

## Não Conta Lá em Casa: a convergência de gêneros na televisão<sup>1</sup>

Pedro de ANDRADE<sup>2</sup>

Frederico BELCAVELLO<sup>3</sup>

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### Resumo

O presente artigo aborda a fusão de gêneros e formatos diferentes na criação de novos programas televisivos. Para tanto, é preciso ter o entendimento do cenário da TV atual, assim como a segmentação do público que a assiste. Com base nisso, o trabalho lança mão do estudo de caso feito sobre o programa Não Conta Lá em Casa e suas características que podem ser encontradas nos gêneros documentário e *reality show*.

**Palavras-chave:** Telejornalismo; Documentário; Reality Show; Não Conta lá em Casa.

### Introdução

Escolhas e possibilidades podem ser palavras para definir o cenário da televisão atualmente. A segmentação presente nos programas televisivos faz com que novos formatos sejam criados para atender a uma demanda cada vez mais específica e com isso o público se vê de frente a um leque de opções de canais e tipos de programação, ofertados a apenas um botão de distância. Essa enorme indústria da produção televisiva apresenta grande importância no dia a dia da sociedade e influenciou a transformação histórica do mundo, hoje encarado como um gigante mercado movido financeiramente pelos investimentos publicitários e interesses políticos.

Dentro desse panorama, para que um produto de qualidade seja criado, é preciso entender o cenário no qual está incluído, assim como aqueles com quem o espaço é dividido. Como a programação pode ser separada em categorias, gêneros e formatos, os programas são produzidos de forma a se enquadrar nessas divisões, tanto para se aproximar com o público, satisfazendo suas expectativas, quanto para serem acomodados em canais ou horários específicos, de acordo com suas características (ARONCHI DE SOUZA, 2004).

Muitas vezes, um programa não consegue ser classificado dentro de apenas um gênero, formato ou até na mesma categoria. Informação e entretenimento se misturam de uma forma que o espectador não percebe quando um dá lugar ao outro. Isso aponta que a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio, TV e Internet do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista graduado pelo Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – MG, email: pedro.andrade.fernandes@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do CES/JF, email: fredbelcavello@pucminas.cesjf.br

programação televisiva evolui junto com quem a assiste, indicando que, atualmente, os rótulos e divisões precisam ser mais flexíveis para acompanhar essas mudanças no perfil do espectador.

Esses são pontos abordados e percorridos neste artigo, que busca explicitar como a televisão passou a ser um elemento comercial e, a partir disso, explicar as divisões encontradas na programação e como essa separação vem perdendo a validade com o passar dos anos. Outro aspecto discutido é o surgimento da TV por assinatura e como isso permitiu o aparecimento de canais voltados para nichos muito específicos de público. O artigo é finalizado com um estudo de caso do programa Não Conta lá em Casa, em que oito episódios foram analisados em busca de características e elementos comuns ao gênero documentário e *reality show*.

### **A televisão como mercadoria**

Desde o descobrimento do Brasil, o país vem seguindo moldes de países mais desenvolvidos em todos os setores. Segundo Mattos (2009), da mesma forma em que os demais meios de comunicação migraram para o Brasil, a televisão não foi diferente. Os Estados Unidos serviram de base para o modelo comercial, presente neste meio desde seu lançamento no país em 1950, que logo chamou a atenção das agências de publicidade, uma vez que conquistou rapidamente a audiência do público alfabetizado e também analfabeto. Por conta disso, os programas televisivos seguiram a tendência de aproximação com a massa, atraindo para si cada vez mais anúncios publicitários.

A partir disso, a relação entre televisão e espectador ficou cada vez mais próxima por diversos motivos, um deles foi a representação das identidades nacionais, ponto destacado por Becker (2006). Para a autora, o meio de comunicação participou de diversos momentos da história brasileira, desde o controle social e agendamento político, mas também servindo de referência para a sociedade de modo vanguardista. Além disso, a TV conseguiu, após o ano 2000, se consolidar como a principal forma de chegar à informação e ao entretenimento, tendo uma cobertura praticamente em todo o território nacional e criando laços sociais e afetivos poderosos com os espectadores.

Essa expansão refletiu na indústria da mídia como um todo, fazendo com que essa se dobrasse no sentido da evolução mercadológica mundial e os interesses de poder que regulamentam tal mercado. Isso, segundo Arbex Júnior (2001), evidenciou a relação

existente entre a mídia e a economia, em que o primeiro precisa da aprovação do segundo para que um fato se transforme em notícia. Tal cumplicidade ganha força nos anos 1980, a partir do surgimento das grandes redes televisivas e multinacionais, mostrando que a TV se submete cada vez mais aos interesses mercadológicos.

Segundo Rezende (2000), para grande parte da população do Brasil, a televisão é o único modo de chegar à informação e ao entretenimento. Isso faz com que assuma um papel de importância muito maior que em outros países, onde a preferência do público fica dividida com livros, teatro, cinema. O telespectador brasileiro possui uma atenção de encantamento, que faz com que ao parar para assistir apenas um programa acabe por passar a tarde toda em frente à televisão em um fluxo de diferentes imagens e gêneros.

Barbeiro e Lima (2002) também destacam o poder da televisão, afirmando que a mesma foi o veículo do século XX e, até que a convergência das mídias aconteça de forma definitiva, continuará dominando os meios de comunicação. Essa monopolização é explicada devido ao seu grau de penetrabilidade, o que faz com que consiga mais da metade de todos os anúncios publicitários e, por consequência consegue investir nos melhores equipamentos para continuar evoluindo junto com a sociedade.

### **A informação no entretenimento**

Para estudar gêneros de programas, é necessário que antes se tenha um entendimento do desenvolvimento da televisão sob alguns aspectos, inclusive da evolução tecnológica do meio e desenvolvimento histórico do gênero. Dessa forma é possível chegar a um perfil da produção televisiva, além de compreender de forma plena os aspectos que fundamentam um programa (ARONCHI DE SOUZA, 2004). Castro (2006, p.38) reforça a importância do estudo dos gêneros, afirmando que eles estão presentes em “toda e qualquer forma literária e também em produções sonoras e audiovisuais”.

Para Aronchi de Souza (2004), a programação televisiva precisa ser classificada em três níveis: categorias, gêneros e formatos. A primeira pode abranger uma grande e diversificada quantidade das outras duas. Sendo assim, o autor conclui que na televisão brasileira a programação pode ser dividida em cinco categorias: entretenimento, informativo, educativo, publicidade e outros.

Watts (1990) afirma que em um programa, o entretenimento é necessário, sem exceções. Segundo ele, sem entretenimento não existe audiência, mas isso significa então

que entreter é despertar a vontade do público de assistir o programa, não necessariamente fazer quem assiste sorrir e cantar. Além disso, ele afirma que a programação pode também informar, ou seja, o espectador passa a entender mais sobre certo assunto do que sabia antes de ver o programa.

Sobre entretenimento, Dejavite (2006) discorre sobre duas definições. Uma delas sendo todo aquilo que pode fornecer diversão, recreação ou que distrai o espectador. Já a outra considera o entretenimento como

[...] um espetáculo destinado a interessar ou divertir, ou seja, uma narrativa, uma performance ou qualquer outra experiência que envolva e agrade alguém ou um grupo de pessoas, que traz pontos de vista e perspectivas convencionais e ideológicas. Isso porque seu significado remete, na maioria das vezes, à anti-seriedade, à rejeição da moralidade, à política e à não-estética. Por isso não é considerado arte, mas apenas um divertimento (DEJAVITE, 2006, p.41).

Para a autora, a função de maior importância do entretenimento é a de funcionar como uma válvula de escape. Porém isso pode ocorrer de formas positivas e negativas: positivas, quando incide no estímulo da narrativa midiática, que como consequência incentiva a criatividade e contribui para o desenvolvimento de quem assiste; negativas, quando é usada na busca pela audiência através de apelos comerciais e como “instrumento de manipulação e alienação, em prol de determinadas ideologias” (DEJAVITE, 2006, p.50). Quanto à informação, Charaudeau (2007) discorre que a mesma só existe graças à linguagem, porém não somente o conjunto de signos de uma língua, e sim a linguagem como discurso inserida numa situação de comunicação em uma sociedade. Dessa maneira a informação se torna, inicialmente, a transmissão de um conhecimento entre dois indivíduos, um deles possuidor do saber que, de forma livre, compartilha a informação, tirando o outro indivíduo da ignorância.

A palavra “informação”, para Pereira (2001), possui diversos significados, sendo um deles considerado um nome técnico para o conteúdo da mensagem, abrangendo tudo aquilo que acrescenta conhecimento e comunica algo de alguma forma.

A partir disso, essa transmissão do saber passou a ser encarada como uma atividade sócio profissional, dominada pelas mídias cuja vocação seria informar as pessoas. Porém surge um questionamento proposto por Charaudeau (2007), em que a mídia precisa justificar o fato de ter se tornado especialista na transmissão da informação e explicar o discurso apresentado, não só como o que seria de interesse público, mas também de uma maneira que passe a credibilidade necessária para o convencimento do motivo dela ser a detentora da informação.

Segundo Arbex Júnior (2001), a ideia de que a notícia informa o fato como realmente aconteceu, de forma verdadeira e sem influências, vem desde o surgimento do jornalismo, influenciada pelo realismo do século XIX. Isso faz com que os telejornais destaquem o fato de mostrar a realidade e de funcionar como um espelho que reflete os fatos fielmente, de forma que usam a imagem como apoio da transmissão de informação. Mas na prática não é isso que acontece. Passar a informação adiante de forma isenta de opinião é praticamente impossível, já que “ao relatar um evento o observador seleciona, hierarquiza, ordena as informações expostas, fazendo aí interferir as suas estratégias de narração” (ARBEX JÚNIOR, 2001, p.107).

Machado (2005) questiona se essas separações ainda são válidas, afirmando que, devido à expansão e mudanças do mundo, precisa-se de um conceito mais flexível e adaptável, uma vez que mesmo buscando estabilidade, os gêneros estão em constante transformação e evolução de acordo com as tendências do meio.

Uma das formas de classificar um programa que não se enquadra nas categorias de informação ou entretenimento é usar um termo que, segundo Dejavite (2006), surgiu nos anos 1980, mas só teve destaque no final da década de 1990. O neologismo usado foi o Infotenimento, que denomina o tipo de jornalismo que, além de transmitir a informação, a notícia, consegue divertir o espectador. Matérias que falam de assuntos como culinária, moda, estilo de vida, turismo, cultura, esporte e notícias de interesse humano são exemplos de jornalismo de Infotenimento. Nesses casos não existe uma linha evidente que separe o entretenimento da informação.

Apesar disso, o Infotenimento não pode ser desmerecido, ou encarado como jornalismo menor apenas pelo fato de usar o entretenimento para informar. Por mais que a atividade jornalística seja vista como algo que não utiliza o humor e divertimento, pelo menos na visão do público, ela carrega em si a função de divertir, entreter e distrair o espectador. “Sem dúvida, o jornalismo de INFOtenimento é uma prática autêntica e deve fazer parte do currículo de qualquer curso de graduação na área” (DEJAVITE, 2006, p.89).

## **Documentário**

Um dos gêneros de programas televisivos que pode ser classificado dentro da categoria informação, segundo Aronchi de Souza (2004), é o documentário<sup>4</sup>. Para o autor, o gênero aborda temas que carregam importância política, histórica, científica, econômica e social, e, ao mesmo tempo, consegue fornecer uma visão crítica e aprofundada de assuntos cotidianos. Dentro da área do telejornalismo, os documentários buscam o maior número de informações sobre um tema e procuram mostrá-lo de todos os ângulos possíveis, sendo então considerado um gênero muito caro de ser produzido.

Esse conceito também é discutido por Ramos (2008), que afirma que o documentário pode ser considerado como uma sequência de imagens, em formato narrativo, que estabelece afirmativas sobre o mundo histórico. Para reforçar essas afirmativas, o documentário lança mão de um mesmo artifício usado na ficção: os personagens. São eles que vão personificar a realidade que o cineasta busca mostrar.

Aronchi de Souza (2004) ainda discorre que o documentário consegue agrupar uma grande variedade de formatos, usando artifícios que vão além das imagens com voz em *off*<sup>5</sup>. Isso contribui para que as informações sejam apresentadas de formas variadas e menos cansativas, uma vez que o tempo de duração de programas desse gênero costuma ser mais longo.

Para Nichols (2005), dentro do gênero documentário existe uma nova divisão de subgêneros, separados de acordo com características de diversos grupos de cineastas e filmes<sup>6</sup>.

O documentário expositivo, por exemplo, remonta à década de 1920, mas continua exercendo grande influência ainda hoje. A maioria dos noticiários e dos *reality shows* da televisão dependem muito de suas convenções bastante antiquadas, assim como quase todos os documentários sobre ciência e natureza [...] (NICHOLS, 2005, p.136).

Para esse modo de documentário, a informação é geralmente transmitida por meio de legendas e vozes que apresentam uma perspectiva ao recontar uma história que já aconteceu. Nesse caso, as imagens não desempenham o papel principal, servindo apenas para ilustrar o que está sendo dito e reforçar a interpretação do espectador, que, caso duvide do que está sendo falado, tem nas imagens a comprovação necessária para o convencimento.

---

<sup>4</sup> O documentário também é um gênero cinematográfico, amplo, cheio de subgêneros, mas para efeito deste trabalho nos interessam os documentários como gênero televisivo.

<sup>5</sup> “Vozes que estão fora de quadro, mas pertencem ao universo sonoro da cena em questão” (LINS; MESQUITA, 2008, p.18).

<sup>6</sup> Essa separação é válida para os documentários cinematográficos, e não jornalísticos.

Outro subgênero citado por Nichols (2005) é o modo participativo de documentário. Nele, o cineasta participa ativamente da realidade a ser mostrada, porém não se torna um dos “nativos”, mantendo certa distância, mas sem deixar de mostrar como é para ele estar naquela situação e como ela se modifica com a sua presença. “O cineasta serve como pesquisador ou repórter investigativo” (NICHOLS, 2005, p.156). Portanto o espectador percebe que esse modo representa um diálogo entre aquele que apresenta o tema e quem vive dentro da realidade mostrada, sem deixar de lado a emoção.

### ***Reality Show***

Pela classificação de Aronchi de Souza (2004, 126), o gênero do *reality show* pode se enquadrar dentro da categoria entretenimento, em que a principal característica é o *voyeurismo*, palavra que, até o século XIX, significava “pessoa que vê algo por curiosidade”. O gênero chegou ao Brasil com o programa No Limite, transmitido pela Rede Globo no ano 2000. Ele, juntamente com a Casa dos Artistas, do SBT, e o Big Brother, sucesso de origem holandesa em 1999, deram início a proliferação de *reality shows* nos mais diferentes formatos.

Segundo Castro (2006), a aprovação dos *reality shows* pela população é decorrente da mistura de formatos que o gênero engloba, trazendo então a sensação de algo novo. São esses:

- 1) as telenovelas, por serem apresentados diariamente, capítulo a capítulo, e ao contar de forma seriada o dia-a-dia de diferentes pessoas, com direito a final feliz, seja pela formação de casais ou pela premiação;
- 2) os *talk shows* e programas de auditório, que comentam sobre a vida dos participantes e dão visibilidade a seus familiares e amigos;
- 3) os programas de concurso, pois no final alguém sai vencedor e premiado;
- 4) os documentários, ao relatar sobre a vida dos participantes, seus amigos, familiares e o espaço urbano ou rural onde vivem;
- 5) os programas de confessionário tão conhecidos pelas audiências de países católicos, que trazem à memória o ato religioso de espiar os pecados por meio da confissão;
- 6) o jornalismo, por meio da inclusão de “notícias” sobre o *reality show* do momento e entrevistas com amigos, familiares, e ex-participantes do programa em diferentes horários da grade de programação das emissoras que transmitem o programa. (CASTRO, 2006, p.28)

Para a autora, o *reality show* teve um importante papel no desenvolvimento da espetacularização na televisão, representado de diversas formas. Uma delas é a importância dos sentimentos de quem participa do programa, assim como dos apresentadores, que emitem opiniões, influenciam os participantes e a audiência. Além disso, existe uma

transposição da imagem da personalidade famosa. Ao entrar em um *reality show*, o participante sai do anonimato em rápida ascensão para a condição de “estrela”. Por serem pessoas comuns, desconhecidas, o público acaba por se identificar com esses participantes que deixaram de ser espectadores e entraram na TV em busca da fama, e isso é entendido como uma possibilidade para qualquer pessoa.

### **Telespectador ou cliente?**

Segundo Castro (2006), o final do século XX representou a chegada da TV por assinatura e, assim como qualquer tecnologia da comunicação, o surgimento de algo novo na área gera medo e competição. O primeiro por conta do fator do desconhecido. Já o segundo ocorre a partir do momento em que os veículos já existentes passam a se sentir ameaçados e tentam desvalorizar o que está surgindo. Assim como aconteceu no impresso, com o aparecimento do jornal, que passou a fazer competição com os livros ao publicar folhetins, destinados ao público leitor, ocorreu também com o cinema, com a chegada do som e posteriormente das cores e agora a internet. Mas com o tempo, as novas tecnologias foram se integrando e as antigas se reestruturando.

Como afirma Paternostro (2006), na década de 1950, comerciantes não conseguiam vender aparelhos de televisão em regiões montanhosas dos Estados Unidos, uma vez que as imagens não chegavam com boa qualidade aos locais. Então passaram a instalar antenas no alto dos morros e puxar cabos ligados diretamente às casas de quem pagasse pelo serviço que ficou conhecido como CATV – *Community Antenna Television System*. O cabo passou então a ser usado por emissoras para transmitir o sinal em regiões metropolitanas, além de distribuir programas de cidades maiores, que eram levados para cada região por meio de rotas de micro-ondas.

A partir disso, foram surgindo novos canais, cada vez mais específicos para atender à demanda do público (PATERNOSTRO, 2006), como o canal do tempo e a primeira rede de jornalismo 24h, a CNN. Além disso, a TV por assinatura passou a oferecer melhor qualidade aos clientes, já que os sistemas de distribuição contavam com cabos especiais, como os coaxiais ou fibra ótica, ou até mesmo transmissões via satélite. Dos anos 1970 até meados dos anos 1980, as três maiores redes da televisão norte-americana, CBS, ABC e NBC, tiveram uma queda de audiência, que passou de 90% para cerca de 60%. Antes dos



anos 2000, mais de 90% dos lares dos Estados Unidos já eram atendidos pela televisão paga.

Paternostro (2006) também afirma que na televisão por assinatura, o telespectador se transforma em um consumidor, que espera um serviço de qualidade pelo valor gasto. Para Aronchi de Souza (2004), enquanto a TV aberta usa o formato de programação chamada horizontal, que é quando as emissoras delimitam um horário fixo para um determinado programa, como a novela das nove, por exemplo, de forma a criar um hábito nos telespectadores, a televisão paga adota uma grade diagonal e vertical. Isso significa que os programas mudam de horário durante a semana e, de forma a conseguir mais audiência, também são reprisados em outros horários.

Segundo Mattos (2009), no Brasil, o serviço de TV por assinatura foi regulamentado com a aprovação da Lei 8.977<sup>7</sup> no dia 06 de janeiro de 1995. Com isso, a expectativa era de uma diminuição da influência hegemônica da televisão aberta, ou chamada de TV convencional, uma vez que, com o aumento da oferta de novos canais, os índices absolutos de audiência das maiores emissoras seriam diretamente afetados e diluídos.

Porém, antes mesmo da Lei 8.977, em 1991 foi implantado o serviço de TV paga no Brasil. Naquele ano, mas de cinco mil pessoas já possuíam televisão a cabo no país, que era distribuído pela Net-Multicanal, vinculada às Organizações Globo e também pela TVA, vinculada ao Grupo Abril. A partir disso, a Globosat, maior programadora de televisão da América Latina, lançou, em novembro de 1991, os quatro primeiros canais de TV por assinatura do Brasil: TopSports<sup>8</sup>, Telecine, GNT e Multishow (MATTOS, 2009).

Esse último se define, segundo o institucional presente no [multishow.globo.com](http://multishow.globo.com) (2013, meio digital), como um canal:

[...] bem-humorado, curte viajar pelo Brasil e pelo mundo, seja para os destinos mais procurados ou os mais temidos, seu gosto musical é eclético e o seu *playlist* vai do pop até o rock mais *underground*. Tem um ritmo aventureiro, faz parte da galera, tem milhares de amigos online, mas cada um do seu jeito e com a sua turma. Esse é o Multishow - sempre antenado, com programação voltada para o público de 18 a 34 anos e que leva ao ar os assuntos de interesse desses jovens. (<http://multishow.globo.com/>)<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8977.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8977.htm). Acesso em: 13/11/2014.

<sup>8</sup> Mattos (2009) utiliza o nome atual do canal: SporTV. Mas, de acordo com o site da GloboSat ([globosatcomercial.globo.com/quem\\_somos](http://globosatcomercial.globo.com/quem_somos)), o nome do canal que deu origem ao SporTV foi TopSports.

<sup>9</sup> Para acessar o texto institucional é necessário fazer o cadastro na área do site chamada Sala de Imprensa.

Seguindo essa linha de pensamento, o canal Multishow abre espaço para diversas iniciativas e formatos diferentes de programas, sempre em busca de atingir o público jovem. Um desses programas serve como estudo de caso desse trabalho: o Não Conta Lá em Casa.

### **Mais que um programa de viagens**

A ideia do programa surgiu após a produção do documentário Indo.doc, que retratou a vida de moradores da Indonésia poucos meses após o tsunami que devastou o país e matou mais de 300.000 pessoas em 2004. Segundo Fran (2013), o que inicialmente seria uma viagem entre amigos se transformou em uma oportunidade de relato humano sobre uma das maiores tragédias da humanidade. Com duração de 72 minutos, o filme foi o pontapé para a idealização do Não Conta Lá em Casa, mostrando que a essência do programa é “mostrar a realidade de alguns dos destinos considerados, por motivos diversos, extremamente complicados”, (FRAN, 2013, p.12). A primeira temporada teve sua estreia em outubro de 2009 e contou com 13 episódios. O jornalista e escritor, André Fran, os economistas Felipe UFO e Bruno Pesca e o bacharel em direito Leondre Campos são quem fazem o Não Conta lá em Casa, cuidando da pré-produção, imagens, narração, textos, edição e arte final.

Para Fran (2013), o objetivo do programa é apresentar os países polêmicos, fechados, perigosos ou que, por algum outro motivo, façam com que eles não se encontrem nos roteiros de viagens tradicionais, de forma simples, clara e sem julgamentos precipitados. Para tanto, é preciso esclarecer o motivo de esses lugares serem vistos da forma que são mostrados normalmente. “Seria desinformação? Má interpretação? Desconhecimento? Distorção? [...] As pessoas que usem como quiser essa informação. Um protesto, um boicote ou uma viagem de férias. Nada é tão simples e óbvio” (FRAN, 2013, p.23).

De acordo com o base1.tv (2013, meio digital), site da produtora dos integrantes do programa, o “Não Conta Lá em Casa é uma série de viagens que mistura *reality-show*, documentário e reportagem jornalística”. Para ilustrar as características presentes em Não Conta lá em Casa, que também aparecem em *reality shows* e documentários, foram usados os oito primeiros episódios, exibidos na ocasião pelo canal Multishow, com dois destinos:

Mianmar e Coréia do Norte<sup>10</sup>. Todas as informações transmitidas pelos episódios foram complementadas com o relato de André Fran no livro homônimo à série. Tais episódios foram analisados em busca das seguintes características: uso de personagens; narração em *off*; foco no apresentador; aproximação entre integrantes e espectador.

O primeiro destino escolhido pela equipe para o programa piloto da série foi o país Mianmar (também conhecido como Birmânia ou Burma), que em 2009 era uma das ditaduras mais fechadas e violentas do mundo. Segundo Fran (2013), o país está em 170º lugar em 173 países, no ranking de liberdade de imprensa da organização Repórteres sem Fronteiras e apenas 0,6% da população possui acesso à internet. Logo no começo do episódio, os integrantes são apresentados, assim como a intenção e origem da série, tudo com uma narração em *off* na voz de Leondre Campos. A equipe foi primeiramente para a Tailândia e, até a chegada ao país, os recursos utilizados para explicar o trajeto e a escolha do destino final foram imagens de telejornais, imagens retiradas da internet e depoimentos dos integrantes nos aeroportos e aviões. Após a chegada à Bangkok, o programa lança mão de entrevistas com diversos birmaneses, que comentam sobre a realidade do país e explicam os motivos que os levaram a se mudar para a Tailândia. Essas entrevistas são feitas seguindo moldes de reportagens telejornalísticas, com o foco no entrevistado e alguns *offs* nas passagens de um personagem a outro, usando, também, imagens para cobrir trechos das entrevistas.

A intenção da equipe era viajar até a Tailândia e de lá cruzar a fronteira com Mianmar por terra, o que se mostrou impossível por conta do bloqueio militar existente na divisa entre os países e até mesmo em território tailandês, fato que é destacado por diversos entrevistados, que também alertam dos perigos de entrar no país com uma câmera, portanto foi preciso chegar ao país de avião, mesmo assim, deixando na Tailândia diversos livros, cópias de documentos e equipamentos de filmagens que poderiam ser proibidos na alfândega.

Todas essas intempéries são mostradas e narradas, evidenciando os traços de um reality show, em que a atenção do espectador passa das informações transmitidas sobre o assunto geral, para as dificuldades enfrentadas pelos integrantes do programa, fazendo com que quem assiste fique torcendo a favor dos participantes, na expectativa para que eles consigam chegar ao que foi proposto, fazendo com que ocorra uma aproximação com os espectadores. Eles também não são isentos de opinião, e mostram, por meio dos

---

<sup>10</sup> Para ter o acesso aos episódios no site da Globosat Play (<http://globosatplay.globo.com/>) é preciso ser assinante de alguma das seguintes TVs por assinatura: Algar Telecom, GVT, Multiplay, Net, Net Angra, Oi TV, Sky ou Vivo.

depoimentos, o seu envolvimento com a situação e com os entrevistados, como, por exemplo, o questionamento feito para um guia oficial do governo a respeito da religião em Mianmar e do grau de aceitação do líder militar, que passou informações desmentidas pelos integrantes do programa, e até mesmo nos *offs* presentes no final dos episódios, em que são feitas reflexões sobre os destinos.

Após quatro episódios de Não Conta lá em Casa mostrando a vida em Mianmar e as dificuldades de chegar ao país, o próximo local escolhido foi a Coreia do Norte. O país, juntamente com o Irã e o Iraque formam o chamado “Eixo do Mal”, então considerados destinos obrigatórios para Não Conta lá em Casa. Mais uma vez, as dificuldades de entrar no país foi um dos pontos abordados nos primeiros episódios desse destino. Sem poder decidir o modo de viagem até a Coreia do Norte, os integrantes se viram “obrigados” pelo governo do país, a pegar uma viagem de 24 horas de duração em um trem até a capital Pyongyang.

Um dos empecilhos encontrados por eles durante a produção dos episódios na Coreia do Norte foi a lista de permissões e vetos que deve ser cumprida por todos os estrangeiros que entram no país. De acordo com Fran (2013), era expressamente proibido usar camisetas com slogans em inglês, itens de produção ocidental e câmeras fotográficas com lentes superiores a 50mm. Além disso, jornalistas não eram bem-vindos. Isso fez com que todas as imagens feitas dentro da Coreia do Norte fossem filmadas com uma simples câmera de mão, para que não fosse perceptível que se tratava da gravação de um programa de televisão.

Durante a visita pelo país, por conta das limitações impostas e pela presença de dois guias fornecidos pelo governo, que os acompanhavam o tempo todo com um roteiro pré-estabelecido, não foi possível que fizessem entrevistas com os moradores norte-coreanos. As informações adquiridas foram apenas as fornecidas por esses guias e por militares presentes nos lugares de visitação, porém de veracidade duvidosa, como a afirmação de que os líderes do país foram os inventores do forno micro-ondas, dos pneus para carros, dos hologramas e até mesmo da tabela periódica, todas essas ideias roubadas pelos ocidentais, que atribuíram as invenções a pessoas “menos importantes”.

Portanto, os episódios de Não Conta lá em Casa (2009, meio digital) que se passam na Coreia do Norte se diferenciam dos demais, uma vez que é mostrado um roteiro de visitas feito para turistas, o que se distancia da proposta do programa, que é mostrar a vida dos habitantes do país. Isso faz com que o foco passe para as impressões dos participantes

sobre o que está sendo vivenciado e percebido durante os passeios. Eles apresentam uma reflexão sobre a realidade encontrada, mas sob um ponto de vista único, quando mais, pontuada por observações dos guias fornecidos pelo governo norte coreano, que, além de explicar um pouco da história do país, ainda ajudam a entender o funcionamento de um regime socialista unipartidário.

### **Considerações finais**

Apesar de, à primeira vista, poder ser encarado como um programa de viagens, o Não Conta lá em Casa se diferencia dos demais a partir do momento em que busca locais não tradicionais e até mesmo pouco explorados turisticamente. Os destinos visitados são encarados como desafios a serem vencidos, de forma que o envolvimento do espectador com os participantes se aproxime, uma vez que os últimos são mostrados como os protagonistas e apresentadores das informações que são transmitidas em cada episódio. A realidade transmitida é a vivida por eles e contada pelos personagens encontrados no caminho, portanto, cabe a quem assiste ponderar o que é passado e retirar dali sua interpretação da verdade.

Ao passo que o programa é recheado de informação, apresentando uma visão única dos destinos escolhidos, ele também se apoia consideravelmente no entretenimento, por exemplo, no período analisado do programa, são usados dois episódios para cada um dos destinos, apresentando as dificuldades e o que foi preciso ser feito para chegar até o lugar desejado inicialmente. Isso faz com que apenas o fato de conseguir entrar em Mianmar ou na Coreia do Norte se transforme em um ato heroico e cheio de coragem por parte dos integrantes do Não Conta lá em Casa, o que presume-se conseguir, então, atrair a atenção e conquistar emocionalmente o espectador, que se torna mais receptivo às informações transmitidas.

A construção desse formato de programa só foi possível devido à segmentação existente na televisão por assinatura, que transforma os diferentes gostos e tipos de público em novos canais com uma programação única, permitindo então, ao Não Conta lá em Casa apresentar características de gêneros muito distintos como o documentário, o *reality show* e a reportagem jornalística. Isso deixa evidente que o programa não consegue se adequar em apenas uma categoria, mas sim se apoiar no entretenimento e na informação, ou seja, o Não Conta lá em Casa é um dos exemplos de Infotainment.

## Referências

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnlismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BASE1.TV. **Série de TV NCLC**. 2013. Disponível em: <http://base1.tv/nclc/> Acesso em: 28/09/2014.

BECKER, Beatriz. 500 anos do descobrimento nos noticiários da TV. In: JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu Pereira; PORCELLO, Flávio Antônio Camargo; MOTA, Célia Ladeira (orgs.). **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.

BRASIL. **Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995**. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Disponível em : <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18977.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18977.htm)>. Acesso em: 13 nov. 2014.

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

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

DEJAVITE, Fabia Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

FRAN, André. **Não conta lá em casa**. Rio de Janeiro: Record, 2013.

GLOBOSATCOMERCIAL.GLOBO.COM. **A Globosat**. [2013?]. Disponível em: <[http://globosatcomercial.globo.com/quem\\_somos](http://globosatcomercial.globo.com/quem_somos)> Acesso em: 10 nov. 2014.

LINS, Consuelo; MESQUITA, Cláudia. **Filmar o real: sobre o documentário brasileiro contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada à sério**. 4ª ed. São Paulo: SENAC, 2005.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica social e política. Petrópolis: Vozes, 2009.

MULTISHOW.GLOBO.COM. **Institucional: Multishow** – A vida sem roteiro. 2012. Disponível em: <<http://208.43.125.210/imprensa/index.php/institucional>> Acesso em: 15 out. 2014.

NÃO CONTA LÁ EM CASA. **Coréia do Norte** (partes 1 – 4). Direção: Leondre Campos. Produção: Bruno Pesca. Roteiro: Bruno Pesca e Felipe UFO. Texto: André Fran. 2009. Son., color. Disponível em: <<http://base1.tv/nclc/>> Acesso em: 28 out. 2014.

NÃO CONTA LÁ EM CASA. **Mianmar** (partes 1 – 4). Direção: Leondre Campos. Produção: Bruno Pesca. Roteiro: Bruno Pesca e Felipe UFO. Texto: André Fran. 2009. Son., color. Disponível em: <<http://base1.tv/nclc/>> Acesso em: 27 out. 2014.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Trad. Mônica Saddy Martins. Campinas: Papyrus, 2005.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PEREIRA, Jose Haroldo. **Curso básico de teoria da comunicação**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

POSSEBON, Samuel. **TV por assinatura**: 20 anos de evolução. São Paulo: Save Produção, 2009.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas a final... o que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac São Paulo. 2008.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo Summus, 2000.

WATTS, Harris. **On camera** – Curso de produção de filme e vídeo da BBC. São Paulo: Summus, 1990.