

O QUE HÁ DE BRASILEIRO NOS NOSSOS DESENHOS? Um estudo sobre representatividade cultural na TV Paga a partir de Irmão do Jorel

Débora Martins Fiuza Alves³²
deborafiuzaalves@gmail.com

Resumo

Este estudo pretende averiguar, no nicho das animações infantis, a relevância da representação cultural brasileira na TV por assinatura no Brasil. A pesquisa será feita com base no desenho animado brasileiro Irmão do Jorel, examinando os elementos nacionais inseridos segundo conceitos criados pelo sociólogo Stuart Hall e pelo psicanalista Jacques Lacan. A coleta de dados foi feita através da análise episódica da primeira temporada da animação, por meio de uma tabela seccionada em categorias pré-determinadas. Assim, é analisada a importância da diversidade em conteúdos animados infantis, à luz de uma obra nacional popular e sob o contexto da nova Lei da TV paga.

Palavras-chave: televisão por assinatura, cultura brasileira, animação, Irmão do Jorel, representatividade.

Abstract

This study aims to investigate, in the niche of children's animations, the relevance of Brazilian cultural representation in pay TV in Brazil. The research will be based on the Brazilian cartoon Irmão do Jorel, examining the national elements inserted according to concepts created by sociologist Stuart Hall and psychoanalyst Jacques Lacan. The data collection was done through the episodic analysis of the first season of the animation, through a sectioned table in predetermined categories. Thus, the importance of diversity in children's animated content is analyzed, in the light of a popular national work and under the context of the new Pay TV Law.

Keywords: pay-TV, Brazilian culture, animation, Irmão do Jorel, representativeness.

³² Trabalho orientado por: Gabriel F. Marinho (gabriel.marinho@espm.br)

1. Introdução

À medida que os sistemas de comunicação se tornam cada vez mais presentes e inseridos no cotidiano do sujeito comum, a difusão turbulenta de informações traz novas possibilidades de identificação. O indivíduo, que tinha sua identidade como algo coerente e estável, passa a ser abordado por alternativas culturais e descobre novas nuances de si a todo momento. A individualidade é “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 1987, p. 13). Assim, a diversidade e representação cultural dentro dos veículos de comunicação de massa se tornam relevantes para a formação identitária do público consumidor.

Ainda antes disto, a construção da identidade na infância é feita através da ressignificação daquilo com que se tem contato, de forma visual ou diegética. Segundo o psicanalista francês Jacques Lacan, a criança constrói sua percepção como indivíduo através da imagem de seus semelhantes, como se brincasse na frente de um espelho, de forma a confundir a imagem refletida com a realidade (LACAN, 1966). Portanto, quando a principal fonte de informação da maioria das crianças brasileiras vem de conteúdos audiovisuais, os personagens e narrativas que acompanham são de grande impacto em sua formação. A representação, dentro de tais obras, da realidade em que está inserida, bem como da cultura e folclore que conhece, permite que a criança reconheça aquilo que assiste. Assim, desenvolvendo a ideia do que entende ser bom e belo, sendo essencial para uma visão real de si e do espaço que ocupa.

Apesar disto, até 2011, a programação da televisão brasileira por assinatura era formada, em sua maioria, por conteúdos de origem estadunidense (ANCINE, 2011). Foi com a sanção da Lei de Serviço de Acesso Condicionado (12.485), ou Lei Seac, do mesmo ano, que previa a cota de tela para conteúdos brasileiros e independentes, que o cenário da TV por assinatura foi alterado. Com o aumento significativo do número de licenciamentos de conteúdos brasileiros e a expansão e surgimento de novas

produtoras independentes, foi possível tornar a grade multicultural, trazendo mais sucesso às obras nacionais e aproximando a realidade retratada nos conteúdos à dos indivíduos que os assistem.

A partir das circunstâncias acima descritas, este artigo pretende analisar a importância da representatividade em animações infantis, utilizando um estudo de caso do desenho animado brasileiro Irmão do Jorel. A série apresenta o imaginário infantil da perspectiva de um menino de oito anos que vive sob a sombra do irmão mais velho, Jorel. Conhecida por suas referências brasileiras de diferentes épocas, a animação traz alusões a festas típicas, animais folclóricos e até a presente influência americana na televisão brasileira. Irmão do Jorel, primeira produção brasileira original do Cartoon Network, foi produzida a partir de captações previstas no artigo 39 da Lei do Audiovisual, que oferece vantagens para o canal sob o novo cenário de cota após a Lei da TV paga (Seac).

Para atingir o objetivo da pesquisa, serão reunidas referências de cunho estético, visual, sonoro ou narrativo inseridas em Irmão do Jorel para que sejam analisadas com base na cultura nacional e internacional, sendo atual ou de época. O estudo de caso revelará a origem de cada referência em uma abordagem específica, de maneira a aprofundar a causa e o efeito de cada elemento, tanto no interior da narrativa quanto exteriorizado para o público.

Assim, pode-se verificar a importância da representação diversa no audiovisual, no nicho da animação infantil, analisando o cenário com base no contexto atual alterado pela Lei Seac e pelos novos conteúdos brasileiros no mercado.

2. A representação audiovisual e a construção de identidades

Apesar de ser uma obra direcionada para o público infantil, Irmão do Jorel atrai a audiência do público adulto através de suas diversas alusões nostálgicas à década de 1980. O desenho, que foi inspirado em fotos da época, insere elementos do período à sua narrativa fantástica, desde objetos como a Fita Cassete Mágica e o console de videogame Atari até referências musicais. A maioria destes componentes é marcada

por relações estrangeiras, não se tratam de referências nativas do Brasil. A relação da personagem Vovó Gigi com a franquia interminável de filmes de ação do musculoso Steve Magal, por exemplo, é uma caricatura do consumo de audiovisual americano na década. Logo, a animação, que retrata histórias e cenários nacionais, não explora a cultura internacional, e sim a maneira brasileira de consumi-la.

Neste caso, Irmão do Jorel experimenta a cultura hegemônica estrangeira dentro dos costumes brasileiros, o consumo de conteúdos internacionais como parte da cultura nacional. Assim, a animação transforma o geral em específico.

O efeito também pode ser empregado em uma situação oposta, em que um contexto específico se torna parte do geral, fazendo o uso de um enredo de nicho para atingir impacto em massa. Obras cujos personagens pertencem a culturas raramente exploradas ou inseridos em contextos de pouco conhecimento externo também podem atingir a identificação do grande público. Ao impactar indivíduos de diferentes culturas, conteúdos dotados de tais narrativas apresentam a capacidade de correspondência do espectador com a trajetória de um personagem apesar da singularidade do seu contexto. Aqui, a produção explora o específico enquanto geral.

Portanto, situar uma condição abrangente sob o espectro de um contexto específico e utilizar um contexto específico com a finalidade de uma repercussão abrangente demonstram a flexibilidade da identidade cultural, que pode se enquadrar ou se estender. Segundo o teórico cultural e sociólogo Stuart Hall, isto ocorre uma vez que a noção de identidade sofre uma mudança determinante na pós-modernidade. Esta, que antes foi considerada “contínua e idêntica ao sujeito” (HALL, 1992), entra em crise à medida que se intensifica a quantidade de informações e possibilidades identitárias através do fortalecimento cotidiano dos sistemas de comunicação. O indivíduo, cuja individualidade perde a unicidade e chega à fragmentação, depara-se com a abundância de características viáveis para a sua significação. Sua identidade deixa de ser delimitada e fixa para tornar-se cada vez mais mutável de acordo com novas manifestações determinantes.

À medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (HALL, 1992, p. 13).

Assim, o sujeito não é mais definido por um ou outro aspecto de si, mas sim por vários ao mesmo tempo. Isto explica, portanto, porque um conteúdo não impacta apenas o público diretamente representado na narrativa. O enredo específico também pode ser fonte de identificação para demais espectadores interpelados pela natureza humana da história e de seus personagens. Ao mesmo tempo que é importante para a visualização pessoal daqueles familiarizados com o contexto do filme, é também para que outros criem vínculo com uma realidade a princípio distante daquela que conhecem.

No caso de *Irmão do Jorel*, a obra mostra elementos da cultura internacional inserida à brasileira, de modo que possa ser atribuída simultaneamente às duas conjunturas. Deste modo, a obra também fragmenta a identidade cultural com a qual se relaciona, tornando o componente variável de acordo com os diferentes contextos com que tem contato. Do mesmo jeito que um sujeito pode ser representado ao mesmo tempo por identidades distintas, uma mesma identidade pode estar presente em diversas realidades.

A partir dos conceitos de Stuart Hall e ao analisar os casos acima descritos, conclui-se que a multiplicidade do indivíduo pós-moderno torna intangível a capacidade da representação de formar espectadores reconhecidos em narrativas díspares e até opostas. Assim, à medida que se exploram culturas pouco visualizadas em veículos de comunicação em massa, conquistam-se novas possibilidades de identificação. Isto aponta para a importância da diversidade de representação no meio audiovisual que desenvolve, ao mesmo tempo, um público diretamente representado e realizado, e outro consciente das semelhanças identitárias entre as duas realidades.

3. O impacto da Lei da TV paga no mercado de audiovisual brasileiro

Apesar da importância da inserção da cultura nacional em veículos de comunicação de massa, o mercado brasileiro de audiovisual para televisão fechada pertencia a um cenário escasso até 2012. Em 2011, na programação dos oito principais canais pagos cabeças de rede, apenas 13,8% dos filmes eram brasileiros, sendo o Canal Brasil responsável por 75% destas exhibições (IKEDA, 2012). As séries brasileiras correspondiam a menos de 40% do total de séries veiculadas e apenas quatro desenhos animados haviam sido licenciados até então (SOUZA LIMA, 2015, p. 101-123). Sob o contexto, a propagação de culturas, valores e folclores estrangeiros era feita com maior naturalidade e alcance do que aquelas do nosso país.

No mesmo ano, depois de cinco anos sendo discutida, a Lei do Serviço de Acesso Condicionado foi sancionada pela então presidente Dilma Rousseff. O projeto de lei (PL) 29, que chegou ao congresso em 2007, tinha como principal objetivo atualizar a Lei da TV a Cabo (1995), possibilitando a entrada de empresas de telecomunicação e de capital estrangeiro no mercado brasileiro, abrindo espaço para livre competição. O resultado seria a baixa do preço dos pacotes das emissoras, ampliando o acesso à televisão por assinatura com a previsão do aumento de assinantes em 12 milhões. No Congresso, o texto original teve adesão de 440 emendas, dando origem à lei conhecida como Lei da TV Paga ou Lei Seac (12.485).

Esta, que a princípio tinha objetivos predominantemente mercadológicos, ganhou um viés de estímulo cultural. Assim, entre os objetivos da comunicação audiovisual de acesso condicionado foram adicionados “a promoção da diversidade cultural e das fontes de informação, produção e programação” e “a promoção da língua portuguesa e da cultura brasileira” (BRASIL, Lei 12.485/2011, art. 3). Em relação à cota de conteúdos brasileiros, a lei determina:

Nos canais de espaço qualificado, no mínimo 3h30 (três horas e trinta minutos) semanais dos conteúdos veiculados no horário nobre deverão ser brasileiros e integrar espaço qualificado, e metade deverá ser

produzida por produtora brasileira independente (BRASIL, Lei 12.485/2011, art. 16).

Ao incluir uma cota de tela em espaço qualificado que impõe o uso de conteúdos de produtoras independentes, a lei prevê ao mesmo tempo a propagação da diversidade cultural e o crescimento do mercado. A obrigatoriedade é um incentivo para a criação de novas empresas que supram a demanda do mercado após a vigência da lei. Simultaneamente, a pluralidade de produtoras e o surgimento delas em diferentes regiões brasileiras contribuem para a diversidade cultural inserida nas obras.

Para impulsionar a produção independente mediante a explosão da demanda, foi importante o investimento no Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) através, entre outros fatores, da regularização do recolhimento da Condecine³³, cujo produto é revertido para uso como fomento. Entre os anos de 2010 e 2012, a captação para produção independente televisiva através do FSA subiu cerca de 275%, ao passo que no ano anterior o crescimento foi apenas de cerca de 3% (FSA/ANCINE apud SOUZA LIMA, 2015, p. 16-17). Além deste, outros recursos de fomento também sofreram o aumento da captação durante o período. O artigo 39 isenta obras audiovisuais brasileiras produzidas por canais de TV por assinatura do pagamento do Condecine, mediante a exibição dentro do segmento. A captação através deste recurso aumentou cerca de 13,2 milhões a mais de 2011 a 2013 do que fez de 2009 a 2011, antes da lei (OCA, 2017). O artigo 39 foi utilizado para custear a primeira temporada de *Irmão do Jorel*, em 2013.

Apesar dos novos investimentos, a sanção da Lei da TV Paga recebeu críticas duras de figuras influentes do mercado de televisão por assinatura. O então presidente da operadora Sky, Luiz Eduardo Baptista, acusou a Ancine de controlar a grade das programadoras. “Seu controle remoto está nas mãos da Ancine”, dizia o leiteiro do website da Sky em setembro de 2011. Os críticos à Lei da TV paga

³³A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional incide sobre a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais.

defendiam que a medida de cota de tela não estimularia a produção nacional. Os números, porém, desmistificam o pensamento, já que os 41 licenciamentos de séries brasileiras na TV por assinatura em 2009 passaram para 1.102 títulos em 2013, ultrapassando os licenciamentos de séries estrangeiras (SOUZA LIMA, 2015, p. 101-102).

Além disso, conteúdos seriados animados aumentaram cerca de 2825%, com 117 obras licenciadas de 2012 a 2014 contra apenas quatro no período anterior à cota de telas (op. cit, p. 123). O gênero, que só entrou no mercado de TV por assinatura como produto brasileiro em 2008, tem mostrado progresso significativo tanto em campo nacional quanto internacional.

A partir do contexto, seriam os sucessos de animações brasileiras apenas exceções entre a abundância de novos conteúdos? O êxito dos desenhos animados brasileiros já vinha sendo observado desde o resultado positivo do desenho Peixonauta, de 2009, que ao todo foi exportado para 70 países (DRSKA apud SOUZA LIMA, 2015, p. 123). Com a intensificação da produção após a Lei 12.485, o surgimento de novas obras animadas revelou que os enredos brasileiros e suas singularidades culturais cativam, ao mesmo tempo, espaço no topo da audiência brasileira e no mercado internacional. Historietas Assombradas, exibido no Cartoon Network, foi exportado para todos os canais latino-americanos da Cartoon em 2013, após ser o programa mais assistido do canal no Brasil (ANCINE, 2013). Em 2014, quem tomou a posição foi Irmão do Jorel, que foi exportado para toda a América Latina e se manteve como líder de audiência do Cartoon Network Brasil até 2019. Em entrevista à VIX, Juliano Enrico, criador do desenho, comentou o assunto:

O mercado brasileiro de animação já é competitivo internacionalmente, está crescendo. Ainda é difícil achar profissionais especializados por aqui, mas isso vem mudando. E temos estilos novos surgindo. O Brasil e os países da América Latina têm uma cultura que se diferencia da norte-americana e podemos nos destacar (ENRICO, VIX, 2018).

O resultado de sucesso das obras brasileiras, junto ao destaque cultural acerca dos assuntos tratados nas narrativas, aponta para a eficiência da cota de telas na promoção da diversidade cultural e da cultura brasileira. Os objetivos citados na composição da Lei 12.485 se mostraram não apenas importantes para o crescimento do mercado audiovisual brasileiro, mas também interessantes para o mercado internacional.

4. A importância da representatividade em animações infantis para a formação identitária do telespectador

Em 1966, Lacan apresentou seu estudo intitulado O Estágio do Espelho, em que observa a primeira noção de identidade do ser humano. No artigo, Lacan disserta sobre o primeiro contato de uma criança com seu reflexo em que, ao reconhecer-se no espelho, ela observa a imagem refletida imitar seus movimentos, confundindo-a com a própria realidade. Sobre o ato de reconhecimento da criança, Lacan observa:

Este ato, com efeito, longe de se esgotar, [...] no controle – uma vez adquirido – da inanidade da imagem, logo repercute na criança uma série de gestos em que ela experimenta ludicamente a relação dos movimentos assumidos pela imagem com seu meio refletido, e desse complexo virtual com a realidade que ele reduplica, isto é, com seu próprio corpo e com as pessoas, ou seja, os objetos que estejam em suas imediações (LACAN, 1998, p. 96).

O trecho é uma metáfora, já que nele Lacan não fala do próprio reflexo da criança, mas sim da realidade ao seu redor. Segundo o psicanalista, nos primeiros anos de vida, o indivíduo não tem capacidade neurológica e anatômica para assumir uma identidade, um “eu”. Portanto, há uma prematuração do ser humano que antecipa sua noção de identidade, espelhando-se naquela dos semelhantes com quem tem contato. Ou seja, tudo aquilo que a criança observa tem impacto na formação do seu caráter, autoestima e autoconhecimento, tornando essencial a qualidade da informação recebida, tanto quanto sua intensidade.

Em 2016, o Ibope publicou, em parceria com a Nestlé, um estudo acerca dos costumes da criança média brasileira, com o objetivo de mapear os comportamentos nocivos para a saúde infantil. Como resultado, constatou-se que mais da metade do público de quatro a onze anos passa mais de quatro horas por dia diante da televisão (INFANT & KIDS STUDY, 2016). Em respeito a isso, desde o início deste século, os canais que têm como alvo o público infantil se consolidam como os mais assistidos na TV por assinatura. Em 2019, entre os dez mais assistidos, quatro são infantis, entre eles Cartoon Network, Globo, Discovery Kids e Nickelodeon (IBOPE, 2019). Portanto, considerando que os programas que ocupam a grade de tais canais é relevante fonte de informação para crianças brasileiras, o conteúdo tem impacto crucial no desenvolvimento identitário de seu público.

Apesar disto, até 2008 nenhum desenho animado brasileiro compunha a grade de qualquer canal da TV paga, ainda que o gênero de animação correspondesse à maior parte do espaço de programação e maior audiência dos canais infantis. Assim, a disseminação da cultura estrangeira é executada com maior êxito, tendo mais influência na formação do público infantil brasileiro que passa a ter uma visão descabida da própria realidade. Foi apenas em 2014 que o mercado de animação brasileiro deslanchou, passando de quatro, em 2011, para 117 obras licenciadas (SAD/ANCINE apud SOUZA LIMA, 2015, p. 123).

Por diferir em classe e cultura, a definição de realidade é altamente plural, apontando a relevância de conteúdos que retratem tal diversidade, aumentando a identificação do público com sua própria cultura. A hegemonia estrangeira no conteúdo audiovisual limita a visão do público infantil em relação ao seu entendimento identitário. Ao entrar em contato majoritariamente com obras cujo enredo retrata e ressalta comunidades com valores e hábitos afastados de sua realidade, o público tem a ideia da primazia daqueles em relação a si. Se seus próprios costumes são pouco representados ou até estereotipados no conteúdo que recebe, a criança deixa de adquirir uma imagem positiva e real sobre o lugar que ocupa.

A formação da identidade da criança depende de onde se reflete e como se vê representada no mundo, portanto, quando as informações às quais tem acesso vem do conteúdo que assiste, uma representação do panorama cultural em que se encontra é essencial para a identificação com seu próprio núcleo social. Com isto, além de desenvolver a sensação de pertencimento, ao se sentir representada naquilo que vê, cria-se uma afinidade em relação à narrativa e às temáticas circundantes. Estas são responsáveis pela ideia daquilo que é bom e belo, sendo essenciais para autoestima e noção do real do público infantil, bem como afeta o lugar que virá a ocupar na sociedade.

5. Por que Irmão do Jorel é ilustrativo

Irmão do Jorel é uma série animada do Cartoon Network que teve sua estreia em 2014. O desenho é criação de Juliano Enrico. O publicitário, natural do Espírito Santo, nasceu em 1982 e viveu sua infância ao lado da família, composta dos pais, irmãos e duas avós. Foram as fotografias e memórias da época que inspiraram a criação do desenho animado.

Em uma entrevista à revista Superinteressante, Enrico conta como o processo de criação começou quando, após postar uma fotografia antiga da sua família no site Fotolog, ele recebeu diversas mensagens contando histórias e anedotas sobre familiares de outros usuários do site (ENRICO, Superinteressante, 2016). Diante disso, ele percebeu as semelhanças entre os relatos e as memórias de sua própria família e decidiu desenvolver narrativas e personagens. Assim, por volta de 2003, Juliano passou a compartilhar histórias em quadrinhos e tirinhas que exploravam o cotidiano familiar de um menino conhecido e apelidado através do irmão popular, o Irmão do Jorel. (Juliano tem um irmão chamado Jor-El).

O quadrinho, que tinha humor adulto, ganhou uma versão pensada para o público infantil e foi apresentado como uma série animada em um pitching oferecido pelo Cartoon Network em 2009. O evento tinha como objetivo investir em conteúdo brasileiro e apontou Irmão do Jorel como um dos cinco selecionados para receber o

prêmio de vinte mil reais que deveria ser usado na fase inicial da produção do desenho. Em 2012, com o piloto em mãos, a obra de Juliano foi anunciada como a primeira produção brasileira original do Cartoon Network.

A produção da série teve início em junho de 2012 e contou com a captação de recursos através do artigo 39, segundo informações encontradas site da Ancine em abril de 2019. A produção da primeira temporada foi feita em coprodução com a produtora Copa Studio, que também é responsável pela produção executiva do desenho. Foi em 22 de setembro de 2014 que Irmão do Jorel estreou no horário nobre do Cartoon Network e, já no primeiro ano de exibição, conquistou a posição de programa mais assistido pelo público-alvo do canal (ANIMAMUNDI, 2015).

A animação conta as aventuras de um menino de nove anos que vive com os pais, Edson e Danusa, seus dois irmãos, Nico e Jorel, e duas avós, Gigi e Juju, em um subúrbio brasileiro nos anos 1980. O protagonista, cujo nome nunca é revelado durante a série, é conhecido por ser irmão do Jorel, o adolescente mais popular do bairro. Cercado de peripécias fantasiosas marcadas pelo pouco compromisso com a realidade, o desenho simula a mente imaginativa de uma criança por meio de episódios que contam desde uma corrida de bicicletas até um ataque de piolhos mutantes. “Irmão do Jorel” cativa o público através de seus personagens excêntricos e complexos, assim como sua narrativa fora do comum. Segundo o criador da série, o mistério acerca do nome do protagonista vem em prol da identificação dos espectadores com o personagem, característica que também motiva o grande sucesso da obra. “Todo mundo pode ser o irmão do Jorel: aquela criança comum que sempre fica atrás dos próprios irmãos. É por isso que o irmão do Jorel não tem nome: somos todos ele” (ENRICO, Superinteressante, 2016).

Além disso, as diversas referências à cultura nacional contribuem igualmente para o reconhecimento do público brasileiro em relação ao desenho. Nos cenários, já se pode identificar elementos muito característicos do ambiente de um subúrbio brasileiro. Casas simples, muros pichados com personagens do nosso folclore, crianças soltando pipa e andando de bicicleta fazem parte do contexto. Mas não é só

visualmente que Irmão do Jorel traz o Brasil em seus episódios; referências históricas, ditados populares e festas típicas também integram a história.

Além de fazer alusão a conteúdos brasileiros, como por exemplo menção à banda brasileira Menudo e um cartaz de prevenção contra a dengue, a animação também explora a relação entre o Brasil e o consumo de cultura internacional. Programas de televisão com títulos estrangeiros e discos de vinil de artistas americanos são utilizados para ambientar a narrativa nos anos 1980. Por remeter a esta década, é relevante também a insinuação histórica caricaturesca da ditadura militar, representada no desenho por palhaços com flores que atiram água.

Com base nestes e em outros elementos a serem explorados adiante, fica clara a proposta estética e narrativa da obra feita com base no imaginário da cultura brasileira. Apesar de compor a representação cultural regional sob o olhar normatizador da região sudeste, a animação tem relevância dentro do cenário brasileiro em que poucos são os desenhos animados nacionais com sucesso de audiência equivalente à deste.

6. Metodologia

Para atingir o objetivo do estudo, uma coleta episódica de dados referentes à cultura brasileira foi admitida como método de pesquisa. A análise foi feita com base nos 26 episódios que compõem a primeira temporada de Irmão do Jorel, lançada pela Cartoon Network em 2014. Já a coleta de informações para análise seguiu cinco critérios, sendo eles: cenários, diálogos, cultura material e imaterial, caracterização dos personagens e tema central do episódio.

1. Cenários: para os fins desta pesquisa, cenário foi considerado o conjunto de elementos visuais utilizado para compor o espaço em que ocorre cada cena. No caso de Irmão do Jorel, o cenário é fixo, não animado, e desenhado por uma equipe específica de ilustradores. Assim, apenas os elementos que fazem parte do conjunto foram analisados. Além disso, é relevante informar também que seus componentes

não foram examinados individualmente neste critério, apenas o agrupamento dos mesmos foi levado em consideração.

2. Diálogos: neste critério, foram levados em conta as referências culturais presentes na fala dos personagens do desenho. Além de alusões a expressões, gírias, músicas e ditados populares no texto do diálogo, também foram analisados aqui trejeitos e sotaques presentes na interpretação das falas.

3. Cultura material e imaterial: esta categoria inclui elementos visuais e abstratos que têm correspondência brasileira. Desde referências como cartaz de campanhas públicas de saúde e um bolo de cenoura (cultura material), até referências a costumes populares, como alusão feita à capoeira e ao axé (cultura imaterial). Assim, é possível verificar os recortes culturais constituídos ao longo da temporada.

4. Caracterização dos personagens: aqui, é analisada a estética dos personagens, incluindo figurino, cabelo, maquiagem e fisionomia criados para as figuras que dão vida ao desenho. Os elementos foram examinados com base na relação da caracterização com estereótipos de aparência, vestimenta e fisionomia de indivíduos brasileiros.

5. Tema central do episódio: este critério gira em torno do foco narrativo do episódio. Nele, exploramos como a cultura brasileira é retratada na história, considerando o arco dramático do episódio, bem como metáforas narrativas e referências culturais que o permeiam. A partir disso, cada tema foi classificado a partir de quatro categorias. São elas: cultura histórica, cultura de objeto, cultura folclórica e cultura pop.

5.1. Cultura Histórica: episódios construídos a partir de memórias históricas nacionais. Por exemplo, a ditadura militar, que é retratada em diferentes momentos sob o eufemismo de uma ditadura de palhaços de circo, retratados com roupas militares em cima de tanques que atiram água e, mais tarde, como policiais.

5.2. Cultura de objeto: são incluídas narrativas que se sustentam em um objeto específico e exploram o significado e uso deste dentro da cultura.

5.3. Cultura folclórica: episódios que são centrados em elementos como lendas, figuras mitológicas, ditados populares e festas típicas. Como exemplo, o episódio em que a escola do protagonista sedia uma festa junina.

5.4. Cultura pop: nesta categoria, são incluídos episódios que retratam a relação brasileira com a cultura de massa e a cultura internacional. Por exemplo, o episódio Clube da Luta Livre, que faz referência à obra ficcional Clube da Luta, além de também citar elementos da cultura de luta livre mexicana, mesclando os dois componentes a referências nacionais.

Os critérios escolhidos buscam abranger em análise a maior quantidade de elementos considerados referências à cultura nacional. Sendo assim, ao optar por uma abordagem baseada na classificação de cada componente em diferentes categorias, possibilita-se uma visão aprofundada da inserção cultural na animação. O estudo específico aponta a origem de cada referência, seja ela visual, sonora ou narrativa.

Por outro lado, ao analisar cada episódio, bem como os elementos culturais, separadamente, o estudo admite abrir mão de uma abordagem abrangente, assumindo uma estratégia predominantemente específica. Logo, as análises de semelhanças e progressões narrativas entre os episódios perdem espaço, isto é, o micro adquire vantagem sobre o macro nesta pesquisa.

Tabela 1: Dados coletados - Relação de Categorias

Categoria	Qtd. episódios	Qtd. Elementos
Cenário	26	25*
Diálogos	17	26
Cultura Material/Imaterial	26	109*
Caracterização	14	34

*Elementos repetidos não foram contabilizados

Tabela 2: Dados coletados - Relação de Temas

Categoria	Qtd. episódios
Cultura Histórica	3
Cultura de Objeto	9
Cultura Folclórica	5
Cultura Pop	8

7. Análise de dados

Observando o quadro de referências, certos padrões se destacam entre as anotações. Em relação ao tema episódico, as categorias “cultura de objeto” e “cultura pop” têm, respectivamente, nove e oito episódios avaliados, número superior às duas restantes, sendo “cultura histórica” a menos abordada durante a temporada, com apenas três partes incluídas. Sendo assim, podemos concluir que os assuntos mais desenvolvidos na série são aqueles com maior capacidade de adaptação e assimilação em ambientes pouco familiarizados com a cultura brasileira, ao passo que o folclore e a história, tópicos mais singulares de cada nacionalidade, atingem menos da metade da temporada.

Aqui, a animação explora a fragmentação identitária citada por Stuart Hall a seu favor. Além de se utilizar da cultura estrangeira no contexto brasileiro, a obra também usa elementos nacionais brandos em busca do reconhecimento do público internacional com a cultura do Brasil. Na análise dos demais critérios, o padrão fica por conta das categorias com a menor e maior quantidade de elementos incluídos. Caracterização de personagem, por exemplo, não foi aplicada a doze episódios dos 26 analisados, o parâmetro menos utilizado devido à caracterização fixa dos personagens recorrentes. Por outro lado, “cultura material e imaterial”, com 109 elementos, é a categoria mais relevante dentro da temporada, incluindo, em sua maioria, componentes visuais e materiais.

A inserção de animais naturais da fauna brasileira, bem como de personagens folclóricos, é um exemplo que chama atenção entre componentes incluídos no critério. E, apesar de a maioria ser formada por figuras de fundo, como cartazes de campanha

contra o desmatamento da Amazônia e da prevenção da dengue, a animação traz também elementos que participam da ação dos personagens, como o jogo de bafo, explicado durante o episódio Caçadores da Figurinha Perdida. Ademais, os cenários são repletos de adornos referentes aos costumes brasileiros e a incorporação de ditados populares, crenças e músicas também acrescenta à riqueza cultural da animação.

Ao utilizar componentes brasileiros de forma visual, a animação constrói uma atmosfera familiar para o público nacional. Assim, ao mesmo tempo que o desenho se torna visualmente interessante, garante o engajamento e a identificação do espectador brasileiro. Ao observar esta conjuntura sob o espectro da teoria lacaniana percebe-se que, deste modo, Irmão do Jorel favorece a criação de um imaginário rico e positivo, capaz de contribuir para a formação identitária de seu público infantil de forma benéfica.

8. Considerações finais

Tratando-se de um conteúdo brasileiro popular, Irmão do Jorel tem uma abrangência pertinente para a conquista e pertencimento do público brasileiro acerca da própria cultura, sendo ele infantil ou adulto. Ao utilizar elementos como o sotaque nordestino, como visto na análise de diálogos, e ambientes comuns, a exemplo de escolas públicas, subúrbio e praias, o desenho traz ao espectador a sua realidade. Assim, ao mostrá-la como algo desprezioso, a inclusão de um personagem conhecido naquele espaço constrói uma representação positiva, o reconhecimento como uma estruturação identitária benéfica ao público nacional.

Além disto, a representação cultural dentro de uma animação renomada também é relevante para a composição do mercado, influenciando a criação e sucesso de novas obras com o mesmo escopo. Ademais, a confiança quanto ao êxito dos desenhos animados nacionais pode motivar também o investimento em tais novos conteúdos.

Por se tratar de uma obra produzida e veiculada pelo Cartoon Network, sua exibição inicial na televisão por assinatura contribui para a diversificação cultural na grade do canal. Através da cota de telas proporcionada pela Lei do Serviço de Acesso Condicionado, a animação foi transmitida no horário nobre desde a sua estreia, dando maior visibilidade aos elementos nacionais identificados na análise desta pesquisa. A apresentação destes componentes cotidianos teve impacto na aderência dos espectadores brasileiros de forma a motivar seu sucesso como programa mais assistido do canal por seu público-alvo. Assim, tal êxito tornou interessante a exportação pelo Cartoon Network para suas unidades estrangeiras, que foi efetuada para toda a América Latina. Além disso, o licenciamento recente para a plataforma Netflix de vídeo sob demanda também é resultado da relevância de Irmão do Jorel, contribuindo para o valor de exportação do desenho.

Contudo, sua importância como obra internacional difere daquela enquanto conteúdo para o público nacional. Nos episódios da primeira temporada, a maior parte das narrativas pode ser facilmente dissociada da cultura brasileira, seus enredos imaginativos são o foco e poucas são as partes em que os elementos do Brasil são essenciais para o entendimento da história. À luz do estudo discutido no primeiro parágrafo, Irmão do Jorel adota assuntos com maior potencial de compreensão para aqueles sem o conhecimento das facetas culturais exploradas no desenho. Além disso, a maioria dos elementos sonoros, inclusão cultural em diálogos e músicas são perdidos mediante a dublagem para exportação. Sobre a questão, seu criador, Juliano Enrico, comentou em entrevista à revista Superinteressante:

Eu nunca pensei em fazer um desenho exclusivo do Brasil; eu queria que ele fosse do mundo. A ideia era ter elementos da nossa cultura que ficassem nonsense de um jeito engraçado, e não que quem não fosse brasileiro não conseguisse entender. A série é baseada nas relações, e relações são universais: a criança argentina, a dos EUA, a da França vai olhar o cenário, ver casa com telhado de telhas, a escola com pichação, e vai achar estranho – mas vai entender a história (ENRICO, Superinteressante, 2016).

Deste modo, *Irmão do Jorel* não apenas se posiciona como uma obra “universal”, como também deixa de internacionalizar os costumes e folclore brasileiros. No exterior, os componentes não são entendidos como específicos do Brasil, mas apenas como estrangeiros. O destaque aqui é sim a diversificação dos conteúdos que chegam nas telas internacionais, mas não funcionam como motivação para o êxito de novas obras brasileiras.

Com isto, a relevância da representatividade cultural brasileira na animação difere quanto ao impacto nacional e aquele tido no exterior. Sua repercussão é mais significativa em relação à nossa cultura e ao público brasileiro que assiste e se reconhece nos personagens, objetos, músicas e diálogos. O sucesso de *Irmão do Jorel* indica o quanto a representação dentro das animações infantis é importante para a formação de uma geração que conhece o lugar que ocupa, refletindo reciprocamente o conteúdo que consome na sua realidade.

9. Referências

AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA - ANCINE. *Consulta de projetos*. 2013. Disponível em:

<<http://sad.ancine.gov.br/projetosaudiovisuais/ConsultaProjetosAudiovisuais.do?method=detalharProjeto&numSalic=130199>> Acesso em: 29 abr. 2019.

AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA - ANCINE. *Mapeamento da TV Paga*. 2010. Disponível em:

<https://www.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento_TvPaga_Publicacao.pdf> Acesso em 29 abr. 2019.

AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA - ANCINE. *Mapeamento da TV Paga*. 2011. Disponível em:

<https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/Informe_TV_Paga_2011.pdf> Acesso em 29 abr. 2019.

AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA - ANCINE. *Mapeamento da TV Paga*. 2012. Disponível em:

<https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/Informe_TV_Paga_2012.pdf> Acesso em: 29 abr. 2019.

AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA - ANCINE. Painel: Políticas Culturais para a Infância. ALCANTARA, Rosana. Rio de Janeiro, 2016.

ANIMAMUNDI. "Irmão do Jorel" novo sucesso animado brasileiro. 2016. Disponível em: <<https://www.animamundi.com.br/pt/irmao-do-jorel-o-novo-sucesso-animado-brasileiro/>> Acesso em: 29 abr. 2019.

BRASIL. Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. Brasília, 2011.

CIDADE de Deus. Direção de Fernando Meirelles. Rio de Janeiro: Globo Filmes, 2002. 1 DVD (130 min.).

ENRICO, Juliano. "Irmão do Jorel": sucesso levou primeiro desenho brasileiro da Cartoon ao exterior. Entrevista concedida à Aline Pereira. VIX, 2016. Disponível em: <<https://www.vix.com/pt/entretenimento/545904/irmao-do-jorel-sucesso-levou-primeiro-desenho-brasileiro-da-cartoon-ao-exterior>> Acesso em: 29 abr. 2019.

ENRICO, Juliano. Batemos um papo com Juliano Enrico, criador de 'Irmão do Jorel'. Entrevista concedida a Helô D'Ângelo. Superinteressante, set. 2016. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/cultura/batemos-um-papo-com-juliano-enrico-criador-do-irmao-do-jorel/>> Acesso em: 29 abr. 2019.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Londres: Blackwell Publisher, 1992. Traduzido por De Paulo Editora, Rio de Janeiro, 2006.

IKEDA, Marcelo Gil. *O modelo das leis de incentivo fiscal e as políticas públicas cinematográficas a partir da década de noventa*. Orientador: Antônio Carlos Almancio da Silva. 2011. 216 f. Dissertação - Mestrado, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2011.

IMDB. Top Rated Movies. 2019. Disponível em: <<https://www.imdb.com/chart/top>> Acesso em: 29 abr. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA - IBOPE. *Dados de audiência nas 15 praças regulares com base no ranking consolidado*. 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA - IBOPE. *Dados de audiência nas 15 praças regulares com base no ranking consolidado*. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA - IBOPE. *The Infant and Kids Study*. 2016.

IRMÃO do Jorel [Seriado]. (Temporada 1, ep. 1-26). Direção: Juliano Enrico Produção: Halina Agapejev, Zé Brandão, Felipe Tavares. Rio de Janeiro: Produtora Cartoon Network, Copa Studio, 2014.

LACAN, Jacques. *Escritos*. Paris: Édition du Seuil, 1966. Traduzido por Jorge Zahar Editor Ltda, Rio de Janeiro, 1998.

Observatório Brasileiro de Cinema e de Audiovisual - OCA. *Valores Recolhidos - Art. 39 MP 2.228-1/01 - Em Reais (R\$) - 2003 a 2017*. 2017 Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/807_0.pdf> Acesso em: 29 abr. 2019.

SOUZA LIMA, Everton. *A lei da TV paga: impactos no mercado do audiovisual*. 162 f. Dissertação - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2015.