onda” da reality TV é possível notar, no cenário pós-guerra norte-americano, o surgimento de uma nova forma de se produzir o humor: as câmeras escondidas de Allen Funt.

Allen Funt ficou conhecido por seu programa de humor *Candid Camera*: o programa trazia em sua premissa as câmeras escondidas, colocando pessoas comuns em situações inusitadas sem que essas soubessem que estavam sendo filmadas. O programa foi ao ar sem interrupções de 1949 até 1967, quando foi cancelado. Após isso vários especiais e renovações de uma temporada foram feitos, sendo a mais recente em 2014, apresentada pela atriz Mayim Bialik e por Peter Funt, filho do criador do show.

Além do trabalho de comédia com o programa *Candid Camera*, Funt também produziu filmes de caráter documental utilizando-se da técnica da câmera escondida. Com um ar mais sério e abordando temas com uma maior crítica social, Funt filmava a realidade de determinadas situações sem que os objetos estivessem cientes das câmeras, realizando posteriormente pequenas entrevistas com algumas das pessoas que apareciam durante os filmes.

Seu trabalho era visto como uma forma de estudo comportamental na época, como dito por McCarthy (2008, p. 25. Tradução nossa) “os programas de TV e filmes que ele fazia eram, pelo menos para alguns espectadores, um registro visual valioso e educativo, capaz de produzir uma análise crítica da sociedade e da cultura de massa”.⁵

Das formas de se fazer TV que deram origem ao reality como gênero outro grande marco aconteceu na década de 70. Em 1973, nos Estados Unidos, o programa *An American Family* foi exibido pelo canal PBS⁶ numa série de 12 episódios, trazendo para a televisão a vida de uma família de classe média da Califórnia, os Louds. Apresentando ao público o conceito de cotidiano como forma de entretenimento – de simples atos banais como refeições em família até questões mais intensas e com maior apelo dramático, como divórcio e homossexualidade –, a vida dos Louds passou a ser acompanhada e discutida por milhões de pessoas que assistiam fielmente ao show, chamado na época de um documentário que trazia uma crônica da vida real.

Além do sucesso obtido com a série, anos depois seus produtores Alan e Susan Raymond lançaram outros dois filmes, algo como versões especiais que continuavam a narrativa da família Loud na televisão. O primeiro, *An American Family Revisited: the Louds 10 years later*, foi financiado pela HBO⁷ em 1983, mostrando como continuou a vida da família, na década que se passou após a exibição do programa original. O segundo filme, *Lance Loud! A Death in An American Family*, foi ao ar em 2003 e registrou o fim da vida de Lance, filho mais velho da família Loud que assumiu diante das câmeras de *An American Family* sua homossexualidade. O filme marcou o fim do contato da família com as câmeras, sendo colocado como o episódio final de *An American Family*. Embora alguns especiais tenham sido feitos posteriormente, nenhum deles trouxe novas filmagens ou entrevistas com a família, que preferiu

⁵ “[...] the television programs and films that he made were, at least for some observers, a valuable and educational visual record, capable of providing a critical analysis of modern society within mass culture.” (MCCARTHY, 2008, p. 25)

⁶ Public Broadcasting Service (Serviço Público de Radiodifusão) ou PBS é uma rede de televisão norte-americana fundada em 1952. Com um maior apelo educativo-cultural, a rede possui em sua programação um maior foco na exibição de documentários, telejornais e programas educativos.

⁷ Fundada em 1972, a HBO (Home Box Office) é um canal de televisão por assinatura norte-americano. Transmitida para mais de 50 países, a programação do canal consiste primariamente de filmes e séries originais.

se distanciar da mídia, tendo como único contato o lançamento do livro *Lance Out Loud* sobre a vida de Lance e escrito por sua mãe, Patricia Loud.

Como aponta Murray (2008), o programa até hoje não possui uma classificação definitiva, sendo tratado ora como um documentário observacional, ora como uma forma inicial de reality show. Não apenas com a família Loud, a discussão sobre as diferenças entre reality e documentário é algo bem extenso, sendo abordada no tópico seguinte.

2.2 REALITY TV X DOCUMENTÁRIO

“Um programa que aborda questões de interesse social, representando visões de mundo com as quais nunca nos deparamos antes (mesmo que os aspectos nela representados sejam familiares), resultado do processo criativo de quem o produz, que produz percepções diferentes a diferentes públicos”.

Essa descrição admitidamente vaga poderia ser utilizada para se referir a qualquer documentário, mas aqui descreve o programa *Big Brother Brasil*. Gerando muitas discussões sobre temas como o racismo, em sua última edição, o programa que traz pessoas de diversos cantos do país possui um material bruto que é editado pela produção que julga o que é mais interessante para entrar na exibição diária na TV aberta. Além disso, oferece opções que permitem ao espectador acompanhar o conteúdo sem pausas pelo canal 24h ou ainda pela internet, provocando assim diferentes visões de jogo a partir das distintas formas de se assistir o programa.

As fronteiras entre os documentários e os reality shows se dissolveram ao longo dos anos, pelo menos em relação às técnicas empregadas em sua produção. Como aponta John Corner (2008, p. 53. Tradução nossa), o “extenso uso de “formas de documentário” por outros tipos de programas, e o extenso uso de formas não documentais por documentários complicaram as regras para reconhecermos um documentário”⁸. De acordo com Susan Murray:

Os tipos de reality shows que dividem as características mais textuais e estéticas dos documentários tendem a se concentrar na vida cotidiana de seus objetos em “situações naturais” sem configurações de jogo, usam técnicas de cinema direto, e não contêm

⁸ “Extensive borrowing of the “documentary look” by other kinds of programs, and extensive borrowing of nondocumentary kinds of looks by documentary, have complicated the rules for recognizing a documentary.” (CORNER, 2008, p. 53)

elementos comerciais flagrantes como product placement ou a promessa de prêmios. (MURRAY, 2008, p. 67. Tradução nossa)⁹

A autora aponta que, mesmo que os documentários tenham foco na vida pessoal e no cotidiano – basicamente o mesmo que os realities –, são vistos como algo bom, algo útil para aqueles que estão sendo filmados, para quem os assiste e até mesmo para a sociedade como um todo. Murray (2008) defende que a diferença mais importante entre documentários e os *docusoaps* (o termo será abordado mais a frente) é o seu “peso social” (*social weight*), o primeiro abordando questões políticas e sociais, enquanto o segundo possui seu foco em entretenimento.

De fato, grande parte do nosso processo de avaliação baseia-se na crença de que os documentários devem ser educativos ou informativos, autênticos, éticos, socialmente engajados, produzidos independentemente e servem ao interesse público, enquanto os reality shows são comerciais, sensacionalistas, populares, divertidos e potencialmente exploradora e/ou manipuladora. Essas suposições de certa forma subjetivas trabalham para construir uma relação dialética entre o documentário e o reality show, mesmo quando compartilham muitas características similares. O documentário é visto como um esforço social e artístico válido e produtivo, enquanto o reality show é frequentemente difamado ou rejeitado. (MURRAY, 2008, p.67-68. Tradução nossa)¹⁰

Ao levar-se em conta a dicotomia criada entre documentários e realities, onde um lado é bom e outro ruim, um é necessário e outro um desserviço, um é autêntico enquanto o outro é manipulador, um membro de um fórum sobre conteúdo digital, o DBSTalk, resumiu de forma extremamente objetiva a relação entre os gêneros: “*Survivor* faz você querer pegar outra cerveja. *Planet Earth* faz você querer reciclar a lata.”¹¹

As distinções que fazemos entre as formas de televisão não-ficcional não se baseiam em evidências empíricas, mas estão amplamente contidas nas conotações de valor que insistem em separar informação de entretenimento, liberalismo de sensacionalismo e serviço público de comercialismo. Quando se trata de híbridos de documentário-reality, podemos não “precisar de um novo nome para isso”. Em vez disso, poderíamos apenas

⁹ “The types of reality programs that share the most textual and aesthetic characteristics with documentaries tend to focus on the everyday lives of their subjects in somewhat “natural settings” without a game setup, use cinema verité techniques, and do not contain flagrantly commercial elements such as product placement or the promise of prizes.” (MURRAY, 2008, p. 67)

¹⁰ Indeed, much of our evaluative process is based on the belief that documentaries should be educational or informative, authentic, ethical, socially engaged, independently produced, and serve the public interest, while reality TV programs are commercial, sensational, popular, entertaining, and potentially exploitative and/or manipulative. These somewhat subjective assumptions work to construct a dialectical relationship between documentary and reality TV, even as they share many similar features. Documentary is seen as a valid and productive social as well as artistic endeavor, while reality TV is often vilified or dismissed (MURRAY, 2008, p. 67-68)

¹¹ Disponível em: <http://www.dbstalk.com/topic/109407-what-is-the-difference-between-reality-and-documentary/>

pensar em porque é tão importante rotulá-lo. (MURRAY, 2008, p. 79. Tradução nossa.)¹²

Murray, em seu texto, defende que não precisamos de um novo nome para a mistura do reality com o documentário. Em 2011, contrariando a ideia defendida pela autora, o gênero híbrido “docu-serie” ganhou força nas televisões “como uma forma de escapar das conotações negativas associadas à reality TV” (CAMPBELL, 2015).

Uma série de estrelas de alto escalão como Shania Twain, The Judds e Sarah Ferguson, a Duquesa de York, provavelmente não gostariam de ter seus nomes associados ao mundo aparentemente sujo da "reality TV", e ainda assim eles se inscreveram para expor os dramas de suas vidas pessoais em "docu" shows cuidadosamente criados. (MCKAY, 2011. Tradução nossa)¹³

A maior diferença entre as *docu-series* e os realities está na forma como os próprios indivíduos que participam dos programas o encaram. Como Wynonna Judd explicou em entrevista para McKay (2011. Tradução nossa): “quando ouço a palavra ‘reality’ penso em desastre. [...] Então quando o termo ‘reality show’ aparece é possível ver as pessoas pensando ‘isso vai ser um desastre’, mas na verdade ‘não será, será uma celebração.’”¹⁴

Para McKay (2011) e Campbell (2015) o que fica visível é que o uso da nova denominação serve apenas para se distanciar da imagem já associada ao gênero reality. *Docu-series* são para os que já são famosos enquanto realities são para desconhecidos e subcelebridades. Além disso, como reforça McKay (2011. Tradução nossa), “parece que o termo “documentário” também tem o potencial de fazer a audiência se sentir melhor sobre as suas escolhas de programação, talvez até achando que estão sendo “educados” ao invés de satisfazendo um guilty pleasure”¹⁵.

¹² “The distinctions we make between forms of nonfiction television are not based on empirical evidence but largely contained in the evaluative connotations that insist on separating information from entertainment, liberalism from sensationalism, and public service from commercialism. When it comes to reality-documentary hybrids, we may not “need a new name for it.” Instead, we might just need to look at why it’s so important for us to label it at all.” (MURRAY, 2008, p. 79)

¹³ “A slew of high-profile stars like Shania Twain, the Judds and Sarah Ferguson, Duchess of York probably wouldn’t want to have their names associated with the seemingly dirty “reality television” world, and yet they’ve all signed up to expose the drama of their personal lives in carefully coined “docu” shows.” (MCKAY, 2011)

¹⁴ “When I hear the word ‘reality’ I think of a train wreck. [...] So when the reality show word comes up with people you can see their wheels turning like ‘this is going to be a train wreck’ and it’s like, ‘No it’s not, it’s going to be a celebration.’” (MCKAY, 2011)

¹⁵ “It seems that the “documentary” term also has the potential to make audiences feel better about their programming choices, and perhaps even feel like they are being “educated” rather than indulging in a guilty pleasure.” (MCKAY, 2011)

2.3 AS CATEGORIAS DE REALITY

Para entender o gênero reality é importante entender as diferentes categorias em que ele se divide – onde, como aponta Susan Murray, a maioria dos programas é alguma forma híbrida de estilos. Murray e Oullette (2008) em sua análise dividiram o gênero em nove¹⁶ categorias básicas. São elas:

Gamedoc (*Big Brother Brasil, A Fazenda*) – programas que seguem o dia a dia de seus participantes por um determinado período de tempo, envolvido num contexto de jogo com provas e eliminações regulares até que o vencedor obtenha o grande prêmio.

Dating program (*The Bachelor, À Primeira Vista*) – programas com foco em relacionamentos, podem seguir o estilo de competição (com eliminações regulares e um prêmio – o amor – no fim) ou acompanhar novos casais a cada episódio.

Makeover Program (*Lata Velha, Esquadrão da Moda*) – programas de transformação, seja de um carro, uma casa, ou até mesmo da própria pessoa. Os programas apresentam pessoas que precisam de ajuda em alguma área de sua vida e os especialistas proporcionam as mudanças necessárias para que a pessoa possa corrigir os problemas identificados e assim viver de forma melhor.

Docusoap (*The Real Housewives, Keeping Up with the Kardashians*) – realities que possuem uma forma narrativa similar à das novelas (*soap operas*). Narram o cotidiano de grupos de pessoas, focando nos acontecimentos do dia a dia e nos relacionamentos interpessoais. Possuindo muitas das características associadas aos documentários, distanciam-se destes por seu foco em drama e entretenimento.

Talent show/contest (*The Voice, RuPaul's Drag Race*) – competição que tem por base de julgamento algum talento dos competidores, onde candidatos vão sendo eliminados até somente restar um vencedor. Se dividem entre os que possuem participação direta do público através de votos e os que são decididos por bancadas de jurados. Alguns deles se utilizam de técnicas dos *gamedocs* ao mostrar seus participantes em momentos além da competição, aproximando-os mais do público ao mostrar mais de suas personalidades.

¹⁶ No texto original, produzido em 2008, as autoras trabalhavam com uma décima categoria, *reality sitcom*, que com o tempo foi incorporada aos *docusoaps*. Suas maiores diferenças originalmente eram um menor apelo dramático e uso de celebridades no lugar de pessoas anônimas; essas barreiras foram se perdendo com os anos e a categoria *reality sitcom* deixou de ser trabalhada.

Court programs (*Judge Judy, O Conciliador*) – programas de corte, mostram disputas judiciais reais onde as partes aceitam ser julgadas pelos juízes (que não são juízes atuantes de verdade, mas pessoas ligadas ao direito de alguma forma) e aceitam seus vereditos. No Brasil essa forma de programa não é tão assistida, possuindo apenas *O Conciliador* como exemplo na categoria, que foi exibido como um quadro do *Fantástico* de 2010 a 2012.

Lifestyle game (*Supernanny, The Biggest Loser*) – programas que misturam várias das categorias de realities, os lifestyle games são diferentes por seu foco em propor uma mudança na vida dos espectadores. Tratando de temas como alimentação saudável, decoração e cuidado de crianças, os programas trazem dicas e ensinamentos de especialistas que podem ser aplicadas na rotina de quem assiste o programa.

Faux reality (*The Joe Schmo Show*) – programas que criam falsos realities com objetivo de enganar uma pessoa que acredita estar participando de um reality de verdade. Os programas se utilizam de arquétipos e clichês já conhecidos de realities (O Pegador, A Patricinha, O Babaca, etc.) para criar seus personagens e tornar a experiência mais real para a pessoa que está sendo enganada.

Variations¹⁷ – releitura dos programas se utilizando de novos personagens, normalmente em programas que há algum tipo de competição. As variações mais comuns nos programas são: *kids* (competições normalmente realizadas por adultos em suas versões infantis); *celebrity* (celebridades competindo no lugar de anônimos); *professionals* (competição de profissionais no lugar de amadores) e *all-stars* (ex-competidores de diversas temporadas de um programa reunidos para uma nova).

Uma outra classificação, talvez até mais utilizada atualmente ao se classificar realities atualmente se utiliza de três categorias que servem como formas genéricas de classificação. Como base dessa classificação é utilizada a classificação do Emmy, o maior e mais prestigioso prêmio atribuído a programas e profissionais da televisão norte-americana. Desde 2014 os Emmy dividem seu prêmio de melhor reality show em três:

Unstructured reality – realities que usam como base o cotidiano, seja no dia a dia de uma família ou ao acompanhar o trabalho de alguém, sem o uso de roteiros prontos passam a

¹⁷ Originalmente as autoras trabalhavam apenas com “Celebrity Variations”, variações de outras categorias de reality utilizando de pessoas famosas no lugar de desconhecidos.

ideia de o que acontece no programa aconteceria de qualquer forma com ou sem câmeras. Chamado também de *documentary style*.

Structured reality – nesses programas os eventos acontecem exclusivamente pelo show. Nessa categoria programas como os de reforma e renovação são os maiores exemplos, situações que são reais mas não aconteceriam caso não houvesse o programa. Diferem dos programas de competição pois seus participantes não competem entre si, normalmente esse tipo de programa mostra um participante por episódio.

Reality-Competition – programas com eliminações regulares e um grande prêmio no final, a maior característica que os une é a ideia de competição. De *Survivor* a *The Bachelor*, muitos são os programas que se encaixam nesse estilo.

2.3.1 O trabalho e os talent shows

O gênero reality se destaca dos demais gêneros televisivos pela grande quantidade de subgêneros e categorias que possui. Algumas dessas categorias foram abordadas de forma breve no tópico anterior, mas para um melhor entendimento do trabalho uma delas deve ser melhor elaborada: os *talent shows*.

Talent shows “celebram a ética de trabalho meritocrática. Eles nos dão uma ilusão do “American Dream” posta em prática, onde podemos observar pessoas talentosas avançando na ladeira do sucesso.” (HENDERSHOT, 2008, p. 246. Tradução nossa)¹⁸ Incentivando o pensamento de “apenas o melhor vence”, criam um ambiente de competição mais forte até mesmo que o visto nos *gamedocs*, pois neste tipo de programa são apresentados outros aspectos dos participantes além da pura competição.

Nos *talent shows*, as personalidades dos participantes se revelam aos poucos, aparecendo de forma gradativa, à medida que os adversários são eliminados e o show progride, a fim de montar o drama. Tudo se constrói em cima das personalidades dos participantes, mas no fim, o julgamento dos jurados se mostra objetivo (pelo menos para os programas em que

¹⁸ “[...] celebrates a meritocratic work ethic. [Talent shows] gives us an illusion of the “American Dream” in action, as we watch talented people advance up the ladder to success.” (HENDERSHOT, 2008, p. 246)

não há interferência do público, onde apenas o painel de jurados elimina os competidores), com o bom trabalho sendo recompensado e o trabalho ruim descartado ao longo da temporada.

Em competições de talento objetivas, como *MasterChef*, *Project Runway* ou *Batalha dos Confeiteiros*, o foco é apenas na competição e não são mostradas muitas nuances dos participantes além do que são enquanto competidores. Dessa forma, participantes que aparecem ajudando seus competidores aparecem como boas pessoas, enquanto os participantes que mais encaram a competição como um jogo e o jogam de forma estratégica (muitas vezes considerada pouco ética) são vilanizados. Esse tipo de programa não possui seu foco em conflitos e drama, não havendo assim espaço para comportamentos ruins e pessoas que foquem em algo além de se mostrar o melhor naquilo em que se propõe.

Talent shows trabalham com a ideia de paixão, de fazer aquilo que se ama sem se importar com os desafios. Seja ter de construir uma roupa desde o esboço em menos de um dia usando livros como material em *RuPaul's Drag Race*, seja ter de fazer um desfile improvisado na parede de um arranha-céu em *America's Next Top Model*, esses programas alimentam cada vez mais a ideia de que é possível se trabalhar num ambiente em condições mínimas e não só isso, que a arte é algo suficiente ao artista como recompensa por seu esforço. Neste trecho, Heather Hendershot (2008) explica mais sobre a construção nos *talent shows*, especificamente se referindo ao programa *Project Runway*:

O alívio cômico é bem-vindo, mas também perturbador, pois aponta para as recompensas mínimas que realmente virão de todo esse trabalho frenético e não pago. O melhor trabalho vai ganhar, e os destaques positivos serão autorizados a permanecer no show, mas uma pessoa será obrigada a sair, e pelo menos metade dos designers exaustos será informado de que o fruto de seu trabalho não pago é um lixo. Em outras palavras, esse mundo aparentemente meritocrático pode oferecer sonhos de sucesso que podem de fato ser alcançados, mas o espetáculo é construído sobre uma base altamente exploradora. (HENDERSHOT, 2008, p. 250. Tradução nossa)¹⁹

Ao apresentar o tipo de reality show em que *Project Runway* se encaixa, a autora apresenta de forma resumida suas características. São elas: “um mundo multicultural e homonormativo, onde o trabalho duro é recompensado e o bem geralmente vence o mal,

¹⁹ “The comic relief is welcome but also disturbing, as it points to the minimal rewards that will actually come from all of this frenzied unpaid labor. The best outfit will win, and the runner-ups will be allowed to remain on the show, but one person will be made to leave, and at least one-half of the exhausted designers will be told that the fruit of their unpaid labor is crap. In other words, this apparently meritocratic world may offer dreams of success that can actually be achieved, but the show is built on a highly exploitative foundation.” (HENDERSHOT, 2008, p. 250)

racismo e homofobia desapareceram quase completamente e o avanço profissional sempre parece algo possível.” (HENDERSHOT, 2008, p. 255. Tradução nossa)²⁰

A partir dessas características é possível notar que os *talent shows* buscam se distanciar da abordagem de temas de cunhos sociais. No trecho se fala de um “mundo homonormativo” pois no programa analisado pela autora (*Project Runway*) a (homo) sexualidade é algo presente na narrativa a todo momento, sem que surjam conflitos em volta do tema, mas ao se analisar outros programas do mesmo estilo, como o *MasterChef*, essa característica se perde, e sexualidade é um assunto que não aparece em momento nenhum no programa por não ser algo relevante para a competição.

Dessa forma, desbravamos esse novo mundo – os reality shows – e seguimos para a próxima etapa: conhecer o inimigo, o programa *MasterChef* e suas peculiaridades.

²⁰ “[...] presents a multicultural, homonormative world in which hard work is rewarded, good generally wins out over evil, racism and homophobia have virtually disappeared, and professional advancement always seem within reach.” (HENDERSHOT, 2008, p. 255)

3 CONHECENDO O INIMIGO

Se você conhece o inimigo e conhece a si mesmo, não precisa temer o resultado de cem batalhas. Se você se conhece, mas não conhece o inimigo, para cada vitória ganha sofrerá também uma derrota.

Sun Tzu, Arte da Guerra

No capítulo anterior abordamos o gênero reality, apresentando-o e conceituando-o para uma melhor compreensão do terreno no qual se insere o objeto estudado. Neste capítulo, o caminho ganha uma definição, e chegamos, finalmente, àquele que deve ser desvendado.

Conhecer aquele a quem você enfrenta sempre aparece nas histórias como algo muito importante para quem pretende vencer os obstáculos e chegar ao fim da jornada. Neste trabalho, o que ocupa o lugar do outro, que precisa ser observado, estudado e entendido é o programa MasterChef, que alguns de seus mistérios desvendados.

Com sua estreia no Brasil pela Rede Bandeirantes em setembro de 2014, o programa MasterChef teve sua origem em um momento muito anterior a este. Criado em 1990 na Inglaterra pelo cineasta e produtor Franc Roddam para o canal BBC One²¹, o programa se apresentava de forma bem diferente da conhecida atualmente. A cada episódio, três cozinheiros amadores se enfrentavam, tendo como tarefa apresentar três pratos diferentes num prazo limite de duas horas, sem apelos dramáticos, surpresas ou reviravoltas.

Com sua temporada formada por treze episódios, o programa apresentava um padrão bem rígido, com nove eliminatórias, três semifinais e o episódio final. Contava com Loyd Grossman como apresentador fixo e dois jurados convidados por episódio, um chef profissional e uma celebridade. A primeira vencedora do programa foi Joan Bunting, não seguiu carreira diretamente na culinária, preferindo se dedicar a escrita, onde lançou o livro *Cooking with Love* e escreveu por anos na seção de culinária do britânico *The Journal*²², até se mudar para a França em 2003.

²¹ A BBC (British Broadcasting Corporation) é uma emissora pública de rádio e televisão que foi fundada em 1922 no Reino Unido. O BBC One é o principal canal da emissora; fundado em 1936, ele tem como principais atrações produções relacionadas a notícias, dramaturgia, documentários e filmes.

²² Jornal produzido em Newcastle desde 1832, atende principalmente ao nordeste da Inglaterra.

O programa teve sua primeira reformulação em 2001, mudando-se para o canal BBC Two²³ e mudando a prova dos competidores para dois pratos num prazo de noventa minutos. Com muitas críticas e baixa audiência, o programa sobreviveu por apenas uma temporada e foi cancelado.

MasterChef é sobre o drama. No meu tempo era mais sobre cozinhar, agora é mais sobre o show e as personalidades – tem que ser se John Torode e Gregg Wallace querem manter seus empregos. [...] Eu acho algumas partes realmente irritantes – os competidores correm como loucos e parecem ter saído de um abrigo noturno. Eles não estão mais sendo julgados pela sua culinária. Os competidores precisam largar seus empregos para estar no programa e estão correndo atrás de uma carreira na cozinha, o que aumenta a pressão e a audiência. Esse aumento de intensidade contribui para uma melhor televisão, assim como no X Factor. (BUNT, 2011. Tradução nossa.)²⁴

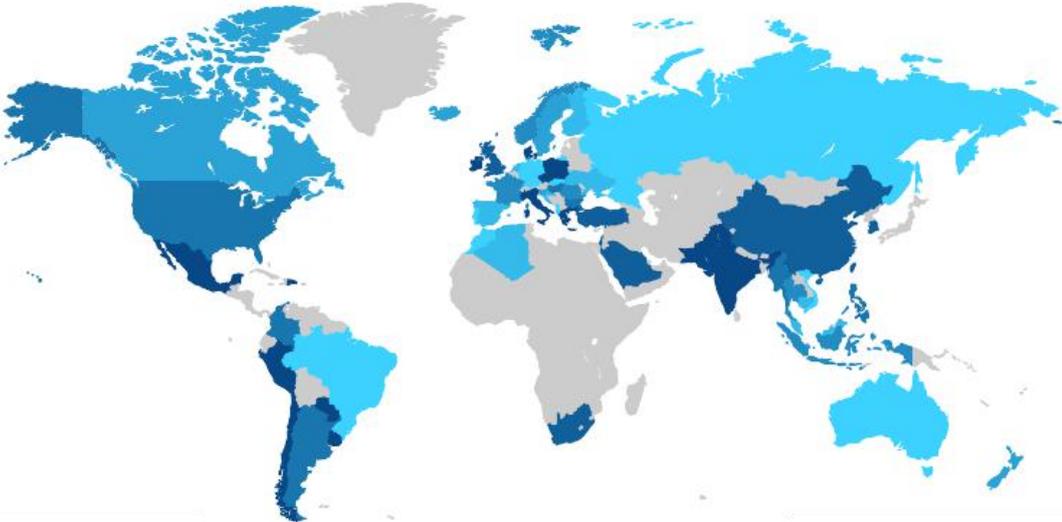
Em 2005 o programa foi reformulado e relançado pela BBC, assumindo o formato que apresenta atualmente. O programa rapidamente se mostrou um sucesso, com seu formato sendo exportado para diversos países e se tornando “um dos programas mais veiculados no mundo atualmente”, como aponta Holzbach. A franquia MasterChef é distribuída pela companhia Endemol Shine Group, já foi produzida em mais de 50 países pelo mundo (Figura 1) e exibida em mais de 200 territórios, assistida mundialmente por mais de 300 milhões de espectadores, o programa já transformou mais de 100 amadores em chefs de cozinha.

Com versões do programa sendo produzidas em todos os continentes é inegável o seu sucesso. Há uma maior presença do programa na Europa, onde surgiu o formato, mas a América vem se mostrando bastante interessada no formato. Com versões locais em quase todo seu território, o continente demonstra grande interesse local neste tipo de competição.

²³ Fundado em 1964, o canal BBC Two tem seu foco em programas experimentais e mais ambiciosos para a televisão, focando-se principalmente em programas de nicho, com menos espaço para os programas considerados *mainstream*.

²⁴ “MasterChef is all about the drama. In my day it was more about cooking, now it’s more about the show and personalities – it has to be if John Torode and Gregg Wallace want to keep their jobs. [...] I find parts of it really annoying – the bit where competitors leap around like lunatics and look like they have just come out of a night shelter. It is no longer about them being judged by their cooking. That contestants have to give up their jobs to be on the show and are after a top career in cooking adds to the pressure and boosts ratings. That increased intensity makes for better television, just like on the X Factor.”

Figura 1 – O MasterChef pelo mundo. Países que produzem ou já produziram o programa.



Fonte: produzido pelo autor.

Dos países com mais edições produzidas, um dos maiores destaques é o da edição australiana, atualmente em sua décima temporada. Exibido na rede de televisão aberta *Network Ten*²⁵ desde 2009, o programa é conta com um time fixo de três jurados, que também atuam como apresentadores do programa, os chefs Gary Mehigan e George Calombaris e o crítico culinário Matt Preston. O programa é exibido cinco dias por semana, de domingo a quinta-feira, com duração média de 90 minutos por episódio, a maior duração semanal dentre as versões internacionais da franquia. Além das temporadas regulares já foram produzidos no país todos os spin-offs já vistos do programa: *Junior MasterChef Australia*, *Celebrity MasterChef Australia*, *MasterChef Australia All-Stars* e *MasterChef Australia: The Professionals*.

Na América Latina o programa foi exibido em 2011 no Peru, porém a versão peruana não alcançou grande sucesso, produzindo apenas uma temporada. Nos anos de 2014 e 2015 o programa se firmou no resto do continente, tendo sua estreia na Argentina, no Chile, na Colômbia e no Brasil, países onde o programa se firmou e ainda está em produção. É interessante notar que na América Latina surge a figura da apresentadora (incluindo-se na versão mexicana, que estreou em 2016), que não aparece em outras versões de sucesso do programa, como a norte-americana ou a britânica, onde os jurados funcionam também como apresentadores do programa.

²⁵ Comumente chamada de *Channel Ten*, a rede de televisão aberta *Ten* foi fundada em 1964 na Austrália e atualmente é um dos canais mais assistidos do país.

3.1 O MASTERCHEF BRASIL

A franquia MasterChef é vendida para diversos países, e cada um deles faz pequenas alterações em sua fórmula para que esta se adeque em suas realidades e se torne mais palatável a seus públicos, desenvolvendo assim uma narrativa única para cada país onde é produzida, mas há um conjunto de regras básicas que dão unidade ao programa: cozinheiros em busca de um título, que devem participar de provas individuais e em equipes e têm como forma de avaliação os pratos que produzem e são julgados por especialistas sem interferência direta (votação) do público, até que o melhor seja declarado campeão.

“A competição culinária mais importante do mundo”, como é dito na abertura do programa, possui características únicas atreladas ao formato do programa, como os jurados e as provas. Deste ponto em diante serão analisadas estas características levando-se em consideração a versão brasileira do reality.

3.1.1 O elenco fixo

Em todas as suas edições exibidas até o momento, o elenco do programa se manteve o mesmo, com Ana Paula Padrão ocupando o papel de apresentadora e os chefs Henrique Fogaça, Paola Carosella e Erick Jacquin como jurados.

Embora não apareça em muitas versões do programa, a figura da apresentadora, representada aqui por Ana Paula Padrão, se faz essencial para o MasterChef Brasil. Responsável por manter o ritmo narrativo ao programa de extensa duração, a renomada jornalista faz papel de narradora e cuida também das entrevistas, tanto com os jurados quanto com os participantes.

Os jurados, por outro lado, são o principal elemento a compor um *talent show* com foco em gastronomia, tendo em vista que as avaliações, e a partir daí as decisões tomadas ao longo de todo o programa, são integralmente feitas por eles. Como explicado por Holzbach:

A autoridade dos jurados não é posta à prova principalmente por causa do lugar de fala que ocupam – normalmente são “chefs” legitimados em um contexto global e midiático, donos de restaurantes famosos que preenchem as páginas das críticas gastronômicas. (HOLZBACH, 2016)

A versão brasileira do programa conta com um trio de jurados compondo sua bancada, porém apenas um deles é brasileiro: Henrique Fogaça (Sal Gastronomia). Junto dele estão a argentina Paola Carosella (Arturito) e o francês Erick Jacquin (Tartar&Co), o que apresenta ao público um conceito de cozinha global como representação do que é a alta gastronomia nacional. Além disso, é importante também o fato de os três chefs atuarem em São Paulo, dando um ar mais cosmopolita à competição, indicando que a cozinha da capital paulista é a cozinha a se seguir no Brasil (HOLZBACH, 2016), distanciando-se de certa forma das culinárias regionais encontradas por todo o território (que é resgatada através das provas ao longo do programa).

A validação dos chefs acontece a partir de seu reconhecimento na mídia especializada, todos já venceram prêmios oferecidos pelos guias gastronômicos da *Veja* e da *Folha de S.Paulo* e apareceram diretamente ou com o nome de seus restaurantes no *Prazeres da Mesa*, a auto-intitulada “bíblia da gastronomia”. Atualmente os três chefs possuem seus restaurantes no Guia Michelin Brasil²⁶.

Para além de suas certificações como chefs, graças ao MasterChef os três jurados adquiriram também o status de celebridades²⁷, tornando-se personalidades da mídia, se aventurando por outras áreas para além da gastronomia, como pode se observar por algumas de suas conquistas após o início do programa. Henrique Fogaça ganhou em 2015 o prêmio *Men of the Year* da revista *GQ*, que premia os nomes de maior destaque e influencia no ano. Paola Carosella teve seu livro *Todas as Sextas* ganhando o segundo lugar na maior premiação literária do país, o prêmio Jabuti. Já o chef Erick Jacquin ganhou em outubro de 2014, durante a exibição da primeira temporada do programa, o título de *Chevalier de la Légion d'Honneur* – Cavaleiro da Legião de Honra –, título conferido aqueles que dão inequívoca contribuição à França.

²⁶ Criado em 1900 na França, o Guia Michelin é o maior guia de referência de hotéis e restaurantes do mundo. O Brasil passou a ter uma versão do guia em 2015.

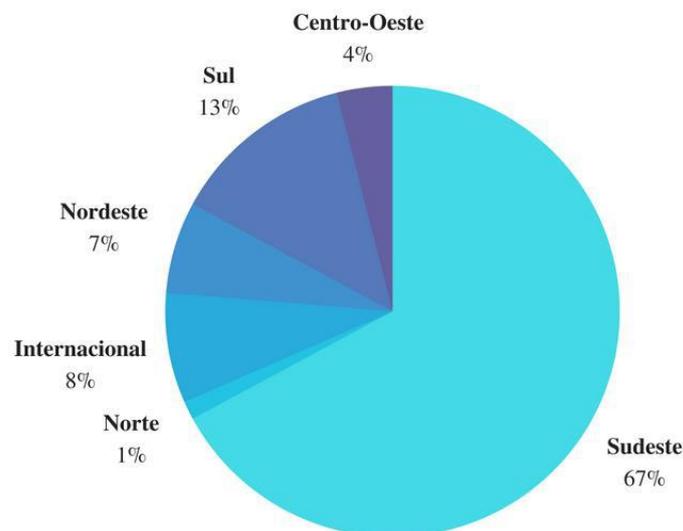
²⁷ O conceito de chef-celebridade, apresentado por Caroline Cavalcanti de Oliveira (MARQUIONI; OLIVEIRA, 2016), apresenta o chef-celebridade como uma pessoa conhecida na mídia que, para além do sucesso como apresentador e chef na TV, converte-se em marca e passa a ditar comportamentos.

3.1.2 Os participantes

Em todo reality show cabe aos participantes a árdua função de cativar o público. É com os participantes que o público se envolve no decorrer de um show, com vitórias e fracassos, com as superações que acontecem ao longo do caminho, com todas as batalhas que acontecem até que se chegue ao fim do programa e alguém seja declarado vencedor. Cabe aos competidores a função de conquistar e manter o espectador, pois é com eles que o público se identificará ao longo do programa, e não com os jurados ou com a apresentadora, não importando o quão carismáticos eles sejam.

Durante as quatro temporadas já encerradas do MasterChef Brasil, um total de 76 participantes passou pela competição, se dividindo da seguinte forma pelas regiões: 51 participantes do Sudeste (destes 31 apenas de São Paulo), 10 do Sul, 5 do Nordeste, 3 do Centro-Oeste e 1 do Norte, contando ainda com 6 participante de origem internacional.

Gráfico 1 – Distribuição dos participantes das 4 primeiras temporadas do programa MasterChef Brasil divididos por região.



Fonte: produzido pelo autor.

Com dois terços dos participantes oriundos de uma única região, é possível afirmar que o programa não possui seu foco em diversidade cultural. Com 31 participantes vindo apenas do Estado de São Paulo contra apenas um do Norte (Amapá, mais especificamente, na primeira temporada) é possível notar que, da mesma forma que acontece com os jurados, o programa

leva o conceito do que é a alta cozinha para a metrópole, afastando-a dos regionalismos e apresentando-a como algo próprio da cidade, afastando-se também do interior. Além disso há sempre a figura do concorrente internacional, o “concorrente global”, que reforça a ideia de uma culinária que ultrapassa fronteiras.

Ao se observar a situação social dos competidores do programa fica claro que “a grande maioria é assalariada mas, na versão brasileira, a maior parte dos competidores ocupa cargos normalmente relacionados à classe média urbana: produtor de eventos, publicitário, advogado, artista plástico...” (HOLZBACH, 2016). O que garante uma narrativa que “explora bem menos os problemas de cunho pessoal dos participantes e se concentra com mais ênfase nos conflitos gerados no interior da competição”.

3.1.3 Os cenários

Dentre os fatores mais importantes para o desenvolvimento do programa, o cenário em que tudo se desenvolve ganha um destaque à parte. O estúdio de gravação possui uma estrutura rígida, sem grandes alterações entre as temporadas.

O principal cenário do programa é a cozinha (Figura 2). Composta por diversas bancadas dispostas paralelamente com dois ou três competidores por bancada; ao fundo da cozinha ficam

Figura 2 – Cozinha do MasterChef.



Fonte: Episódio 5

diversos utensílios disponíveis para os competidores. Nela são realizadas a maioria das provas que acontecem no programa.

De frente para as bancadas em que ficam os competidores estão posicionados dois pequenos palcos, destinados aos jurados e à apresentadora (Figura 3); seu posicionamento – que muito remete ao de uma sala de aula, com o professor de frente para a turma – é um sinal claro da hierarquia no programa. Compondo ainda o cenário da cozinha há o mezanino (Figura 4), espaço na lateral do cenário destinado aos competidores que não estão participando da prova, onde eles podem descansar, assistir e comentar sobre a prova que se desenrola aos seus olhos. É também o espaço destinado para as famílias dos competidores durante a final do programa.

Além da cozinha, há ainda o mercado (Figura 5), e o restaurante (Figura 6). O mercado

Figura 3 – Palco dos jurados e da apresentadora.



Fonte: Episódio 5

Figura 4 – Mezanino



Fonte: Episódio 5

aparece – mesmo que brevemente – em todos os episódios; com grande variedade de produtos, é o local onde os participantes devem coletar o que pretendem utilizar em seus preparos, normalmente com um limite de tempo (três minutos) para sua utilização por prova. O

Figura 5 – Mercado do programa



Fonte: Episódio 5

Figura 6 – Restaurante



Fonte: Episódio 5

restaurante é utilizado com menor frequência, aparecendo apenas durante a deliberação dos jurados nos episódios comuns, além de ser utilizado como local de avaliação na final.

Há ainda, além dos cenários tradicionais, as locações externas, locais para onde os competidores se deslocam para realizar provas em grupo. As locações externas acontecem por todo o território nacional, trazendo dessa forma uma carga cultural para o programa.

3.1.4 Estruturas da competição

No Brasil, a franquia do programa MasterChef é exibida pela Rede Bandeirantes²⁸ desde 2014, ano de sua estreia. A versão brasileira é gravada em São Paulo, sua exibição é semanal e vai ao ar nas noites de terça-feira, começando por volta das 22h30 e duração média de duas horas por programa.

Os primeiros episódios de cada temporada são destinados à seleção dos participantes que irão compô-la. Nesses episódios, os candidatos pré-selecionados pela produção têm a chance de cozinhar pela primeira vez para os jurados, preparando um prato nos bastidores, deixando sua finalização e empratamento a se realizar nos últimos cinco minutos diante dos três chefs. Há ainda outras fases de seleção, que se apresentam de formas diferentes a cada novo ano, responsáveis por separar os possíveis candidatos dos competidores de cada temporada..

Após a escolha dos participantes a competição de fato começa. Cada episódio tem em si uma estrutura muito similar; com exceção da final os episódios são divididos em duas partes, num primeiro momento uma prova classificatória individual ou em grupo, que elege os melhores do dia e conseqüentemente estarão imunes à segunda parte do dia, garantidos para o próximo programa. O segundo momento dos episódios é o momento mais crítico dos dias, onde ocorre a prova eliminatória, em geral uma prova individual que tem por objetivo testar as habilidades dos concorrentes e eliminar o que obtiver o resultado mais fraco.

No meio de cada temporada há ainda um episódio destinado para a “reescapagem”, uma segunda chance para os competidores eliminados até o momento poderem voltar à competição.

²⁸ A Rede Bandeirantes pertence ao grupo paulista Bandeirantes e teve origem, em 1967. Em 1972, a emissora foi a primeira no Brasil a transmitir uma programação integralmente em cores. Em 1968 estreou na TV Bandeirantes um dos primeiros programas de culinária da TV brasileira, A Maravilhosa Cozinha de Ofélia, apresentado pela culinária Ofélia Anunciato.

Não há uma norma sobre o número de participantes a voltar, variando sempre entre um e dois por temporada.

A final de temporada é o episódio que mais difere do resto, com os dois finalistas produzindo um menu autoral completo (entrada, prato principal e sobremesa) e apresentando-o aos jurados, sendo assim o único episódio da temporada que possui apenas uma prova. O último episódio se diferencia dos demais também em seu formato enquanto o resto da temporada é completamente gravado, a final é apresentada ao público num misto de gravações e imagens ao vivo, com o anúncio de quem vence a temporada sendo feito ao vivo.

Algumas das provas do reality possuem formatos específicos bem marcantes na estrutura do programa. São elas:

Caixa misteriosa: prova que acontece algumas vezes ao longo de cada edição, normalmente a primeira do programa após a seleção dos competidores. Nela, todos se veem de frente para caixas de madeira (Figura 7) com ingredientes surpresa que deverão ser preparados e apresentados para os chefs.

Figura 7 – Prova da caixa misteriosa, realizada com os 21 participantes da edição.



Fonte: Episódio 4

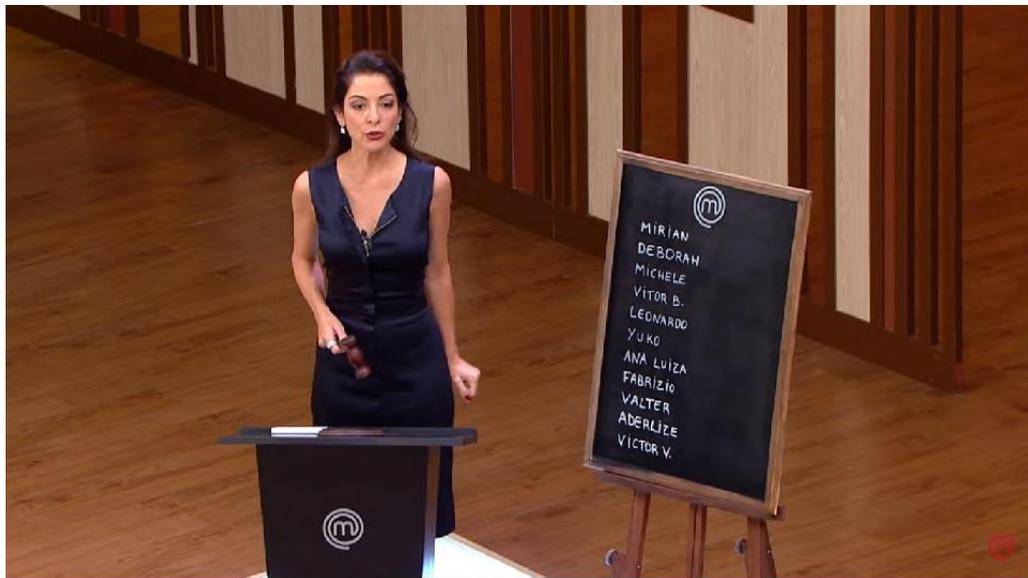
Reprodução de clássicos: os candidatos são desafiados a preparar versões próprias de pratos clássicos, sejam eles da gastronomia mundial como lámen, ou da gastronomia local como

acarajé. Em muitas das provas desse tipo há algum profissional para dar uma aula sobre o preparo do prato.

Teste de habilidade: sem necessariamente envolver cozinhar, testa habilidades ligadas à função de cozinheiro, como técnicas de empratamento ou paladar.

Leilão: prova em que os candidatos ofertam tempo de preparo em troca de cortes que queiram preparar, tendo que dosar quanto tempo perdem e também quem está levando o que, sem saber quais serão os próximos itens ofertados.

Figura 8 – Ana Paula Padrão se preparando para iniciar o leilão do MasterChef.



Fonte: Episódio 16

Prova técnica: os concorrentes precisam, além de entregar os pratos, demonstrar algum tipo de habilidade técnica específica nesse tipo de prova.

Prova em equipe: provas que acontecem em locais externos, normalmente servindo como ponte para a exploração de algum tipo de comida regional (Figura 9) ou marca de um patrocinador (Figura 10). Os participantes são divididos em duas equipes desafiados a cozinhar para grandes números de convidados.

Figura 9 – Prova de comida regional com temática Centro-Oeste



Fonte: Episódio 9

Figura 10 – Prova em parceria com vinícolas do Rio Grande do Sul.



Fonte: Episódio 5

Prova de reprodução: os candidatos devem reproduzir um prato de algum chef conhecido, as vezes um dos jurados, as vezes um convidado. Dependendo da prova há uma aula se ensinando o preparo, ou os candidatos podem contar apenas com o paladar.

Após essa apresentação do programa, sua história e as particularidades da edição brasileira, um pouco mais se sabe sobre o objeto outrora desconhecido; alguns mistérios foram revelados e, com as estruturas desbravadas, reconhecemos com mais intimidade nosso objeto. Após o reconhecimento do inimigo, nos deparamos com a última batalha, na qual o MasterChef será pensado e discutido através das relações e aproximações com alguns mitos e arquétipos.

4 A ÚLTIMA BATALHA

Eu tenho um sonho, o sonho de ser uma grande chef de cozinha. Muitos não acreditaram que eu chegaria até aqui, mas eles não sabiam que eu nunca me rendo. Eu sou Michele.

Michele Crispim, vencedora do MasterChef Brasil

A fala de Michele Crispim, na final do MasterChef Brasil 2017, condensa as questões a serem abordadas nesse capítulo. Ao iniciar sua fala com o resgate de um dos maiores heróis da contemporaneidade²⁹, a competidora que passou de aliada a heroína, responsável por vencer o mal, mostra toda sua força e que está pronta para a batalha final na cozinha da competição. E é com a fala dela que iniciamos a última batalha.

A quarta temporada do programa MasterChef Brasil apresentou, em sua abertura, uma grande diferença quando comparada às outras temporadas, algo que indica o caráter mítico que é resgatado pela temporada. Tal diferença serviu para distanciá-la das demais temporadas e foi o primeiro ponto de destaque que a tornou o objeto de estudo deste trabalho.

Desde a primeira temporada do programa os três chefs/jurados são apresentados durante a abertura, normalmente apenas com a voz da apresentadora dizendo seus nomes e com suas imagens em alguma situação ligada à cozinha. Nessa temporada, todos tiveram pequenas falas introdutórias, sobre o que esperavam da competição e, mais especificamente, dos competidores.

4.1 SOBRE O FOGO

A fala da chef Paola Carosella é, talvez, a mais emblemática das frases ditas pelos jurados: “É somente dentro desta cozinha que eles provarão que estão preparados pra dominar o fogo sagrado da gastronomia e a partir daí dar o grande salto.”

O fogo é um elemento constante nas mais diversas mitologias. De acordo com Junito de Souza Brandão (1986), ele aparece como os deuses Agni, Indra e Sûrya no hinduísmo representando respectivamente o fogo comum, o raio e o sol. No *I Ching* o fogo corresponde

²⁹ *Eu Tenho um Sonho* – discurso de Martin Luther King, proferido em 28 de agosto de 1963 na Marcha sobre Washington, falava da importância da união entre brancos e negros e clamava pelo fim da discriminação. Considerado um marco no Movimento Americano Pelos Direitos Cívicos, o discurso é emulado por Michele, conscientemente ou não. Disponível em: <http://www.palmares.gov.br/sites/000/2/download/mlk2.pdf>

ao sul, à cor vermelha, ao verão, e ao coração, simbolizando as paixões – particularmente o amor e o ódio. Na mitologia árabe surge principalmente como o Ifrit, gênio maligno que habita os subsolos e possui o corpo de fogo. No budismo, surge como o fogo interior, localizado no centro do chakra umbilical. Para os maias e gauleses, o fogo aparece em inúmeros ritos de purificação e renascimento.

No cristianismo o fogo aparece em diversos momentos. O fogo novo no sábado de páscoa representa o fogo como purificação, assim como o batismo de fogo feito por Jesus: “Eu vos batizo com água, para arrependimento; mas aquele que vem depois de mim é mais poderoso do que eu, cujas sandálias não sou digno de levar. Ele vos batizará com o Espírito Santo e com fogo.” (BÍBLIA, Mateus, 3:11, p. 933) Aparece também como objeto de punição e juízo divinos, servindo como peneira que separa o puro do impuro: “Virá o nosso Deus, e não se calará; um fogo se irá consumindo diante dele, e haverá grande tormenta ao redor dele.” (BÍBLIA, Salmos, 50:3, p. 593) Por fim, o fogo aparece também como fogo eterno, lugar de punição para aqueles que não são considerados dignos das bênçãos divinas: “Portanto, se a tua mão ou o teu pé te faz tropeçar, corta-o e lança-o fora de ti; melhor é entrares na vida manco ou aleijado do que, tendo duas mãos ou dois pés, seres lançado no fogo eterno.” (BÍBLIA, Mateus, 18:8, p. 952).

O fogo é também um elemento que aparece constantemente ao longo das histórias gregas, servindo ora como algo responsável por avanços, ora como uma entidade sagrada.

De acordo com Brandão (1986), aparece como um fator de invulnerabilidade quando a nereida Tétis “temperava ao fogo” seu filho Aquiles³⁰, unguindo-o com ambrosia e depois queimando-lhe a carne na tentativa de imortaliza-lo. Interrompida por seu marido Peleu, que temia pela vida da criança, Tétis alcançou parcialmente seu objetivo, deixando a criança indestrutível exceto por seu calcanhar direito, local em que a mãe segurava o bebê durante o rito.

Na história do titã Prometeu o fogo aparece para Campbell (1999) como uma representação da civilização, aquilo que separa o homem dos animais mantendo-os afastados:

Pois bem, foi em Mecone que Prometeu, desejando enganar a Zeus em benefício dos mortais, dividiu um boi enorme em duas porções: a primeira continha as carnes e as entranhas, cobertas pelo couro do animal; a segunda, apenas os ossos, cobertos com a gordura branca do mesmo. Zeus escolheria uma delas e a outra seria ofertada aos

³⁰ A história de Aquiles possui duas versões que muito se assemelham, diferenciando-se apenas quanto a forma de obtenção invulnerabilidade. Em sua outra versão, na Ilíada, Aquiles foi mergulhado no rio Estige para se tornar invulnerável.

homens. O deus escolheu a segunda e, vendo-se enganado, "a cólera encheu sua alma, enquanto o ódio lhe subia ao coração". O terrível castigo de Zeus não se fez esperar: privou o homem do *fogo*, quer dizer, simbolicamente dos *nûs*, da inteligência, tornando a humanidade *anóetos*, isto é, imbecilizou-a. Novamente o filho de Jápeto entrou em ação: roubou uma centelha do fogo celeste, privilégio de Zeus, ocultou-a na haste de uma férula e a trouxe à terra, "reanimando" os homens. (BRANDÃO, 1986, p. 167)

O titã aceitou então o castigo: acorrentado no cume do monte Cáucaso, teve seu fígado devorado por uma águia enviada por Zeus toda manhã, e regenerado a noite, assegurando assim a superioridade da humanidade sobre os outros animais.

O fogo surge ainda como elemento sagrado com Héstia, a deusa da lareira. Embora não participe ativamente de nenhum dos grandes mitos e aventuras heroicas, Héstia aparece como a deusa mais cultuada na mitologia, homenageada até mesmo dentro dos lares das pessoas e dos templos de outros deuses.

Se bem que muito cortejada por Apolo e Poseidon, obteve de Zeus a prerrogativa de guardar para sempre a virgindade. Foi ininterruptamente cumulada de honras excepcionais, não só por parte de seu irmão caçula, mas de todas as divindades, tornando-se a única deusa a receber um culto em todas as casas dos homens e nos templos de todos os deuses. Enquanto os outros Imortais viviam num vai e vem constante, Héstia manteve-se sedentária, imóvel no Olimpo. Assim como o fogo doméstico é o centro religioso do lar dos homens, Héstia é o centro religioso do lar dos deuses. (BRANDÃO, 1986, p. 276)

Servindo como um símbolo da perenidade, "Héstia permaneceu sempre mais como um princípio abstrato – a Ideia da Lareira – do que como uma divindade pessoal" (BRANDÃO, 1986, p. 276). Em Delfos era conservada como a chama perpétua, o fogo sagrado que acendia a héstia de outros altares.

O fogo que ensina, o fogo que limpa, o fogo que protege, o fogo que destrói; dos deuses aos demônios, o fogo aparece em diversos momentos, com as mais diversas funções. Paola o traz para o MasterChef como o fogo sagrado, a parte do fogo eterno de Héstia que só é manipulada pelos que se mostram merecedores, aqueles que se mostraram dignos das maiores dádivas que a deusa pode conceder. Assim, não só o vencedor deve se mostrar o melhor cozinheiro, mas deve merecer também a honra de manipular o fogo sagrado das histórias, que agora surge não em uma pira ou uma fogueira, mas dentro da cozinha, através de um *talent show*.

4.2 FAZER HISTÓRIA E MUITO MAIS

As falas dos outros jurados, aliadas à de Paola, trazem ao programa a confirmação de uma busca pelo heroico que será vista ao longo da temporada. Henrique Fogaça traz em seu discurso a superação de limites: “Fico ansioso em descobrir o que um talentoso cozinheiro de casa tem pra oferecer, mas, pra ser um Masterchef é necessário muito mais”; e Erick Jacquin o caráter mítico para o programa: “O próximo Masterchef deverá deixar nosso trabalho cada vez mais complicado. Os competidores devem se preparar para fazer a história.”

“Fazer história” é essencial para o mito e seu desenvolvimento, afinal, os mitos “são os sonhos do mundo. São sonhos arquetípicos, e lidam com os magnos problemas humanos. [...] O mito [nos] fala como reagir diante de certas crises de decepção, maravilhamento, fracasso ou sucesso. Os mitos [nos] dizem onde [estamos].”³¹ (CAMPBELL, 1999, p. 16). Para receber reconhecimento como tal, o mito deve se espalhar no imaginário popular, deve se concretizar de alguma forma pela sociedade, à medida que, ao se manter num âmbito particular o mito deixa de ser o “sonho do mundo” para se tornar um “sonho privado”.

Também no “muito mais” pedido pelo chef Fogaça é possível observar a busca pelo heroico, no que afasta o herói do homem comum; aquele que é escolhido tem como sua missão e sua façanha “a coragem de enfrentar julgamentos e trazer todo um novo conjunto de possibilidades para o campo da experiência interpretável, para serem experimentadas por outras pessoas” (CAMPBELL, 1999, p. 43). Os heróis são aqueles escolhidos pelos deuses, vivem as histórias que não podem ser vividas pelos demais homens, suas aventuras servem como aprendizado e se encaixam nas quatro funções desempenhadas pelos mitos:

Os mitos têm basicamente quatro funções. A primeira é a função mística – os mitos abrem o mundo para a dimensão do mistério, para a consciência do mistério que subjaz a todas as formas. Se isso lhe escapar, você não terá uma mitologia. [...] A segunda é a dimensão cosmológica, a dimensão da qual a ciência se ocupa – mostrando qual é a forma do universo, mas fazendo o de uma tal maneira que o mistério, outra vez, se manifesta. [...] A terceira função é a sociológica – suporte e validação de determinada ordem social. E aqui os mitos variam tremendamente, de lugar para lugar. Você tem toda uma mitologia da poligamia, toda uma mitologia da monogamia. Ambas são satisfatórias. Depende de onde você estiver. [...] Mas existe uma quarta função do mito, aquela, segundo penso, com que todas as pessoas deviam tentar se relacionar – a função pedagógica, como viver uma vida humana sob qualquer circunstância. Os mitos podem ensinar lhe isso. (CAMPBELL, 1999, p. 32)

³¹ Texto adaptado para melhor se encaixar no trabalho. O original aparece na primeira pessoa do singular.

No que tange este trabalho, as duas últimas funções dos mitos – sociológica e pedagógica – são as mais importantes. É importante observar como a construção de bem e mal é traçada ao longo do programa, e como o caminho do que é considerado correto é incentivado como forma de se alcançar o objetivo maior.

4.3 A MÍTICA TEMPORADA

Com exibição de sete de março a vinte e dois de agosto de 2017 pela rede Bandeirantes, a quarta temporada do MasterChef Brasil contou com um total de 25 episódios divididos em três episódios de seleção, 21 de competição e episódio final. Os prêmios para o vencedor da edição são duzentos mil reais (R\$ 200.000,00), um curso completo na sede da *Le Cordon Bleu*³² em Paris, mil reais (R\$ 1.000,00) em compras no cartão *Carrefour* por mês num período de doze meses e grande símbolo do programa, o troféu MasterChef; para o segundo lugar são oferecidos um curso de cozinha ou pâtisserie na filial de Ottawa e mil reais (R\$ 1.000,00) em compras no cartão *Carrefour* por mês num período de doze meses.

Os três primeiros episódios, destinados à seleção dos participantes, representam o chamado da aventura (VOGLER, 2007): foram divididos em duas etapas, com a primeira de empratamento (montagem dos pratos), abordada no capítulo anterior, acontecendo normalmente, e a segunda fase surgindo como uma novidade no programa: os duelos.

Após o primeiro corte, responsável por selecionar os quarenta competidores mais aptos a possivelmente fazer parte da competição, começa então a parte dos duelos tal qual os duelos vividos no Coliseu da antiga Roma. “A única maneira de conservar uma velha tradição é renová-la em função das circunstâncias da época.” (CAMPBELL, 1999, p. 22)

No MasterChef, o Coliseu é revivido com os duelos, com os competidores se enfrentando como os antigos gladiadores, enquanto os que aguardam fazem as vezes de audiência, assistindo com ávido interesse aos combates, pois dali surgirão os derradeiros candidatos a herói, que começarão a jornada pela competição em busca da dádiva final, a grande vitória.

³² Fundada em Paris em 1895, a Le Cordon Bleu é hoje considerada a maior rede de escolas de culinária e hospitalidade do mundo com 35 institutos em 20 países e 20 mil alunos de mais de 100 nacionalidades treinados todos os anos.

A partir do quarto episódio a competição de fato começa. Os vinte e um competidores selecionados cruzam o primeiro portal (VOGLER, 2005) e começam a busca pelo prêmio que ainda se apresenta tão distante no início da jornada.

Nas tabelas apresentadas a seguir é possível observar o desenvolvimento de cada um dos participantes no reality. A Tabela 1 mostra o desempenho dos participantes do decorrer do programa através de esquema de cores simplificado; suas classificações vão de V (vencedor) a EL (eliminado). Ela permite observar a situação dos jogadores durante toda a competição.

A Tabela 2 foi construída com base na primeira tabela, utilizando-se de um sistema de pontos atribuídos a cada uma das classificações da tabela anterior (sendo +2 a pontuação mais alta, para as vitórias, e -2 a pontuação mais baixa, utilizada apenas para os participantes que retornam à competição após uma eliminação prévia). Esta tabela permite uma forma de análise mais objetiva ao comparar os competidores através de uma pontuação, sem levar em conta dados subjetivos como vínculos afetivos estabelecidos com os competidores (MARQUIONI; OLIVEIRA, 2015). A competidora Ana Luiza, por exemplo, se mostrava como favorita absoluta até o momento de reviravolta no programa com sua eliminação no décimo oitavo episódio, aparecendo com um total de 14 pontos.

A Tabela 3 mostra o número de confessionários de cada participante na temporada. A partir dessa tabela é possível observar destaque recebido por cada um dos participantes da temporada a cada episódio. Por exemplo, é possível afirmar que o participante Leonardo teve grande destaque no quinto episódio com 23 confessionários, enquanto seis participantes não tiveram grande destaque no episódio, passando por ele sem um confessionário sequer.

Em relação a esse elemento psicológico, a exibição da intimidade parece constituir justamente o objetivo primário do solilóquio usado no gênero reality show em geral. Quanto ao formato [MasterChef], entende-se que efetivamente sem uma viagem pela psique dos participantes em uma espécie de “produção de auto-revelação”, o programa consistiria tão somente em a apresentação da competência potencial de futuros chefs. (MARQUIONI; ANDACHT, 2016)

Os confessionários³³ são estratégia fundamental para a construção da personalidade dos participantes num *talent show*, promovendo um efeito de autenticidade e habilitando um maior acesso à intimidade dos competidores (MARQUIONI; ANDACHT, 2016). Aqueles que passam pelo programa com número reduzido de confessionários possuem menos chances de exibirem seus traços pessoais, tendo assim maior dificuldade e suas construções narrativas.

³³ Marquioni e Andacht (2016) utilizam o termo solilóquio, “alguém falando em voz alta consigo mesmo”, como expressão sinônima ao que é referido neste trabalho como confessionário.

Tabela 1 – Desempenho dos participantes na quarta temporada do MasterChef Brasil.

Participante	Episódio																																												
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25																							
Michele	AD	EV	I	AD	I	EV	I		BD	EP	BD		BD	EV	I		AD	NP		AD	EP	BD	BD	AD	I	EV	I	AD	V	EP	AD		AD	AD	I	BD	V	I	AD	V	BD	V	VITÓRIA		
Deborah		EP	BD		V	EP	NP	AD	V	EV	I		AD	EP	AD	V	I		NP	AD	I	EV	I	BD	BD	V	EV	I	BD	BD	EV	I	V	I		V	BD	AD	AD	V	BD	BD	V	I	2º LUGAR
Valter		EP	V			EP	V	AD	AD	EV	I		V	EV	I	AD	I		NP		V	EV	I	BD	AD	I	EP	BD	BD	BD		EP	V	AD	I	V	I	BD	BD	V	I	V	I	BD	EL
Victor V.		EV	I		AD	EV	I			EV	I			EP	AD	AD	I		NP		AD	EP	AD	AD	I	EP	AD	I	V	I	EV	I	BD	AD		AD	V	I		BD	EL				
Leonardo	V	I	EP		AD	I	EP	AD			EP	BD	AD	I	EV	I			NP		V	I	EV	I	AD	I	EP	BD	V	BD	AD	EP	BD		V		BD	BD	BD	BD	EL				
Mirian	AD	I	EP	NP		AD	EP	AD			EP	AD	BD	BD	EV	I	BD	NP		NP		AD	EV	I		V	I	EP	AD	I	V	I	EV	I		BD		EL							
Vitor B.	AD	I	EP			BD	EP		V	I	EV	I			EP	EL			RET	BD	V		BD	EV	I	V	I	EV	I	AD		EV	I	BD	EL										
Fabrizio		V	EV	I			EV	I		BD	EP		BD	AD	EP		BD	NP		NP	V	I	V	I	EV	I		AD	I	EP	AD	I	V	I	EP	EL									
Ana Luiza		AD	EV	I			EV	I	V	I	EV	I	V	I	EP	V		AD	V		NP		BD	EP	AD	AD	I	EV	I	AD	EL														
Aderlize		BD	EV	I	AD	I	EV	I		AD	EP	V	AD	I	EV	I		V	I		NP	AD	I	EP	V		BD	BD	EP	BD	EL														
Yuko	AD	I	EP	AD		AD	EP	BD		AD	EP	AD	AD	I	EP	BD		AD	NP		BD	EP	BD		BD	EL																			
Fernando		BD	EV	I			EV	I			EV	I	BD	NP				NP		V	I	EP	EL																						
Taise	BD		EP		BD			EP	BD	EP					BD	NP	V	I		EL																									
Nayane	BD	BD	EV	I	AD	I	EV	I	V	I	EV	I			EP			EL	RET	BD	EL																								
Douglas			EV	I		AD	EV	I		AD	EV	I	BD	EL																															
Caroline	BD		EP	NP		BD	EP			EP	EL																																		
Abel			EV	I	V	I	EV	I		EL																																			
Natália	AD	I	EP	BD	BD		EP	EL																																					
Roger			EV	I	BD	EL																																							
Luciana		AD	EP	EL																																									
Bruno		EL																																											

LEGENDA:

V	Competidor venceu a prova
AD	Alto desempenho
I	Competidor imune
NP	Não participou da prova
EP	Equipe azul (EV) venceu ou (EP) perdeu a prova
EV	Equipe vermelha (EV) venceu ou (EP) perdeu a prova
BD	Baixo desempenho
EL	Competidor eliminado
RET	Competidor retornou à competição

Fonte: produzida pelo autor

Tabela 2 – Desempenho dos participantes em escala de pontos.

Participante	Episódio																														
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25									
Michele	1	2	3	4	3	2	1	0	1	2	NP	3	2	1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	VITÓRIA			
Deborah	-1	-2	0	-1	0	2	3	4	3	4	6	NP	7	8	7	-6	8	9	8	7	8	10	12	11	12	13	15	14	13	15	2º LUGAR
Valter	-1	1	0	2	3	4	5	7	8	9	NP	11	12	11	12	11	10	9	8	7	9	10	12	11	10	12	14	13	EL		
Victor V.	1	2	3	4	4	3	4	5	NP	6	5	6	7	6	7	9	10	9	10	11	13	12	EL								
Leonardo	2	1	2	1	2	1	0	1	2	NP	4	5	6	5	4	6	5	6	5	4	6	5	4	6	5	4	3	2	EL		
Mirian	1	0	2	1	2	1	2	1	0	1	0	NP	1	2	4	3	4	6	7	6	EL										
Vitor B.	1	0	-1	-2	0	1	-2	EL	-4	-5	-3	-4	-3	-1	0	1	2	1	EL												
Fabrizio	2	3	4	3	2	1	0	NP	2	4	5	6	5	6	8	7	EL														
Ana Luiza	1	2	3	5	6	8	7	9	10	12	NP	11	10	11	12	14	EL														
Aderlize	-1	0	1	2	3	4	5	6	8	NP	9	8	10	7	6	EL															
Yuko	1	0	1	2	1	0	1	2	1	0	NP	0	-1	-2	-3	EL															
Fernando	-1	0	1	2	3	2	1	0	NP	4	3	EL																			
Taise	-1	-2	-3	-4	-5	-4	-5	-6	-5	-6	NP	-4	EL																		
Nayane	-1	-2	-1	0	1	3	4	3	EL	1	0	EL																			
Douglas	1	2	3	4	5	4	EL																								
Caroline	-1	-2	-3	-4	-5	EL																									
Abel	1	3	4	EL																											
Natália	1	0	-1	-2	-3	EL																									
Roger	1	0	EL																												
Luciana	1	0	EL																												
Bruno	EL																														

LEGENDA:

LEGENDA:		SISTEMA DE PONTOS:	
V	Competidor venceu a prova	+2 pontos	
AD	Alto desempenho	+1 ponto	
I	Competidor imune	Sem alteração	
NP	Não participou da prova	Sem alteração	
EP	Equipe azul (EV) venceu ou (EP) perdeu a prova	EV (+1) ou EP (-1)	
EV	Equipe vermelha (EV) venceu ou (EP) perdeu a prova	EV (+1) ou EP (-1)	
BD	Baixo desempenho	-1 ponto	
EL	Competidor eliminado	Sem alteração	
RET	Competidor retornou à competição	-2 pontos (retorno após eliminação)	

Fonte: produzida pelo autor

Tabela 3 – número de confessionários por participante.

Número de confessionários dos participantes por programa																						
	Ep. 4	Ep. 5	Ep. 6	Ep. 7	Ep. 8	Ep. 9	Ep. 10	Ep. 11	Ep. 12	Ep. 13	Ep. 14	Ep. 15	Ep. 16	Ep. 17	Ep. 18	Ep. 19	Ep. 20	Ep. 21	Ep. 22	Ep. 23	Ep. 24	Ep. 25
Michele	4	3		1	8			4	12		13	8	12		14	19	9	15	18	22	33	31
Deborah	5	12	7	10	10	7	2		5	1	5	9	16	9	16	10	12	19	27	22	27	32
Valter	1	10		10	4		7		4	3	11	6	10	20	15	10	9	11	22	17	22	
Victor V.	1		9	4	8	10	1	10	9	5	16	19	7	14	11	16	18	19	19	23		2
Leonardo	10	23	5	15	12	12	11	19	22	4	3	7	8	26	18	18	19	21	33			1
Mirian	5	5		6		19	8	4	10		5		9	13	6	12	10	23				
Vitor B.	6	11	12	11			17	20	...	27	10		8	12	11	10	21					1
Fabrizio	7	12	8	4		16	9	9	8	11	7	6	15	9	7	22						
Ana Luiza	5		5				8	18	15	3	13	16	5	9	19							4
Aderlize	8				9	17			13		7	14	12	9								
Yuko	6	18	7	16	4		8	12	7		9		24									2
Fernando	8		6	2	9	5	13	2	13		5	19										
Taise	3	8	4			3		5	9	11	9											
Nayane	16		6	3	6	5	8	12	12	20												
Douglas	5	5	3		12		18															1
Caroline	17	6	5	2	8	10				4												
Abel	2	3	8	10	13					5												
Natália	6		5	11						7												
Roger	1	3	16							4												
Luciana	1	12																				
Bruno	6									9												

Fonte: produzida pelo autor

4.4 OS ARQUÉTIPOS E OS PARTICIPANTES

“O conceito de arquétipo, que constitui um correlato indispensável da ideia do inconsciente coletivo, indica a existência de determinadas formas na psique, que estão presentes em todo tempo e em todo lugar.” (Jung, 2014, p. 51) Nos mitos, os conteúdos arquetípicos possuem sua origem ligada a um tempo impossível de se determinar, eles vêm de um tempo primitivo, mas suas exigências espirituais se assemelham com as da atualidade. Se espalhando por todo o mundo em diferentes épocas e culturas, os arquétipos se mostram constantes, aparecendo sob diferentes cenários para melhor se encaixarem nas diferentes culturas em que são contados. (BRANDÃO, 1986; CAMPBELL, 1999; VOGLER, 2007)

Depois que meu filho mais novo tinha assistido a Star Wars pela décima segunda ou décima terceira vez, perguntei lhe: “Por que você repete isso tantas vezes?”, e ele respondeu: “Pela mesma razão por que você passou toda a sua vida lendo o Velho Testamento”. Ele estava em outro mundo mítico. (CAMPBELL, 1999, p. 19)

Na atualidade acontece o resgate de diversos temas que rondam os mitos desde a experiência greco-romana. “Rememorando os mitos, reatualizando-os, renovando-os por meio de certos rituais, o homem torna-se apto a repetir o que os deuses e os heróis fizeram "nas origens", porque conhecer os mitos é aprender o segredo da origem das coisas” (BRANDÃO, 1986, p. 39). As armas de fogo ocupam o lugar que antes era das espadas, os carros fazem as vezes dos cavalos, o voo das aeronaves simboliza a libertação da terra assim como os pássaros a representavam antes, a diversão de massa da população que era encontrada no Coliseu agora acontece em casa com a televisão.

Nos filmes, séries e novelas, os heróis são reavivados constantemente através dos elementos arquetípicos; “os motivos básicos dos mitos são os mesmos e têm sido sempre os mesmos” CAMPBELL, 1999, p. 23). Da Asgard (nórdica) à Asgard (*Marvel Comics*), o deus Thor se mantém como uma representação de super-herói através das várias mudanças que sofreu com o tempo; do Romeu shakespeariano até Maria do Bairro, o herói trágico se faz presente no imaginário popular; de Han Solo a Lestat de Lioncourt, o anti-herói aparece como figura disruptiva pouco se importando com os padrões morais e valores seguidos pelos heróis.

Ao participar de um reality show seus integrantes interpretam a si mesmos. De acordo com John Corner (2008, p. 61. Tradução nossa), “tal ‘performance do real’ é questionável, os comportamentos conscientes e muitas vezes moderados para a câmera são um elemento do

‘produto real’ dentro da estrutura de ‘realidade-como-diversão’³⁴. A partir disso é possível então se afirmar que ao interpretar a si mesmo, o *eu* deixa de ser pessoa e se torna personagem dentro do programa, possuindo características que o tornam atrativo para o show. Dessa forma, é possível notar a relação arquetípica dos participantes, quando eles passam a ser compreendidos como personagens dentro de uma história e não mais como apenas indivíduos comuns.

“O conceito de arquétipos é uma ferramenta indispensável para entender o propósito ou a função dos personagens de uma história.” (VOGLER, 2007, p. 24. Tradução nossa)³⁵ Embora as histórias não apresentem sempre todos os arquétipos em suas composições, elas sempre incorporam pelo menos alguns deles em sua narrativa de uma forma ou outra. Abaixo serão analisados alguns dos arquétipos mais comuns nas histórias de heróis a partir de Christopher Vogler (2007) e como eles foram construídos no programa MasterChef.

O Mentor – aparecendo nas histórias também como a figura do Velho Sábio, o Mentor tem como função educar e motivar o Herói, ajudando-o a superar seus medos (VOGLER, 2007) e levá-lo a novos níveis de habilidade e conhecimento. O Grilo Falante desempenha o papel de Mentor em *Pinóquio*, servindo também como a consciência do herói, responsável por mostrar ao menino o caminho correto a se seguir. Os três jurados executam esse papel no programa, servem ao mesmo tempo como avaliadores e instrutores, além de servirem de inspiração para os competidores:

Figuras de mentor, sejam encontradas em sonhos, contos de fadas, mitos ou roteiros, representam as mais altas aspirações do herói. Eles são o que o herói pode se tornar se persistir no Caminho dos Heróis. Mentores são frequentemente ex-heróis que sobreviveram aos primeiros testes da vida e agora estão transmitindo o dom de seu conhecimento e sabedoria. (VOGLER, 2007, p. 40. Tradução nossa)³⁶

³⁴ “... such “performance of the real” was questionable, its self-conscious and often mannered display to camera an element of the “commodity real” within the new framework of “reality-as-entertainment”.” (CORNER, 2008, p. 61)

³⁵ “The concept of archetypes is an indispensable tool for understanding the purpose or function of characters in a story.” (VOGLER, 2007, p. 24)

³⁶ “Mentor figures, whether encountered in dreams, fairy tales, myths, or screenplays, stand for the hero's highest aspirations. They are what the hero may become if she persists on the Road of Heroes. Mentors are often former heroes who have survived life's early trials and are now passing on the gift of their knowledge and wisdom.” (VOGLER, 2007, p. 40)

O Arauto – é a figura que traz notícias e informações ao herói, “como os arautos das cavalarias medievais, os personagens Arauto lançam desafios e anunciam a vinda de mudanças.” (VOGLER, 2007, p. 55. Tradução nossa)³⁷ Serve como uma espécie de mensageiro e seu maior representante nas histórias é Hermes, o mensageiro dos deuses e protetor dos viajantes. O arauto, muitas vezes, não possui uma personificação; representado como uma notícia que chega e causa uma mudança no rumo da história, o arauto pode ser uma mensagem ou ligação sem rosto. No programa, esse papel é feito pela apresentadora Ana Paula Padrão (Figura 11), responsável por apresentar os desafios e controlar o tempo das provas, dando ritmo e criando momentos de tensão ao final de cada prova.

Figura 11 – Com menos de um minuto restando para a entrega do prato, Ana Paula se mostra aflita: “Vocês não vão entregar não?”



Fonte: Episódio 14

O Aliado – é o personagem que acompanha o Herói em sua jornada, servindo como companhia e muitas vezes ajuda para a superação de obstáculos. O Aliado tem a importante função de humanizar o herói, trazendo dimensões extras de sua personalidade que não surgiriam sem o desenvolvimento da relação dos personagens (VOGLER, 2007, p. 71). Personagens como Ronald Weasley e Hermione Granger representam o aliado sempre ao lado do herói Harry Potter, cuidando e impulsionando-o ao objetivo final. No MasterChef, as competidoras Ana Luiza, Michele e Nayane surgem como aliadas de Vitor B., que ocupa o lugar de herói. Enquanto Ana Luiza aparece como a aliada competidora, que o impulsiona a dar o seu melhor

³⁷ “Like the heralds of medieval chivalry, Herald characters issue challenges and announce the coming of significant change.” (VOGLER, 2007, p. 55)

(como pode ser observado pelo desempenho de Ana Luiza nas Tabelas 1 e 2, ela é uma das grandes competidoras do programa), Nayane surge como a aliada ligada ao lado emocional, desde seus confessionários sempre energéticos até a disputa de repescagem entre os dois. Michele por sua vez é a aliada mais comedida, a que continua na disputa assumindo para si o manto heroico após a eliminação de Vitor B.

O trapaceiro – a figura do *trickster* representa uma quebra na ordem social. Personagem que transita livremente entre o bem e o mal, o trapaceiro surge para Jung (2014) tanto como demônio quanto como santo, normalmente a figura é utilizada nas tramas como uma fonte de alívio cômico, e suas intenções só são compreendidas ao fim da história. O *trickster* aparece em algumas histórias como uma figura inocente, capaz de lidar com as mais diversas situações de formas inusitadas, e possuindo “alguma relação com certas figuras folclóricas sobejamente conhecidas nos contos de fada: Dunga, o João Bobo e o Palhaço que são heróis negativos, conseguindo pela estupidez aquilo que outros não conseguiram com a maior habilidade.” (JUNG, 2014. P. 257) Para Vogler (2007) o Trapaceiro se expressa através de acidentes ou equívocos da língua que alertam para uma necessidade de mudança; quando as coisas ficam sérias demais o Trapaceiro surge colocando-as em perspectiva.

“Todos os personagens em histórias que são basicamente palhaços ou companheiros cômicos expressam esse arquétipo.” (VOGLER, 2007, p. 77. Tradução nossa)³⁸ O arquétipo do Trapaceiro surge no programa MasterChef, representado pela participante Yuko (Figura 12); única competidora estrangeira na temporada, a coreana ocupa esse lugar com seu jeito espontâneo, frases marcantes, certa dificuldade com a língua portuguesa (sua terceira língua, após o coreano e o inglês) e pratos esteticamente ruins.

³⁸ “All the characters in stories who are primarily clowns or comical sidekicks express this archetype.” (VOGLER, 2007, p. 77)

Figura 12 – Yuko em confessionário: falas que aparentemente não acrescentam muito ao programa, sendo normalmente conteúdos aleatórios e pouco relacionados ao show. Geralmente a participante aparece em momentos que a tensão é elevada, interrompendo assim o fluxo enquanto traz um novo vigor à narrativa, mantendo-a num tom mais leve e agradável.



Fonte: Episódio 10

4.5 HERÓI E SOMBRA – A CONSTRUÇÃO DE BEM E MAL

No tópico anterior foram apresentados alguns dos arquétipos mais comuns nos mitos heroicos. Para além dessas figuras, há ainda outras duas essenciais ao percorrer a jornada do herói: o Herói e a Sombra.

4.5.1 O Herói

Com personalidade justa e verdadeira, o herói é normalmente o personagem com “qualidades que todos podemos identificar e reconhecer em nós mesmos.” (VOGLER, 2007, p. 30. Tradução nossa)³⁹ Ele geralmente inicia sua trajetória como uma pessoa normal que parte de um lugar comum e vai crescendo no decorrer de sua jornada. É ideal que tenha imperfeições

³⁹ “Heroes have qualities that we all can identify with and recognize in ourselves.” (VOGLER, 2007, p. 30)

e defeitos, afinal, “o ser humano perfeito é desinteressante [...] as imperfeições da vida é que são apreciáveis.” (CAMPBELL, 1999, p. 5).

Os heróis devem ter qualidades, emoções e motivações universais que todos tenham experimentado em um momento ou outro [...], mas heróis também devem ser seres humanos únicos, em vez de criaturas estereotipadas ou deuses do metal sem falhas ou imprevisibilidade. Como qualquer obra de arte eficaz, eles precisam simultaneamente de universalidade e originalidade. (VOGLER, 2007, P. 30. Tradução nossa)⁴⁰

Dois foram os participantes que traçaram o caminho do herói em MasterChef: Vitor B. e, após sua eliminação, Michele.

Joseph Campbell (1999) nos apresenta dois tipos de proeza do herói, uma física e uma espiritual. É possível afirmar que Vitor B., com uma das participações mais marcantes na temporada passou por diversos momentos de provação, onde os dois tipos de proeza foram mostrados.

Heróis nos mostram como lidar com a morte. Eles podem sobreviver, provando que a morte não é tão difícil. Eles podem morrer (talvez apenas simbolicamente) e renascer, provando que a morte pode ser transcendida. Eles podem morrer a morte de um herói, transcendendo a morte, oferecendo suas vidas de bom grado por uma causa, um ideal ou um grupo. (VOGLER, 2007, p. 32. Tradução nossa)⁴¹

A morte no MasterChef é representada por deixar a competição. Vitor passou pelas três etapas ligadas à morte mencionadas na passagem acima. Antes de “morrer” sobreviveu a um acidente que quase o retirou da competição, com um grave ferimento na mão; foi eliminado, “caiu mas teve a chance de se levantar” como dito por Ana Paula Padrão durante a prova de repescagem; retornou ao jogo e por fim foi eliminado mais uma vez, dessa vez de forma definitiva, encerrando seu ciclo no programa. “Evoluir da posição de imaturidade psicológica para a coragem da auto-responsabilidade e a confiança exige morte e ressurreição.” (CAMPBELL, 1999, p. 132)

Para Vitor, a jornada ocorreu *para e em* si mesmo. Embora tenha começado a jornada como todos os outros pretendentes a herói visando o prêmio final, a sua jornada se transformou no caminho, tornando-se uma estrada de autoconhecimento. Vitor B. entrou na competição como um menino, com “um jeitinho cafajeste” descrito por Paola (Figura 13). Durante o trajeto teve seu caráter desperto e aprendeu muito sobre si mesmo, passando por uma transformação

⁴⁰ “Heroes should have universal qualities, emotions, and motivations that everyone has experienced at one time or another [...] but Heroes must also be unique human beings, rather than stereotypical creatures or tin gods without flaws or unpredictability. Like any effective work of art they need both universality and originality.” (VOGLER, 2007, p. 30)

⁴¹ Heroes show us how to deal with death. They may survive it, proving that death is not so tough. They may die (perhaps only symbolically) and be reborn, proving that death can be transcended. They may die a Hero's death, transcending death by offering up their lives willingly for a cause, an ideal, or a group. (VOGLER, 2007, p. 32)

da alma. (CAMPBELL, 1999; VOGLER, 2007) Saiu da competição como um homem que conhecia a si mesmo, sabendo o lugar a que pertence (Figura 14); mesmo que não tenha vencido a competição, saiu dela com um relevante prêmio: uma oferta de emprego no Arturito, restaurante da chef Paola Carosella.

Figuras 13 e 14 – primeiro e último momentos de Vitor B. na competição: do menino imaturo que chegou ao programa com os amigos de sua banda de pagode ao cozinheiro responsável que possui um brilhante futuro pela frente no restaurante da chef Paola Carosella.



Fonte: Episódios 2 e 20, respectivamente

A estratégia da vacância do lugar de herói, embora incomum, não é algo inédito. Um exemplo disso foi visto na primeira temporada da série *Game of Thrones*, lançada em 2011 pela HBO, com o personagem Ned Stark, um clássico herói justo, honesto e verdadeiro, que morre no penúltimo episódio da primeira temporada. Na série, o lugar de herói não foi ocupado por uma nova pessoa específica, com a figura do herói se diluindo em vários personagens, algo que traz para a série uma discussão sobre a inexistência de bem e mal absolutos. Já em *MasterChef*, a lugar do herói não ficou aberto por muito tempo, com uma nova heroína atendendo rapidamente ao chamado do ponto em que anterior caiu. Nesse caso, tornam-se evidentes as negociações entre a ficção e um reality show: as estratégias valem tanto para um quanto para outro.

Michele surge ocupando o papel de heroína no momento em que Vitor B. é eliminado. Ela passa de aliada a protagonista, assumindo para si o manto do Herói quando não há mais ninguém para assumir esse papel, num momento da competição em que ela se encontra sozinha no meio de outros cinco competidores, todos vistos sob a ótica de vilões.

Pouco antes de assumir de forma definitiva o posto de heroína, Michele começava a mostrar a mudança em sua postura. Ganhou sua primeira prova no décimo oitavo episódio (Tabela 1); no décimo nono, protagonizou seu primeiro e único desentendimento, com Mirian,

já conhecida por seu temperamento explosivo, durante uma prova em equipe com refugiados de diversos países. Para Campbell (1999, p. 135), “o objetivo moral [do heroísmo] é o de salvar um povo, ou uma pessoa, ou defender uma ideia”, o que Michele faz de forma exemplar ao defender os refugiados daquilo que reconhece como uma clara falta de respeito para com eles, que são interrompidos a todo instante por Mirian.

... as vezes é difícil dizer quem é o personagem principal, ou quem deveria ser. Muitas vezes, a melhor resposta é: aquele que aprende ou cresce mais no decorrer da história. Heróis superam obstáculos e alcançam objetivos, mas também ganham novos conhecimentos e sabedoria. (VOGLER, 2007, p. 31. Tradução nossa)⁴²

Se crescimento é um indicativo de quem assume o papel principal na narrativa, então os jurados começam a encarar Michele como personagem principal. Durante o vigésimo episódio, Paola diz para Michele: “Você veio quietinha, e você tá crescendo muito bem como cozinheira, você tá me surpreendendo.” Em outro momento, no episódio vinte e dois, a competidora é assunto entre os jurados: “É incrível como essa menina cresceu.”

Após a saída de Vitor B. é possível notar também uma mudança no em seu ritmo na competição que até então vinha de forma serena. Como pode ser visto na Tabela 1, a competidora que até então possuía apenas 1 vitória consegue o impressionante feito de obter 3 vitórias num período de quatro episódios no momento que pode ser considerado o mais importante da temporada, a reta final da temporada.

4.5.2 A sombra

Aquilo que se opõe ao herói.

“As sombras podem ser todas as coisas que não gostamos em nós mesmos, todos os segredos sombrios que não podemos admitir, nem para nós mesmos. [...] O rosto negativo da Sombra nas histórias é projetado em personagens chamados vilões, antagonistas ou inimigos.” (VOGLER, 2007, p. 65. Tradução nossa)⁴³

No programa MasterChef não há uma figura de vilão centralizada num competidor específico, afinal, é possível localizar em todos qualidades admiráveis e toques de bondade que

⁴² “... sometimes it's hard to tell who is the main character, or who should be. Often the best answer is: the one who learns or grows the most in the course of the story. Heroes overcome obstacles and achieve goals, but they also gain new knowledge and wisdom.” (VOGLER, 2007, p. 31)

⁴³ “Shadows can be all the things we don't like about ourselves, all the dark secrets we can't admit, even to ourselves. [...] The negative face of the Shadow in stories is projected onto characters called villains, antagonists, or enemies.” (VOGLER, 2007, p. 65)

os humanizam (VOGLER, 2007), mesmo quando suas falas possuem quase sempre tons negativos.

Ao contrário disso, é possível notar a emergência de “características vilanescas” por vários participantes, em especial nos que ocupam o Top 6 junto de Michele: Deborah, Valter, Victor V., Leonardo e Mirian. É possível observar os comportamentos típicos de vilões em momentos que não são ligados diretamente à competição, em especial nas conversas no mezanino e nos confessionários dos participantes, onde exibem traços de personalidade como arrogância, raiva, soberba e ironia.

No que diz respeito à (ii) confissão vergonhosa ou íntima, ela implica se despir em público do decoro, da inibição, para revelar aquilo de mais profundo, de sentimentos poderosos mas não aceitáveis no âmbito público. Trata-se de um momento que na tradição ocidental reserva-se para os íntimos ou para a relação com a religião, o espiritual, e envolve atitudes suspeitas, não exibidas normalmente para evitar ser julgado negativamente como, por exemplo, pela inveja, cobiça etc. (MARQUIONI; ANDACHT, 2016)

No que é um dos episódios mais emblemáticos de toda a temporada, a repescagem, é possível observar um pouco de como é construída a imagem dos vilões a partir de suas falas e linguagem corporal no episódio. Claramente insatisfeitos com a volta de participantes, em especial no momento em que é anunciada a volta de dois competidores, alguns dos participantes que continuam na disputa não disfarçam seu descontentamento. Com frases como “eu acho isso um absurdo. @#\$%&, é como se a gente regredisse! Porque a gente volta a competir com catorze pessoas” dita por Deborah; “eles tavam descansando em casa, estudando” por Victor V., ou ainda por Leonardo: “Dois repescados. Isso significa que alguém daqui vai embora. Eu sabia!”

Além disso, há ainda momentos como Valter rindo do momento em que uma das competidoras se atrapalha, ou Victor V. pede para que ninguém no mezanino dê dicas aos que estão cozinhando. Por momentos como os vistos durante o episódio de repescagem é possível entender o comportamento dos personagens como o associado ao dos vilões; eles servem para cumprir a função da Sombra.

A função da Sombra no drama é desafiar o herói e dar-lhe um adversário digno na luta. Sombras criam conflitos e trazem o melhor do herói [...] Muitas vezes tem sido dito que uma história é tão boa quanto seu vilão, porque um inimigo forte força um herói a enfrentar o desafio. (VOGLER, 2007, p. 66. Tradução nossa)⁴⁴

⁴⁴ “The function of the Shadow in drama is to challenge the hero and give her a worthy opponent in the struggle. Shadows create conflict and bring out the best in a hero [...] It's often been said that a story is only as good as its villain, because a strong enemy forces a hero to rise to the challenge.” (VOGLER, 2007, p. 66)

4.6 A OPOSIÇÃO DE BEM E MAL NAS DUAS FINALISTAS

Enquanto Deborah aparecia como a vilã da temporada, Michele foi aos poucos crescendo como um símbolo que se opunha a isso. Mesmo que a heroína tenha ganhado destaque de forma direta apenas no fim do programa, diversos momentos ao longo do show dão base para uma comparação entre as finalistas. Nesta análise, procura-se entender como cada um deles é significativo a sua forma.

A abertura do programa

A abertura do programa apresentou cada um dos participantes em algum ato ligado à cozinha. Talvez por coincidência, as duas competidoras aparecem em interação com elementos religiosos. Deborah aparece carregando uma cesta de maçãs:

Figura 15 – Deborah na abertura do programa.



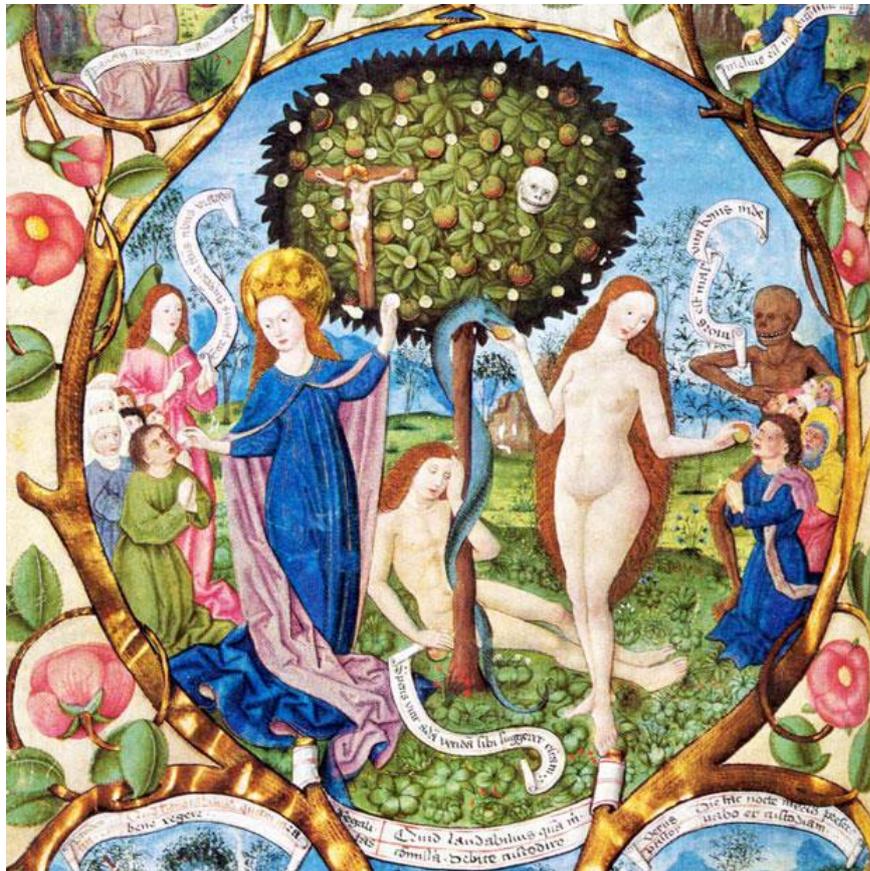
Fonte: Episódio 5

E ordenou o Senhor Deus ao homem, dizendo: De toda a árvore do jardim comerás livremente,
Mas da árvore do conhecimento do bem e do mal, dela não comerás; porque no dia em que dela comeres, certamente morrerás.

(BÍBLIA, Gênesis 2:16-17, p. 4)

A maçã aparece no cristianismo como o símbolo do pecado original, o fruto proibido (Figura 16) do conhecimento do bem e do mal, responsável por corromper Adão e Eva, expulsando-os do Jardim do Éden (CAMPBELL, 1999; JUNG, 2014). Desde a experiência grega é um elemento constante no imaginário popular, mantendo-se como um símbolo reconhecido ainda na atualidade, das maçãs de ouro roubadas por Hércules à maçã envenenada da Rainha Má (Figura 17).

Figura 16 – Árvore da morte e da vida, do missal do Arcebispo de Salzburgo, 1481. Eva seduzida pela serpente, arranca o fruto proibido e aqueles que o aceitam estão condenados ao sofrimento e à morte. Maria representa a redenção e seus seguidores ganham a vida eterna. Entre ambas, está Adão aturdido pela maçã do pecado, mas inclinando-se em direção à Maria.



Fonte: Pinterest. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/796926096535394435/>. Acesso em 20/06/2018.

Figura 17 – Rainha Má disfarçada de bruxa/velha e a maçã envenenada. Associando-se à ideia do mal, a maçã envenenada é normalmente uma das primeiras representações do fruto que aprendemos a reconhecer por ser um elemento marcante dos contos de fada.



Fonte: Still do filme Branca de Neve, Disney, 1937.

Disponível em: <http://www.catadoresdereliqias.com.br/2013/10/>. Acesso em 20/06/2018.

Michele, por sua vez, aparece com um bolo:

Figura 18 – Michele na abertura do programa.



Fonte: Episódio 5

Esta é a regulamentação da oferta de comunhão que pode ser apresentada ao Senhor: Se alguém a fizer por gratidão, então, com sua oferta de gratidão, terá que oferecer bolos sem fermento e amassados com óleo, pães finos sem fermento e untados com óleo, e bolos da melhor farinha bem amassados e misturados com óleo. Com sua oferta de comunhão por gratidão, apresentará uma oferta que inclua bolos com fermento.

(BÍBLIA, Levítico 7:11-13, p. 115)

Embora não tão emblemático quanto a maçã, o bolo aparece no cristianismo como um símbolo de paz, uma oferta de gratidão a Deus. É atualmente um símbolo de partilha e comemoração, objeto que, no inconsciente popular, é sinônimo de festejos.

Provação

Aqui a sorte do herói atinge seu ponto mais baixo em um confronto direto com seu maior medo. Ele enfrenta a possibilidade da morte e é levado ao limite em uma batalha com uma força hostil. A Provação é um "momento negro" para o público, pois estamos presos em suspense e tensão, sem saber se ele vai viver ou morrer. O herói, como Jonas, está "na barriga da baleia". (VOGLER, 2007, p. 14. Tradução nossa)⁴⁵

Como podemos observar na Tabela 1, no ponto mais baixo de Michele durante a competição, momento entre os episódios oito e dez, a heroína ficou três semanas seguidas entre os piores nas provas de eliminação; Deborah nesse período, ao contrário de sua concorrente, teve uma de suas melhores fases no jogo, com uma vitória individual, uma em grupo e um alto desempenho.

Durante o oitavo episódio, no momento mais crítico entre seus momentos negativos de quase eliminação, Michele constatou que “se o Abel não tivesse deixado de entregar um prato, quem tinha saído era eu”. Enquanto a futura vencedora passava por essa crise, Deborah comemorava a vitória que obteve na mesma prova.

Críticas

Enquanto ocorria a prova do leilão, no episódio dezesseis, as duas competidoras receberam críticas negativas sobre seus pratos. É interessante observar como cada uma delas lida com a situação. Abaixo transcrições dos confessionários de cada uma das participantes logo após suas críticas:

Michele: “Eu tô num momento que eu tô merecendo e talvez até precisando de uma chacoalhada porque eu quero acordar, eu quero voltar a trabalhar bem. Eu tô precisando que aconteça alguma coisa pra eu me reencontrar.”

⁴⁵ “Here the fortunes of the hero hit bottom in a direct confrontation with his greatest fear. He faces the possibility of death and is brought to the brink in a battle with a hostile force. The Ordeal is a "black moment" for the audience, as we are held in suspense and tension, not knowing if he will live or die. The hero, like Jonah, is "in the belly of the beast".” (VOGLER, 2007, p. 14)

Deborah: “Fiquei ##### porque eu falei ‘cara não, eu discordo’. Se eu ficasse na média ok, agora só porque não tá a altura do que eles imaginavam que eu faria em 59 minutos? Eu fico muito #####.”

Ao ser dado o resultado da prova, a primeira vitória do competidor Vitor B. no programa, Deborah comenta não apenas sobre a decisão dos jurados mas também sobre o participante: “Desculpa, mas o Vitor é um dos piores cozinheiros que tem aqui, todo mundo fala isso. Acho que ele se coloca nessa posição também, e assim, o cara faz um purê com um minuto a menos que eu, um ossobuco que ele jogou dentro da panela e ##### vangloriar?”

Construção de afeto

“... o centro das atenções remete a afetos domésticos e à sensação de pertencimento, observáveis no compartilhamento do cotidiano. Em outros termos, o tipo de sentimento proporcionado pelo ato culinário habilita, ou mesmo reitera, o estabelecimento de relacionamentos afetivos mais estáveis” (MARQUIONI; OLIVEIRA, 2015)

A memória afetiva que se cria na construção dos pratos ao resgatar memórias da infância ou de alguém/algo que seja especial é fundamental para que possa se conhecer mais dos participantes. Michele resgata memória de família ao preparar cupim para os chefs: “é a carne preferida do meu pai”, ouvindo dos jurados comentários como “isso só deixa felicidade”, do chef Jacquin, e “além de toda a técnica, a sensação é que você fez esse prato sem esforço, como se tivesse saído assim... do teu coração mesmo”, da chef Paola.

Deborah, por outro lado tem uma visão diferente: “eu sou totalmente a favor da meritocracia, entendeu? Eu nunca vou dizer que a minha comida é inspirada na minha vovozinha, no meu pai, que o meu pai é o meu jurado, eu detesto esse tipo de coisa.” Ela se mostra contrária à construção de afetos a partir de memórias, deixando claro que isso apenas interfere de forma inadequada, que não deveria influenciar na competição.

A partir da interação entre as duas finalistas fica claro como as relações entre bem e mal são traçadas. Deborah, que incorpora muitas vezes em suas falas discursos que poderiam ser ditos pelas vilãs das grandes novelas – quando reduz as emoções e memórias de seus concorrentes a estratégia de jogo ou duvida da capacidade de outros quando apresenta baixo desempenho, por exemplo – e Michele, que com comportamento ético e justo, não apenas responde ao chamado do herói mas encerra a jornada como a vencedora capaz de superar todas as sombras que encontrou pelo caminho.

A vitória de Michele encerra sua jornada no MasterChef, mas muitas outras jornadas ainda podem surgir no caminho da cozinheira. Ela, que fez história no programa enquanto mostrava ter muito mais que seus competidores, domina agora o fogo sagrado da gastronomia, e deve aguardar pelo chamado para as próximas aventuras.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS –A VOLTA PARA CASA

Após sobreviver todas as provações é possível ver o fim desta jornada dos mitos em uma competição culinária. O objetivo maior desse texto era verificar se Sonia Abrão estava correta e os vilões “estavam com tudo” no MasterChef. Visto que no fim todos foram eliminados, se estavam com tudo é algo a se questionar, mas é inegável que eles existiram pela competição.

Nessa jornada foi possível desbravar um pouco do mundo dos realities, conhecendo-os melhor em nível teórico, compreendendo um pouco mais de suas características gerais e categorias. O caminho proporcionou também a chance de conhecer melhor o MasterChef, sua história e suas particularidades.

A partir da análise feita da quarta temporada do programa foram explicitadas algumas das formas utilizadas para transformar uma simples competição numa narrativa de proporções míticas. Do fogo sagrado reacendido pela chef Paola Carosella logo no início do programa até a fatídica batalha entre bem e mal na grande final, muitas foram as formas de reviver e rerepresentar os mitos. Muitos outros exemplos ainda existiam pela temporada, mas alguns dos mais marcantes foram elencados a fim de ilustrar o trabalho.

O uso de arquétipos normalmente associados às histórias de heróis serviu também para dar tom a competição. Sem esse componente imbuído nos competidores, o conflito entre bem e mal não seria possível, e muito do caráter mítico explorado pelo show seria perdido.

Esta jornada ainda é apenas um trabalho de conclusão de curso de graduação; embora ambicioso, não o sou a ponto de considerar este um trabalho completo. Muitos caminhos poderiam ter sido seguidos aqui, como uma discussão da televisão e dos realities no Brasil, ou uma análise mais detalhada dos elementos que compõe o mito em cada um dos episódios para além dos exemplos que aqui foram explorados.

Mas, para além dos caminhos não seguidos há também as jornadas que ainda podem acontecer usando essa que está se encerrando como um prelúdio. Muito ainda há a se dizer sobre as narrativas heroicas nos realities utilizando-se agora da convergência de mídias e da relação com o público, temas que foram propositalmente excluídos do trabalho apresentado já imaginando as aventuras que surgirão no futuro.

Desta jornada a maior dádiva obtida foi o conhecimento adquirido por todo o caminho. A escolha do tema – que de forma orgânica evoluiu de um trabalho sobre reality show para algo sobre mitos e arquétipos com reality surgindo como objeto – levou a pesquisas e caminhos inesperados, e, até então inexplorados. Disso apenas coisas boas vieram.

Agora com o fim do caminho, o trajeto de volta para o mundo comum se apresenta logo a frente. Assim como ocorreu com Michele o momento das batalhas já se encerrou. Cabe agora o descanso enquanto as dádivas conquistadas são aproveitadas e a próxima jornada não se anuncia

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Roberto Edson de. **A performance dos públicos e a constituição social de valores: o caso Alberto Cowboy**. 2009. 176f. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.

BECKER, Aline Piffero. **MasterChef Brasil: Estudo exploratório sobre as narrativas das finais 2015 e 2016 na TV e na internet**. 2016. 108f. Trabalho de Conclusão de Curso de graduação – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

BÍBLIA. **Bíblia Sagrada – Harpa Cristã**. Português. Tradução de João Ferreira de Almeida. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 2009.

BRANDÃO, Junito. **Mitologia Grega: Volume 1**. Petrópolis: Vozes, 1986.

BUNT, Joan. First MasterChef winner says revamped show is a dog's dinner. **Mirror**. Publicado em 23 de fevereiro de 2011. Entrevista concedida a Tom Bryant. Disponível em: <https://www.mirror.co.uk/tv/tv-news/first-masterchef-winner-says-revamped-112281>. Acesso em 03 jun 2018.

CAMPBELL, Christopher. What Is the Difference Between “Reality Series” and “Documentary Series”? **Nonfics**. Publicado em 15 de julho de 2015. Disponível em: <https://nonfics.com/what-is-the-difference-between-reality-series-and-documentary-series-6e830ed4c500>. Acesso em: 10 jun. 2018.

CAMPBELL, Joseph. **O Poder do Mito**. 17ª ed. São Paulo: Palas Athena, 1999.

CAPANELLA, Bruno Roberto. **Perspectivas do Cotidiano: um estudo sobre os fãs do programa Big Brother Brasil**. 2010. 207f. Tese de Doutorado – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

CORNER, John. Performing the Real: Documentary diversions. In: MURRAY Susan; OUELLETTE Laurie (Org.). **Reality TV: Remaking Television Culture**. 2ª ed. New York: New York University Press, 2008. P. 44-64.

HENDERSHOT Heather. Belabored Reality: Making it work on The Simple Life and Project Runway. In: MURRAY Susan; OUELLETTE Laurie (Org.). **Reality TV: Remaking Television Culture**. 2ª ed. New York: New York University Press, 2008. P. 243-259.

HOLZBACH, Ariane Diniz. A comida como chef de um formato televisivo: MasterChef Brasil versus MasterChef Colômbia. In: COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. **Anais...** . Goiânia: Compós, 2016. p. 1 - 21. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos_identificado_3388.pdf. Acesso em: 19 jun. 2018.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. 11ª ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

MARQUIONI, Carlos Eduardo; ANDACHT, Fernando. Conversando com a comida: MasterChef e o solilóquio como acesso privilegiado à autenticidade. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. **Anais...** . Goiânia: Compós, 2016a. p. 1 - 24. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/com_autores_3390.pdf. Acesso em: 19 jun. 2018.

MARQUIONI, Carlos Eduardo; OLIVEIRA, Caroline Cavalcanti de. Para além da competição: consumindo afetos como cultura material no programa masterchef: análises e reflexões iniciais. **Conexão: Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 14, n. 28, p.73-97, jul./dez. 2015. Semestral. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/3138/2332>. Acesso em: 19 jun 2018.

MCCARTHY Anna. Stanley Milgram, Allen Funt, and Me: Postwar social science and the “first wave” of reality TV. In: MURRAY Susan; OUELLETTE Laurie (Org.). **Reality TV: Remaking Television Culture**. 2ª ed. New York: New York University Press, 2008. P. 23-43.

MCKAY, Hollie. Celebs Trading in 'Reality Shows' for 'Docu-Series', But Is It More of the Same? **Fox News**. Publicado em 21 de junho de 2011. Disponível em: <http://www.foxnews.com/entertainment/2011/06/21/celebs-trading-in-reality-shows-for-docu-series-but-is-it-more-same.html>. Acesso em 10 jun. 2018.

MEAD, James. **Survivor and Other Reality TV Gameshows: The uses and gratifications perspective on a reality sub-genre**. 2006. 69f. Master of Mass Communication Degree – College of Arts and Communication, University of Wisconsin-Whitewater, Wisconsin. 2006.

MURRAY Susan. I Think We Need a New Name for It: The meeting of documentary and reality TV. In: MURRAY Susan; OUELLETTE Laurie (Org.). **Reality TV: Remaking Television Culture**. 2ª ed. New York: New York University Press, 2008. P. 65-81.

MURRAY Susan; OUELLETTE Laurie (Org.). **Reality TV: Remaking Television Culture**. 2ª ed. New York: New York University Press, 2008.

REALITY SHOW. **MasterChef Brasil**. São Paulo: Rede Bandeirantes, temporada completa. Programa de Tv. Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UC2EWGw-KBjEReUbXMJEiaCA/playlists?view=50&sort=dd&shelf_id=9. Acesso em 24 jun 2018.

VARIEDADES. **A Tarde é Sua**. Osasco: Rede TV!, 19 de julho de 2017. Programa de TV. Disponível em: <http://www.redetv.uol.com.br/atardeesua/videos/ultimos-programas/os-viloes-estao-com-tudo-diz-sonia-abrao-sobre-participantes-de-reality>. Acesso em: 23 jun 2018.

VOGLER, Christopher. **The writer's journey: Mythic structure for writers**. 3ª ed. California: Michael Wiese Productions, 2007.