

**FLÁVIA CAMPOS SILVA**

**O BIOGRÁFICO EM *O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS***

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS  
TEORIA LITERÁRIA E CRÍTICA DA CULTURA

AGOSTO

2016

**FLÁVIA CAMPOS SILVA**

**O BIOGRÁFICO EM *O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS***

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Letras (PROMEL) da Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Letras.

*Área de concentração: Teoria Literária e Crítica da Cultura*

*Linha de pesquisa: Discurso e Representação Social*

*Orientadora: Profa. Dra. Dylia Lysardo-Dias*

**FLÁVIA CAMPOS SILVA**

**O BIOGRÁFICO EM *O MUNDO SEGUNDO OS BRASILEIROS***

**Banca Examinadora:**

---

Profa. Dra. Dylia Lysardo-Dias – Orientadora

---

Profa. Dra. Giani David Silva – CEFET/MG

---

Prof. Dr. Ivan Vasconcelos Figueiredo - UFSJ

---

Prof. Dr. Anderson Bastos Martins  
Coordenador do Programa de Mestrado em Letras

SÃO JOÃO DEL-REI

AGOSTO 2016

*A Deus Pai, sem o qual qualquer conquista,  
especialmente esta,  
seria impossível.*

## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar, agradeço a Deus por me conceder a bem-aventurança de realizar um sonho. Sua infinita graça e misericórdia fazem por mim mais do que penso, peço e mereço.

À CAPES, pela bolsa concedida.

À Dylia que, pelo profissionalismo, competência e dedicação à minha pesquisa, tornou tudo mais fácil. Com a orientação dela, pude ter a confiança de que teria êxito nessa empreitada.

Aos professores do PROMEL: Cláudio, Toninho, Ivan, Bárbara e Edmundo, que muito contribuíram para meu processo de formação acadêmica.

Aos colegas de turma: companheiros de trabalhos, congressos, viagens. Conhecê-los foi especial.

À minha mãe Dóris, pessoa mais importante da minha vida. Minhas vitórias só fazem sentido se eu puder dividi-las com ela.

Ao meu pai Antônio, que sempre confiou nas minhas escolhas.

Aos meus irmãos, Isabel e Gustavo, para os quais tento ser exemplo de perseverança e fé todos os dias.

Ao meu primo Juarez, pelo incentivo que me deu para chegar até aqui.

E a todos que, de alguma forma, contribuíram para que esse trabalho pudesse ser concluído.

*Sem coragem não há conhecimento (Nóvoa, 2015)*

## RESUMO

O presente trabalho propõe a identificação e análise dos aspectos biográficos do programa *O Mundo Segundo os Brasileiros*, considerando a mídia na sua relação com a configuração e significação da subjetividade contemporânea. A partir de três episódios com focos enunciativo-temáticos diferentes, exploramos como se dá a composição biográfica e autobiográfica da cidade e dos sujeitos, respectivamente, e verificamos como a *dimensão autobiográfica* (presente em todas as apresentações) contribui para a constituição dos mesmos e integra a lógica de produção da televisão. Na pretensão de ampliar os estudos sobre o biográfico e analisando o que seria a *dimensão autobiográfica* de um programa televisivo, nos ancoramos, principalmente, nas formulações de Lejeune (2008) e Arfuch (2010). A partir de uma perspectiva discursiva da mídia, identificamos como esse programa se apropria do *universo do eu* para apresentar e descrever as atrações turísticas: a proposta neste momento é investigar se e como a televisão (apropriando-se dessas narrativas biográficas) tem contribuído para uma construção [discursiva] de uma sociedade cada vez mais caracterizada pela exposição e compartilhamento da intimidade dos sujeitos que a compõe. Para empreender tal investigação, analisamos a dinâmica de funcionamento televisivo a partir dos pressupostos de Bourdieu (1989/1997), Machado (2000), Charaudeau (2006/2008), Wolton (1996) e Sodré (2010). A pesquisa indicou que as mudanças que vêm ocorrendo nas exibi es televisivas seguem acompanhando as novas práticas de expressão dos sujeitos (e vice-versa). Assim, programa *O Mundo Segundo os Brasileiros*   uma modalidade de reconstru o do vivido que favorece a difusão, fortalecimento e reafirma o de comportamentos individuais e coletivos.

## ABSTRACT

This present work proposes the identification and analysis of biographical aspects of the program *O Mundo Segundo os Brasileiros*, considering the media in relation with the configuration and significance of contemporary subjectivity. From three episodes with different enunciation-themed spots, we explore as it occurs the biographical and autobiographical composition of the city and subject, respectively, and we check how the *autobiographical dimension* (present in all presentations) contributes to the formation thereof, and integrates television production logic. The intention is to expand the studies about the biographic, analyzing what would be the *autobiographical dimension* of a television show and for this, and we relied on formulations of Lejeune (2008) and Arfuch (2010). From a discursive perspective of the media, we intend to identify how this program appropriates the *I's universe* to present and describe the tourist attractions: the proposal at this time is to investigate if and how the television (by appropriating these biographical narratives) has contributed to the construction [discursive] of a society increasingly characterized by exposure and sharing of the intimacy of the subjects that compose it. To undertake such research, we analyze the dynamics of the television from assumptions of Bourdieu (1989/1997), Machado (2000), Charaudeau (2006/2008), Wolton (1996) and Sodr  (2010). Research has indicated that the transformations in the television operation mode that we have seen occur are following the new practices of expression of the subject (and conversely). So, the program *O Mundo Segundo os Brasileiros* it is a been lived reconstruction modality that propagates, strengthens and reaffirms individual and collective behaviors.



## SUMÁRIO

<b>Introdução</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo I – Fundamentos da pesquisa</b>	<b>15</b>
1.1 O biográfico: compartilhando histórias de vida	15
1.2 Autobiografia: o <i>universo do eu</i>	19
1.2.1 Sobre a dimensão autobiográfica	24
1.3 Aspectos da dinâmica de funcionamento da mídia	25
1.3.1 Sobre a televisão	31
<b>Capítulo II – Descrição do programa e dos episódios</b>	<b>36</b>
2.1 <i>O Mundo Segundo os Brasileiros</i>	36
2.2 Episódio sobre Medellín	37
2.3 Episódio sobre Macau	39
2.4 Episódio sobre a Cidade do Panamá	41
<b>Capítulo III – Análise</b>	<b>44</b>
3.1 Medellín e as faces de Pablo Escobar	44
3.2 Macau: a cidade biograficamente descrita	58
3.3 A Cidade do Panamá e o mosaico autobiográfico	79
<b>Considerações finais</b>	<b>98</b>
<b>Referências bibliográficas</b>	<b>102</b>
<b>Anexos</b>	<b>105</b>

## INTRODUÇÃO

As pessoas têm demonstrado um grande interesse e fascínio pelo universo biográfico e seus variados objetos, como mostra a crescente produção e consumo de produtos relacionados ao gênero<sup>1</sup>. Segundo Arfuch (2010):

“Biografias, autobiografias, confissões, memórias, diários íntimos, correspondências dão conta, há pouco mais de dois séculos, dessa obsessão por deixar impressões, rastro, inscrições, dessa ênfase na singularidade, que é ao mesmo tempo busca de transcendência”. (ibid., p. 15).

Muitas vezes, elas buscam encontrar na experiência narrada certa identificação; outras vezes, algum tipo de aprendizagem. O interesse pode vir ainda pela afeição ao sujeito e/ou pela sua história ou pode, simplesmente, ser traduzida em puro passatempo (*voyeurismo*). O certo é que a “simples menção do ‘biográfico’ remete, em primeira instância, a um universo de gêneros discursivos consagrados que tentam apreender a qualidade evanescente da vida” (ARFUCH, 2010, p.15).

Compartilhando dessa perspectiva arfuchiana, consideramos que todos os desdobramentos que se dedicam à “exploração do eu”, estão subentendidos no horizonte do biográfico, um espaço discursivo que compreende diferentes gêneros de narrativas de vida, tais como biografias, autobiografias, narrativas confessionais, memórias, diários e cartas.

Dentro da lógica econômica da “lei da oferta e da procura”, os gêneros biográficos se proliferam em um mercado formatado por quadros de referência específicos que reconstróem uma apreensão do factual e oferecem novas configurações e significados da vida. Mais que a reconstrução de uma factualidade, esse *universo do eu* tem ainda seu aspecto informativo, o que segundo Arfuch (2010) tem, inclusive, norteado o comportamento de segmentos da sociedade, tal como a mídia. Segundo formulações da autora, “No horizonte midiático, a lógica informativa do ‘isso aconteceu’, aplicável a todo registro, fez da vida – e, conseqüentemente, da própria experiência – um núcleo essencial de tematização”. (ibid., p. 15)

---

<sup>1</sup> Tomaremos a concepção de gênero como “um dispositivo de comunicação sócio-historicamente condicionado” (MAINGUENEAU, 2010, p. 130.)

Essa lógica justifica várias emissões televisivas, o que inclui o programa objeto de análise da presente pesquisa: uma atração que possui características de um *reality show*<sup>2</sup> e apresenta os mais diversos lugares ao redor do mundo, através da ótica de brasileiros que passaram a morar no lugar explorado.

Nesse contexto, essa pesquisa pretende identificar e analisar aspectos biográficos do programa *O Mundo Segundo os Brasileiros* – atração exibida pelo canal aberto Rede Bandeirantes, há mais de cinco anos consecutivos – considerando o aparato midiático na sua relação com a configuração e significação da subjetividade contemporânea. Os objetivos são: (i) ampliar os estudos sobre o biográfico, analisando o que seria a *dimensão autobiográfica*<sup>3</sup> de um programa televisivo; (ii) identificar como esse programa se vale desse *universo do eu* para apresentar e descrever as atrações turísticas; (iv) investigar se e como a televisão (ao se apropriar dessas narrativas biográficas) tem contribuído para uma construção [discursiva] de uma sociedade cada vez mais caracterizada pela exposição e compartilhamento da intimidade dos sujeitos que a compõe.

O fato de o programa ser descrito sem assumir expressamente seu tom biográfico, como pode ser verificado em sua apresentação oficial (disponível em sua página na internet), nos instigou e constituiu o interesse primeiro dessa pesquisa. Nenhuma versão, aliás, assume oficialmente esse caráter vivencial das narrativas – ainda que o formato português dê bastante realce ao papel dos apresentadores e ao relato das experiências pessoais destes.

Consta no endereço eletrônico do programa:

Embarque numa viagem pelos quatro cantos do planeta, sem sair de casa. A série percorre os principais roteiros turísticos do mundo, lugares muitas vezes longínquos, pouco explorados e repletos de descobertas e contrastes. África, Ásia, Oceania, Europa e Américas: a cada destino uma nova aventura, narrada por personagens reais em **tom** documental e **quase autobiográfico**. A cada novo episódio, as várias facetas de uma mesma cidade, com dicas, roteiros, histórias e revelações emocionantes. (negrito nosso)

Fonte: site oficial do programa “O Mundo Segundo os Brasileiros, Disponível em <http://entretinentoband.uol.com.br/omundosegundoosbrasileiros/o-programa.asp>>. Acesso em 19/05/2015, 16h38min).

---

<sup>2</sup> *Reality show*: Em tradução literal seria um *show* de realidade. Trata-se de programas televisivos e/ou vídeos publicados em sites de compartilhamento e redes sociais em que pessoas, comuns ou notórias, têm suas rotinas gravadas, consentindo em expor o que seria a privacidade delas.

<sup>3</sup> A expressão “dimensão autobiográfica” foi cunhada para a análise do presente trabalho e será desenvolvida no capítulo seguinte.

E é a partir da definição “quase autobiográfico” que nasce essa pesquisa. Uma expressão que entendemos como correspondente de *dimensão autobiográfica* e que indica uma proximidade, mas não algo muito evidente. Interessa-nos, pois, identificar onde se encontram presentes em um programa de entretenimento/turismo, traços de narrativas biográficas e o que eles significam/representam para/na a atração.

Essa dissertação é composta por três capítulos. No capítulo 1, realizamos uma caracterização do espaço biográfico, partindo das teorizações de Philippe Lejeune (2008) e Leonor Arfuch (2010). Lejeune, pioneiro nos estudos sobre autobiografia, será a primeira referência para tratar do tema, sobretudo no que se refere à natureza do universo biográfico, à conceituação do “pacto autobiográfico” e a questão do “autor”. Leonor Arfuch (2010) retoma as formulações de Lejeune e amplia seus conceitos a partir de uma ótica subjetiva e interpretativa do espaço biográfico. Suas formulações serviram de base para a investigação dos desdobramentos dessa nova subjetividade contemporânea, que se delinea a partir das narrativas de vida. A autora que explora aspectos como (i) a identidade narrativa; (ii) a relação mídia/construção biográfica; (iii) a relação narrativa/temporalidade; (iv) o lugar do biográfico entre o público e o privado e (v) a mídia, será o norte para investigar as narrativas de vida para além de especificidades e, ainda, para explorar a televisão enquanto lugar de produção/difusão de informações socialmente relevantes (ao menos em tese), indicando se e como o aparato midiático tem se orientado pela exploração de diversos “eus” para compor suas atrações, oferecendo ao público o que ele demanda.

Ainda nesse capítulo, procedemos à caracterização da televisão em uma perspectiva discursiva, buscando descrever como essa mídia é validada e reconhecida como um poder articulador, estruturante e estruturado, a partir das premissas de Pierre Bourdieu (1989/1996). Indicaremos ainda como ela pode se constituir uma força de poder capaz de promover uma integração social, considerando a perspectiva de Dominique Wolton (1996). Articulando com os aspectos anteriores, consideraremos aspectos da negociação dos sentidos, a partir de Martin-Barbero (1997) e abordaremos a televisão para além de uma visão “maniqueísta”, com as formulações de Arlindo Machado (2000). Ao

abordar a mídia para além de um dispositivo de informação, nos apoiaremos ainda nas formulações sobre o discurso midiático elaboradas por Patrick Charaudeau (2008/2010).

No capítulo 2, realizamos a descrição do programa e dos episódios – objetos da pesquisa. O objetivo foi não apenas indicar os elementos materiais significativos para a análise, como também apontar o modo de funcionamento narrativo de cada um dos capítulos escolhidos da série.

No capítulo 3, procedemos à análise do objeto de pesquisa, cada qual com seu foco temático-enunciativo. Observamos que os episódios se diferenciavam por características que, ora realçavam a perspectiva de formação dos personagens e ora apagavam esse prisma, enaltecendo a visão do lugar através de memórias históricas. Dessa forma, a pretensão é verificar como se dá a construção de sujeitos (notório e comum) e a construção da cidade, sempre pelo viés do biográfico. E é devido às particularidades de cada capítulo da série que as análises não seguem o mesmo padrão.

Assim, o primeiro episódio é sobre a cidade de Medellín (Colômbia). Na análise desse episódio interessa-nos tratar da construção da imagem de uma figura emblemática, polêmica e célebre que é biograficamente composta, possivelmente pela sua indissociável relação com a cidade tema do programa: a figura do narcotraficante Pablo Escobar. O segundo episódio é sobre a cidade de Macau (China), no qual os brasileiros que narram o programa apresentam os pontos principais da cidade. Nesse momento, nosso interesse pauta-se em analisar como é composta essa biografia, marcadamente centrada na cidade. E o terceiro episódio tem como tema a Cidade do Panamá. Vemos esse capítulo da série caracterizado muito fortemente por um mosaico autobiográfico dos brasileiros que apresentam a cidade e exatamente por esse fato, fomos instigados a investigar sobre a constituição do sujeito comum, nesse momento representado pelos brasileiros que se ocupam em mostrar a “realidade” panamenha.

Interessou-nos a articulação entre os vários aspectos e signos para que pudéssemos explorar ao máximo a pluralidade semiótica, objeto de uma reflexão mais detida sobre o funcionamento da televisão, seus aspectos enunciativos e sócio-comunicacionais. Vale ressaltar também que é a partir do verbal que coadunaremos os demais elementos para as análises propostas.

Nas considerações finais, nos dedicamos à interpretação dos resultados e à conclusão desse trabalho. Nossa pretensão nesse momento da pesquisa é indicar o quanto a presença do universo biográfico nas diferentes esferas da vida social, especialmente no horizonte midiático, pode revelar em termos de subjetivação.

## CAPÍTULO I – FUNDAMENTOS DA PESQUISA

### 1.1 *O biográfico: compartilhando histórias de vida*

O crescente interesse pelas histórias que narram experiências de vida relaciona-se de alguma forma ao crescimento dos mercados que fazem dessas narrativas um produto cada vez mais comercial. Numa relação de interinfluência, essas narrativas vêm se proliferando e, simultaneamente a essa proliferação, o sujeito contemporâneo segue empenhado na busca por visibilidade, notoriedade e celebridade. Numa época em que ser, estar e se apresentar ao mundo caracteriza-se pela exposição e pelo compartilhamento daquilo que é, ou melhor, daquilo que seria a particularidade dos sujeitos, essas histórias podem se constituir em modelos de inspiração e/ou instigação para o público que as consome. Arfuch (2010) infere que esse espaço em que o privado e/ou o íntimo é dado a explorar “operará, prioritariamente como ordem narrativa e orientação ética nessa modelização de hábitos, costumes, sentimentos e práticas que é constitutiva da ordem social” (ibid. p. 31-32).

Em decorrência desse interesse, os mercados editorial e midiático têm se expandido e ganhado repercussão ao explorar o biográfico. Como prova dessa afirmação, podemos citar a conhecida lista dos mais vendidos, publicados semanalmente pela Revista Veja, por exemplo, em que na sessão de não-ficção teve no mês de março do presente ano, numa sequência de vinte obras, nove livros de natureza biográfica. E essa ocorrência não foi algo pontual. Outro exemplo são as prateleiras das grandes livrarias que, num passado recente, não tinham sessões exclusivamente dedicadas ao gênero e agora não só as tem como comumente elas estão em espaço de destaque. No cenário televisivo, canais livres e pagos têm investido notoriamente na produção de *reality shows*, que vão desde confinamentos a desafios de culinária.

Num evento recente da televisão brasileira, inclusive, o canal aberto Rede Bandeirantes (o mesmo que transmite o programa *O Mundo Segundo os Brasileiros*) exibiu a final de um *reality show*, uma competição de culinária –

*Master Chef* Brasil, alcançando excelentes níveis de audiência, angariando patrocinadores de peso no cenário nacional e internacional (como a Tramontina, BRF, CIF, Knorr, Dolce Gusto) e dominando completamente as redes sociais, especialmente o *Twitter*. Com a *hashtag* #MasterChefBr, a atração liderou os *trending topics*<sup>4</sup> mundiais, com a marca de quase 1,5 milhão de tuítes, somente durante a apresentação do programa. A notícia repercutiu nos principais meios de comunicação eletrônicos do país ainda durante a apresentação e também no dia seguinte ao acontecimento.

Essa é uma boa ilustração de como as produções culturais que se apropriam do caráter de verdade, “modelizador” (ARFUCH, 2010) de hábitos e ainda provocam identificação e afeição no público das narrativas “confessionais”, têm ganhado força e notoriedade dentro da economia e funcionamento midiáticos, integrando a lógica de produção e consumo televisivos. Também na perspectiva de Arfuch (2010):

O avanço irrefreável da midiática ofereceu um cenário privilegiado para a afirmação dessa tendência, contribuindo para uma complexa trama de intersubjetividades, em que a superposição do privado sobre o público, do *gossip* – e mais recentemente do *reality show* – à política, excede todo limite de visibilidade. (ibid., p. 37)

E como deixar de falar dos canais do *Youtube*? Anônimos têm ganhado fama e reconhecimento *vlogando*<sup>5</sup> detalhes de suas vidas e/ou de vidas alheias, contando os mais diversos tipos de experiências, comuns ou extraordinárias (sendo mais recorrente a primeira) a um número de internautas que só faz crescer e que, em questão de horas, leva o número de visualizações desse tipo de publicação à casa dos milhares.

Vemos com essas ilustrações, que numa visada, *a priori vovyer*, vários segmentos do aparato midiático vêm se apropriando das narrativas de vida e, com isso, alcançando bons resultados (traduzidos em índices de audiência, faturamento com publicidade, dentre outros). Diríamos, inclusive, que a publicidade dessas experiências “autênticas” tem funcionado como um eficiente chamariz na venda de mercadorias e serviços.

---

<sup>4</sup> *Trending topics* ou TT’s são palavras ordenadas em lista que se referem aos assuntos do momento na rede social *Twitter*, num apanhado global e em tempo real.

<sup>5</sup> *Vlogs* são *blogs* em formatos de vídeo. *Vlogar* significa gravar aquilo que se refere à rotina de alguém no intuito de compartilhar os vídeos, principalmente na internet.



Não podemos deixar de ressaltar nesse momento o quão interessante é o processo de simbiose que se estabelece nessa relação. À medida que o espaço biográfico se afirma e se consolida no horizonte midiático, esse último, por sua vez, acaba se beneficiando com o crescimento do mercado e consequente ampliação de sua economia pelas receitas geradas com publicidade e a própria audiência desses programas.

Esse *modo de ser* dos dias atuais, que converte vida privada em pública (qualquer que seja ela), ostentando um íntimo em busca de visibilidade, não atrai um público somente por provocar identificação e/ou autorreflexão com os modelos sociais que se desnudam. Há também um interesse pelo anedotário, pela fofoca, pelo exibicionismo. Existe “uma curiosidade não isenta de *voyeurismo*” (ARFUCH, 2010, p. 16). Personagens célebres, com fama justificada por mérito e profissionalismo ou por oportunismo e um bom *marketing* pessoal; figuras comuns, com a simplicidade de suas vidas; lugares que são explorados biograficamente, dados a conhecer; dentre outros. Muitos são os objetos que constituem o espaço biográfico. De pessoas a lugares, diversos são os desdobramentos que se voltam para a constituição desse horizonte.

O público<sup>6</sup> consumidor de biografias é quem também garante todo esse sucesso alcançado pelo gênero. Segundo Sibilia (2005), o crescimento do mercado das biografias e afins, deve-se muito mais à valorização de histórias do outro e ao interesse pelas vidas alheias do que a um mero fenômeno editorial. E tal formulação, corrobora o pensamento primeiro de que o público também se responsabiliza pelo fenômeno de proliferação das narrativas de caráter vivencial/confessional, afinal, se há interesse e valorização de qualquer mercado, o consumidor é peça-chave, fundamental na concretização desse processo. É como bem já diz a máxima: Só existe oferta porque há demanda (e vice-versa).

A expansão desse fenômeno de exibição da intimidade, inclusive, nos dá subsídios para indicar como essas tendências que têm contornado e (re) orientado a sociedade moderna, têm feito desse homem que “tudo partilha”, a

---

<sup>6</sup> Aqui denominamos “público” os que consomem o gênero, por considerar que os objetos desse universo têm sido enquadrados e ofertados como mercadorias.

expressão de uma época em que a complexidade (ou seria fugacidade?) das próprias experiências, tem caracterizado outros “eus”.

O horizonte biográfico compõe-se de manifestações discursivas que representadas por expressões polissêmicas ampliam nossa percepção no que se refere a esse universo das narrativas de vida do sujeito por ele mesmo e/ou do sujeito por outrem. São elas: os relatos de vida, biografias, autobiografias, memórias, diários íntimos, experiências do vivido, narrativas confessionais etc. Todas mantendo em comum não somente o discursivizar/narrativizar experiências, mas também o compartilhamento destas.

Arfuch (2010) considera que a escrita biográfica (e aqui, consideramos não somente a escrita na sua especificidade, mas também quaisquer outras formas de expressão desse evento comunicativo), mais que simplesmente narrar a história de alguém, é aquela que se caracteriza por uma singularidade e autenticidade; que convoca a necessidade de identificação com o público; que incita uma autorreflexão; que acentua o íntimo e o privado; que inspira e fascina ao proporcionar a apreensão de um “eu” num espaço figurativo de identidades. A autora caminha por uma vertente menos “acorrentada” e mais confluyente desse espaço e isso se deve ao fato de que, para ela:

A curiosidade literária, a midiática e a científica e, ainda, esses dois pólos arquetípicos da experiência – as vida ‘célebres’, que são por isso emblemáticas e se tornam objeto de identificação, e as ‘comuns’, que oferecem uma imediata possibilidade de autorreconhecimento – confluíam dessa forma em nosso espaço, habilitando um olhar excêntrico sobre as novas maneiras como o biográfico se integra naturalmente no horizonte da atualidade. (ibid., p. 24)

E é abordando o biográfico de modo mais abrangente, englobando questões da subjetividade contemporânea que Arfuch (2010) discorre ainda sobre a caracterização desse espaço. Para ela, a articulação dos desdobramentos desse *universo do eu* se apresenta:

... em suas variadas metamorfoses, com a proliferação contemporânea de fórmulas de autenticidade, com a voracidade pelas vidas alheiras, com a obsessão do vivido, certificado, exato, com o mito do “personagem real” que deve testemunhar em todos os lugares a existência e a profundidade do “eu”. (ibid., p. 60)

Ao investigar sobre o que o biográfico pode revelar em termos de subjetivação, a autora explora outros universos (o midiático ganha destaque) e nos conduz a uma reflexão para além de uma visão silogista desse discurso. Propõe-nos enxergar a complexidade devida desse processo aparentemente cíclico, no qual não temos sido capazes – ao que nos parece – de “achar a ponta do novelo”. A partir de sua proposta de interpretação desse espaço, somos conduzidos para além de um pensamento que se reconstrói, em princípio, de modo dialético, quase tautológico: o horizonte biográfico é (re) significado porque o homem moderno assumiu novas práticas de expressão, e o modo de ser (e estar) desse novo homem se altera porque acompanha uma (re) configuração das narrativas de vida nos mercados editorial e midiático. A autora abre um leque de possibilidades, pensando o horizonte biográfico para além dele mesmo, objetivando interpretação mais profunda e nos ajudando a convidar o leitor desse trabalho a um comportamento “responsivo” (Bakhtin [1979] 2003) para que uma postura [discursivamente] ativa quanto à exploração desse tão difundido *universo do eu*, possa ser assumida.

## **1.2 Autobiografia: o *universo do eu***

Desde o antigo e secreto diário íntimo, em que o exercício de narrar experiências já constituía uma expressão da vida relatada na sua minúcia e particularidade, até as narrativas vivenciais atuais impulsionadas especialmente pela internet e novas tecnologias, é possível verificar o quanto o exercício de falar sobre si mesmo é, há muito tempo, uma prática de expressão dos sujeitos. Esse tipo de manifestação, ao explorar faces de um “eu” que não estão em evidência, podem se constituir numa oportunidade de identificar (e quem sabe compreender) questões interiorizadas, dando-se a conhecer e, em algum momento, compartilhar essas descobertas com alguém – ou não.

Esses diários, que inicialmente abrigavam as notas de uma vivência mais imediata, interior, privada, hoje delineiam um espaço autobiográfico de maneira nada íntima, tão pouco privada, quase sem nenhum pudor (porque afinal, ser pudico não repercute, não atrai e não vende). Reconstruídos e deslocados às novas manifestações dos sujeitos, os diários se apresentam

sobre o formato de *blogs*, canais ou páginas em redes sociais dentre outros que, de maneira espetacular, são oferecidos a um público ávido por mercadorias do gênero e responsáveis pelo sucesso dessa nova gênese do “eu”. Pessoas célebres (por quaisquer motivos) e pessoas comuns expõem suas vidas abertamente através de mídias sociais como o *Instagram/Snapchat, Twitter, Facebook, YouTube*, compartilhando todo e qualquer tipo de experiência. Num processo de influência recíproca, vemos o homem inserido na lógica de funcionamento do mundo e este último, retroalimentando práticas de ser e estar no mundo do primeiro.

Lejeune (2008), pioneiro nos estudos sobre autobiografia, afirma que a plasticidade e a pluralidade do vocabulário genérico que se refere ao gênero biográfico “ainda que possa gerar mal-entendidos, são úteis ao diálogo e asseguram a continuidade da língua” (ibid., p. 52). Mas, mesmo destacando as “vantagens” que a abrangência desse léxico pode carregar, estabelece conceitos [posteriormente revisitados] que impõe fronteiras nesse universo composto por objetos tão plurais e complexos. O autor conceitua biografia:

Quanto à palavra “biografia”, ela designa hoje, dependendo de quem a emprega: 1) a história de um homem (em geral célebre) escrita por outrem (é o sentido antigo e mais comum); 2) a história de um homem (em geral obscuro) contada oralmente por ele próprio a outra pessoa que o levou a empreender essa narrativa para estudá-la (é o método biográfico das ciências sociais); 3) a história de um homem contada por ele próprio a outra ou outras pessoas que o ajudam, com sua escuta, a se orientar na vida (é a (auto)biografia feita no âmbito da formação). (ibid., p. 53)

E com essa formulação, mesmo não sendo nossa principal referência no que diz respeito à exploração desse desdobramento, o autor nos concede subsídios para identificar um texto do gênero, além de nos indicar – através das características que ele determina como sendo constituintes desse objeto – que a natureza desse tipo de narrativa há de ser sempre referencial, isto é, com caráter de espelhamento, podendo ser verificável já que se refere a uma “realidade” (e/ou, ao menos, a algo factível).

O autor define também a noção de “pacto autobiográfico”. Noção essa que nos concede explorar mais profundamente os aspectos de uma autobiografia. Ao delimitar (i) o tipo de linguagem; (ii) “definir” a narrativa (apesar de revistar esse aspecto posteriormente); (iii) fazer coincidir narrador e

autor e (iv) ao assumir o caráter retrospectivo do gênero, Lejeune (2008) estabelece as características necessárias para identificação e análise de qualquer excerto de cunho autobiográfico: “Narrativa retrospectiva em prosa que uma pessoa real faz de sua própria existência, quando focaliza especialmente sua história individual, em particular a história de sua personalidade”. (ibid., p. 49)

Ao afirmar a necessidade de autor, narrador e personagem coincidirem, o autor infere que “para que haja autobiografia, é preciso que exista relação de identidade entre o autor, o narrador e o personagem” (ibid., p.15). Interessante é essa relação de cumplicidade que o autor estabelece, afinal, se não houvesse essa concordância, explorar somente aquilo que convém ser compartilhado (ao autobiografado) não seria algo tão natural e comum como aparentemente se tornou. Se o “eu” que fala comunga com o “eu” que assina a obra, além da ilusão de totalidade, temos também a ilusão da referencialidade.

No texto *O pacto autobiográfico, 25 anos depois*, Lejeune (2008) reavalia a noção de *pacto* e suas implicações: Rejeita as fórmulas que antes estabelecera entre autobiografia e ficção e a diferença estabelecida entre autobiografia e romance autobiográfico (que agora concebe como sendo a mesma coisa). Critica ainda seu “purismo” e elitismo ao menosprezar as escritas que não considerava autobiográficas apenas por não se enquadrarem em suas primeiras definições e radicalismos. Assume seu erro (léxico assumido pelo autor próprio autor para classificar seu percurso) em associar narrativa à ficção e apresenta um Lejeune menos apartidário. Agora, “transformar sua vida em narrativa é simplesmente viver. Somos homens-narrativas” (ibid., p. 74). E é partindo de uma visão mais objetiva que acredito que esse objeto ganha o devido reconhecimento de sua complexidade.

Vemos nessas releituras que muitos foram os avanços quanto às possibilidades de interpretação desse tão subjetivo universo autobiográfico. A percepção em relação às *escritas de si* foi ampliada. Quando Lejeune, nos anos 70, estabeleceu a noção do *pacto*, co-relacionando a esta o caráter indissociável de verdade, e, vinte e cinco anos depois, ao visitar alguns de seus conceitos, constata e admite que a natureza verídica poderia consentir a existência de traços ficcionalizantes, é inegável que os estudos sobre o autobiográfico “galgaram degraus”. Afinal, é preciso considerar que a memória

onde recorreremos para reconstruir nossas trajetórias “é uma construção imaginária, ainda que seja pelas escolhas que faz, sem falar de tudo que inventa” (ibid., p. 105-106). Como diria Martin Cammarota, membro de um grupo de pesquisa do Centro de Memória da PUC-RS, as memórias dizem respeito a quem somos nós e nós somos o que lembramos que somos (GARCIA 2007 *apud* CAMMAROTA 2007). Assim, a história de um indivíduo contada por ele mesmo nunca será exclusiva e verdadeiramente a narração de experiências vividas e sim (e mais provavelmente) a história que a pessoa fez para si, que conseguiu contar, que desejou contar e intitulou: a sua história. O simples fato de a história ganhar vida via discurso, em si, já significa que a mesma se apresenta por meio de representações, de maneira simbólica.

As histórias oferecidas nesse rentável mercado das narrativas confessionais são contadas a partir de uma vida. E apesar dessas vidas já terem ganhado existência ao serem discursivizadas, é preciso muito mais para torná-las consumíveis. Esses relatos são romanceados, dramatizados, transfigurados, para que o “espetáculo do eu” (SIBILIA, 2008) seja cada vez mais atrativo. A autora, aliás, corrobora o pensamento lejeuniano ao afirmar que em virtude de mudanças de ordem sociocultural, política e econômica, reflexos na maneira de ser e se comportar dos dias de hoje converteu-se na montagem e apresentação do espetáculo de sua própria personalidade, entre outros motivos, porque essa visibilidade promete a tão desejada notoriedade, que no século XXI, faz-se sinônimo de “ser alguém”.

Importante também destacar o valor antropológico, inerente às experiências do vivido. “Nada é tão verdadeiro quanto o concreto. É levando o particular até seu extremo que se chega ao geral e é com um máximo de subjetividade que se atinge a objetividade” (LEJEUNE, 2008, p. 183 *apud* LEIRIS, 1934, p. 214). “Conhecer” uma face do “eu” do outro pode nos conduzir a uma melhor percepção de nos mesmos, pela natureza potencialmente reflexiva implicada nesses desdobramentos. E através da investigação desses processos de representação, inclusive, pode ser possível a identificação e análise das relações sociais estabelecidas.

Contudo, Lejeune (2008) destaca que a “evocação do vivido” pode representar em alguns momentos, apenas um efeito de “emoção e de presença que enriquece nossa experiência imaginária, mas não forçosamente nossa

compreensão real do mundo, do outro e de nós mesmos” (ibid. p, 184). Ou seja, esses relatos que temos considerado como identificatórios, autorreflexivos e como oportunidades de dar a conhecer faces de um “eu” que até então não estavam em evidência podem servir em determinadas circunstâncias apenas para avigorar nossa imaginação, não passando, de parte constitutiva de um produto midiático na grade de programação – o que, definitivamente, não é o caso do nosso objeto de análise.

Se aliarmos à formulação de Lejeune (2008), que considera uma narrativa de vida uma estrutura reconstruída discursivamente e um ato de comunicação, à perspectiva de Bourdieu (1989) de que toda comunicação é uma forma de relação de poder, podemos dizer que o valor, diríamos, “persuasivo” dessas narrativas aliado à força que a mídia tem na/com a sociedade são capazes de alcançar outros campos sociais, nos levando a inferir hipóteses sobre possíveis sentidos (e efeitos) dessa nova ênfase do sujeito moderno.

Essa mudança comportamental, que focaliza e enaltece o exterior em detrimento de um interior já deslembrado, pode ser traduzida numa necessidade de (auto) afirmação, um sentimento de pertença, de se fazer ver e ser visto e existir num mundo caracterizado pela cada vez mais pela publicidade do íntimo/privado. O importante é ser visto, a exposição de si mesmo passa a ser, não somente consentida, mas também estimulada. Um bom exemplo disso são as publicações em sites de compartilhamento que têm parte da receita alcançada pelas visualizações, comentários, publicidade e outros, repassados ao dono do canal onde foram feitos os *posts*. O que, inclusive, faz florescer a cobiçadíssima profissão desses tempos: Youtuber.

Ainda que Lejeune (2008) tenha se dedicado mais profunda e especificamente à investigação do universo da autobiografia, ele nos fornece subsídios para traçar um retrospecto muito importante para a investigação da subjetividade contemporânea num todo: Uma linha cronológica que parte do momento em que esse tipo de narrativa era algo ainda incipiente até os dias de hoje, em que a ênfase (auto) biográfica caracteriza a sociedade moderna, (re) configurando-a e (re) significando-a.

### **1.2.1 Sobre a dimensão autobiográfica**

Para a presente investigação, tomamos a dimensão autobiográfica como: expressões e/ou incidências que por não reunirem todas as características exigidas para serem classificadas como autobiografia, podem acabar excluídas de uma análise. Pretendemos com a conceituação do termo, abranger o conjunto de manifestações discursivas expressas em primeira pessoa e que fazem referência ao indivíduo que fala através do relato de experiências e/ou sentimentos desse enunciador. Isto é, referimo-nos a modalidades linguageiras mais abrangentes que são capazes de ampliar nossa percepção do que seria esse horizonte autobiográfico – em que acreditamos que as ocorrências são mais complexas do que, *a priori*, são definidas.

Lejeune (2008), buscando estabelecer o sentido que pretendia empregar o conceito do objeto “autobiografia”, estabeleceu o que intitulou pacto autobiográfico, homônimo de uma de suas obras mais expressivas e, a partir de então, definiu características que, associadas, concediam a um texto a qualidade de autobiográfico. A partir do que o autor estabeleceu, uma questão se colocou diante do presente trabalho: considerando os pressupostos lejeunianos sobre o que é autobiografia, o que fazer com as demais manifestações que, não preenchendo todas as características (mas influenciando no que se refere ao autobiográfico propriamente dito), são proscritas em uma análise?

Diante dessa questão, deu-se o interesse (diríamos até mesmo necessidade) em estabelecer uma expressão que, buscando pertencimento ao horizonte autobiográfico, ampliasse as possibilidades de interpretação do mesmo. Dessa forma, consideraremos para o presente trabalho que qualquer sentença que se relacione ao sujeito enunciador, pela exposição de acontecimentos e/ou sentimentos referente ao mesmo, será definida como objeto dessa dimensão. Todas as manifestações que, como diria Arfuch (2010), fazem referência a um “universo de gêneros discursivos (...) que tentam apreender a qualidade evanescente da vida” (ibid., p. 15) e que, conseqüentemente tende a conceder ao sujeito interpretante a oportunidade de explorar outras faces do “eu” do sujeito que enuncia. Conceber essa expressão pode significar a abrangência de um conceito e conseqüente flexibilidade na



interpretação dos desdobramentos de um espaço tão múltiplo e de complexos enredamentos, como é o autobiográfico.

### **1.3 Aspectos da dinâmica de funcionamento da mídia**

A mídia é uma maquinaria constituída pelo conjunto dos meios de comunicação, caracterizando-se pela necessidade de aparatos técnicos para se reproduzir. Tomada, inicialmente, com um suporte de difusão da informação, é uma forma de conteúdo que, segundo Lima (2006), é superior a essa função, podendo assumir os papéis: informativo/simbólico; coercitivo, político e econômico na sociedade em que está inserida. E é essa visão, para além de um simples instrumento, que nos interessa para a presente pesquisa.

Essa maquinaria é, em muitos casos, a única forma de muitos cidadãos tomarem conhecimento do que se passa no seu país e até mesmo no mundo e, assim, acaba fazendo com que a sociedade moderna seja nela centrada. À medida que se efetiva esse processo intercambiável mídia/sociedade, a primeira ocupa a posição de um ator político com força suficiente para exercer poder em outros campos sociais, na sua mediação de sentidos. E, inserida num sistema de retroalimentação em que é também influenciada pela esfera social, é possível indicar efeitos desse inter-relacionamento, pela resignificação da sociedade que o maquinário midiático acaba por conduzir. Um bom exemplo para ilustrar tal afirmação é exatamente uma das motivações de nossa pesquisa: o fortalecimento através (também) da mídia dessa atual ênfase do sujeito contemporâneo, que se caracteriza cada vez mais pela exposição (gênese esta, aliás, que por sua vez também atualiza a lógica de funcionamento do aparato midiático, sempre atenta às demandas do público).

Esse aparato é capaz de colocar em pauta assuntos que são, supostamente, do interesse do público, transformando-os muitas vezes em interesse público propriamente dito. E novamente vemos o quanto a força [invisível, mas legitimada] que a mídia detém, é capaz de contribuir para a consolidação de novas formas de expressão do homem moderno. Ao abrir espaço para a difusão de um novo modo de ser e estar no mundo, além de

responder ao chamamento de (re) construção e (re) significação do factual, a mídia atua como um agente que confere às circunstâncias um sentido social e cultural e que, discursivamente, estabilizam designativamente os conteúdos circulados.

Para Bourdieu (1989), a maquinaria midiática atua como uma espécie de vínculo sujeito/sociedade. Dando publicidade e validando os acontecimentos de mundo num sistema hierarquizado de poder e privilégio, ela é um agente do espaço público, que recria conteúdos com pretensões de estabelecer um poder de construção da realidade e, simbolicamente, exercer um poder argumentativo, articulador e estruturante. “O poder simbólico é esse poder invisível, o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (BOURDIEU, 1989, p. 7-8). E tais formulações vêm, mais uma vez, corroborar a premissa do quanto a interação da mídia com essa acentuação do íntimo/público, resulta numa relação dialógica, que interfere na dinâmica de produção e circulação de ambos e que é capaz de alcançar efeitos de sentido no público consumidor. De acordo com Arfuch (2010):

A acentuação contemporânea do íntimo/privado/biográfico, que transcende cada vez mais o “refúgio” para se instituir em obsessiva tematização midiática não como uma perversão do modelo – do equilíbrio – ou como uma desnaturalização das funções e dos sentidos primigênicos de uma ou outra esfera da modernidade, mas antes como o produto mesmo, historicamente determinado, da interação entre ambas. (ibid., p. 94)

Para a autora, que denomina essa maquinaria como “avatares midiáticos”, a mídia ocupa um lugar central na difusão da informação. Hoje, mais que um instrumento de mediação da realidade, a mídia é um espaço de produção e difusão de ideias, proeminente, representativo e legitimador. Enquanto meio que dá suporte, significação e sentido às expressões do espaço biográfico, mostra a vida a partir da exploração das várias faces do “eu”. A vida é apresentada sob um aspecto configurativo das identidades, por exemplos de caráter modelizador para, através da combinação de vozes e narrativas, construir imaginários sociais que contribuirão para a consolidação de representações discursivas e ideológicas nesse horizonte. Ainda conforme Arfuch (2010) consideramos que se trata de:

Avatares da experiência, demonstrações, reflexões, conclusões: a vida como um saber sobre a vida. Desacertos, infortúnios, tropeços, desenganos, a vida como um padecer. Mas também – e quase prioritariamente – os acertos, sucessos, virtudes: a vida como cumprimento, como realização. (ibid., p. 161)

Ao consentir e, conseqüentemente, fortalecer objetos pertencentes ao *universo do eu* esses “avatares” são influenciados e influenciadores por/de tendências que caracterizam práticas de expressão dos sujeitos e assim, reafirmam traços de uma nova subjetividade. O cenário midiático – pelo seu formato e estrutura – acaba ratificando a natureza modelizadora das histórias oferecidas e enaltecendo o caráter de “verdade” das mesmas através de seu poder legitimador de conteúdos. Logo,

... falar da (própria) vida não será, então, simplesmente uma deriva casual da conversa, um empenho narcisista ou o resultado da predileção de um entrevistador, mas um registro necessário de se cobrir dentro da economia libidinal da mídia. (ARFUCH, 2010, p. 180).

Trata-se de uma espécie de mutualismo entre a maquinaria midiática e a sociedade em que ela está inserida: a mídia enfatiza e valoriza o conteúdo desejado e esse último, por sua vez, garante a audiência pretendida ao ganhar espaço e notoriedade na primeira, já que o conteúdo fora demandado pelo público (além, é claro, de fortalecer outros interesses). Trata-se de uma relação vantajosa para ambas as partes que, além de movimentar a economia midiática, consente e estimula essa nova gênese do sujeito moderno, em que os sujeitos, se fazendo ver e sendo vistos, ganham existência num mundo cada vez mais caracterizado pelo fenômeno do *éxtimo*<sup>7</sup>.

Quando se destacam os efeitos de sentido produzidos e alcançados, é indispensável refletir sobre aspectos da negociação destes no tange à questão do partilhamento de responsabilidades. Martin-Barbero (1997) explora esse assunto a partir do processo que se estabelece quando da mediação midiática. O autor considera o ato de se comunicar de modo não-fragmentado, isto é, com ênfase para além da mensagem enunciada e partilha com o(s) sujeito(s)

---

<sup>7</sup> Termo cunhado por Sibilia (2009), como um antônimo para a palavra “íntimo”. A definição visa caracterizar o sujeito descentralizado que, estimulado por práticas de expressão contemporâneas, tem adotado novas maneiras de ser e estar, cada vez mais voltadas para o campo do visível em detrimento de subjetividades mais interiorizadas.

com quem o emissor se dedica a falar o “fardo” da comunicação efetiva. Perspectiva essa, por nós compartilhada, afinal, cada sujeito tende a consumir cultura/informação de acordo com o ambiente em que está inserido e com o lugar que ocupa na sociedade. Podemos afirmar que os sentidos tendem a emergir na instância de recepção, não se tratando, portanto, de algo previamente estabelecido no processo de produção/emissão de qualquer mensagem. Nessa instância, o conteúdo recebido pode tanto ser aderido como negado (o que não quer dizer, necessária e respectivamente, alienação ou resistência e sim, que apenas o “consumo de mídia” é da ordem do individual). Isso significa que cada um possui quadros de referência diferentes e os sujeitos são autônomos quanto à forma como consomem os produtos e serviços ofertados pela mídia.

Martin-Barbero (1997) rompe com a concepção binária “emissor/receptor”, “dominante/dominado” e amplia com isso, a noção de comunicação enquanto uma interação entre dois sujeitos. Que é, inclusive, o pressuposto mais plausível no que se refere à definição do que seja o ato de nos comunicarmos e que nos permite fundamentar nosso trabalho de modo mais consistente. Postulamos, a partir de então, uma relação entre mídia e sociedade em que as responsabilidades de produção e consumo dos conteúdos circulados são compartilhadas e pensadas enquanto uma “via de mão dupla”.

Ao considerar a instância de recepção co-enunciadora de sentido, é como se Martin-Barbero subsidiasse a fala de Sibilia (2009) que defende que o interesse pelas vidas alheias, como dizemos em oportunidade anterior, se dá devido ao interesse do público. Ora, a proliferação de autobiografias e biografias (e aqui damos ênfase desse crescimento na mídia) só acontece porque existe um público (receptor) que anseia por esse tipo de conteúdo, favorecendo para que ele se torne um tema frequente. Ou seja, coparticipação quanto à produção e o consumo do que se veicula na instância midiática.

Ao intermediar a relação sujeito/sociedade, a mídia só o faz porque, enquanto sujeitos sociais, nós cedemos a ela o acesso à informação e ela, por sua vez, atua como mediadora desta. Ao mediar essa realidade, é recortado aquilo que se julga pertinente circular e o acesso aos acontecimentos nos é permitido a partir da ótica e perspectiva midiáticas (escolhas definidas a partir

de critérios e valores permeados, principalmente, por interesses políticos e econômicos), sem ignorar o que também anseia o público.

A partir das conjecturas que fizemos até aqui, somos levados a uma reflexão sobre a ideia de manipulação midiática, especialmente no meio televisivo. Segundo Charaudeau (2007) tratar de manipulação é conceber a ideia de um manipulador com interesses claros em se aproveitar de um segundo, manipulado, vítima dessa relação, desprovido de qualquer criticidade. E não é bem assim que acontece. A mídia constitui papel importante na vida em sociedade e sim, sugere comportamentos e posturas para os cidadãos que a consomem. Contudo, sozinha, ela é incapaz de agir e se colocar no/para o mundo. Assim, quando afirmamos que o aparato midiático tem fortalecido perspectivas do biográfico, por exemplo, isso não acontece exclusivamente pelo fato de que essa maquinaria é instrumento autossuficiente e com poder de influência capaz de determinar núcleos de tematização por si só. Isso só acontece porque o público “consumidor de mídia” diz “sim!” ao conteúdo oferecido, satisfazendo suas expectativas e anseios e movimentando a economia e interesses midiáticos. Temos assim, um ciclo de retroalimentação em que o primeiro envolvido favorece o segundo e vice-versa.

Wolton (1996) também trata dessa temática da manipulação (e o autor, já é mais específico ao tratar dessa maquinaria através de um dos seus mais expressivos expoentes, que é a televisão) corroborando o pensamento de Charaudeau (2007) e afirmando a respeito o seguinte:

A televisão não manipula os cidadãos. Evidentemente os influencia, mas todas as pesquisas ao longo de meio século provam que o público sabe assistir às imagens que recebe. Não é jamais passivo. Nem neutro. O público filtra as mensagens em função dos seus valores, ideologias, lembranças, conhecimentos... (ibid., p. 6)

Mais prudente que conceber a mídia como autossuficiente e ditadora de conteúdos, é pensá-la como mediadora da “realidade” – como é, aliás, a maneira como a temos concebido até aqui. Nesse contexto, é importante que consideremos a mediação enquanto aquela que opera a discursividade, sempre atrelada às situações (sócio) comunicacionais. Trata-se de um lugar de intencionalidades; ideológico e espaço de jogos de poder. O processo de mediação precisa ser encarado como múltiplo e não único, pois é exatamente

no momento em que a mídia assume esse papel, que os meios de comunicação adquirem a espessura cultural e o caráter institucional que os concederão um papel de centralidade na democracia: o aparato midiático difunde a informação em larga escala para o grande público e por isso, é um instrumento útil à vida em sociedade. Por último (mas não menos importante), destacamos que ao ocupar o lugar de mediadora de sentidos, ela faz-se agente político nessa arena de embates discursivos.

Considerando a maquinaria midiática enquanto mediadora da “realidade”, destacar como esta última é construída, é também capital. Esses recortes que, simbolicamente, nos sugerem visões de mundo, são os que constituem e consolidam imaginários sociais. Mediar o que chamamos “real” é característica da sociedade contemporânea e, apesar das representações serem comumente reducionistas e parciais, é a forma que dispomos de ver as coisas e apreender os acontecimentos. De acordo com Charaudeau (2007), na mídia, os fatos não têm uma verdade em si. Tem-se uma encenação subjetiva que, objetivamente, busca o compartilhamento de conteúdos.

Vivemos em um simulacro onde o que temos como realidade só acontece pela lógica das representações, atravessadas, sempre, por jogos de poder. Essas representações são como amarras (das quais a mídia participa) para atingir seu público-alvo e permitir com que este último apreenda os fatos como eles são apresentados. Instituída na/pela linguagem, a mídia é incapaz de mostrar o todo e, como o mundo não cabe no universo da linguagem, tem-se acesso apenas ao superficial e não ao âmago das coisas. As representações [parciais] que nos são oferecidas são como uma espécie de fotografia temporal que nos localizam socialmente e nos permitem a apreensão dos acontecimentos (não como eles são, mas como são simbolizados).

Ocupando esse lugar, essa maquinaria ganha força para se apoderar de discursos que, ainda que não tenham se origem nela, podem ser (e o são muitas vezes) por ela apropriados. Questões do *universo do eu*, por exemplo, não nasceram na mídia – mesmo porque a ênfase biográfica está para além de um simples acontecimento ou coisa do tipo. Contudo, os objetos desse gênero foram apropriados por essa maquinaria, principalmente porque interessa e atrai o grande público.

Pensar o aparato midiático para além de um mero suporte de difusão da informação e até mesmo para além de um instrumento que atua enquanto mediador de sentidos é conceber a mídia, em uma visão especialmente discursiva, como aquela que integra diferentes aspectos da atividade de comunicação, transformando-se em um espaço de difusão e legitimação de ideias. Essa mídia a que nos referimos consente, impulsiona e fortalece os desdobramentos de natureza vivencial/confessional (e por vezes até os consagram) e assim são capazes de resignificar história e condições de produção e circulação. Parafraseando Steinberger (2005), diríamos que, não sem justificativas, o mundo vive em transição da 'Idade de Ciência' para a 'Idade da Mídia'.

### **1.3.1 Sobre a televisão**

Segundo dados estatísticos da SECOM<sup>8</sup> para a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 – Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira, a televisão é o meio de comunicação mais utilizado no país, com 93%, seguido do rádio com 46% e da internet com 42% dos votos dos entrevistados<sup>9</sup>. Ainda que a internet siga ganhando cada vez mais adeptos e usuários e o intenso fluxo de informação do mundo globalizado deva-se muito à rede mundial de computadores, o acesso às benesses do ciberespaço não é realidade para milhares de pessoas. Ainda segundo dados da pesquisa, apesar de quase 80% da população nacional estar exposta à rede de alguma forma, a televisão permanece sendo o mais acessível e consumível meio<sup>10</sup> de que dispomos.

Presente e representativa, a televisão tornou-se durante o século XX, o maior expoente da maquinaria midiática e uma das maiores expressões dos meios de comunicação em larga escala do mundo. Longe de estar obsoleta,

---

<sup>8</sup> SECOM – Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

<sup>9</sup> Nas questões sobre os motivos de uso do meio de comunicação, os entrevistados podiam apresentar respostas múltiplas. Por isso, a simples soma das respostas não “fecha” em 100%. O número de entrevistados soma um total de 18 mil brasileiros.

<sup>10</sup> Para a presente pesquisa, a televisão é considerada a partir de uma visão discursiva. Destarte, nos momentos em que termos como “meio”, “instrumento”, “canal”, “veículo”, “suporte”, “aparelho”, forem utilizados, destacamos que nossa intenção não é a de reduzi-la a mero dispositivo. Trata-se apenas da necessidade de elencamos palavras para designar a televisão, contextualizando-a em nossas colocações.

ela consegue reunir centenas de milhares de pessoas ao mesmo tempo (ainda que a partir de interesses variados), numa postura democrática que a internet e o mundo digital ainda não são capazes de fazer. Exatamente por permitir que as pessoas realizem outras atividades enquanto a “assistem”, ela se difere de outros meios pela capacidade de socializar e por seu componente aglutinador.

Segundo Sodré (2010), a televisão não veio em atendimento a nenhuma demanda da comunicação. Esse meio de comunicação, além de atuar enquanto expressão de poder, controle social e diálogo, surgiu a partir da autonomia dos bens eletrônicos, do mercado e em atendimento a carências do homem. E desde então, tem alcançado seu público de maneira singular, natural e impactante.

A televisão tem papel significativo na/para a realidade brasileira. Ela constitui-se simples e complexamente, território onde se encontram influências, formando-se outras mais expressivas e, por compor a maioria dos lares do país e do mundo, é atuante nos processos de construção e/ou desconstrução de valores. Não se trata de um simples dispositivo de entretenimento. A televisão constitui-se numa expressão que gera e transmite significados e sentidos para a sociedade em que está inserida.

Meio de comunicação que Wolton (1996) define como “promovedor de integração social” e “fator estruturador da sociedade”, a televisão pode ser vista como um objeto de conversação, instrumento de emancipação e democracia, porque a partir dela são estabelecidas relações sociais e acabamos por reforçar vínculos também políticos. Enquanto laço social que se apresenta, a televisão só alcança esse *status* porque se dirige a todo e qualquer público e numa dimensão social, ela é estruturada e oferecida como um espetáculo. Além de ela ser para muitos a única forma de apreender os acontecimentos, ela pode ser ainda a única opção de lazer dos mesmos.

Precisamos ver e avaliar a televisão para além de um caráter unívoco, exclusivamente reflexivo e/ou mobilizador, como um simples produto comercial que obedece a uma lógica de mercado e, por essa lógica, seja orientado. Como instrumento que alcança os mais diferentes públicos na negociação de modelos e influências, ela pode (o que não quer dizer, necessariamente, que ela vá fazê-lo) atuar democraticamente no meio em que está inserida. Ela é capaz de se constituir em um espaço de interlocução e apontamento de



sentidos que, ao contrário de uma concepção maniqueísta que ou a classifica como ruim ou boa, pode atuar como canalizadora de fatores e valores que concedem ao grande público ver-se nela/através dela.

A televisão enquanto meio que entretém, pode ofertar atrações sensacionalistas – já que o grande público, inclusive, tende a demandar muitas vezes esse tipo de programação. E talvez por esse caráter que pende para o popularesco, a televisão seja tão frequentemente, alvo de banalizações e generalizações. Segundo Wolton (1996),

Essa dificuldade de pensar a televisão é tão natural porque o seu caráter popular tende justamente a excluí-la da pauta de assuntos que precisam ser “pensados”. Sua integração natural à vida cotidiana reforça o sentimento de que é inútil refletir demais sobre ela: sua banalidade é um convite a esquecê-la, mesmo que as mudanças que a acompanham constituam, ao contrário, um convite em si. (ibid., p. 45)

Contudo, é importante destacar que a televisão pode e será aquilo que fizermos dela (MACHADO, 2000). Um consumo crítico do conteúdo televisivo é possível e isso depende na mesma medida da produção, da postura do público receptor. Ela pode sim estimular o senso de criticidade do telespectador se esse, é claro, se dispuser a desenvolver esse tipo de pensamento. Ela é um expoente de expressão midiático complexo e que se hoje representa para o grande público um simples meio de entretenimento, só o é porque ele permitiu que assim o fosse.

Se fizermos uma retrospectiva, desde os primórdios da televisão, veremos que a qualidade da programação televisiva sempre esteve em pauta. E há um consenso sobre o conceito de qualidade em torno de uma concepção elitista, quase sacralizada, nos conduzindo a ideia de que não pode ser considerado “digno” o que se desvia dessa concepção. Contudo, definir o que tem qualidade ou não é algo muito subjetivo como, aliás, a própria definição da palavra. Qualidade pode se referir à imagem, à variedade da programação, à criatividade das produções, à multiplicidade de conteúdo, a uma linguagem mais refinada, a uma grade de atrações que não banaliza e/ou espetaculariza fatos veiculados etc. Mas até mesmo os critérios que usamos para caracterizar o conceito são relativos. E então uma questão se coloca: Como aceitar a ideia de uma televisão que, por muitos é dada como popularesca, se o próprio

sentido daquilo que é contrário à banalidade do conteúdo televisivo é questionável e/ou pelo menos, difícil de mensurar? Como afirma Machado (2000) precisamos abandonar essa “visão adorniana” que temos da televisão. Não para pensá-la como, exclusivamente boa, mas, de uma maneira mais isenta e despida de posicionamentos previamente definidos, concebê-la a partir de sua complexidade, importância e participação na vida em sociedade. Marie-France Chambat-Houillon (2008) nos convida, inclusive, a enxergar a televisão como uma janela aberta para o mundo. E é a partir dessa perspectiva que acreditamos ser possível pensar o horizonte televisivo nas suas múltiplas possibilidades de interpretação, reconhecendo sua devida complexidade na sua relação com os sujeitos sociais.

Entretanto, não podemos ignorar o fato de que a TV edita o mundo, deixando de lado a relação que, a partir dessa edição, ela firma entre a mídia e os sujeitos. Pensar a contemporaneidade sem considerar essa relação (e suas consequências) não seria uma postura razoável diante de uma investigação. Com a televisão, o homem não precisa idealizar o que ouvia no rádio, por exemplo, porque agora as representações já estão prontas para o consumo. E isso é uma ilustração do poder que detém essa “edição televisiva”. Todavia, esses formatos que se adequam à realidade de cada dispositivo midiático acabam por subsidiar-nos, condições de ler o sujeito contemporâneo. Afinal, se a televisão e os cidadãos que a consomem mantêm uma relação de interdependência, ambos podem ser reexaminados a partir dos limites de suas mudanças. Sobre isso, inclusive, Wolton (1996) afirma que:

Em matéria de televisão, existe uma forma de responsabilidade coletiva, mas ninguém é real e individualmente proprietário ou depositário dela. É nisso que ela está muito mais para o lado de laço social do que para o lado da comunicação. É também por isso que ela não poder fazer grande coisa contra a escala do tempo, mesmo que contribua diretamente para vencer a escala do espaço. Ela é o grande relógio da nossa vida cotidiana, que marca o ritmo imutável dos dias que passam. Mas a televisão não se resume a essa definição estrutural, quase ontológica, entre o outro, o tempo e o espaço. Ela é também uma das formas mais preciosas de leitura da evolução das nossas sociedades. Ela simboliza o grande movimento que, há um século, promoveu o indivíduo, a liberdade e a comunicação, mostrando os limites dessas mudanças (ibid., p. 318)

E é a isso a que nos propomos: pensar a televisão enquanto “leitura da evolução das nossas sociedades” (ibid.) e ao inseri-la na investigação da dinâmica de funcionamento da maquinaria midiática, explorar um novo modo de ser do sujeito contemporâneo.

Colocando a televisão dotada de poderes para atuar na sociedade de maneira tão democrática, pode levar o leitor dessa pesquisa a inferir que tudo isso se trate de uma defesa a esse meio de comunicação. Contudo, a proposta está para além de uma simples “posição favorável” em relação à televisão. Trata-se de propor reflexão sobre a relação sujeito/sociedade, intermediados pelas grandes mídias (em especial a televisão) e desta sociedade para com a mídia televisiva – que não somente a reflete, mas sim a estrutura porque também é estruturada.

A televisão sob uma perspectiva cultural deveria ser encarada enquanto aquela que ao coadunar aspectos enunciativos e questões (sócio) comunicacionais, concede abordagens que, numa visão discursiva, integra os diferentes aspectos da atividade de comunicação para se colocar no/para o mundo. Enquanto aquela que seleciona, estrutura, autentica e valida os fatos, ela é capaz de estabelecer vínculos entre o telespectador e a sociedade em que ele está inserido e se apresentar como “síntese hegemônica dos discursos, das práticas artísticas, das diferentes possibilidades de linguagem” (SODRÉ, 2010, p. 10). É concebendo a televisão dessa forma, que podemos pensar a sociedade a partir de sujeitos telespectadores que, numa relação dialogal compartilham interesses com a mídia que se traduzem em formas de expressão e visibilidade, para ambos.

## CAPÍTULO II – DESCRIÇÃO DO PROGRAMA E SEUS EPISÓDIOS

### 2.1 O Mundo Segundo os Brasileiros

O *Mundo Segundo os Brasileiros* é uma série televisiva exibida no Brasil desde 2011 pelo canal aberto Rede Bandeirantes. Baseada no roteiro argentino *Clase turista: el mundo según los argentinos*, a atração é um formato comprado da produtora *Eyeworks*<sup>11</sup> e tem a empresa *Decolar.com*<sup>12</sup> como única anunciadora/patrocinadora desde sua estreia. O programa que tem versões na Espanha (*Españoles en el mundo* – versão original), no Chile (*Clase turista: el mundo según los chilenos*), no México (*Mexicanos en el extranjero*) e em Portugal (*Portugueses pelo Mundo*), tem a versão brasileira, objeto de nossa análise, dividida em seis temporadas, com aproximadamente 130 episódios inéditos e mais de 50 reprises. Além de elogiado pela crítica especializada<sup>13</sup>, a série segue alcançando índices de audiência significativos para o horário, tanto é que permanece na grade de programação do canal aberto há seis anos.

Explorando os mais diversos destinos de viagem pelo olhar de estrangeiros, cada episódio é geralmente apresentado por sete brasileiros que, agora moradores daquele lugar, falam sobre ele, passeiam pelas atrações de destaque e mostram o que supostamente há de despertar no público telespectador, turistas em potencial, algum interesse.

À medida que os episódios se desenvolvem, esses “personagens reais” contam algumas de suas experiências e, narrando partes de suas histórias, eles dizem o porquê de estarem ali; o que aquele lugar representa para eles e como estes fazem parte da sua rotina de vida, dentre várias outras coisas. Esses relatos, em sua maioria constituídos com relativo apelo emocional, estão centrados em experiências e vivências pessoais; eles têm um cunho confessional porque neles os enunciadores revelam um pouco da sua vida e da

---

<sup>11</sup> Produtora televisiva fundada em 1993 (reconhecida mundialmente por seus formatos de grande sucesso) e adquirida pelo conglomerado de comunicação estadunidense *Warner Bros. Entertainment*, em 2014.

<sup>12</sup> Filial brasileira da agência de viagens argentina *Despegar.com*

<sup>13</sup> Desde 2011, o programa vem sendo apreciado por colunas especializadas de grandes sites de notícias do país como: UOL, Terra/Jornal do Brasil, BBC Brasil, dentre outros veículos de repercussão nacional.

sua história. Nesse momento, o programa ganha espessura autobiográfica, pois os personagens são os autores/enunciadores e o foco no interesse turístico convencional, descrição do que é atrativo, cede lugar para as narrativas de caráter vivencial/confessional que os brasileiros se utilizam para compor suas falas durante as participações.

Destarte, segue a descrição de cada um dos três episódios elencados para a pesquisa. Destacamos que a escolha dos mesmos deveu-se ao fato de considerarmos que a composição de cada um deles permitia-nos a exploração dos focos enunciativo-temáticos que propomos análises. Sobre a perspectiva do biográfico, tínhamos com os capítulos escolhidos, a possibilidade de investigar como se dava a construção do sujeito notório (Medellín), a construção do lugar (Macau) e a construção do sujeito comum (Cidade do Panamá).

## **2.2 Episódio sobre Medellín**

Episódio exibido durante a 5ª temporada do programa *O Mundo Segundo os Brasileiros*, mostra vários pontos turísticos da capital colombiana. Nesse episódio da série, a pesquisa de deterá à apresentação da brasileira Irlane, pois o foco temático que nos interessa nesse momento é a verificação de como se dá a composição de um sujeito notório, biograficamente construído. O porquê do recorte justifica-se no fato de Irlane voltar sua participação para a exploração da trajetória de Pablo Escobar, figura pública que nos interessa.

Nessa parte do episódio, a mais longa desse capítulo da série – que ganha aproximadamente 3' a mais que as demais apresentações (indo dos 23'26" aos 34'06") é apresentada a trajetória de vida do, já falecido narcotraficante internacional, Pablo Escobar. No ano em que se comemoraram os vinte anos de morte do maior narcotraficante da história colombiana (considerado por muitos, o maior do mundo), a atração resgatou passagens da vida do mafioso e visitou lugares que remetiam à história do mesmo. Nesse roteiro turístico inspirado em Escobar, é dado a explorar pelo programa, locais

que estão atrelados de alguma maneira à trajetória desse criminoso e consequentemente, à história da Colômbia.

A Colômbia, país de origem de um dos responsáveis por potencializar o narcotráfico internacional, oferece aos turistas que desejam conhecer um pouco mais sobre a história do tráfico de drogas, um passeio conhecido como *Narcotur*. Esse roteiro turístico mostra como viveu, onde morou e relata ainda alguns dos feitos de um dos narcotraficantes mais famosos e temidos de uma época, o mundialmente conhecido Pablo Emilio Escobar Gaviria.

Dados históricos nos revelam que a cidade de Medellín esteve por aproximadamente duas décadas (70/80) relacionada diretamente ao nome de Pablo Escobar. Sabe-se que Escobar descendeu de família humilde e que escreveu sua história indo de contrabandista de eletrônicos e cigarros, passando por narcotraficante, terrorista e alcançando o posto de deputado federal de seu país (ainda que deposto em um curto tempo, voltando-se a dedicar exclusivamente ao tráfico internacional de drogas, especialmente a exportação da cocaína). Símbolo de um período em que a ordem do poder paralelo prevalecia sobre a constitucional (sob seu comando), o nome dessa figura célebre e emblemática, permeia o imaginário do povo colombiano até os dias de hoje e divide opiniões: para uns ele é tido como herói e para outros, como vilão.

Contudo, ainda que nossa investigação esteja dedicada exclusivamente à exploração da participação de Irlane, ressaltamos que outros brasileiros compõem o episódio. São eles:

Márcio, 33 anos, morador de Medellín há 12 anos é quem abre a atração visitando a região de *Guatapé* – onde fica localizada a pedra conhecida como o “Pão de Açúcar Colombiano. *Viejo Peñol*, município onde se localiza *Guatapé*, é mostrado em alguns detalhes e não deixa de mencionar o narcotráfico e a figura de Pablo Escobar ao mostrar a casa *La Manuela*, propriedade que pertencia ao narcotraficante. Hoje, a casa que está sobre a posse do governo federal, mesmo totalmente destruída, ainda é ponto de visitaçãõ de muitos turistas.

Júlia, 20 anos, moradora de Medellín há 01 ano, explora um pouco da *Plaza Bottero*. Mostra uma das regiões mais nobres da capital, o bairro *El Poblado* e ainda vai à rodovia *Vía Las Palmas* – mostrando um dos pontos

mais altos da cidade. A estudante também cita o narcotráfico no começo de sua apresentação ao destacar a importância das artes na tentativa de, segundo a mesma, desconstruir uma Colômbia lembrada apenas pelo tráfico de drogas e pelo poder paralelo das guerrilhas.

Nilton, 38 anos, morador de Medellín há 08 meses, visita a *La Candelaria*, Catedral de Medellín. Visita ainda o *Barrio Triste*, região administrativa da capital e *El Parque de Los Pies Descalzos*. Finaliza sua participação visitando uma região boêmia da cidade – a *Carrera 70*.

O carioca Bruno, 24 anos, morador de Medellín há 08 meses, explora a noite colombiana ao visitar a badalada região de *El Poblado*.

Jonathan, 27 anos, morador de Medellín há 02 anos e meio, explora o lado “metrópole” da capital. Mostra *Calle Nova*, uma avenida de trânsito e movimentação intensos, percorre a *Estación Exposiciones* (único metrô da Colômbia) e apresenta o bairro *Belén*, um dos maiores da cidade de Medellín. Explora ainda um pouco da culinária e costume locais e visita a região de *Pueblito Paisa*, que segundo o mesmo, é um ponto que não se pode deixar de visitar quando se vai à Colômbia. Encerra sua participação falando sobre a importância do aeroporto *Olaya Herrera*, na *Plaza Gardel*.

O fechamento do episódio fica a cargo de Daniel, 26 anos, morador da Colômbia há 01 ano. O brasileiro visita a região de *Moravia* e o *Parque Explora*.

### **2.3 Episódio sobre Macau**

Episódio exibido durante a 4<sup>o</sup> temporada do programa *O Mundo Segundo os Brasileiros*, tem 48’37” de duração e é apresentado por sete brasileiros que ao explorar Macau, visitam os mais diversos pontos turísticos dessa Região Administrativa Especial da China (conhecida como REAM). Macau é biograficamente (re)construída e (re)significada através de um percurso em que história e modernidade confluem a todo o tempo. Experiências pessoais são narrativizadas, costumes dos habitantes daquele lugar são mostrados, os principais pontos turísticos ganham destaque e as grandes festividades também são evidenciadas. Vê-se o lugar sendo composto

biograficamente não apenas pelos atrativos da cidade, mas também pela dimensão autobiográfica que permeia a fala dos apresentadores.

Ao explorar a cidade de Macau, o episódio, como é padrão na série, se apresenta com recortes dos principais momentos que serão tratados por cada apresentador. As imagens que abrem o programa já exploram: a pacatez de lugares antigos; a agitação do centro – área mais modernizada; o luxo dos cassinos; a simplicidade de pequenas casas; a confluência de características locais e globais – ao intercalar trilhas sonoras ora em cantonês (expressão máxima da cultura macaense) ora em ritmo eletrônico. E desde esse primeiro momento já é possível notar um vivo intercâmbio de culturas, posteriormente explorado em sua coexistência de traços tipicamente chineses com características da cultura ocidental.

A imagem da cidade de Macau dá-se pela interação de diferentes códigos semióticos que, característicos da linguagem audiovisual são articulados aos relatos dos brasileiros sobre os lugares visitados e sobre suas vidas particulares.

Esse episódio compõe-se, basicamente, de quatro aspectos e é a partir da descrição e análise de cada um deles que pretendemos investigá-lo sobre o prisma do biográfico. São eles:

- I. Pontos turísticos e questões culturais, sociais, políticas e econômicas que retratam sua história;
- II. Histórias de vida dos nativos;
- III. Histórias de vida de estrangeiros que viveram ou ainda vivem ali;
- IV. Traços da dimensão autobiográfica nos discursos dos sujeitos enunciadore

Os brasileiros que apresentam Macau são:

Maurício, 28 anos, artista de circo e morador de Macau há 05 anos. Ele inicia sua apresentação visitando o Farol da Guia, segue para *Nova City* e mostra um *show* no cassino *City of Dreams*.

Nauê, 32 anos, bailarina e moradora de Macau há 06 anos, apresenta *Old Taipa*, a região mais antiga de Macau, percorre ruas centrais e exposições de arte e encerra visitando o cassino *Vennetion* (que segundo ela, é o maior cassino do mundo e o quinto mais luxuoso).



Carla, 56 anos, promotora de eventos e moradora de Macau há 13 anos, começa seu *tour* mostrando detalhes do templo de *A-Má*, caminha para o Topo de Coloane – ponto mais alto do território macaense – visita uma igreja católica e mostra a tradição dos pasteis portugueses de Belém, na China. Mostra também a “Parada do Ano Novo Chinês” da qual, inclusive, participa.

Lúcio, 43 anos, *chef* de cozinha e morador de Macau há 07 anos, explora o sincretismo e misticismo religioso, tão presentes na cultura macaense. Também visita o templo da deusa *A-Má*, o *Largo do Lilau* e explora a culinária local. Encerra sua participação no cassino *Vennetion*, seu local de trabalho.

Natasha, 29 anos, professora e moradora de Macau há 12 anos, visita o *Parque dos Pandas*, mostra as três pontes que ligam Macau às ilhas de *Taipa* e *Coloane* e mostra como é um estádio de futebol macaense, internamente. Apresenta a *Praça Leo Senado*, visita uma igreja católica e explora a arquitetura portuguesa. Finaliza falando sobre superstições do povo chinês.

Jane, 49 anos, bancária e moradora de Macau há 28 anos, inicia sua participação mostrando as *Ruínas de São Paulo*. Segue apresentando alguns templos, mostra manifestações artístico-culturais nas ruas de Macau, explora o lado histórico da cidade, visita uma loja de chás (típico da cultura chinesa), apresenta a *Rua da Felicidade* (região da boemia no passado) e encerra numa comemoração do *Ano Novo Chinês*.

Carolina, 32 anos, *trader* e moradora de Macau há 09 meses, visita a *Macau Tower* e salta da torre mais alta do mundo para *bungee jump*. Vai à fronteira seca entre Macau e China, visita o *Hotel Lisboa* e encerra sua participação e o programa no *Largo do Senado*.

#### **2.4 Episódio sobre a Cidade do Panamá**

Episódio exibido durante a 4<sup>o</sup> temporada do programa *O Mundo Segundo os Brasileiros*, tem 48'24” de duração e explora a Cidade do Panamá e arredores, buscando caracterizar o povo, a cultura, a economia e modo de vida panamenho. Sete são os brasileiros que participam desse capítulo e, tão numerosas são as intervenções desses que, em algumas passagens, tem-se a

impressão de que a cidade é apenas um pretexto para que os narradores relatem sobre suas vidas.

Marina, 27 anos, é farmacêutica e vive na Cidade do Panamá há 01 ano e meio. É a brasileira quem inicia o episódio e o faz mostrando a região de *Ancón*. Mostra um mercado de mariscos no *Casco Antigo* e fala sobre a parte moderna da cidade. Encerra sua participação contando detalhes da história panamenha, na *Plaza Francia*.

O casal Henrique e Mariana, 32 e 34 anos, empresário e administradora, e moradores da Cidade do Panamá há 02 anos e meio visitam e exploram costumes e tradição da tribo indígena *Emberá*.

Philipe, 27 anos, empresário e morador da Cidade do Panamá há 08 meses mostra a *Zona Libre de Colón*. Explora comércios de rua ao redor da região comercial e apresenta comidas típicas e costumes locais. Vai à *Eclusa de Gatún* e ao *Forte de São Lourenço* e finaliza sua participação no bar de um conhecido lutador de boxe panamenho.

O brasileiro Enrico, 25 anos, economista e morador da Cidade do Panamá há 03 anos inicia sua apresentação no *Casco Viejo* e encerra sua participação em *Vera Cruz*, região próxima do Panamá, mostrando uma competição de regata da qual, aliás, ele participa.

Victor, 29 anos, empresário e morador do Panamá há 01 ano e meio visita um *resort* que fica nos arredores da capital. No caminho, visita uma padaria e mostra comidas típicas panamenhas. Retorna à Cidade do Panamá e explora um pouco da região de *Casco Viejo* ao visitar um bar/restaurante/hotel local.

Roque, 49 anos, guia turístico e morador da Cidade do Panamá há 04 anos apresenta algumas ilhas paradisíacas na região de *San Blás*.

Henrique, 29 anos, Relações Públicas e morador da Cidade do Panamá há 02 anos é o último a participar do programa. Ele explora a história do *Canal de Miraflores* na sua relação com a fundação da Cidade do Panamá. Apresenta a noite panamenha, comidas típicas e costumes locais. O brasileiro que não dedicou tanto tempo de sua apresentação para falar de si mesmo, encerra o episódio falando sobre patriotismo. Com isso, ele se junta ao time de brasileiros que constituíram um verdadeiro mosaico autobiográfico nesse

capítulo da série, fazendo com que o mesmo se caracterizasse de modo único pelos relatos e depoimentos dos apresentadores convidados.

## CAPÍTULO III – ANÁLISE

### 3.1 Medellín e as faces de Pablo Escobar

Nesse episódio da série, a figura desse personagem histórico é construída a partir da exploração de suas várias faces. Pablo Escobar é apresentado como o pai de família, protetor, zelador do bem-estar de seus filhos:

“E uma vez que ele teve fugindo da polícia, em um dos escondites deles, era uma espécie de uma bodega subterrânea, a filha dele começou a sofrer com problemas de hipotermia. Ele simplesmente pegou dois milhões de dólares e pôs fogo nesse dinheiro para aquecer a filha que tava com problemas”.

“Aqui talvez ele fazia canaletas, onde ele escondia dinheiro. Ele abria a porta pra filha dele e a filha dele perguntava: ‘Pai, quanto que é tudo isso?’ E ele simplesmente dizia: ‘É o valor dos seus olhos’.”

Como o homem vingativo, bárbaro, cruel:

“O Pablo era o tipo de pessoa que quando ia se vingar de alguém, dizia: ‘Vou matar você, a sua geração, sua futura geração e mato até a sua avó. E se ela já estiver morta, eu vou desenterrar ela e matar ela de novo’”.

“É frio e é estranho o que você sente aqui. É um lugar onde aconteceram muitas coisas bárbaras. Aqui é a garagem, onde estão guardados uns carros que ele mais utilizou. Ele morou aqui dois anos. Ele praticamente tinha um quartel aqui, à disposição dele. Tinham mais de cinco mil homens fazendo a proteção dele e da família dele. Aqui era o lugar onde o Pablo, simplesmente, torturava. Acústica zero. Ele mandou fazer uma construção perfeita. Aqui ele cortava os inimigos dele com serra elétrica, moto-serra, ele queimava, ou seja, uma tortura abominável. Foi, mais ou menos, duzentas a trezentas pessoas que ele torturou aqui em apenas dois anos”.

O homem bem-sucedido nos negócios:

“(…) apesar de o Pablo ter dominado 80% da venda de cocaína no mundo inteiro.”

A lenda:

“E agora a gente tá aqui, no cemitério Montesacro. É o cemitério onde foi enterrado Pablo Escobar e toda a família dele. O túmulo dele é o terceiro mais visitado do mundo, depois de Elvis Presley e Morinson”.

O ídolo:

“Pablo Escobar morreu no ano de 1993, um dia depois do aniversário dele. No dia da morte do Pablo Escobar, apesar dele ser um sanguinário, assassino, impiedoso, esse cemitério ficou lotado. Vieram para o enterro dele, mais ou menos, umas duzentas mil pessoas. Quilômetros e quilômetros de carro vieram para homenagear. Em nenhum momento foi para dizer ‘Graças a Deus!’”

O bandido:

“Antes do Pablo, a Colômbia era vista como a terra do café. Depois do Pablo, como o país mais sangrento, inseguro”.

O benfeitor:

“Como o Pablo era uma pessoa que se relacionava muito com as pessoas da periferia, as pessoas mais pobres, as pessoas realmente têm esse respeito. Pra elas ele é um ídolo, um ícone, ele é uma lenda.

O local em que a gente tá nesse momento, é o bairro que o Pablo construiu com o próprio dinheiro. Ele simplesmente pôs eletricidade, água potável, tudo o que vocês estão vendo aqui. Ele fez com dinheiro do bolso dele, claro, do narcotráfico. Isso aqui antigamente era praticamente um chiqueiro, horrível, um esgoto. E as pessoas viviam realmente num estado de calamidade. As pessoas que atualmente vivem aqui são sinceramente muito agradecidas. Para elas, o Pablo é um ídolo, é um herói, é uma lenda. E qualquer opinião negativa a respeito dele nesse lugar, é realmente buscar confusão”.

O político:

“Foi através da construção desse bairro, que o Pablo conseguiu se eleger deputado estadual. Foi onde ele teve, assim, alçada maior para a vida política”.

Os traços biográficos que constroem a polêmica figura de Escobar nesse episódio, são verificados muito além de uma narração das experiências vividas por ele e contadas por Irlane. Percebe-se na fala da brasileira escolhida para fazer o *tour*, a construção de um personagem que fascina pelas suas multifaces. Multifaces estas, que tanto indignam, quanto surpreendem aqueles que a conhecem.

Excertos a seguir ilustram o sentido que alcançamos com a construção da imagem do narcotraficante, ora benquisto, ora malquisto:

“(...) para elas (moradores do bairro Pablo Escobar), o Pablo é um ídolo, é um herói, é uma lenda. E qualquer opinião negativa a respeito dele nesse lugar, é realmente buscar confusão”.

“Hoje em dia, assim, já tiveram pessoas que foram filmadas aqui pisando o túmulo dele, dizendo principalmente: ‘Aqui é que você deveria estar’.”

“Irlane conversa com um colombiano:

Irlane: Olá! Como se chama?

Colombiano: Andreas.

Irlane: Você pode explicar mais ou menos o que você acabou de fazer?

Colombiano: Olhando para a lápide, porque ele não se dava mal com os pobres. Foi uma boa pessoa. Lidava bem com quem deveria lidar.

Irlane: Ele fez muito pelas pessoas mais humildes aqui em Medellín. E o que você sente: carinho, orgulho?

Colombiano: Afeto e carinho.”

Quer seja considerado como criminoso ou como mito (ou ambos), Escobar é mostrado na série enquanto uma figura que fez de sua própria vida, a sua obra – e é com base numa imagem pública já consolidada que registramos a afirmação. Mais de duas décadas após sua morte, sua história ainda desperta sentimentos nos que a conhecem: afeição, repúdio, vislumbre, consternação etc. E sobre isso Arfuch (2010) corrobora ao afirmar que uma vez que posições são ocupadas por sujeitos empíricos, merecedores daquele lugar, as histórias que se dão a conhecer são modelizadoras e autorreflexivas.

A partir da definição de Lejeune (2008) que concebe biografia como “a história de um homem (em geral célebre) escrita por outrem” (ibid., p. 53) e da ampliação do conceito por Arfuch (2010), que abrange a definição e concebe o biográfico enquanto “(...) arquétipos de experiência – as vida ‘célebres’, que são, por isso, emblemáticas e se tornam objeto de identificação, e as ‘comuns’, que oferecem uma imediata possibilidade de autorreconhecimento” (ibid., p.24), entendemos melhor como esse personagem é (re) construído e oferecido ao telespectador. Pela articulação de um modo narrativo, com elementos atrativos e potencialmente identificatórios, a história do narcotraficante é contada por terceiros e o “eu” explorado do sujeito em evidência é apreendido com ambiguidades, questionamentos e na busca de reconhecimento pelo público.

Escobar tem partes de sua vida registradas no episódio que retrata a cidade de Medellín – lugar onde nasceu, cresceu, percorreu sua trajetória e a partir de onde alterou os rumos da política e economia locais e do narcotráfico

mundial. Enquanto figura indissociável da história colombiana que se tornou, passou a fazer parte da composição daquele lugar, fazendo-se expressão de uma época, de uma conjuntura política, e de um povo. A esse respeito, Arfuch considera que “em suma, é sob o signo da multiplicidade, da confrontação entre vozes e perspectivas, da segura vizinhança literária, que se delinea hoje a inscrição biográfica” (2010, p. 275), isto é, é na dimensão narrativa que se registra a trajetória do narcotraficante e que sua imagem é não só construída, como busca robustecer-se.

A participação de Irlane é toda dedicada a explorar a Colômbia na sua relação com o narcotráfico – ou seria melhor dizer “explorar a vida de Escobar na sua relação com a Colômbia”? Qualquer que seja o ponto de partida, o fato é que dar a conhecer a trajetória desse “fora da lei”, além de ser a melhor ilustração quando o assunto é o narcotráfico colombiano, é também uma eficiente estratégia para atrair um público, turistas em potencial<sup>14</sup>, afinal, narrativas biográficas coincidem com as expectativas e anseios de um telespectador, cada vez mais interessado em conhecer detalhes da vida alheia.

Com base num campo de significação alcançado a partir da associação de elementos semióticos diferentes (ou seja, a soma das unidades que compõe a linguagem audiovisual) elementos dispersos e fragmentados passam a fazer sentido quando articulados. A articulação destes provocam efeitos de coerência significativa e sentido que vão reconstruir não somente a figura emblemática do narcotraficante como também a relação que o mesmo mantinha com o lugar explorado pela série: Medellín, Colômbia. O que, segundo Sodré, trata-se de

A imagem que interpela diretamente o telespectador, à maneira de uma comunicação real, precisa apoiar-se num campo de significação que absorva/englobe totalmente o interlocutor. No caso do vídeo, não é a imagem em sua autonomia que engole o receptor, mas o espaço televisivo, enquanto campo de significação. (2010, p. 77)

Esse campo de significação de que Sodré (2010) se refere pode ser entendido, basicamente, como o conjunto: imagem, som e fala que, atuando de

---

<sup>14</sup> Partimos do pressuposto que, mais do que entreter, a atração visa conquistar turistas em potencial, atraindo-os para os lugares explorados. Não em vão, a empresa de viagens *Decolar.com*, única anunciadora-patrocinadora da série, tem espaço exclusivo para inserções publicitárias dentro do programa e, ainda tem espaço durante o intervalo comercial, junto com outros anunciantes.

modo complementar um ao outro, são capazes de, mais que significar, produzir efeitos de sentido no público telespectador realçando a proposta de Irlane que e é, segunda a mesma “(...)mostrar um pouquinho de como foi a vida do maior narcotraficante do país.”

Irlane, vestida de preto – cor que transmite certa noção de introspecção e se associa comumente à ideia de mistério e morte – introduz o *tour* que será realizado, tendo ao fundo uma trilha sonora com uma música tipicamente colombiana, a *cumbia*. Assim, o país a que ela está se referindo fica ainda mais caracterizado.

Sua introdução já é emblemática e diz muito a respeito da figura que será explorada: uma das primeiras imagens que a câmera captura é a vista panorâmica de uma periferia seguida de um foco num grafite com o rosto do narcotraficante em um muro do subúrbio da cidade. Isso remete à relação de Escobar com os pobres, legando-nos ainda à origem humilde do narcotraficante. E mais, indica o quanto questões de ordem social e cultural ainda se mantêm relacionadas à figura do Escobar (dados históricos revelam, inclusive, que o criminoso supria com frequência as carências da população marginalizada que o governo de seu país, por sua vez, negligenciava).

Ao fundo, ouve-se batidas de RAP (ritmo expressivo e característico das periferias) que são somadas ao segundo *close* do rosto do narcotraficante grafitado em um muro do bairro que Escobar construiu para os pobres na década de 80, com o dinheiro do tráfico. Essa “benfeitoria” que leva o nome do narcotraficante até os dias atuais foi, aliás, o que garantiu sua (breve) participação na vida política – de acordo com Irlane.

No desenrolar de todo o episódio, a trilha sonora é um fundo ora com batidas de *rap*, ora em ritmo de suspense. As imagens daquilo que é apresentado são, na maioria dos casos, enquadradas em *close*. Isso resulta em uma atmosfera de tensão e expectativa pelos sons. O plano, quase sempre fechado, provoca intimidade entre interlocutores, além de ser um enquadramento de grande expressividade por realçar o que está sendo focado em detrimento do que está à volta. A trilha, com ritmos típicos e populares, talvez seja, nesse conjunto de códigos e signos, a maior expressão que remeta o público à relação que Pablo mantinha com os colombianos mais pobres.



Indo de *Ciudad del Rio* a *Santa María de Los Angeles*, a câmera enquadra em *close* as estradas e rodovias e trilhas estreitas, o que pode sugerir as fugas; os esconderijos; à vida sempre fugidia do narcotraficante.

Em seguida, é mostrado o edifício Mônaco, lugar comprado por Escobar para fugir das perseguições nos campos, onde ele anteriormente se escondia/morava. Segundo Irlane, a mudança para o Mônaco foi uma tentativa de ter uma vida “normal” com sua família a que prezava e tentava preservar. Interessante ressaltar que o edifício é mostrado sempre de baixo pra cima, o que dá uma sensação de grandiosidade e imponência do lugar.

Logo na entrada do edifício, Irlane mostra um monumento negro, imponente e composto de três estátuas representando, respectivamente, Escobar, sua esposa e seu primogênito Juan Pablo: a maior escultura é que representa o narcotraficante e a que sustenta as demais. Essa obra, também focalizada em *close*, sugere não somente o luxo e a nobreza da residência do mafioso, mas também, a superioridade e o poder que Escobar detinha especialmente nos anos 80, quando se mudou para o Mônaco. Nessa época ele ditava ordens em seu país, com reflexos para além das fronteiras da Colômbia. Na sequência, a escultura é mostrada sob vários ângulos, enquanto Irlane fala sobre onde e como estão e vivem a família do criminoso atualmente. Num plano em que a câmera está mais distante do objeto, somos conduzidos a uma perspectiva de ambientação do edifício que permite ter uma noção do tamanho do lugar: amplo e muito espaçoso, estava reservado à moradia de uma família apenas.

Quando a câmera percorre o interior do Mônaco, focaliza as pichações em que se lê “Pablo vive”, o que corrobora a ideia de que muitos colombianos (e porque não dizer também turistas?) ainda o consideram um ícone.

A partir de então, todo o telhado do edifício é focalizado. Vê-se o teto destruído e com as calhas (propositadamente construídas para esconder dinheiro) arrombadas. E ao sabermos que todo o prédio está assim, o fato sugere a ideia do poderio econômico do mafioso, afinal, não é qualquer pessoa que dispõe de uma cobertura de 1700 metros quadrados recheada de dólares em toda a sua estrutura. Isso sem deixar de mencionar as *bóvedas* e fundos falsos que a brasileira mostra na sequência. Ratificando essa sugestiva indicação da fortuna do mafioso, surge uma legenda na tela, em que se lê: “A

180 km de Medellín fica a 'Fazenda Nápoles', local onde Pablo Escobar construiu um zoológico particular, com elefantes, girafas, hipopótamos, cisnes e outros animais exóticos”

Em seguida, Irlane traz à cena a figura do exímio pai que Escobar era. Ao relatar que ele havia queimado dois milhões de dólares somente para aquecer sua filha Manoela em uma fuga na qual a menina, ainda criança, sofreu com hipotermia, a expressão na face da brasileira é [quase] de êxtase. Irlane, aliás, explora durante sua apresentação, a face “boa” do narcotraficante, revelando em alguns momentos, certo respeito – que em certos momentos parece soar como admiração – pelos gestos e expressões faciais que indicam certo posicionamento da brasileira em relação ao personagem explorado. E nesse momento vemos o quanto traços biográficos que, nas palavras de Arfuch (2010) se constituem pela apreensão de um espaço figurativo; tende a mostrar um “eu” sempre ambíguo, paradoxal, capaz de despertar os mais diversos sentimentos. Escobar, concebido comumente pela sua face transgressora, é explorado nesse episódio por outras perspectivas.

A derrocada do patrimônio do criminoso também ganha destaque. A câmera mostra em *clôses* e panorâmicas, um edifício arruinado, com vidros quebrados, paredes derrubadas, fiação elétrica visível, pichações etc. A ideia do fim de um período em que o narcotraficante era a expressão de uma época é convocada e uma legenda reitera o sentido “Com sua morte, a fazenda foi saqueada e os animais que sobreviveram foram roubados ou levados ao zoológico”

Para mostrar a suíte do casal, Irlane vai até a cobertura do edifício. A câmera mostra o quarto em um plano aberto o que transmite a ideia da dimensão do lugar. A brasileira fala dos luxos em que se gozavam ali, indo de um espaço amplo, aparentemente bem arejado, pelas paredes de vidro que eram como grandes janelas em toda a parte que dava para a frente do edifício a um banheiro de mármore e ouro. E de uma figura de homem poderoso e bem-sucedido nos negócios, a brasileira volta a explorar a faceta de um pai protetor, zelador do bem-estar de sua família. Ela diz:

Esse aqui era uma espécie de cofre. Uma *bóveda* pequena (risos). É, tá escuro. Tem três por vinte. Isso aqui era entupido de dinheiro até o teto. Aqui talvez (hum, tá fechado). Aqui talvez ele fazia canaletas,

onde ele escondia dinheiro. **Ele abria a porta pra filha dele e a filha dele perguntava: “Pai, quanto que é tudo isso?” E ele simplesmente dizia: “É o valor dos seus olhos”** (negrito nosso)

Irlane enaltece a figura de um homem amoroso, carinhoso e reitera a ideia de um “pai-herói”, que empreendera anteriormente. Ela relata o episódio no qual a filha Manoela foi atingida e ferida em atentado do cartel de Cali<sup>15</sup> contra o cartel de Medellín:

Aqui nessa janela (mais ou menos nesse local aqui), ficava o berço da filha dele, a Manoela. Com a explosão, os vidros foram em cima do berço dela, causando essa pequena dificuldade de audição que ela teve e que deixou o Pablo realmente muito, muito, muito chateado com o pessoal de Cali. Quer dizer, o cara era super vingativo, então, a partir daí ele começou a perseguir também todos os familiares. O Pablo era o tipo de pessoa que quando ia se vingar de alguém, dizia: “Vou matar você, a sua geração, sua futura geração e mato até a sua avó. E se ela já estiver morta, eu vou desenterrar ela e matar ela de novo”.

Nesse momento Irlane discorre sobre o lado vingativo e sanguinário do narcotraficante que passou a perseguir os homens de Cali e até mesmo os familiares desses mafiosos.

A brasileira caminha para o lugar onde Pablo e seus funcionários torturavam e matavam a sangue frio seus inimigos e diz sentir uma energia diferente no lugar. Ela relata: “É frio e é estranho o que você sente aqui. É um lugar onde aconteceram muitas coisas bárbaras”. Assim, realça o aspecto mórbido do lugar e enfatiza a crueldade do narcotraficante. Em coerência com o depoimento, o lugar totalmente escuro, é iluminado apenas pela luz da câmera que grava as cenas:

Aqui era o lugar onde o Pablo, simplesmente, torturava. Acústica zero. Ele mandou fazer uma construção perfeita. Aqui ele cortava os inimigos dele com serra elétrica, moto-serra, ele queimava, ou seja, uma tortura abominável. Foi, mais ou menos, duzentas a trezentas pessoas que ele torturou aqui em apenas dois anos.

A presença da dimensão autobiográfica nessa fala da brasileira funciona como um amálgama entre a significação e o sentido nesse momento da apresentação. E não apenas esse. A maioria dos lugares que ela apresenta, é

---

<sup>15</sup> O cartel de Cali era quadrilha inimiga do cartel de Medellín e também o principal concorrente de Escobar no mercado do narcotráfico.

mostrado através da manifestação de suas impressões e é, exatamente, o compartilhamento de seu *felling* sobre o que vê e ouve que confere ao programa essa espessura de personalidade. O fato de ela compartilhar com o público telespectador suas percepções em primeira pessoa – seja através de relatos autobiográficos e/ou através de relatos construídos por uma dimensão autobiográfica – além de avigorar a reconstrução biográfica desse “personagem”, atua na negociação de sentidos programa/público. Afinal, a forte tendência persuasiva desses relatos faz a diferença quanto ao consumo da atração. Alguns outros excertos:

Aqui ele cortava os inimigos dele com serra elétrica, moto-serra, ele queimava, **ou seja, uma tortura abominável**. Foi, mais ou menos, duzentas a trezentas pessoas que ele torturou aqui em apenas dois anos. (negrito nosso)

E saiu daqui, **óbvio**, porque o quartel de Cali colocou um carro cheio de bomba aqui na frente do prédio. (negrito nosso)

O lugar, além de escuro, tem um pé direito baixo, está nitidamente abandonado e bastante sujo. Visivelmente mais depredado que os demais cômodos do edifício, o lugar ainda abriga os muitos carros e motos utilizados pelo cartel de Medellín – e novamente a sugestão de poderio é reafirmada pelos bens materiais do narcotraficante. Assim, tem-se a autossuficiência econômica, a força do poder paralelo e a barbárie aliados: características dignas de um mafioso, que fizeram de Escobar um homem temido e [quase] incapturável pelas autoridades colombianas e estadunidenses (já que os Estados Unidos interferiram diretamente na captura de Escobar, no combate ao tráfico internacional de drogas que tanto os atingiram nas décadas de 70/80) e bem evidenciados e lembrados pela brasileira. Os gestos e expressões de Irlane voltam a sugerir posicionamentos: demonstram supostos pavor e repúdio às atitudes de Escobar. Imagens somadas à parcialidade da apresentadora em relação à narração dos fatos e passagem de cenas mostrada sem nenhuma trilha sonora contribuem para a construção de um Escobar temido, cruel e que, à época, parecia inalcançável.

Essa figura de intocável é, contudo, desconstruída em seguida, quando Irlane relata o episódio em que o cartel de Cali explodiu uma bomba em frente

ao edifício Mônico e obrigou *Don Pablito* (como era conhecido entre seus pares) a deixar o lugar. Essa “fragilidade” de Escobar e seu bando é logo desconstruída. A imagem de superioridade é imediatamente reiterada quando a apresentadora volta a enfatizar a suposta soberania do narcotraficante e do cartel de Medellín: ela relata que 80% do narcotráfico mundial estavam nas mãos de Escobar nos anos 80 e assim se manteve por muito tempo.

A brasileira retoma o episódio sobre o atentado a bomba do cartel de Cali contra o de Escobar, para falar das proporções do ocorrido e mostrar que o “QG do cartel de Medellín”, mesmo preparado para possíveis armadilhas e emboscadas (seja por parte da polícia, seja por parte de seus inimigos), foi quase completamente destruído. A câmera focaliza os vidros do prédio, enquanto Irlane relata que os mesmos foram substituídos por um material comum quando foram estilhaçados – já que os que Escobar havia colocado eram muito caros e a polícia local, que se responsabilizou pela restituição, não tinha condições para tal. Isto significa que o patrimônio que Escobar construiu, nem mesmo o governo local teve condições de restituir o que fora perdido! E novamente a superioridade e poderio econômico de Escobar são colocados em destaque.

Na sequência, Irlane vai para o Cemitério *Monte Sacro*, local onde Escobar e alguns de seus familiares foram sepultados e um dos pontos mais visitados por turistas locais e estrangeiros. Exaltando a figura de Escobar como lenda, a brasileira o compara com dois grandes ícones do cenário mundial, até hoje lembrados e adorados por fãs e admiradores:

E agora a gente tá aqui, no cemitério Montesacro. É o cemitério onde foi enterrado Pablo Escobar e toda a família dele. O túmulo dele é o terceiro mais visitado do mundo, depois de Elvis Presley e Jim Morrison.

Irlane segue sua visita ao cemitério e novamente explora um Escobar que divide opiniões. Ela relata como foi o dia do seu enterro e segue falando sobre como as pessoas o viam e ainda o vêem por ali:

Pablo Escobar morreu no ano de 1993, um dia depois do aniversário dele. No dia da morte do Pablo Escobar, apesar dele ser um sanguinário, assassino, impiedoso, esse cemitério ficou lotado. Vieram para o enterro dele, mais ou menos, umas duzentas mil pessoas. Quilômetros e quilômetros de carro vieram para

homenagear. Em nenhum momento foi para dizer “Graças a Deus!”. Hoje em dia, assim, já tiveram pessoas que foram filmadas aqui pisando o túmulo dele, dizendo principalmente: “Aqui é que você deveria estar.”

A própria apresentadora diz o quanto sua percepção a respeito do narcotraficante mudou depois que ela veio morar na Colômbia:

Depois que eu comecei, que eu vim fazer esse passeio a primeira vez, que foi por uma casualidade, eu comecei a me interessar, eu comecei a ler. **Porque até então, o Pablo era visto pra mim como um assassino** (negrito nosso)

Quando ela diz que Pablo *era* visto por ela como um assassino, fica pressuposto que ele não mais é encarado pela brasileira por esse único viés. Sobre isso Arfuch (2010), assevera que é exatamente sob confronto de vozes e perspectivas que hoje está delineada a inscrição biográfica. Ou seja, é exatamente esse caráter múltiplo dos “eus” que compõem Escobar enquanto um “personagem” emblemático, contraditório e célebre que reitera o quanto a presença do biográfico é elemento favorável à negociação de sentidos em dada situação de comunicação.

A presença da dimensão autobiográfica foi marca recorrente na construção da figura de Escobar. A brasileira Irlane se posiciona na (re) construção desse personagem e acaba sugerindo ao telespectador a concepção de um Escobar ambíguo, complexo – e por que não dizer, fascinante? Desde o início de sua apresentação, ela justifica o porquê do seu interesse pela vida do narcotraficante. A brasileira vai desconstruindo a imagem de um Pablo unívoco: o criminoso, a partir das experiências que a mesma teve quando passou a se interessar pela história do narcotraficante. Ao explicar de onde surgiu seu interesse pela vida de um dos homens mais temidos da história do narcotráfico mundial, ela divide com o telespectador um sentimento particular, uma percepção pessoal. Irlane além de mediar a relação conteúdo/público telespectador, atua na função de referencialidade porque ela fala a partir de uma experiência particular que só é o que é porque se refere à maneira que ela apresenta e narra seus sentimentos em relação ao fato (RIBEIRO e LENER, 2005, p. 215, 216). E isso reflete no consumo da série

pelo telespectador, porque a atração está ancorada e fortalecida no caráter de verdade dos depoimentos que a constitui.

Em contrapartida a um homem sanguinário, vingativo e cruel, características bem exploradas até aqui, vê-se ao final do *Narcotur*, um Escobar benfeitor, um homem admirado e respeitado por classes menos favorecidas/os marginalizadas pela sociedade. O Escobar “santo” é realçado na visita ao *Monte Sacro*, quando um jovem colombiano é filmado fazendo o sinal da cruz sobre o túmulo do criminoso. Ao ser entrevistado sobre o por quê daquele gesto e o que o narcotraficante significava para ele, o mesmo sugere ter Escobar como uma referência. E no momento em que a apresentadora relata o tipo de relação que o narcotraficante mantinha com as classes menos favorecidas, o jovem faz sinal de concordância com a fala da brasileira, ao balançar sua cabeça para baixo e para cima durante praticamente todo o tempo em que ele aparece no vídeo.

Como o Pablo era uma pessoa que se relacionava muito com as pessoas da periferia, as pessoas mais pobres, as pessoas realmente têm esse respeito. Pra elas ele é um ídolo, um ícone, ele é uma lenda.

O jovem parece fazer questão de manifestar seus sentimentos para com a memória de Escobar e mostra ao público, somente com sua postura e discurso, uma figura merecedora da estima do povo colombiano:

“Irlane: Olá! Como se chama?

Colombiano: Andreas.

Irlane: Você pode explicar mais ou menos o que você acabou de fazer?

Colombiano: Olhando para a lápide, porque ele não se dava mal com os pobres. **Foi uma boa pessoa. Lidava bem com quem deveria lidar.**

Irlane: Ele fez muito pelas pessoas mais humildes aqui em Medellín. E o que você sente: carinho, orgulho?

Colombiano: **Afeto e carinho**”. (negrito nosso)

E a passagem de Andreas também corrobora a hipótese do quanto a dimensão autobiográfica que permeia a fala dos sujeitos enunciadore, contribui para a construção da imagem de um Escobar tão enigmático. Ao revelar seu posicionamento favorável a Escobar, apenas por manifestar seu “orgulho e afeto” pela memória do criminoso, o jovem reitera a (suposta)

proposta da brasileira: apresentar um sujeito muito mais complexo do que Escobar é apreendido comumente. E isso só se faz possível, porque esse caráter de verdade e modelizador de um depoimento (aparentemente) real, é capaz de endossar uma ideia, autenticar uma proposição, credibilizar fatos, circunstâncias e/ou situações.

Irlane vai encerrando sua participação caminhando pelo bairro *Pablo Escobar*, uma espécie de comunidade construída pelo narcotraficante em 1984, que transformou um lixão num local digno de morada, com saneamento básico, água encanada e luz elétrica. Enquanto Irlane relata sobre o surgimento do bairro, imagens do local dão a impressão de uma região simples, mas aparentemente tranquila. Um grafite com o rosto do narcotraficante é focalizado pela terceira vez desde o início do episódio, com os dizeres “Aqui se respira paz” e a emblemática frase reforça o quanto a presença do narcotraficante ainda é forte na Colômbia e o quanto a imagem do mafioso está associada a questões sociais e políticas, na mesma proporção (ou talvez mais notável ainda) que suas ações ilegais e criminosas. A brasileira diz:

As pessoas que atualmente vivem aqui são sinceramente muito agradecidas. Para elas, o Pablo é um ídolo, é um herói, é uma lenda. E qualquer opinião negativa a respeito dele nesse lugar, é realmente buscar confusão.

Deixar a responsabilidade pelo desfecho dessa parte do episódio com a apresentação do bairro *Pablo Escobar*, destacando a maneira positiva como os moradores locais vêem o narcotraficante, sugere uma imagem de um sujeito que não fora tão vilão como a história comumente o descreve, pois, a tendência é que a ideia transmitida ao final da apresentação se realce mais do que as foram expostas anteriormente.

Assim, temos uma (re) construção e (re) significação da figura de Escobar que é elaborada não apenas através da biografia desse sujeito. Sim, a princípio a imagem dele é forjada pela narração de partes de sua vida, através da vida de outra pessoa, o que configura o viés biográfico da atração. Todavia, a figura emblemática do narcotraficante não se constrói exclusivamente pela exploração das várias facetas do mesmo. Ela ganha significação e sentido porque os discursos daqueles que falam a respeito dele assim o fazem, ou



seja, a partir do que os sujeitos enunciadores pensam e falam sobre o personagem explorado é que a figura do mesmo vai se compondo.

A desconstrução do estereótipo do narcotraficante que Irlane (supostamente) tenta fazer só acontece porque a brasileira tece a imagem do narcotraficante a partir de suas percepções particulares, compartilhando com o público suas impressões, na maioria dos casos, em primeira pessoa: a partir de um Escobar desprezível (comum à maioria) ela discorre (e parece até defender) sobre a existência de um Escobar não tão unilateral assim.

Pela composição plurisemiótica em que o meio televisivo se constitui, é como se Irlane atualizasse a memória dos telespectadores, a partir de um lugar comum à maioria. Segundo Achard (1999) trata-se do poder que a imagem tem de intervir no estabelecimento de uma memória, através de seu poder de representação e produção de sentidos. Irlane subjetivamente orienta que: não ignorando o caráter transgressor dessa figura, esse personagem apresenta-se para além de um imaginário uno. E essa proposição é robustecida porque é somado ao simbolismo das imagens, elementos essenciais para uma comunicação efetiva no meio televisivo, a dimensão autobiográfica de quem conduz a apresentação e (re) significa a imagem do narcotraficante.

Essa dimensão autobiográfica é o que perpassa toda a encenação do conteúdo. Com posturas parciais em relação às informações divulgadas, a brasileira assume discursos dotados de sentimentos e visões muito particulares, que constroem uma figura Pablo Escobar e a relaciona a Medellín enquanto parte constitutiva da história daquela cidade. Não se trata apenas de discorrer sobre fatos em relação à vida do emblemático narcotraficante. Trata-se de relatar experiências como um “narrador-atuante”. Irlane e Andreas (jovem colombiano cuja participação foi significativa na composição da figura de Escobar) não são pessoas que simplesmente narram uma história. Eles são como diria Lage (2015) “narradores performáticos” que, na tentativa de apagar a (suposta) mediação que apresentadores e jornalistas fazem entre a mensagem e o público, atuam num papel atestador daquilo que veiculam a partir de suas interferências.

Sem esse conjunto de manifestações discursivas que fazem referência ao indivíduo falante o episódio, possivelmente, não teria tão robustecido esse caráter de proximidade com o telespectador que, além de instrumento de

captação e manutenção de público, se constitui numa marca da dinâmica televisiva, afinal, quando esses apresentadores-personagens são incorporados à narrativa, “(...) os relatos desses sujeitos ancoram e, ao mesmo tempo, são ancorados fortemente pela narrativa principal” (LAGE, 2015, p. 150). Não conseguimos apreender facilmente qual narrativa é a televisiva e qual é a que se ancora nas perspectivas dos sujeitos. E é isso que torna ainda mais natural e estrategicamente persuasivo a linguagem da televisão que se apropria das narrativas vivenciais/confessionais. Como asseveram Leal e Vale, esses relatos atuam a partir do entrecruzamento de vozes e são capazes de “inserir mais elementos ao amálgama de tempos espaços elaborado pelas notícias e compõem outros níveis no *mise-en-abyme* televisual” (2008, p.11). Mais que constituintes da dinâmica da atração, esses depoimentos são elementos que estabelecem, atestam e autenticam a composição da figura do emblemático narcotraficante Pablo Escobar no programa *O Mundo Segundo os Brasileiros*.

### **3.2 Macau, a cidade biograficamente descrita**

Orientada pelos aspectos descritos no capítulo II, a análise desse episódio aborda: a apresentação de Macau através de suas atrações turísticas, sua cultura, aspectos da sociedade, economia e política. Essa construção dá-se pela apresentação dos brasileiros: Maurício, Nauê, Carla, Natasha, Lucio, Jane e Carolina.

O artista de circo, Maurício, é o primeiro a participar do episódio e explora pontos turísticos macaenses como:

O Farol da Guia:

“O farol da Guia tem esse nome por causa da capela de Nossa Senhora da Guia. No tempo em que ele estava em funcionamento, ele servia muito para observar a chegada dos navios e a aproximação de tufões”.

Ele mostra detalhes do lugar que, importante para a história daquela região desde sua fundação, é uma excelente escolha para abertura do programa porque isso soa ao telespectador quase que como uma retrospectiva

cronológica (esse primeiro ponto turístico explorado, relaciona-se ao período em que a cidade começava a se desenvolver com o comércio marítimo) e esse fato ratifica desde já, a composição da cidade sob um viés biográfico, afinal, começa-se pela origem, pelo nascimento daquele lugar.

A maior parte do tempo a câmera se dedica a filmar imagens da cidade, numa perspectiva quase aérea (já que somente a torre do farol está a 13,5 metros da base, além de estarem numa região montanhosa) e em planos sempre abertos. E isso produz uma imagem da magnitude da cidade, composta por edifícios enormes e muitos suntuosos. Sem abandonar a impressão de um lugar desenvolvido, aparecem cenas que exploram a natureza e que mostram uma Macau (supostamente) consciente e preocupada também com as questões ambientais e de preservação.

O brasileiro segue seu roteiro e visita uma nova região de Macau, a *Nova City*:

“Esses são os prédios do condomínio que eu moro. Chama *Nova City*. A região aqui chama *Nova Taipa*. *Nova Taipa* porque é a região mais nova daqui de Macau. Foi construída há pouco tempo. Antigamente, aqui era tudo alagado. Foi tudo aterrado aqui”.

O brasileiro toma um ônibus para ir ao lugar onde mora, e as imagens capturam ruas e calçadas muito limpas com o lixo organizado em um único ponto. Os veículos estão estacionados de maneira muito ordenada e, novamente em um plano mais aberto, podemos ter uma noção mais ampla de um lugar aparentemente tranquilo. Mas a contrapartida dessa suposta qualidade de vida é logo dada por Maurício: apesar de o brasileiro afirmar que o custo-benefício é compensador, ele fala dos altíssimos valores de aluguel:

“Eu vim morar aqui nesse condomínio faz quatro anos. Eu entrei pagando 6,000 patacas. Agora ele tá custando 13,500 (o equivalente a R\$4.500,00). **Mas é um lugar bom de morar. Tem uma infraestrutura boa.**” (negrito nosso).

Maurício reforça a boa estrutura local ao falar e mostrar a creche do condomínio, visivelmente segura e bem equipada, e tratar da questão da segurança dos apartamentos, que só permitem entrada mediante senha e autorização do porteiro.

Da sacada de sua casa, Maurício mostra um canteiro de obras e discorre sobre como a expansão da cidade se dá de forma rápida. E novamente, uma Macau em franco desenvolvimento é enaltecida:

“E aqui, vendo da janela, tem uma construção enorme aqui do lado. Faz uns três meses que começou. Aqui eles levantam um prédio de um mês pro outro. Você olha assim: olha esse prédio não tava ali antes. Agora tá.”

Seguindo sua apresentação, Maurício visita um famoso cassino local:

“Agora eu tô chegando aqui no City of Dreams, que é um dos cassinos aqui de Macau pra assistir o The House of Dancing Water. Pra mim, é o melhor show daqui de Macau e tem tudo que o chinês gosta: tem luta, tem drama, imagens 3D, tem show de moto”

Ele chega ao *City of Dreams* para mostrar, além do cassino, uma apresentação performática. As imagens capturadas evidenciam a luxuosidade ao focalizar detalhes no interior do cassino: estátuas num dourado ouro, lustres que parecem ser de brilhantes, telas de LED com imagens em 3D, um jogo de luzes que parecem ampliar o lugar e lojas de grife ao fundo. Simultâneo às imagens, Maurício diz acreditar que o espetáculo que ele vai assistir chegue a faturar um milhão de dólares por semana – e o som de uma caixa registradora encerra a fala do brasileiro. O *show* mostrado é um capítulo à parte: imagens exibidas com alta tecnologia, jogo de luzes e jatos d’água sincronizados, artistas em exhibições aéreas com trilhas sonoras dramáticas e impactantes. A câmera mostra uma platéia lotada e numa legenda lê-se que o ingresso custa 800,00 patacas (o equivalente a R\$240,00/pessoa). Fica assim subentendida, a imagem de uma economia local próspera.

As preferências culturais de Maurício orientam o olhar do telespectador para uma Macau que atende aos mais diversos gostos: oferece a pacatez de um pequeno lugar e agitação de uma cidade economicamente desenvolvida, além das opções de lazer que o artista de circo não somente apresenta, como também opina a respeito delas.

Verificamos na participação do brasileiro o quanto a dimensão autobiográfica que permeia sua fala pode direcionar e sugerir o modo de apreensão do lugar pelo público. Maurício expõe seus sentimentos, indica suas

predileções e, quando o vaivém dialógico que se apresenta nas ideias e percepções desse enunciador, vemos uma Macau composta para além de sua história, pela relação que o brasileiro mantém com ela:

“Agora eu tô chegando aqui no *City of Dreams*, que é um dos cassinos aqui de Macau pra assistir o *The House of Dancing Water*. **Pra mim, é o melhor show daqui de Macau e tem tudo que o chinês gosta: tem luta, tem drama, imagens 3D, tem show de moto.** Eu acredito que eles chegam a faturar um milhão de dólares por semana. **Aqui é um dos personagens do show. É o principal. Você acha que eu tô parecido com ele?** (risos)” (negrito nosso)

“O *The House of Dancing Water* é produzido pelo Grupo *Dragone*. Ele já trabalhou no *Cirque du Soleil*. Ele é um dos melhores produtores artísticos que tem e ele tá aqui desde 2010 com esse show. Agora eu tô chegando aqui pra assistir o show (o ingresso custa 800,00 patacas = R\$ 240,00). Olha a platéia, completamente lotada. **Tô muito ansioso pra começar a ver o show**”. (negrito nosso)

Sobre a Macau que Maurício (re)significa, temos: uma República desenvolvida, sustentável, economicamente estruturada e um lugar no qual se pode gozar de uma boa qualidade de vida e outros privilégios – claro, se puder pagar por eles.

A apresentação seguinte é a *da* bailarina Nauê. A brasileira começa mostrando a parte antiga da cidade (*Old Taipa*):

“A gente tá em Old Taipa, que a parte antiga de Macau. Que também se fala Vila da Taipa. Como se pode ver, têm muitas flores, você pode escutar os passarinhos cantando aqui, eu adoro tá aqui. Eu sinto uma paz. A gente não sente que tá na China porque tem toda uma arquitetura diferente, toda uma arquitetura portuguesa”.

Nauê relata a fundação da região colonizada pelos portugueses e as imagens não apenas indicam a ideia de preservação do lugar como também, e principalmente, reiteram a forte presença e significância de características do período colonial para aquela cidade e seu povo. A arquitetura local, os detalhes dos nomes das ruas escritos em azulejos portugueses e em língua portuguesa reforçam a tradição e o conservadorismo de *Old Taipa* em contrapartida à modernidade da “nova Macau”. Nauê discorre sobre a organização local e as imagens legitimam a fala da brasileira quando mostram ruas limpíssimas,

casas com flores muito bem cuidadas e podadas, árvores muito verdes e crescidas, por vezes ocupando ruas inteiras, dando passagens somente a transeuntes, placas com avisos de “proibido fumar sob pena de multa” mesmo em lugares abertos etc.

A câmera mostra um jardim de flores super extenso e bem cuidado, quase milimetricamente plantadas. Nauê fala sobre como *Old Taipa* faz esse contraste com o concreto, com o moderno da Macau que a maioria das pessoas conhece:

“Taipa é um lugar mais arborizado. Têm mais árvores, mais flores. Porque é muito concreto, né? Macau tem muitos prédios e cassinos. E aqui é completamente oposto, né?”

Reafirmando a presença portuguesa no local, a brasileira fala da festa da lusofonia que acontece todos os anos e indica os locais das barracas onde os brasileiros costumam ficar.

A brasileira, assim como Maurício, também fala sobre hotéis e cassinos locais, principais fontes econômicas do país:

“Aqui você pode ver também todos os hotéis e cassinos de Taipa. Aqui tem o City of Dreams, tem o Crowne e aqui na frente tem o Venetian, que é o maior cassino do mundo. E é pra lá que a gente vai agora.

Agora a gente tá dentro do cassino Venetian, que é o maior cassino do mundo, que equivale a, mais ou menos, um milhão de metros quadrados (que equivale a trezentos e cinquenta campos de futebol). A estrutura dele é toda baseada em Veneza, que é cidade da Itália, você pode ver as paredes todas pintadas, é algo que realmente impressiona. E além do mais, ele é o quinto cassino mais luxuoso do mundo. Essa é a área de jogo: são mais de três mil máquinas e oitocentas mesas de jogos”.

Nauê explora a magnificência dos cassinos locais: imagens do *Vennetion*, que segundo a brasileira é o maior cassino do mundo, são mostradas a partir de um ângulo baixo que favorece a impressão de grandiosidade. O mesmo é feito com os outros lugares por onde Nauê passa até chegar à mostra de um projeto artístico onde esculturas de cavalos estão expostas para visitaçãõ.

Ao passar pelas obras de arte da exposição, Nauê explica que se trata de uma exibição em homenagem ao ano do horóscopo chinês/2014 – ano do

cavalo. Enaltecendo o incentivo que o governo de Macau dá aos artistas, ela explora o aspecto cultural do lugar e detalhes desses cavalos são focalizados, destacando a minuciosidade dos trabalhos e reforçando um traço bastante característico da cultura oriental: o perfeccionismo.

Nauê finalmente entra no *Vennetion* e a primeira imagem que se tem é de um teto esculpido e pintado com requinte e muita sofisticação. A brasileira fala das dimensões do cassino – e novamente afirma ser o maior do mundo – enquanto as imagens transmitem uma riqueza ímpar. Luzes destacam as pinturas e detalhes em dourado. Um pé direito alto, todo esculpido e iluminado e colunas suportadas por uma espécie de vitral, compõem o lugar focalizado na perspectiva de um imenso e belíssimo corredor, que parte de uma fonte central dourada e muito imponente. Simultâneo às imagens, Nauê diz:

“A estrutura dele é toda baseada em Veneza, que é cidade da Itália, você pode ver as paredes todas pintadas, é algo que realmente impressiona. E além do mais, ele é o quinto cassino mais luxuoso do mundo”.

Enquanto a brasileira fala das mais de três mil máquinas existentes no cassino, a câmera mostra de longe uma grande sala de jogos, numa imagem transversal, já que é proibido filmar os jogadores no momento das apostas. A ideia de grandeza é reforçada.

A brasileira mostra também a fachada de algumas das lojas de grife mais famosas e caras do mundo e destaca a ausência de impostos em Macau, o que favorece ao fortalecimento e desenvolvimento da economia local:

“É muito bom pra comprar aqui em Macau porque não tem imposto, né? Como um *Duty Free*”. Como um bom cassino que o *Vennetion* é dado a ser, não poderiam faltar estímulos aos turistas e frequentadores do lugar para gastarem seu dinheiro.

Nauê segue mostrando a variedade de opções de lazer oferecidas pelo cassino e embarca numa gôndola, que oferece passeios “estilo Veneza”, dentro do próprio *Vennetion*, compartilhando com o público um momento singular da visita ao cassino. Os guias das gôndolas cantam como os originais da Itália, vestem-se com trajes típicos e se comportam de maneira a remeter a estes personagens e passeio turístico tão tradicionais da italiana cidade das águas.

Ao viver essa experiência, a bailarina diz que “Macau é a cidade dos sonhos. É onde os sonhos se realizam” e a câmera mostra a fisionomia relaxada e um sorriso no rosto da brasileira.

Sobre a Macau que Nauê (re) significa, temos: uma proposta muito parecida com a de Mauricio, um lugar que contrasta o tradicional e o moderno, que incentiva às artes e a cultura, que possui boa qualidade de vida e outras tantas opções de lazer.

Já a brasileira Carla, direciona sua apresentação para a visita de alguns templos religiosos e outros pontos turísticos que são destaques pra ela:

“Agora, aqui é a entrada do templo. Vamos lá. Sempre tem um peixe (que é sinônimo de fartura) e a água é aquela coisa que renova. Você sempre vai ver um templo no meio de água, sempre vai ver um peixinho.

Ali no meio tem o símbolo da tartaruga. A tartaruga é símbolo de longevidade. E eles têm mania de vir aqui e jogar uma moedinha em cima daquela tartaruga, porque eles acham que isso vai dar sorte, vai dar longa vida. É o maior templo de Macau é esse aqui. E serve também de escola pra monges. Eles vêm aqui pra meditar. Isso traz uma paz até pra nós”.

Quando Carla chega ao primeiro templo religioso, detalhes do lugar são mostrados minuciosamente: as imagens em planos abertos conduzem a uma melhor percepção da dimensão daquele espaço. Em seguida, enquanto a brasileira fala da paciência/perseverança chinesa, a câmera mostra uma coluna entalhada em pedra sabão, com pequenas figuras esculpidas nos seus mínimos pormenores. As figuras das paredes, verdadeiras obras de arte, e o até mesmo o teto do templo são focalizados em suas minuciosidades e em exaltação ao “modo de ser” oriental: perfeccionista, preciso, equilibrado, perseverante.

Em seguida, a câmera se detém a mostrar a famosa estátua da deusa *A-Má* e Carla afirma:

“Nós estamos chegando agora no topo da colina, na estátua da deusa *A-Má*, ponto turístico bem famoso aqui em Macau, porque ela fica no ponto mais alto e à noite ela é iluminada. Você pode enxergar a deusa a quilômetros. Ela é toda de jade branco (fô ofegante porque essa subida aqui é íngreme. Não é fácil chegar até aqui)”.



Carla caminha em direção à estátua de deusa *A-Má* e passa por outros templos, mostrando e destacando a supersticiosidade do povo oriental. A câmera mostra a réplica de uma tartaruga e Carla explica o que esta simboliza para aquele povo: longevidade. Relata ainda a prática de moradores e visitantes jogarem moedas no casco da tartaruga por acreditarem que isso trará sorte e vida longa. E essa passagem ratifica a supersticiosidade tão presente na vida daquelas pessoas. Supersticiosidade esta, aliás, destacada em vários outros momentos no decorrer do episódio.

Em realce à cultura local, estatuetas nos telhados de um templo de monges são focalizadas. Em seguida tem-se uma panorâmica do local que permite uma visão mais ampliada e geral do lugar que é também uma escola de meditação. A sensação de paz e tranquilidade que Carla relata nesse momento, podem ser idealizadas também por quem assiste, pois o lugar é silencioso, limpo, organizado, com incensos sendo queimados em oferta aos deuses daquele povo. A reverência mostrada nas imagens por parte dos visitantes ao chegarem ao local, também contribui para a construção de um lugar espiritualizado a que Carla faz referência.

Novamente a supersticiosidade ganha cena quando a apresentadora mostra réplicas de templos chineses, construídos parte pelo governo, parte pelas famílias ricas locais. A brasileira explica que as pessoas compram parte do lugar, em busca de uma proteção espiritual. Um espaço rico em detalhes, suntuoso e requintado é mostrado. Nesse momento, mais que destaque às questões espirituais e religiosas, é possível perceber certa divisão e diferenciação de classes sociais – já que ali só tem a oportunidade de estar aqueles que podem comprar parte do local e oferecê-lo aos deuses em gesto de adoração e sacrifício.

Carla enfim chega ao topo da colina, onde a estátua da deusa *A-Má* fica: é o ponto mais alto da cidade, num símbolo de proteção à cidade e seus habitantes. A estátua, de jade branco já é sublime por si só e a forma como ela é filmada realça ainda mais sua perfeição material e estética, além de sua grandiosidade: a câmera captura a imagem em plano baixo e em seguida, filma a estátua de longe, capturando-a na sua totalidade. A própria brasileira já expressa certa crença em *A-Má* ao agradecer a deusa pelo tempo bom daquele dia de gravação. E vemos o quanto os costumes e crenças locais já

interpelaram a vida da promotora de eventos, moradora de Macau há treze anos.

A expressividade da língua portuguesa também é tratada por Carla:

“O interessante é que a história dessa deusa tá escrita aqui em português, em chinês e em inglês. Tudo na pedra. Antigamente, na colonização dos portugueses, a língua oficial era o português e o chinês. Hoje continua o português e o chinês, até 2049. Mas a comunicação de todos é feita através do inglês”.

Em seguida, ela discorre brevemente sobre a história da colonização de Macau e sua independência:

“Macau foi devolvida à China em 1999, mas existe os cinquenta anos dessa passagem. Então, durante cinquenta anos, Macau fica sendo uma região central administrativa. A bandeira hoje é da China e de Macau. Antigamente era de Portugal. Quem nascia em Macau antigamente, era considerado também português. O passaporte era português, o hino era português. Com essa devolução, Macau passou a ter a bandeira de Macau e a bandeira da China. Então, quando hasteiam a bandeira, hasteiam juntas. Como Hong Kong. É uma outra região administrativa especial”.

Uma Macau independente, livre e em franco desenvolvimento é narrada e mostrada a partir do Topo de Coloane, através dos breves relatos históricos da brasileira – que corroboram, inclusive, a nossa inferência primeira de uma Macau forjada a partir de uma composição biográfica e autobiográfica.

A resistência de traços portugueses, representados pelo catolicismo, religião trazida pelos colonizadores, e pela tradição dos pasteis de Belém, destacam a presença ainda forte da cultura portuguesa em Macau:

“A igreja de São Francisco Xavier, foi de um missionário que veio de Portugal pra Ásia. Primeiro foi às Índias, depois foi ao Japão. E do Japão, ele veio pra cá. Essa igreja é muito curiosa, porque ela tem influência chinesa. Eu quero mostrar pra vocês o menino Jesus chinês. O olho dele é amendoado e a pele, amarela. Essa é a imagem de São Francisco Xavier. Ele ficou sendo como um padroeiro (vamos dizer assim, né?)

Os chineses, macaenses, portugueses, são devotos de Francisco Xavier. Isso por ele ter ficado por aqui entre os anos de 1560, 1570, mais ou menos. Como toda igreja católica tem sempre a imagem de Nossa Senhora com o Menino Jesus, nós temos aqui a imagem de uma Nossa Senhora chinesa, que representa a Nossa Senhora como a nossa, só que ela é chinesa, com o menino Jesus chinês”.

Essa forte influência é evidenciada nesse momento pelo foco na arquitetura e na imagem de São Francisco Xavier, um missionário português enviado à Macau entre os anos de 1560/1570, hoje considerado padroeiro do lugar. Uma visita a uma venda de pasteis de Belém, especialidade típica de Portugal, corrobora a ideia da presença marcante e forte da colonização portuguesa. Carla diz, de maneira muito enfática, com gestos expressivos e uma suposta demonstração de alegria a respeito de lugar, intitulando-o “imperdível”:

“Chegamos aqui na praça da vila dos pescadores e eu não posso deixar de entrar e mostrar pra vocês os pasteis de nata, super famosos de um inglês que veio parar em Macau por um emprego e acabou se apaixonando por Portugal, pelos pasteis de Belém, aqueles famosos. Abriu o dele, e isso aqui virou um sucesso”.

A tradição chinesa novamente é apresentada em coexistência com costumes ocidentais.

“(...) eu tenho que voltar pra casa porque hoje à noite eu tenho parada do Ano Novo Chinês. Esse é o meu primeiro ano de participação na parada. Eu acho que daqui pra frente, sem essa parada Macau não vai ficar. O tema é aleatório. O mais importante são as bailarinas (que é o forte de Macau porque eles adoram ver as meninas vestidas com roupas de carnaval). Pra completarmos, nós nos vestimos com o que a gente tem. Essa roupa é de um amigo meu, gaúcho. Essas meninas, bonitas, loiras, de olhos azuis, são russas. E elas participam porque as brasileiras estão nos cassinos dançando”.

As imagens mostradas enquanto a brasileira fala da *Parada do Ano Novo Chinês* exploram um desfile bastante performático, com fantasias muito coloridas e diversificadas, carros alegóricos, muitas luzes, um grande número de pessoas, entre participantes do desfile e platéia, música alta em diferentes ritmos e réplicas de cavalos, em referência ao ano do horóscopo chinês. Ou seja, tradição e cultura chinesas em harmonia com traços da cultura ocidental, novamente ganham destaque – além da ideia de uma Macau muito alegre e festiva também ser construída.

Sobre a Macau que Carla (re) significa, temos: uma cidade de costumes e crenças bastante inveterados, com um povo supersticioso e espiritualista e uma região ainda fortemente influenciada por Portugal, seu antigo colonizador. Em suma, um lugar em que as tradições são conservadas, respeitadas e seguidas.

Quem conduz o episódio agora é o *chef* de cozinha Lucio. Assim como a promotor Carla, também se dedica a explorar questões da espiritualidade chinesa/macaense. Contudo, os vestígios da colonização são mostrados por Lucio antes mesmo de ele começar a falar sobre o que se propôs na introdução do programa.

Ao chegar no *Largo do Pagode da Barra*, a câmera focaliza toda a rua calçada com pedras portuguesas e a arquitetura ao redor é explorada. Na sequência é que o misticismo e o sincretismo religioso são dados a conhecer pelo brasileiro:

“Tamo chegando agora aqui no Largo do Pagode da Barra. De um lado fica o porto, a parte por onde os colonizadores desceram e aqui do outro lado nós temos o templo da deusa A-Má, que é padroeira da cidade, uma das figuras mais reverenciadas daqui de Macau. Tem um pouco de sincretismo, de misticismo, um pouco de tudo aqui”.  
“(…) Se cultua os mortos durante uma vida inteira”.  
“(…) Todo esse misticismo chinês é uma maneira respeitosa de lembrar das pessoas que fizeram a diferença no passado deles”.

Lucio é o terceiro apresentador que reforça o valor simbólico e econômico dos cassinos. Nesse momento, somos novamente levados ao *Vennetion* que, além de sua expressividade e grandiosidade (já expressos em apresentações anteriores), é particularmente importante para Lucio por ser seu local de trabalho:

“A gente tá indo agora pro *Vennetion*. O *Venetion* é um dos maiores cassinos daqui de Macau e é o lugar onde eu trabalho. Já faz sete anos que eu trabalho nessa churrascaria e pra mim, é motivo de muita alegria porque eu gosto disso, ainda mais que eu consigo fazer a culinária do meu país e, de certa forma, mostrar o quanto é original nosso churrasco, né? Essa é a minha vida aqui em Macau”.

Sobre a Macau que Lucio (re) significa, temos: um lugar ainda marcado pela colonização portuguesa, contudo, economicamente estável. A Macau mostrada pelo gaúcho é um lugar em que as tradições se mantêm e as crenças religiosas são seguidas por grande parte da população.

O programa continua com a brasileira Natasha que, assim como a bailarina Nauê quando da exploração de *Old Taipa*, explora uma Macau menos agitada ao visitar a região de *Colônia*. As imagens corroboram sua fala ao mostrar um parque ecológico de pandas, aves, ruas menos movimentadas e

muito verde. Áreas muito preservadas e bem cuidadas são sempre focalizadas pela câmera.

O Ano Novo Chinês é assunto recorrente a praticamente todos os apresentadores e com Natasha não é diferente: ela relata que é uma data em que se comemora com a família, além de ser uma data tradicional para os macaenses. Essa afirmação reitera o fortalecimento de uma ideia/imagem de uma Macau tradicional, onde os valores e costumes são respeitados e seguidos.

Novamente, a representatividade portuguesa na vida dos macaenses, é dada a explorar pela professora:

“A gente tá aqui agora na praça principal de Macau. É um marco, assim, de Macau, cartão postal, muito famoso pela arquitetura portuguesa. Tudo aqui é arquitetura portuguesa, assim como a calçada. O prédio aqui em frente da praça foi dado o nome de Leo Senado porque o português achava que o povo de Macau era muito leal, e, virou o nome da praça também. Toda essa praça aqui chama Leal Senado. Eu vou levar vocês lá pra Catedral da Sé, que é a igreja mais antiga de Macau. Vamo lá!

A gente conseguiu pegar uma missa. Isso também que Portugal deixou pra Macau: o Catolicismo aqui. Eles são muito católicos. Vamo dá uma entradinha aí pra ver a missa. Tá cheio de chinês. Olha aí como eles mantêm a religião católica. Como eu sou católica, eu não imaginava que na China eu ia poder manter a minha religião e isso me deixa muito feliz. Como Portugal ainda mantém aqui a tradição, dá pra ver a placa. É bem portuguesa ainda e os órgãos do governo exigem que ainda esteja escrito em chinês e em português. É fácil de o brasileiro vir pra cá porque o português já ajuda né?”

Natasha, que evidencia a presença portuguesa de maneira diferente dos demais brasileiros, relaciona a essa questão o fato de sua adaptação ter sido facilitada pelas marcas da colonização. Moradora de Macau há muitos anos, a brasileira veio para essa República ainda adolescente e o fato de o idioma falado, a fé que ela professava e até mesmo hábitos e costumes corriqueiros serem muito próximos dos que ela tinha no Brasil, estes puderam ser mantidos mesmo com sua mudança e acostumar-se à nova vida não foi tão difícil quanto ela imaginou que seria, segundo relatos da mesma:

Eu vim pra cá porque meu pai arranhou trabalho aqui e ele queria que a família viesse junto. Eu tinha dezessete anos e eu tinha que fazer o último ano da escola. Por ser colônia portuguesa, eu estudei em escola portuguesa (o que me ajudou bastante na adaptação (...)) Olha aí como eles mantêm a religião católica. Como eu sou católica, eu

não imaginava que na China eu ia poder manter a minha religião e isso me deixa muito feliz.

Sobre a Macau que Natasha (re) significa, temos: um lugar que se tornou a extensão do Brasil pra ela. Com traços portugueses ainda muito arraigados, a Macau que a professora apresenta é familiar, tranquila, conservadora.

Já a bancária Jane, se dedica a explorar aspectos culturais diversos que, compondo a história do lugar, mostram uma Macau multifacetada e ao mesmo tempo peculiar e única:

“Aqui atrás das Ruínas de São Paulo, foi construído um templo que, segundo a lenda, existia um dragão do mar e existia um menino que tinha poderes sobrenaturais e foi dedicado a ele como proteção a esse dragão. Aqui as pessoas (no Ano Novo chinês) vem rezar para os seus antepassados, colocando incensos, como em homenagem aos espíritos.”

Jane retrata uma Macau mística, espiritual e que valoriza seus antepassados, cultuando-os como deuses: a eles são sempre ofertados adoração e reverência. Imagens de pessoas acendendo incensos e uma enorme quantidade de incensos já acessos, reforçam a ideia de uma cidade com pessoas que cultivam uma tradição bastante ritualística, característica também explorada pelo *chef* Lucio.

São mostradas a preparação e parte da apresentação de uma ópera chinesa. A cultura oriental é representada nesse momento pelas imagens, com foco na maquiagem dos personagens, seus trajes e adereços, seu comportamento e postura sutis, mas ao mesmo tempo, imponentes. Uma legenda com os dizeres “A ópera chinesa foi criada no século III e tem hoje vários estilos: o cantonês, praticado em Macau, acrescenta artes marciais e acrobacias à ópera”, reforça a ideia da tradição que se mantém viva, aprazível e uma das expressões mais marcantes de uma cidade que se desenvolve sem abandonar suas origens:

“A gente vai entrar aqui num local, onde eles estão se preparando pra uma apresentação que vai ter (que é uma ópera chinesa) lá em cima no monte. Vocês podem ver que é uma maquiagem muito linda e é uma roupa típica da ópera chinesa”

A dança do dragão é também mostrada como uma importante representação da cultura chinesa, simbolizando o zodíaco chinês, considerado um dos animais mais importantes do horóscopo, segundo relata Jane. As variadas cores em tons fortes e quentes são realçadas numa dança embalada por tambores e batuques típicos. Dançando, o dragão mata, simbolicamente, uma cobra para representar o fim de 2013, ano do animal “morto”, e início de 2014, ano do cavalo. Reforçando o modo de conduzir suas vidas, lê-se numa legenda que “(...) o ano do cavalo promete ser um ano de avanços e crescimento” – talvez também por isso, pela expectativa das boas novas do ano que está pra começar, o espetáculo é assistido com tanta alegria e tão aplaudido.

Jane caminha pela Rua dos *Tintins* que remete aos tempos passados relatado pela apresentadora. As ruas são estreitas, todas as casas e lojas têm um aspecto histórico com suas arquiteturas antigas e quando quatro senhoras são filmadas jogando *Mahjong*, um jogo antigo e muito tradicional em toda a China, ganha destaque, novamente, a relação que aquele lugar ainda mantém com as tradições e costumes milenares.

“Agora aqui nos vamos entrar na Rua dos Tintins, onde têm muitas antiguidades, quinquilharias. Chama-se Tintin, porque eram homens que andavam na rua antigamente vendendo coisas antigas e tinham um sino que fazia “ding” “ding” “ding” “ding” e por isso aqui chama Tintin, o vendedor de rua. Aqui também a gente pode ver o jogo de *Mahjong*, que é um jogo típico de pedras chinesas, que o pessoal joga muito e joga valendo dinheiro. É o jogo mais tradicional em famílias e entre amigos e famílias chinesas”.

Jane se prepara para o jantar do Ano Novo Chinês e mostra várias tradições, praticadas quase que como regras pelos macaenses:

“Eu saio de casa assim, cheio de Lai See, porque hoje é o dia que a gente dá Lai See pros solteiros, pras crianças. Os casais é que tem que dar”.

”Aqui tem que comer o peixe, que significa abundância. Tem que comer macarrão porque é longa vida, dá longa vida às pessoas e o arroz é prosperidade”.

“E agora nós estamos chegando na zona de queima de panchões. Nós pedimos pra gastar 600,00 patacas. Ele vai por varias coisas e a gente vai distribuir entre nós pra ir lá soltar. Segundo a lenda, existe um monstro que se chama Nian, que ele é metade dragão, metade leão. Então ele ataca as pessoas, principalmente as crianças. E a

única coisa que esse monstro tem medo é do barulho porque tem os ouvidos muito sensíveis. Então é por isso que os chineses estouram nessa época os panchões, que é pra ele não chegar perto”.

Sobre a Macau que Jane (re) significa, temos: um lugar forjado como místico, tradicional, lendário e com características muito particulares. E como em todas as apresentações e relatos, os costumes e crenças são também evidenciados e enaltecidos, de modo a (re) construir um lugar que, mesmo moderno e desenvolvido, mantém suas origens e raízes históricas, culturais e especialmente religiosas.

Toda essa tradição tão arraigada e presente na vida dos macaenses é, ao final do episódio contraposta à modernidade explorada pela aventureira *trader*, Carolina. A brasileira, que mora em Macau há apenas alguns meses, se dedica a explorar, quase em toda sua apresentação, uma Macau contemporânea. Ela não somente apresenta como pula da Macau *Tower* – a torre mais alta do mundo para *bungee jump*

“Essa aqui é a Macau Tower, a torre mais alta do mundo para bungee jump. Ela tem no total, 338m de altura e o salto é 232m. Acredite ou não, eu tô saltando daqui hoje”.

Carolina também apresenta a fronteira seca entre Macau e China:

“A gente tá na fronteira entre Macau e China, que é a mais movimentada delas, que é a fronteira seca, onde os trabalhadores passam pra vir trabalhar e à noite, no fim da tarde, eles voltam. São duas fronteiras: a fronteira de Macau, que você passa pelos clichês e alfândegas. Chegando lá, você passa por um corredor e daí do corredor, você tem outra fronteira, que é a fronteira da China. Aí você recebe o carimbo no seu passaporte e você pode ser livre por sete dias. Isso pra brasileiros. Aqui é a primeira fronteira que é a que você vai sair de Macau. Dá mais ou menos, umas duas horas de espera”.

E passeia pela indústria de jogos, mostrando o cassino mais tradicional e antigo de Macau, muito representativo desde a fundação da cidade, inclusive:

“E daqui a gente tá indo pro Hotel Lisboa, que é o primeiro cassino de Macau, e é o mais tradicional. Aquele que tem mais significado pros chineses. Ele tá sempre lotado. Essa aqui é a área externa do cassino. Essa fachada foi uma extensão feita em 2006, mas, o original, o primeiro cassino de Macau é o cassino Lisboa. Esse aqui é onde começou tudo em matéria de jogo em Macau. Aqui é o hall de entrada. Esse prédio ganhou um prêmio de arquitetura internacional. Atrás desse monte de chinês aqui, você vai ver o busto do dono do cassino, que na verdade, é o dono de Macau. O nome dele é Stanley Ho, é um cara de Hong Kong, que ficou milionário na época da



Segunda Guerra Mundial, porque ele fazia o contrabando de produtos de luxo, daqui pra China. Pra isso ele conseguiu capital pra erguer empresas de querosene e construção civil. Daí como ele já era muito rico, disse: “Ah, tá bom. Vamo criar Macau.” E ele criou Macau baseada no jogo. Ele construiu cassino e abriu as licenças pra todos os cassinos de Las Vegas. Macau, tecnicamente, suporta Las Vegas. Ela gera sete vezes mais dinheiro do que gera Las Vegas. Realmente isso aqui é o paraíso do jogo. Quem vem pra cá, vem pra jogar pesado”.

A *trader* encerra sua participação destacando aspectos até então não haviam sido explorados, como a poluição e segurança locais:

“A cidade de Macau é muito limpa. O que você encontra de sujo são as paredes, por conta da poluição. Mas não pichação, por exemplo. Já violência não tem nenhuma”.

Sobre a Macau que Carolina (re) significa, temos: um lugar moderno, “referência”, economicamente próspero e por que não dizer, globalizado?

As descrições sobre a forma como cada brasileiro apresentou Macau teve o objetivo indicar como cada um deles concebia a cidade a partir de seus pontos turísticos e suas questões culturais, sociais, econômicas, políticas e religiosas. Em cada apresentação, percebemos que foram empreendidas narrativas sobre a cidade chinesa a partir de olhares e perspectivas diferentes (mesmo quando se fala a respeito do mesmo lugar). Macau é (re) construída e (re) significada a partir de composições biográficas que cada brasileiro faz de maneira muito particular. Eles apresentaram os lugares propostos e convidaram o telespectador a explorar um lugar histórico e contemporâneo; tradicional e moderno; local e mundial; territorialmente pequeno e economicamente próspero/visionário; pacato e agitado: um lugar que, turisticamente, se apresenta como um bom destino para vários tipos de público.

Sobre a exploração das histórias do povo macaense, temos os brasileiros Lucio e Carla discorrendo mais sobre esse aspecto. E foi esmiuçando as apresentações que pudemos observar o quanto as histórias de vida dos nativos, em articulação com os pontos turísticos explorados, nos conduzem a uma construção mais completa e complexa daquele lugar.

O *chef* Lucio, por exemplo, mostra macaenses mais velhos que ainda falam o português e menciona outros que evitam se comunicar pela língua,

representando respectivamente, o respeito às origens colonizadoras e a defesa da cultura local, com certo protecionismo/patriotismo:

“Aqui no Largo do Lilau, toda a arquitetura é portuguesa, né? A partir de 2033, a língua portuguesa não será mais a língua oficial, né? Os mais idosos aqui de Macau, ainda falam português. Uma das coisas mais populares de se comer aqui em Macau é comer o Chulapao, uma chuleta empanada dentro de um pão.

Lucio conversa com vendedora da loja:

Lucio: Fala português? Você gosta de Chulapao?

Vendedora: Gosto

Lucio: É com coco?

Vendedora: Sim

Lucio: Quanto custa esse?

Vendedora: 6,00 patacas = R\$1,80. Esse é ovo

Lucio: Gema do ovo com açúcar

Vendedora: Esse é bom. Esse é muito bom!

Lucio: Quanto custa esse?

Vendedora: 11 patacas = R\$ 3,30

Lucio: Algumas pessoas têm vergonha de falar português. Mas essa senhora é uma simpatia. Muito obrigado! Muito obrigado!”

A *promoter* Carla descreve e indica o respeito aos credos e crenças impostos pelos colonizadores e ainda mantidos e respeitados pelo povo local:

“Isso também que Portugal deixou pra Macau: o Catolicismo aqui. Eles são muito católicos”.

“Os chineses, macaenses, portugueses, são devotos de Francisco Xavier. Isso por ele ter ficado por aqui entre os anos de 1560, 1570, mais ou menos”.

Sobre as histórias de estrangeiros que ali estiveram, vemos como as marcas deixadas pelos colonizadores portugueses que controlaram a região por centenas de anos, somadas aos relatos de personagens e personalidades que moraram na cidade fazem parte da composição de Macau e são características indissociáveis da composição daquele lugar. Talvez a melhor ilustração disso seja o fato de que mesmo após a independência e devolução da região à China em 1999, Macau ainda “respira” Portugal em sua arquitetura; na língua portuguesa que, mesmo ignorada por alguns, ainda é falada por muitos; pela gastronomia; pela religião e religiosidade até hoje mantidas por muitos macaenses; dentre outras manifestações que remetem à presença do antigo colonizador. A cidade que, rendida à modernidade, mantendo, entretanto, suas raízes históricas, parece buscar (re) descobrir e (re) definir uma identidade que a conceba uma integridade nacional, tamanha é a influência de outros povos e culturas na realidade local ainda nos dias atuais.

E não somente essas passagens ilustram a afirmação de que as histórias de vida de personagens célebres e/ou povos que já estiveram (ou ainda estão) ali, contribuem para que a cidade se constitua como tal. Os próprios discursos dos apresentadores também direcionam nosso olhar para a composição de Macau. E é nesse momento que enxergamos o quanto a presença da dimensão autobiográfica influencia na forma como Macau é apresentada.

Vemos um *Vennetion* diferente em diferentes apresentações, por exemplo: o que a bailarina Nauê apresenta, é luxuoso, requintado, “lugar dos sonhos” e inacessível à maioria. Já o *Vennetion* de Lucio, é apenas um local de trabalho. Quanto aos grandes templos, pela apresentação da *promoter* Carla temos uma concepção desses lugares quase como extensões das casas dos macaenses e ao mesmo tempo, um lugar que reafirma divisões de classe. Já na perspectiva do *chef* Lucio, concebemos um lugar mais intimista e acessível a quem o quiser visitar. Enquanto isso, os templos para a bancária Jane são concebidos a partir de uma perspectiva ainda mais mística, lendária porque a brasileira explora os lugares por uma perspectiva mais espiritual e histórica. Quanto à pacatez de Macau, Nauê explora a partir de uma visão mais tradicional/cultural e Natasha a partir de outra, conservacionista/ambiental.

Com isso, vemos o quanto o lugar de fala de cada um e ainda a relação que cada brasileiro mantém com os lugares explorados, faz toda a diferença na forma como Macau é apresentada ao telespectador do programa. É porque Lucio trabalha no *Vennetion* que o cassino é relatado simplesmente como local de trabalho. É porque Nauê trabalha anualmente na festa da lusofonia que *Old Taipa* é apresentada como lugar que mantém raízes da colonização.

Cada brasileiro que mostra a cidade de Macau, sob sua visão e/ou sentimentos e sensações próprios, colabora para que a composição de uma Macau diversificada seja apresentada. Cada brasileiro elencado para mostrar a cidade, o faz muito mais narrando sua relação com os lugares que visita e apresenta ao público do que simplesmente descrevendo as características do lugar. Experiências vividas por eles, desde quando chegaram ali até os dias de hoje, são reconstruídas discursivamente no desenrolar da atração, fortalecendo e legitimando o foco temático-enunciativo do episódio que nos propomos a

explorar: como Macau é (auto) biograficamente forjada. Sobre isso, aliás, Lejeune (2008) afirma que

O leitor não assumirá mais uma atitude de identificação individual, mas buscará a visão global e onisciente de uma coletividade: a rigor, pode-se sonhar com uma reconstrução “unamista” de uma época ou de uma sociedade a partir de uma montagem polifônica de relatos de vida. (ibid., p. 186)

*Macau Tower* não é apresentada simplesmente como uma torre de saltos porque o suposto medo da *trader* Carolina, prestes a pular de uma altura de mais de trezentos metros, reforça a ideia de imponência e grandeza de um dos pontos turísticos mais visitados da Ásia. Além disso, revela um pouco da personalidade aventureira da brasileira, única que se dispôs a praticar um esporte radical durante sua participação:

“Essa aqui é a Macau Tower, a torre mais alta do mundo para bungee jump. Acredite ou não, eu tô saltando daqui hoje. **Meu nome é Carolina... Gente que medo, que medo, que medo.** “Vou te falar uma coisa: é alto pra caramba. **Tô com medinho. Tô com medinho.** Mas não vou amarelar não. Vamo comprar o bilhete. *Ticket* comprado, hora de trocar de roupa. Tá na parede: É o mais alto do mundo, de acordo com o *Guinness*. Não tem salvação. **Meu, que medo! (risos). Gente, eu entro nas coisas e nem sei por que eu faço isso (risos)**”. (negrito nosso)

A crença de Lúcio e sua suposta fé colaboram para a imagem de uma Macau espiritualista e de tradições religiosas bem arraigadas, além de indicar traços do perfil do brasileiro:

“Tamo chegando agora aqui no Largo do Pagode da Barra. De um lado fica o porto, a parte por onde os colonizadores desceram, e aqui do outro lado nós temos o templo da deusa A-Má, que é padroeira da cidade. **Meu nome é Lucio... Agora eu vou comprar um incenso. Quero oferecer para os meus antepassados**”. (negrito nosso)

*Old Taipa* não é reconhecida apenas como a parte antiga de Macau. O lugar é parte da vida da bailarina Nauê e ao discorrer sobre características daquela região, ela revela predileções suas:

“**Outra coisa que eu gosto também é que é muito organizado.** Os chineses são muito organizados”. (negrito nosso)

**“A gente dança. Eu faço show aqui também. Eu danço samba e, apesar de não ser do Brasil, eu danço a dança do ventre que eles gostam bastante aqui.”** (negrito nosso)

A exposição de cavalos não é apenas uma mais uma mostra da cultura macaense. O evento é uma oportunidade da amiga de Nauê mostrar seu trabalho:

**“Esse cavalo aqui, inclusive, é de uma brasileira, amiga minha, a Cíntia. Tem esse efeito de moedas, tem a cor amarela que dá sorte (que é dinheiro pros chineses) e o vermelho”.** (negrito nosso)

Os templos que Carla apresenta não são apenas a ilustração do misticismo macaense. É o lugar onde a brasileira sente paz:

**“Eu gosto muito de vir aqui porque quando a gente entra, já sente aquela energia diferente”.** (negrito nosso)

“É o maior templo de Macau é esse aqui. E serve também de escola pra monges. Eles vêm aqui pra meditar. **Isso traz uma paz até pra nós**”.

 (negrito nosso)

A *Parada do Ano Novo Chinês* não se apresenta apenas como a comemoração de uma data festiva, mas também como o primeiro ano de participação de Carla no desfile e o orgulho da *promoter* pelo sucesso de mais um trabalho realizado:

**“Esse é o meu primeiro ano de participação na parada. Eu acho que daqui pra frente, sem essa parada Macau não vai ficar.** O tema é aleatório. O mais importante são as bailarinas (que é o forte de Macau porque eles adoram ver as meninas vestidas com roupas de carnaval). Pra completarmos, nós nos vestimos com o que a gente tem. **Essa roupa é de um amigo meu, gaúcho.** Essas meninas, bonitas, loiras, de olhos azuis, são russas. E elas participam porque as brasileiras estão nos cassinos dançando. Então nós convidamos as russas que já sabem sambar e fica essa miscelânea bonita. Depois dessa música aí, é a nossa participação. Aqui é o ponto central, então, dos dois lados da rua, você pode ver que tá cheio de gente. **Aí é uma emoção, uma emoção. Aiii...**”

 (negrito nosso)

O misticismo macaense não é apenas mais uma característica do povo local. Representa uma aparente conversão de Lucio às crenças locais, pois o

mesmo diz ter fé de que permanecerá naquela República por muito tempo, já que bebeu a água da “fonte dos desejos”:

**“Eu já fiz o meu** (referindo-se ao pedido no templo): **Ficar aqui em Macau por muito tempo”**. (negrito nosso)

**“Eu nunca bebi dessa fonte, mas eu gostaria de ficar muito tempo por aqui. Eu vou até a ponte”**. (negrito nosso)

O choque cultural que a vida em Macau pode representar para muitos brasileiros representa para Natasha um período difícil de adaptação que ele viveu na adolescência:

“Vocês vão ver aqui no meu carro que Macau é mão inglesa. É muito engraçado. **Eu cheguei e levei um susto**. Vamos embora. Vamos embora”. (negrito nosso)

A múltipla Macau que Jane apresenta revela muito de sua personalidade e o porquê de algumas de suas escolhas de vida:

**“Eu respeito todas as religiões. Eu acho que a budista é uma religião muito interessante**. Como a gente vai acender uma vela na igreja, eles vêm acender um incenso”. (negrito nosso)

**“Eu quero apresentar aqui meu marido. Esse aqui foi o motivo que me trouxe pra Macau”**. (negrito nosso)

Todas essas afirmações e posicionamentos mostram o quanto a dimensão autobiográfica constitui os discursos dos apresentadores e o quanto é em referência a eles mesmos e aos seus sentimentos que Macau também é traduzida. Essa dimensão não simplesmente contribui para a composição do lugar, ela é co-responsável pela composição do lugar tal qual como ela se dá. Além disso, essas ocorrências discursivas em primeira pessoa são grandes instrumentos de legitimação se considerarmos que a proposta da atração é explorar Macau da maneira mais favorável possível, de modo a levar os telespectadores ao consumo de uma produção cultural e/ou despertar o interesse de uma possível futura visita à República. Elas orientam a

identificação do país explorado e reforçam a ideia de um destino de viagens plural, mas ao mesmo tempo, único: plural pela multiplicidade e confluência de características locais e mundiais em um só lugar; e único, porque cada telespectador tende a (re) construir uma Macau pra si, assim como fizeram os apresentadores.

Essas textualidades que compõe o que intitulamos dimensão, exploram a intimidade de quem enuncia e, mais que nos conceder a oportunidade de conhecer melhor esses sujeitos, colaboram para a (re) significação do lugar tema do episódio: são esses sujeitos que nos orientam sobre como explorar Macau e porque seus relatos são despidos de qualquer imparcialidade, a percepção que, tendencialmente, teremos a respeito da região será baseada na maneira como eles a vêem.

Além disso, os efeitos obtidos pela composição biográfica da cidade, aliada a dimensão autobiográfica que compõe a fala dos apresentadores, nesse espaço de mediação de sentidos que é a instância midiática, têm poder de sugerir atitudes e comportamentos por parte do público pretendido: que, supostamente, seria “consumir” essa Macau, estrategicamente composta, representada e idealizada – seja assistindo a atração, seja visitando a cidade agenciados pela *Decolar.com*, única anunciadora/patrocinadora do programa.

É como se o olhar do público fosse (re) orientado e a realidade construída pelo programa concebesse a apreensão de uma cidade composta para os propósitos, especialmente, de entretenimento e turismo. Consideramos ainda que essa dimensão autobiográfica constitui-se na “estrutura invisível” bourdiana (1997) porque, atuando a partir de relações de poder e força, tem grande valor de influência sobre a maneira como o conteúdo veiculado será apreendido pelo público.

### **3.3 A Cidade do Panamá e o mosaico autobiográfico**

O episódio sobre a Cidade do Panamá parece tomar a atração como “pano de fundo” para ilustrar histórias e experiências de vida dos apresentadores e demais personagens que compartilham suas vidas. Dos

outros dois episódios explorados, acreditamos que este é o que mais se caracteriza por um mosaico autobiográfico dos enunciadores e, por isso, exploraremos com mais ênfase esse aspecto do episódio.

Padrão na série, já na introdução do episódio, os brasileiros intercalam a apresentação de si mesmos com a breve apresentação de alguns lugares que irão mostrar ao telespectador. E dos sete brasileiros que apresentam esse programa, quatro deles já expressam alguma relação (direta ou indireta) com os lugares que anunciam que vão explorar no decorrer da atração.

Marina, primeira a aparecer na introdução do episódio, diz “Acho lindo esse contraste aqui do *Casco Viejo*”; Roque, que se mostra extasiado pela beleza das paisagens paradisíacas que apresenta diz “em cada ilha que você vai... você tem essa sensação: de que você tá chegando num lugar cada vez mais bonito”; Philipe logo explica o que está fazendo na zona livre “Hoje eu tô procurando um perfume” e Fernando imediatamente relata suas primeiras impressões sobre o Panamá “Quando você chega no Panamá, você leva um choque porque aqui tudo é muito tranquilo. Tudo é muito devagar. Tem seus problemas, é claro, mas se a gente for analisar, é meio que o jeito correto de se viver”.

Essas passagens são fragmentadas e se dão na sequência umas das outras, de maneira rápida (como fosse uma conversa informal), com uma trilha sonora agitada – um *rock* (exceto na apresentação de Mariana e Henrique que, por estarem numa tribo indígena, tem como fundo musical um instrumental típico daquele povo). Os dias mostrados estão sempre ensolarados – o que poderia ser traduzido como a alegria local (ou algo do tipo); as pessoas filmadas ao fundo sempre estão sempre sorridentes e os planos abertos/panorâmicos que mostram os principais pontos turísticos, concede ao telespectador uma concepção idealizada da capital panamenha. Todo esse conjunto, aliás, evoca um *ethos* de familiaridade com o clima, o povo e os pontos turísticos brasileiros, por evidenciar características que são comuns ao nosso país..

Apoiado no que Sodré intitula “retórica do direto”, consideramos que a intervenção de apresentadores e imagens claras com enquadramentos simples causam familiaridade e estabelece uma relação dialogal com o público; ela cria uma aproximação entre os interlocutores e tende a alcançar sentidos (e



efeitos) no processo de comunicação instaurado. Produto de uma montagem estratégica, “a plenitude das imagens, são capazes de generalizar ou evidenciar conexões entre elementos dispersos e fragmentários” (SODRÉ, 2010. p. 68). Isto é, as imagens capturadas nos principais momentos de cada apresentador, são recortadas e “coladas” tornando a introdução única e promovendo a construção de um Panamá riquíssimo em belezas naturais e ao mesmo tempo, uma cidade em franco desenvolvimento. Esse pode ser considerado o primeiro efeito de sentido alcançado, já na abertura do episódio. Além disso, todos os breves relatos dado pelos quatro brasileiros reiteram a ideia de um Panamá “visitável” – que entendemos pela descrição da atração, ser um dos objetivos do programa a movimentação do mercado turístico.

Com a participação de Marina é que o episódio se inicia de fato. A brasileira abre o programa e em uma legenda conhecemos seu nome, idade e profissão.

O primeiro Panamá explorado é uma cidade desenvolvida: imagens de prédios altíssimos com arquiteturas super modernas, trânsito intenso, uma vista do litoral a partir de um cais com iates estacionados em toda a orla, sugerem uma cidade aparentemente próspera.

Da região de *Casco Viejo* é que Marina fala sobre o quanto admira o contraste da parte antiga com a moderna – que o programa recortou e colocou também na abertura. Imagens corroboram sua fala quando a câmera focaliza paisagens naturais e monumentos históricos e na sequência, destaca as grandes construções:

“A gente tá no *Áncon*.  
Meu nome é Marina. Acho lindo esse contraste aqui do *Casco Viejo*, a parte antiga, com a parte moderna da cidade, que tem uns prédios gigantescos.”

A farmacêutica relata brevemente um pouco da história local, enfatizando a independência, enquanto uma bandeira hasteada do Panamá é focalizada. Relata ainda a importância de alguns personagens panamenhos para que a liberdade e integridade nacional pudessem ter sido resgatadas e conclui justificando que o jeito arredo de ser daquele povo, talvez se deva ao

longo histórico de colonização local. Reiteramos que sua fala é permeada de opiniões pessoais – e isso continua até o final de sua participação:

“(…) **Eu se fosse panamenha, teria muito orgulho.**” (Referindo-se à bandeira panamenha). (negrito nosso)

“O panamenho, ele tem um pouquinho de distanciamento do estrangeiro porque ele sente que o estrangeiro veio pra roubar o trabalho dele. E acho que isso vem um pouquinho dessa história com o americano. **E eu não tenho muitos amigos panamenhos por isso:** porque eles são um povo mais fechado, mais distanciado do estrangeiro”. (negrito nosso)

A brasileira vai para um mercado de mariscos, ainda em *Casco Viejo*, e chegando ao local percorre-o mostrando as opções que ele oferece. Compra camarões e ali mesmo já leva a outra venda para ser preparado e almoçar. A brasileira expressa gostos pessoais:

“**Aqui eu gosto de comprar tudo.** Eles trazem tudo fresquinho e eles trazem limpinho pra você na hora.” (negrito nosso)

Na saída do mercado, imagens do cais do porto com os pescadores selecionando peixes e outros frutos do mar são focalizadas, enquanto a brasileira aponta para o fundo e diz: “Lá a gente pode ver a cidade moderna e tem uma contradição com a cidade antiga que é o Casco Antigo”. Marina reforça a ideia de uma cidade com dois aspectos contrastantes coexistentes. E a partir daí, abre espaço para falar da parte mais desenvolvida economicamente (e as imagens mostram em plano aberto os aspectos de metrópole desse Panamá que a brasileira evidencia) e, ao caracterizá-la, nos leva a acreditar que é o lado da cidade que prefere. Ao adjetivar a parte moderna como “mais bonita”, vemos que ela atribui um juízo de valor, talvez mesmo sem notar que o faz:

“Essa parte mais moderna da cidade, **que é mais bonita** e desenvolvida, tá habitada pelos estrangeiros, porque como o país tem uma posição estratégica para muitos mercados, as empresas vieram e trouxeram muitos empregados dos seus países. O desenvolvimento aqui é muito rápido. Do dia pra noite você vê um prédio novo. Vários desses prédios, há sete anos não existiam”. (negrito nosso)

Ela explora na sequência a parte antiga da cidade e partir de então, o artesanato local, comidas de rua, conversa com moradores locais ganham

destaque. As imagens que complementam a fala da apresentadora mostram os detalhes dos trabalhos de artesãos, focalizam potes de *chicha* (um refresco tipicamente panamenho), realçam um nativo com chapéu panamenho tocando violão e cantando em um banco de praça. Essa articulação de elementos audiovisuais vai construindo um Panamá bastante peculiar, do qual Marina sugere sentir orgulho ao contar trechos da história do país:

“Aqui a gente tá numa praça tão importante pro *Casco Viejo*, chama *Plaza Francia*. É uma praça que fizeram os monumentos dos franceses que começaram a fazer o canal. Aí tem um galo, na pontinha, que é o símbolo da França, né? E o bico dele tá apontando lá pra França. Os franceses foram os fundadores do Canal do Panamá e, **infelizmente**, depois acabaram passaram esse canal pros Estados Unidos (...)” (negrito nosso)

Com esse posicionamento, aliás, ela consegue incorporar o telespectador naquele espaço reconstruído e resignificado que o programa oferece como sendo a Cidade do Panamá. É como se ela estabelecesse certa afetividade com o público, através da informalidade, descontração e parcialidade, características das quais ela se apropria para conduzir sua apresentação. Para Sodré (2010), o personagem que encarna um apresentador deve se utilizar de virtudes familiares ao público para serem bem aceitos. E é exatamente isso que Marina faz: assumindo uma posição e opinando a respeito de quase tudo que apresenta, Marina nos conduz a construir um Panamá a partir da cidade que ela fez pra si e que, aparentemente, ela se sente bem em viver.

Philippe, o empresário dono de um *e-commerce*, propõe mostrar o lado econômico/comercial do Panamá. Ainda que ao final de sua participação se dedique a explorar alguns pontos turísticos, sua apresentação parece dirigir-se à exploração da economia/comércio locais.

Ele inicia sua participação na região de *Colón*: a câmera mostra imagens da zona livre, de uma perspectiva que amplia o espaço mostrado e sugere a idealização de um lugar imponente e grandioso.

“Chegamos na porta principal da zona livre de Colón. É a segunda maior zona livre do mundo. Fica somente atrás de Hong Kong.”

**“Meu nome é Philippe. Hoje eu tô procurando um perfume.**

Philippe conversa com vendedora:

Philippe: Quanto é o seu melhor preço? Esse aqui.

Vendedora: Posso deixar em quarenta dólares. Posso.

Dá pra gente comprar cinco perfumes desse, com o preço do Brasil.”  
(negrito nosso)

O jovem empresário relata sua rotina de compras na zona livre:

**“Eu venho aqui sempre nas horas livres, três vezes por semana, pelo menos, pra fazer as compras encomendadas no meu site de e-commerce.”** (negrito nosso)

E enquanto compartilha seu trabalho com o público, as imagens mostradas sugerem uma cidade de intenso fluxo de pessoas, financeiro, material e de informações, próprios de uma capital. Vemos pessoas comendo em pé ou sentadas em calçadas enquanto outras passam, sempre apressadas em meio à grande movimentação que é mostrada, o que sugere a concepção de uma cidade em franco crescimento comercial por um lado e conurbada, por outro. Em uma legenda, lemos “A zona livre de Colón está localizada na entrada do Canal do Panamá. Reúne mais de 2500 empresas, que vendem seus produtos livres de impostos”. E isso vem reiterar a imagem de um Panamá que impulsiona o desenvolvimento.

O brasileiro entra na zona livre para fazer compras e mostra familiaridade com a vendedora:

“Eu vou entrar numa loja aqui logo próxima, para ver se eu encontro os produtos que eu tô precisando. (...) Chegamos aqui numa das principais lojas da zona livre, onde a dona morou dezesseis anos lá no Brasil e fala super bem português. **E eu costume comprar aqui meus produtos.**” (negrito nosso)

Philippe diz que como não tem restaurantes por ali, as pessoas costumam comer nas barraquinhas de rua mesmo. E assim ele compra um *shawarma* (sanduíche típico do Panamá) numa venda e em outra barraca, um suco de laranja. Com os dois vendedores, o brasileiro é extrovertido e fazendo brincadeiras durante a compra, ele elogia o serviço e produto oferecidos por ambos. O empresário se mostra simpático e seu comportamento parece espontâneo durante toda a sua participação.

Ele segue provando comidas típicas até chegar numa banca que vende mangas verdes temperadas e diz que vai levar um pacote para sua namorada.

O empresário que já compartilhou sua profissão, sua rotina e alguns gostos pessoais, divide com o público também o seu estado civil:

“Vou levar um desses aqui (está muito gostoso).  
Ele diz ao vendedor: “**é pra minha esposa**”. E levanta o pacote de manga, mostrando apontando para a câmera e dizendo: “**pra minha namorada.**” (negrito nosso)

Ao final de sua apresentação inclusive, o brasileiro pede sua namorada em casamento em rede nacional e ainda convida o programa para estar presente no grande dia:

(...) *vamo* conhecer o bar do Duran. Ele foi um grande boxeador, Roberto Dúran. Aqui eu vou encontrar minha esposa, a Natália. E vou fazer um brinde com meu amor. **Vou aproveitar e vou pedir a minha esposa em casamento, em rede nacional.**  
Namorada diz: Ah não (risos)  
Philippe diz: **Você casa comigo, meu amor?**  
Namorada diz: Sim.  
Philippe diz: **Vamo marcar a data aí e vocês estão super convidados para vir pro Panamá pro nosso casamento**” (negrito nosso)

E compartilhando um momento tão íntimo com o público, acaba por ratificar a configuração de seus relatos dentro “da economia libidinal da mídia” (ARFUCH, 2010, p. 180). O empresário atende as expectativas de um público que, cada vez mais ávido por conhecer e explorar esse tipo de narrativa é facilmente seduzido por uma programação que se utiliza do caráter autobiográfico para se compor. É como se por alguns instantes, o programa de entretenimento, empenhado em conquistar o reconhecimento do público por esse único viés, deixasse de *stand by* seu caráter predominante e, sob o viés das experiências do vivido se desenvolvesse (intencionado ou não) dando espaço, inclusive, para que novas práticas de expressão do homem contemporâneo se manifestem.

De acordo com Lejeune “produto de uma negociação entre uma oferta e uma procura” (LEJEUNE, 2008, p. 158), a natureza autobiográfica vem ao encontro de expectativas do telespectador e não em vão, ela é ferramenta de captação do público, além de instrumento de convencimento (ainda que a atração não a assuma como tal). Esse interesse pelas experiências dos outros

são estimulados continuamente e tem se tornado nos dias atuais, uma verdadeira obsessão. De acordo com Arfuch,

... longe de aparecer simplesmente como um desdobramento casual na estratégia de captação de espectadores, investe-se [a exposição pública da privacidade] de novos sentidos e valorações, traçando figuras contrastantes da subjetividade contemporânea (2010.p.24)

Sempre sorridente, Philippe ainda apresenta pontos turísticos como a *Eclusa de Gatún, o Forte de São Lourenço e o Centro de Observação do Rio Charges*. E em seguida às visitas, ele diz:

**“O que eu mais gosto no Panamá, é exatamente essa facilidade que é tá vivendo num grande centro, que é a Cidade do Panamá, um centro super moderno com todo tipo de opção de shopping, laser, e em quarenta minutos, chegar num paraíso desses: tem a praia, tem o rio, posso nadar, posso surfar. Me surpreendi bastante com o Panamá. É um país sensacional que te proporciona uma qualidade de vida ótima. Os panamenhos, por mais que não sejam muito acolhedores, eles respeitam muito você”.** (negrito nosso)

O brasileiro mostra um Panamá de oportunidades. Homem de negócios que se diz ser, explora esse lado expansionista não só da cidade, mas do país num todo. A partir do *tour* do brasileiro, o sentido que se pode alcançar é o de um lugar em franco desenvolvimento que, estrategicamente localizado, é capaz de subsidiar grandes oportunidades/rotas comerciais, ampliando cada vez mais sua economia – e com isso também se beneficiam os que estão inseridos nela. Além das vantagens econômicas e comerciais, o empresário ainda enfatiza a boa qualidade de vida que o país oferece aos que decide nele morar.

A satisfação de Philippe de viver naquele país é visível pela fisionomia alegre que sempre mostra e por declarações em que, mesmo quando diz sentir falta do Brasil e de costumes que tinha aqui, afirma que não pretende retornar agora:

**“O que eu mais sinto falta do Brasil é daquela resenha depois do futebol. Depois do futebol aqui, todo mundo vai pra suas casas (ai, minha mulher tá me esperando) e tem que ir embora já. No Brasil não. A gente termina uma pelada com os amigos. Galera pára. Começa umas cervejas, come um churrasquinho, fica trocando uma ideia um com outro e disso eu sinto bastante falta.”** (negrito nosso)

**“Quero voltar um dia, com certeza. Mas nesse momento eu sinto que eu preciso tá fora um pouco pra conhecer outros lugares”.**  
(negrito nosso)

O casal Fernando e Mariana são os brasileiros que seguem a apresentação. Eles visitam uma tribo indígena local e num trajeto de barco para se chegar ao povoado, imagens de uma natureza indene são capturadas. Os indígenas dançam seminus ao som de instrumentos típicos. É mostrado um Panamá quase intocado nesse momento.

As primeiras impressões de Fernando sobre o Panamá são novamente compartilhadas com o telespectador, numa espécie de reprise do depoimento:

“A gente tá indo pra reserva Emberá. Eu sou o Fernando e eu sou a Mariana.  
Fernando: **Quando você chega no Panamá, você leva um choque porque aqui tudo é muito tranquilo. Tudo é muito devagar. Tem seus problemas, é claro, mas se agente for analisar, é meio que o jeito correto de se viver.**” (negrito nosso)

O casal Fernando e Mariana se coloca para o público de uma maneira muito similar com o que fez Philipe, pois compartilham momentos íntimos dos dois e por isso, acabam se inscrevendo numa singularidade autobiográfica muito particular. Eles se apresentam de maneira bem descontraída e já dividem de imediato com o telespectador a gravidez de Mariana:

**“Eu sou Fernando e eu sou Mariana e esse é o Henrique - diz Fernando se referindo ao filho, na barriga de Mariana. (Fernando tem 32 anos e é empresário e Mariana tem 34 anos e é administradora). A gente mora no Panamá faz três anos.”** (negrito nosso)

Quando Fernando e Mariana permitem a acentuação de um íntimo expondo detalhes de suas vidas, enquanto enunciadores, eles constituem e reforçam o caráter de verdade daquilo que está sendo veiculado. Assim, legitimam a proposta do programa que mostra roteiros turísticos sob a ótica de quem, ao menos teoricamente, tem propriedade para falar do lugar (já que moram nele). Eles oferecem uma realidade construída para co-enunciadores que tendem a concebê-la como verdadeira. A predisposição do público é consumir esse produto é grande, pela tendência modelizadora dos relatos.

Mariana se mostra bem à vontade na tribo, entre os nativos. Conversando com uma parteira local, faz perguntas a respeito de sua gravidez e até se deita no chão para ser examinada por uma anciã da tribo Emberá, responsável pelos partos de todas as crianças que nasceram ali. Explorando costumes locais, segue permitindo que o público saiba mais sobre ela também:

“Mariana e Fernando entram numa habitação indígena:  
Mariana: Licença. Quem vive aqui?  
Nativa: Bom, aqui vive a minha mãe. Ela também é parteira daqui.  
Mariana: Quantos partos você já fez na sua vida?  
Parteira: Ah, muitos...  
Mariana: Todas as crianças que vivem aqui?  
Parteira: Sim  
Mariana: Como você sabe se o bebe está com a cabecinha para baixo, para parir normalmente ou se não está? **O meu será que está de cabeça para baixo?**  
**Ah, meu Deus!**  
(parteira examina Mariana)  
Mariana: **A cabecinha está aí. Que bom então!**  
Parteira: Está bem.  
Mariana: **Então pode nascer a qualquer momento?**  
Parteira: Sim  
Mariana: **Está normal? Muito bem!**  
**Melhor notícia do dia. Henrique prontinho pra nascer. Pelo menos se nasce por aqui, estamos atendidos.”** (negrito nosso)

Mariana senta num círculo com mulheres nativas e começa a conversar sobre o que intitula “coisas de mulher”. Passa a ideia de uma conversa entre amigas, entre pessoas próximas. Essa suposta intimidade, de certa forma, tende também a aproximar o telespectador porque quando o íntimo é dado a explorar, a narrativa adquire personalidade e muitas pessoas podem ver-se refletidas e/ou identificadas através dos/nos relatos, depoimentos, compartilhamento de experiências:

Mariana diz: Eu escutei ali embaixo, agora falando de coisas de mulher, tem uma tinta, uma frutinha que se põe no cabelo para ele não ficar branco. É verdade?  
Nativa diz: Sim  
Mariana diz: E me falaram também que tem uma frutinha que se usa para depilação, para não ter pêlos.  
Nativa diz: Não. Mas fazemos um tratamento com a menina. Fazemos um tratamento.  
Mariana diz: Tratamento? Ah, como é isso?  
Nativa diz: Com uma planta, temos que dar banhos quando são bebês.  
Mariana diz: Até quantos anos se faz isso?  
Nativa diz: De um mês, dois meses, até um ano. Quando é adulto, já não funciona.



Fernando entra na conversa e diz: Então não se pode fazer depois de velho?

Nativa diz: Não. Depois de velho, já passou.

Mariana diz: Já imaginou que perfeito? Só de tomar um banho, já saía toda a depilação definitiva (risos)

A participação do casal leva o telespectador a construir uma imagem positiva da tribo Emberá. A maneira como o casal é recebido e tratado durante a visita sugere a imagem de um povo receptivo e muito agradável. Mantenedor das tradições e costumes de seu povo são pessoas que aparentemente vivem em harmonia num ambiente hierarquicamente organizado, respeitando a diversidade existente entre eles e deles para com os visitantes. E isso pode ser comprovado quando experiências são trocadas entre o casal e os indígenas. Ambos os lados são surpreendidos com costumes/práticas e encaram todas as situações de maneira cortês, por vezes, inclusive, de forma descontraída, transmitindo a imagem de um ambiente sempre divertido e agradável:

“A gente vai contar um pouquinho mais agora como eles usam a vegetação como forma de medicamento.

Nativo: Isso se chama “peixe da montanha” e nós chamamos de *burimiá*

Mariana: E para que serve?

Nativo: Esse, para dor de dente

Mariana: É como anestesia, fica dormente a boca.

Nativo: Você pode mastigar um pouco. Você está sentindo algo?

Fernando: Sim, um formigamento (risos).

Nativo: E esse se chama “Viagra natural”

Fernando: “Viagra natural”?

Mariana: Risos

Nativo: Para funcionar, você não pode tomar a folha, só a raiz

Mariana: O homem chega lá, então, na realidade, antes que todos cheguem, antes que todos acordem, tem que perguntar pra planta, explicar a situação dele pra planta, basicamente, dizendo: “Olha, eu realmente preciso de você (risos) e etc.” e depois de falar com a plantinha...

Nativo: Vai para o rio, lavar a raiz bem lavada. Então, três da tarde e antes de dormir, você cozinha a raiz e a antes de deitar também, você toma três vezes seguidas

Fernando: Tem que colher três quando o sol nasce, e três quando o sol se põe.

Mariana: E funciona mesmo?

Nativo: Funciona, porque não se tem briga (risos)

Mariana: Aí não há saída (risos)”

Mariana se envolve em quase todas as atividades da tribo que apresenta ao público. Pede para que as índias a ensinem a fazer embalagens para *patacones* (comida tipicamente panamenha, feita de banana), entra numa roda

e dança com nativos de mãos dadas a duas crianças, se pinta como os locais (e nesse momento, seu esposo também participa). Sempre sorridente, a brasileira se diz feliz na cidade e mostra grande satisfação em estar na tribo, conhecendo um pouco mais da cultura daquele povo:

**“Eu amo o Panamá (risos). Amo mesmo assim. Nós amamos, né?** Ela pergunta seu esposo e ele a responde positivamente balançando a cabeça e dizendo: **e vamos ter um panamenho também.** Mariana completa a fala do marido e encerra a conversa dizendo: Pra registrar isso (risos)” (negrito nosso)

Esse carinho que ambos demonstram pelo Panamá realça a ideia de um lugar acolhedor, um lugar para se viver: o casal exalta a cidade a todo o tempo e ainda afirma sentir um amor pelo lugar, que será “selado” ao terem seu filho naquele país, dando a ele a nacionalidade panamenha.

Eles dizem sentir falta do Brasil, mas não pretendem retornar ao país de origem, ao menos por agora:

**“Mariana: Eu não sinto falta das coisas físicas e materiais. Não sinto. Eu sinto falta das pessoas.”** (negrito nosso)

Destacamos até aqui, como o entrecruzamento de vidas – além de se realçar, muitas vezes em detrimento da própria do objetivo da atração – se articula às imagens e à trilha sonora de modo a compor a Cidade do Panamá, cidade tema do 3º episódio da 4ª temporada do programa *O Mundo Segundo os Brasileiros*.

Enrico, um dos brasileiros que também compõe o time de apresentadores elencados para explorar o Panamá, é o próximo a assumir o controle da atração e é o que passa a maior parte do tempo falando sobre si mesmo. O economista que se dedica a mostrar a cidade antiga (e o faz sempre comparando à modernidade do país) e uma modalidade de esporte panamenho, o *cayuco* (da qual, aliás, ele pratica), explora os dois aspectos do Panamá de maneira muito comum a todos até o presente momento: praticamente todas as suas falas são encerradas com o relato de alguma experiência sua a respeito do que está sendo mostrado e/ou sua opinião sobre algum aspecto evidenciado.

Em *Veracruz* (cidade próxima ao Panamá), apresenta uma competição de regata. As belezas naturais do litoral onde a competição será disputada são enquadradas sobre vários planos (permitindo ao público várias perspectivas do local) e a abertura da prova, com seus muitos participantes e torcedores, levam o telespectador a acreditar que se trata de uma disputa popular e conhecida para os locais.

“A gente tá aqui em *Veracruz*. Tá a trinta minutos do Panamá, onde vai ter a segunda regata da competição. O *çayuco* é um esporte panamenho, que é como se fosse o caiaque. É composto de quatro pessoas. Cada pessoa no barco tem sua posição e sua função. Nosso barco é misto e aberto porque a gente tem mais de 21 anos. São seis brasileiros e uma mexicana. **Eu sou o responsável por deixar o barco reto, quando precisa e pra fazer as curvas também.** Aqui vai o *Bailer*, tem que fazer bastante força. E nas vezes que precisa tirar água do barco, tem o *bailer*, um pote que você tira a água do barco. Aqui tem o *Power*, que tem que ter bastante força, não pode deixar de remar e na frente tá o *Paisser*, que é ele que dita aonde que o barco vai. É legal morar num outro país e poder participar um pouco da cultura, pelo fato de você se sentir um pouco mais dentro.”

A apresentação de Enrico sugere que o Panamá já está tão incorporado à sua vida que falar de si mesmo e falar da cidade é uma tarefa complementar e indissociável. Acreditamos que essa postura não é algo simplesmente espontâneo, afinal não podemos desconsiderar que estamos analisando um produto midiático/comercial, contudo, soa de modo muito próximo a isso e a espessura de personalidade dos relatos do economista é uma das mais expressivas das participações: o economista que tem a participação mais curta do episódio (aproximadamente 3') dedica praticamente um terço dela pra compartilhar impressões, predileções, opiniões etc. O comportamento do brasileiro conduz à construção de um Panamá que oferece boa qualidade de vida e que se abre a novas oportunidades de desenvolvimento econômico, principalmente.

**“Meu nome é Enrico, faz três anos que eu moro aqui na Cidade do Panamá** (Enrico tem 25 anos e é economista).” (negrito nosso)

**“Uma das coisas que eu gosto de morar aqui, é acompanhar o crescimento da cidade. Desde que eu tô aqui é um canteiro de obras: tem vários guindastes pra todo lado, prédio sendo construído, viaduto, rua nova, muda o caminho, fecha rua. A primeira vez que eu vi assim, eu comecei a ficar surpreso com a**

arquitetura, com a modernidade. A qualidade de vida que eu tenho agora é muito maior do que eu poderia ter no Brasil. O custo é de 30% abaixo que morar em São Paulo. Eu moro perto do trabalho, eu valorizo bem isso. A primeira impressão do panamenho foi meio chocante. Tive várias experiências em táxi, que eu queira ir pra outro lugar e ele não queria ir (e eu disse: posso pagar um pouco a mais pra ir. E ele disse: Não, porque eu não quero ir. Eles são assim.). Eu sou estrangeiro, eu que vim pra cá, então eu tenho que me adaptar a isso.“ (negrito nosso)

“Querida mandar um beijo muito grande, um abraço muito grande pra toda minha família, que tá lá no Brasil agora. **Eu tenho bastante saudade, mas, logo, logo, a gente vai se ver.**”

O próximo apresentador da atração é Victor, que também dedica grande parte de sua apresentação para falar de suas experiências no Panamá. Num espaço de aproximadamente quatro minutos, tempo reservado ao empresário, ele brasileiro dedica pouco mais de um minuto para compartilhar experiências pessoais como: relatar sua chegada àquele país, falar de sua adaptação, comparar o Panamá com o Brasil a partir das suas perspectivas, dentre outras:

**“Meu nome é Victor e eu moro há um ano e meio na Cidade do Panamá (Victor tem 29 anos e é empresário)”**

**“Uma das coisas que eu mais senti falta quando cheguei no Panamá, foi ter uma padaria perto de casa pra comprar um pão, né? Pra fazer aquela comidinha mais rápida, ao invés de supermercado. Panamenho não tem essa cultura de padaria. Então é meio complicado. Mas aí, sempre que a gente vai pra esse resort, tem essa padaria que é muito famosa no Panamá e que é a melhor padaria no mundo, no Panamá.**

**No começo, teve alguns meses de adaptação, que foi um choque cultural, né? Difícil. Mas depois a gente foi conhecendo, fazendo amigos, a gente vai conhecendo, assim, os lugares legais que tem pra conhecer, né? Tem muita praia bonita.”**

“Nessa praia, eu gosto muito desse resort e gosto de vir aqui com amigos. Aqui a praia é muito boa, tem muito vento, mas a água é quentinha. **Me lembra do Brasil, quando eu falei que vinha pro Panamá. Uma galera adorou, achou legal, diferente. Outras pessoas acharam que eu tava louco: eu tinha um emprego, praticamente estável, trabalhando na copa do mundo no Brasil, então, larguei tudo pra vir pra uma coisa que era completamente sem... que eu não sabia no que podia dar, né? Aqui, eu abri uma empresa e trabalho com consultoria de projetos culturais e sociais. Um dos trabalhos sociais que eu faço aqui no Panamá é com algumas tribos indígenas.”**

**“Meu bairro preferido aqui é o Casco Viejo. É um bairro histórico, boêmio, tem muita festa também. E agora eu tô levando vocês pro Tântalo, que é um restaurante, bar, hotel, tudo junto e misturado.”** (negrito nosso)

Na sequência, o brasileiro Roque se dedica à exploração de algumas das mais de trezentas ilhas panamenhas. Guia turístico, o brasileiro tece elogios aos lugares e o que se pode ver enquanto ele fala são praias com águas cristalinas, pouquíssimos visitantes nesses lugares; nota-se, apesar de uma imagem intercalada à outra, que se trata de ambientes muito preservados – o que deva justificar o pouco número de turistas a que o guia se refere e o telespectador pode verificar nas imagens.

“Aqui é Isla Aguja. Em cada ilha que você vai... você tem essa sensação: de que você tá chegando num lugar cada vez mais bonito e aí você tem 363 ilhas pra falar essa mesma coisa. E você acaba nunca concluindo qual é a ilha mais bonita. É tudo muito lindo. Meu nome é Roque...”

Um dos brasileiros mais objetivos em seus relatos (no sentido de se deter mais à descrição dos lugares que apresenta), Roque pode ser considerado o que depõe com maior representatividade argumentativa, pois, pela sua profissão de guia turístico, conhece com mais propriedade os lugares que apresenta (ao menos em teoria). Roque diz em vários momentos de sua apresentação que não quer e não pretende retornar ao Brasil. É com essa certeza partilhada que Roque reforça o quão incrível é estar no Panamá, já que ele prefere permanecer ali a voltar ao seu país de origem.

O brasileiro se apresenta ao público e partir daí são só elogios à região:

**“Meu nome é Roque, moro no Panamá há quatro anos (Roque tem 48 anos e é guia turístico)”**  
**“A primeira vez que eu vim em San Blás, eu tive a sensação de que aqui era o lugar mais bonito do mundo.”**  
**“Quando eu sai do Brasil pra vir pra cá, eu não tinha ideia de que isso aqui existia. Eu achei que não ia ter nada e a mudança pra cá acabou me presenteando com um lugar espetacular a 100/120km do lugar onde eu moro. Por isso aqui, hoje eu não tenho vontade de voltar para o Brasil.” (negrito nosso)**

A apresentação de Roque, que para essa parte da análise é considerada uma das mais emblemáticas, mostra um Panamá “cartão-postal”. Acreditamos que o guia se apropria de estratégias da sua profissão para seduzir o público, telespectadores e turistas em potencial. As imagens exibidas são exóticas, as belezas naturais parecem quase intocadas e as paisagens são de praias de águas cristalinas com grande biodiversidade local. Um verdadeiro espetáculo

se constitui e se “naturaliza” através do entrelaçamento da polissemia imagética apresentada.

Além das belezas naturais apresentadas, o fato do guia ter sido enfático ao dizer que “lançou mão” de sua vida no Brasil para viver no Panamá e não só não se arrepende como não pretende retornar, é simbolicamente indispensável à construção de um Panamá idealizado e um excelente destino de viagem.

Mais que “partes de um todo”, as passagens do brasileiro são constitutivas do caráter espetacular<sup>16</sup> televisivo e muito contribuem para que o programa alcance o *status* de extraordinário (aqui, em referência não a um padrão de excelência, mas a uma característica inerente ao universo televisivo). Wolton (1996) corrobora com esse pensamento ao dizer que:

A televisão é um espetáculo de um gênero particular, destinado a um público imenso, anônimo e heterogêneo, inseparável de uma programação que garante uma oferta quase contínua de imagens de gêneros e *status* diferentes. Esta é a razão fundamental do sucesso da televisão e da sua unidade, ou seja, a continuidade e a mistura diversificada de imagens, cuja recepção e interpretação ninguém domina. Debruçar-se sobre o *status* da imagem de televisão é, portanto, debruçar-se sobre o que está na origem do seu sucesso (...)” (ibid., p. 67)

Henrique, o último brasileiro a apresentar, dedica grande parte de sua participação fazendo um *tour* pelo Canal do Panamá. Enquanto inicia um breve histórico do lugar, imagens da *Eclusa de Miraflores* são mostradas com enquadramentos do porto e dos navios desatracando. A ideia de um Panamá economicamente desenvolvido é fortalecida com a apresentação de Henrique:

“A gente tá aqui na eclusa de Miraflores, canal do Panamá, que nada mais é que junta o Oceano Pacífico com o Oceano Atlântico. Eu sou Henrique. Isso aqui começou a ser feito em 1978, pelos franceses, e foi terminar em 1914, com os americanos.”

“A mudança do canal, ela é comercial pro mundo e pro país. Pro mundo porque você economiza muita grana, combustível pra dar a volta e chegar no continente. **Pro Panamá, porque só pra um barquinho cruzar, seria pequenininho cinco mil dólares. Agora se esse barquinho é médio passa pra cem mil dólares. Agora se é o Panamá, que é o barco de tamanho máximo pra cruzar o canal, mínimo de quatrocentos mil dólares. Por dia, eu acredito que passa, mais ou menos, uns 41 barcos. Então imagina quanto**

---

<sup>16</sup> O conceito de espetacular para esse trabalho considera o sentido literal da palavra e não o sentido debordiano.

**isso não dá, em dinheiro, por dia, só pra cruzar a eclusa”** (negrito nosso)

Henrique é o que menos se detém a relatar suas experiências e opiniões a respeito do Panamá. Ele parece adotar a mesma objetividade de Roque na exploração dos pontos turísticos a que se dispõe mostrar, contudo dedica-se ainda mais a narrar os fatos grandes intervenções que viessem a revelar um pouco mais de sua história.

O brasileiro que explora sobre a fundação do Panamá, divide detalhes da história e realidade econômica locais, passando boa parte de sua participação falando a esse respeito.

Apresenta também ao telespectador a vida noturna panamenha: visita bares, boates e restaurantes. Explora ainda aspectos culturais e culinária local mostrando apresentações folclóricas e experimentando comidas típicas.

O profissional de Relações Públicas apresenta os locais com muito dinamismo, mas sem indicar ao público suas preferências e/ou opiniões no desenrolar de sua participação. Todavia, enquanto se despede do público, ele depõe com certo nacionalismo e diz:

**Eu fiquei muito patriota. Eu não admito que ninguém fale mal do Brasil. País melhor não existe. Pensar em voltar pro Brasil, eu já pensei algumas vezes. Eu acho que não é a hora. Eu quero ter mais experiência aqui fora. Quero uma experiência maior.** (negrito nosso)

E ao se intitular patriota, Henrique dá lugar a um espaço de manifestação de identidades, fator de integração característico da lógica constitutiva da televisão, defendido por Wolton (1996) e compartilhado por essa pesquisa. Com tal declaração, o brasileiro encerra o programa reforçando o caráter confessional de que o episódio se apropria para se compor e reiterando o fato de que a televisão tem contribuído para uma construção (discursiva) de uma sociedade cada vez mais caracterizada pelos “eus” que a compõe.

Essas apresentações, somadas à “visão de mundo”, na sua maioria positivas, conduzem o telespectador à construção de um Panamá moderno, desenvolvido, economicamente estável e aberto a outros mercados, de história e belezas naturais preservadas. Assim como Macau e Medellín, outro excelente roteiro de viagem. Contudo, quando articulamos as participações dos

brasileiros é possível observar como esse mosaico autobiográfico que os enunciadorees acabam construindo, é destacado quando em comparação à apresentação do lugar propriamente dito.

Soa espontâneo, marcante e diferenciado a participação desses brasileiros. A subjetividade das apresentações, tão destacada e significativa para o episódio em pauta, corroboram o pensamento de Sibilia que afirma que o eixo em torno do qual cada sujeito elabora seu eu vem se deslocando e desenvolvendo formas de ser e estar cada vez mais voltadas para o “exterior” em concordância com várias formas de expressão, inclusive a linguagem midiática. Ainda segundo a autora:

Quanto mais a vida cotidiana é ficcionalizada e estetizada com recursos midiáticos, mais avidamente se procura uma experiência autêntica ou verdadeira. Busca-se o realmente real, algo não encenado – ou, pelo menos, que assim pareça. Uma das manifestações dessa fome de veracidade na cultura contemporânea é o anseio por consumir lampejos da intimidade alheia. (2008. p. 195)

Destarte, temos os relatos dos brasileiros se entrelaçando em vozes e discursos que tiram o foco, frequentemente, do que o programa se dispõe primeiramente a fazer: explorar lugares sob a ótica de brasileiros. Tem-se a impressão de que a atração inverte a lógica de funcionamento em que se baseia originalmente. Não parece que a Cidade do Panamá seja explorada segundo os brasileiros, mas sim, que os brasileiros – agindo como confessantes e confidentes – tomam a realidade panamenha para discorrerem sobre suas vidas, preferências, relatarem experiências e/ou sentimentos etc.

Esse episódio reforça ainda mais, no nosso entendimento, a máxima do quanto estão alinhados os interesses de produção, circulação e consumo midiáticos às novas práticas de expressão dos sujeitos. O público segue demandando atrações de cunho vivencial/confessional e não é em vão que a valorização da experiência tem ganhado cada vez mais espaço na economia midiática (nesse episódio ela ganha tanto espaço que temos dificuldade em identificar a partir de que/quem o capítulo se baseia). E isso abarca também o aspecto econômico/comercial que, mesmo não tendo sido explorado como poderia – apenas por não ser o foco da pesquisa – não é por isso, menos



importante. Sodré (2010) considera que a ideologia do consumo é uma das bússolas que rege o sistema televisivo e é com base nessa premissa, que identificamos o quanto a mídia, em atendimento a interesses financeiros (já que é a partir do público que as receitas começam a ser geradas e o mercado midiático, movimentado) acaba fortalecendo uma nova ênfase de ser e estar no mundo do sujeito moderno. Ela contribui para a consolidação de uma sociedade cada vez mais voltada para o *universo do eu* em que o que é da ordem do íntimo e privado tende a se fundir àquilo que é de domínio público.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa, que explorou o biográfico em *O Mundo Segundo os Brasileiros*, permitiu ampliar os estudos sobre o gênero e identificar como a mídia tem se valido desse *universo do eu* para compor suas atrações. A partir de então, pudemos indicar transformações desse sujeito co-responsável pela criação de sentidos e efeitos nas produções midiáticas: percebemos que as mudanças que vêm ocorrendo nas exibições televisivas seguem acompanhando novas práticas de expressão do homem moderno e vice-versa.

Esse programa, que se apropria de experiências do vivido para se compor, (re) constrói e (re) significa a vida de sujeitos e a história de um país através de representações, de imaginários sociais, ancorados por uma perspectiva biográfica. A partir dessas reconstruções, o telespectador é orientado ao consumo de uma mercadoria que *a priori* trata-se de uma produção cultural e *a posteriori*, uma possível viagem turística, agenciados pela *Decolar.com* – única anunciadora-patrocinadora da atração desde sua estreia.

O episódio sobre a cidade de Medellín dedicou-se a explorar aspectos da realidade colombiana. Dentre outros momentos, revisitou parte da trajetória de um dos personagens mais célebres da sua história: o narcotraficante Pablo Emilio Escobar Gaviria. A atração reservou quase 11' de um programa de pouco mais de 59' para que a brasileira Irlane pudesse reconstruir partes da vida dessa polêmica figura, que mesmo passadas mais de duas décadas de sua morte, ainda é tão representativa para aquele país. Isso concedeu ao público telespectador a oportunidade de conhecer um pouco mais sobre a vida desse símbolo de Medellín e através de depoimentos e relatos, a figura de Escobar foi explorada na sua multiplicidade. A concepção desse “personagem” torna-se um referencial capaz de nortear opiniões e posicionamentos a respeito de quem foi e/ou o que representa a figura do narcotraficante para a Colômbia. Vimos a (re) construção de faces de um sujeito notório pelo viés biográfico, orientada por preceitos midiáticos e comerciais que, além de sugerir a concepção de um Escobar idealizado e não focar no quanto o narcotráfico marcou negativamente a história local, faz-se uma construção vantajosa para o mercado turístico (que entendemos também ser um dos alvos do programa),

porque ao contribuir para a desmistificação de uma Colômbia, exclusivamente, refém do narcotráfico/poder paralelo, concebe o lugar como um grande roteiro turístico e o narcotraficante como um personagem histórico, cuja trajetória é digna de ser rememorada.

*O Mundo **Segundo** os Brasileiros – Macau* (negrito nosso), ao mostrar os lugares, a cultura e outros tantos aspectos da região há pouco tempo devolvida à China pelos portugueses, o faz sob olhares e perspectivas de enunciadores estrangeiros credibilizando e autenticando a atração. Tem-se, nesse episódio, a articulação de memórias e inclinações individuais que são capazes de sugerir e influenciar o modo de ver a cidade chinesa. E ainda que a proposta da atração seja a de forjar a composição do lugar por ele mesmo, as pessoas/personagens que o constituem não se mantêm apenas como parte da história e sim, como a história propriamente dita. Inscrita numa “realidade simbólica” (Bourdieu, 1989), as vidas comuns que se expõem e contribuem para a composição representacional daquele lugar e se transformam num espetáculo televisivo, com força suficientemente capaz de legitimar discursos e formar opiniões a respeito do lugar divulgado. A natureza aparentemente autêntica das narrativas é, se não persuasiva, no mínimo, sugestiva. O caráter biográfico que compõe o episódio explora a questão turística local, tendo como base as histórias de vida de colonizadores, nativos e estrangeiros e isso, além de conceder à atração uma espessura de “realidade” – afinal, não se tratam de histórias fictícias – corroboram e validam a proposta de uma Macau “visitável e consumível”.

E no episódio dedicado à Cidade do Panamá, vemos o quanto a presença de relatos e depoimentos autobiográficos são marcas significativas à composição do episódio. Não apenas enquanto parte constituinte do mesmo, mas também, e principalmente, enquanto traços que levam esse capítulo da série a uma multiplicidade diferenciada dos demais episódios. Isso porque a maioria dos brasileiros parece colocar em primeiro plano a vida que levam no Panamá e o que os lugares mostrados representam para eles. Tem-se a ideia de que o ponto de partida desse capítulo da série são os relatos dos apresentadores, e assim, a exploração do local-tema em si mesmo, parece atuar apenas como coadjuvante. O que também pode atuar como uma estratégia midiática na conquista de um público e conseqüente venda de seu

produto/serviço. Afinal, a proposta de comercializar os atrativos da Cidade do Panamá fica subentendido e, portanto, mais natural e espontâneo.

Os episódios analisados mostram um sujeito inscrito numa nova ocorrência discursiva, delineada nos âmbitos da intimidade, da singularidade e da subjetividade. Essa outra configuração, inclusive, tem contribuído para o estabelecimento de um novo modo de ser que, ao reconfigurar e resignificar práticas e expressões intervêm nos processos que fazem com que um sujeito se torne o que ele é (ou melhor, como ele diz ser). São essas subjetividades, flexíveis, que além de constituírem os vários “eus” (em essência ou em superficialidades), têm orientado nossa relação com os outros e com o mundo e, num eterno deslocamento e ordenação, vão delimitando, mas, ao mesmo tempo, ampliando um horizonte de possibilidades que, tem consolidado a gênese do momento: a proliferação da intimidade e da exposição.

Hoje, esse *universo do eu* é uma realidade na dinâmica de produção das atrações televisivas e faz parte da lógica do seu funcionamento não somente em alusão ao clima de uma época em que as “minudências imagináveis e inimagináveis” (Sibilia, 2008, p. 205) persistem obsessivamente em compor a estética midiática, como em atendimento ao interesse do público em conhecer mais o outro. A participação do aparato midiático é de suma importância nesse fenômeno da contemporaneidade em que o “eu” tem sido co-produtor, co-autor e narrador-atuante. Vimos os meios de comunicação organizando espaços para que esse universo de subjetividades se manifeste e seja modelado: vidas se estruturam via relatos e a partir do momento em que ganham visibilidade, vão alargando os limites do que é definido como público e do que é definido como privado. Sibilia (2008) considera que é a partir dessa relação mídia/configuração e significação da subjetividade contemporânea que antigas definições vão se desmanchando e novas interpretações vão sendo demandadas.

Para além de “orientações de consumo”, essas reconstruções consentem, fortalecem e reafirmam comportamentos individuais e coletivos e nos levam à leitura que temos feito da sociedade atual: uma realidade impulsionada e impulsionadora pelo exponível inflacionado (SLOTERDIJK, 2007). Hoje vemos uma verdadeira evasão da privacidade onde o anonimato é

considerado, por muitos, um sinal de inexistência e aquilo que é indevassável pouco ou nada interessa ao grande público.

Encerramos a presente pesquisa com questões [ainda] não respondidas. Não sabemos até que ponto a produção, circulação e consumo de experiências não são: (i) somente um desejo alheio, aparentemente irrefreável, de tomar conhecimento de experiências autênticas e consumir fragmentos de vidas “reais”; (ii) puro passatempo; (iii) uma estratégia midiática; (iv) um fenômeno da ordem do social e/ou (v) todas essas alternativas. Não sabemos até onde práticas de expressão se manifestam com propósitos exclusivamente vendáveis e/ou objetivando avaliar o valor das relações que se estabelecem no/para com o mundo. Entretanto, acreditamos que, em termos de subjetivação, nosso objeto nos revela que esse comportamento dos sujeitos pode ser resultado de uma atualização dos mesmos para se encaixarem nas engrenagens de funcionamento do mundo moderno – nos apropriando dos dizeres de Foucault (2004), seria o esquadramento, a desarticulação e a recomposição dos sujeitos para fazerem parte de uma maquinaria de poder. Uma espécie de atitude de pertencimento para que os mesmos possam “fazer parte da sociedade moderna”.

Essa hipótese última, aliás, é um dos motivos que nos impulsiona a seguir na busca por respostas sobre as formas de ser e estar no mundo do sujeito contemporâneo. Esse tema ainda há de ser explorado em pesquisas futuras.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACHARD, Pierre. *Papel da memória*. Tradução e introdução Horta Nunes. Campinas, SP: Pontes, 1999.

ARFUCH, Leonor. *O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea*. Tradução de Paloma Vidal. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da Criação Verbal* [1979]. Tradução de Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014.

CHAMBAT-HOUILLON, Marie-France. Os limites da reflexividade nos discursos jornalísticos na televisão. In: \_\_\_\_\_. *Televisão e Realidade*. Salvador. Editora EDUFBA, 2009.

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

El Mundo Según los Argentinos. Disponível em: <<http://telefe.com/claseturista/>> Acesso em 09/12/2015, 13h59min

El Mundo Según los Chilenos. Disponível em: <<http://www.tvn.cl/programas/claseturista/>>. Acesso em 09/12/2015, 14h02min.

Espanoles en el Mundo. Disponível em: <<http://www.rtve.es/television/espanoles-en-el-mundo/>> Acesso em 09/12/2015, 13h57min.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir: nascimento da prisão*. Tradução: Raquel Ramallete. Rio de Janeiro. Editora Vozes, 2004.

GARCIA, Rafael. *Estudo revela base química de droga do esquecimento*. In: Folha de São Paulo, 18 de jan. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ciencia/ult306u15892.shtml>> Acesso em 11 de nov. de 2015, 11h18min.

LAGE, Leandro Rodrigues. *O testemunho na TV: 'Profissão Repórter' e a encenação da encenação*. Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun. [online]. 2015, vol.38, n.2, pp. 139-158. ISSN 1980-3508.

LEAL, Bruno Souza; VALLE, Flávio Pinto. *O telejornalismo entre a paleo e a neotevê*. Salvador. Contemporânea (UFBA), 2008.

LEJEUNE, Philippe. *O pacto autobiográfico: de Rosseau à internet*; NORONHA, Jovita Maria Gerheim (org.). Tradução de Jovita Maria Gerheim Noronha e Maria Inês Coimbra Guedes. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

LIMA, Venício Artur de. *Mídia: crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. 2006. Cap. II: Revisitando as sete teses sobre mídia e política no Brasil.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: SENAC, 2000

MAINGUENEAU, Dominique. *Doze conceitos em Análise do Discurso*. Tradução Sírio Possenti e Maria Cecília Perez Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola, 2010.

MARTIN-BARBERO, Jésus. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997. Cap. III: Indústria cultural – capitalismo e legitimação.

NOVÓIA, Antônio. (2015). Carta a um jovem investigador em educação. *Revista Investigar em Educação*, 11ª Série, n. 3, p. 13-22.

O Mundo Segundo os Brasileiros. Disponível em: <<http://entretenimento.band.uol.com.br/omundosegundoosbrasileiros/o-programa.asp>>. Acesso em 19 de mai. 2015, 16h38min.

Portugueses pelo Mundo. Disponível em: <<http://www.rtp.pt/programa/tv/p26498>>. Acesso em 09/12/2015, 14h04min

RIBEIRO, Ana Paula Goulart e LERNER, Kátia. *Memória e identidade em relatos biográficos*. In: HERSCHMANN, Micael e PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (orgs). *Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contexto de alta visibilidade*. Rio de Janeiro, E-Papers, 2003.

SIBILIA, Paula. *A vida como relato na era do fast-forward e do real time: algumas reflexões sobre o fenômeno dos blogs*. In: *Em Questão*, Porto Alegre, v. 11, n. 1, p.35- 51, jan/jun 2005. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/110/68>> Acesso em 11 de nov. 2015, 13h48min

SIBILIA, Paula. *O espetáculo do eu*. *Mente e cérebro*, São Paulo: [s.n.], v.16, n.193, p. 32-35, fev. 2009.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala*. Petrópolis: Vozes, 2010.

SLOTERDIJK, Peter. *El arte se repliega en sí mismo*. Observaciones filosóficas. Valparaíso, 2007. Disponível em: <<http://www.observacionesfilosoficas.net/elarteserepliega.html>>. Acesso em 22 de abril de 2016, 15h05min.

STEINBERGER, Margarethe Born. *Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional na América Latina*. São Paulo: FAPESP, EDUC, CORTEZ, 2005.

WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.



## ANEXOS

### Transcrição: O Mundo Segundo os Brasileiros – Medellín (Colômbia)

#### (O *Narcotur* de Pablo Escobar)

23'26" – 34'06"

Eu me chamo Irlane, tenho 35 anos e moro há cinco anos na Colômbia.

Hoje eu tô aqui pra mostrar pra vocês um passeio bem interessante. O passeio que se chama *Narcotur*. É tudo que a gente pode mostrar um pouquinho de como foi a vida do maior narcotraficante do país, que se chamava Pablo Escobar.

Tenho aqui ao meu lado, um dos guias turísticos desse *tour*, que se chama Oscar.

Irlane conversa com Oscar:

Irlane: Em quanto tempo, mais ou menos, dura esse *tour* de Pablo Escobar?

Oscar: Dura, mais ou menos, quatro horas e custa, mais ou menos, 450 pesos (o equivalente a R\$495,00)

Irlane: Pablo Escobar foi praticamente dono de Medellín. Ele teve muitas propriedades. Não só aqui, mas também em todo o mundo.

Oscar: os turistas que vêm diariamente são equatorianos, peruanos, bolivianos. Agora vem muito brasileiro. E diariamente nós fazemos este *tour*.

Agora a gente chegou onde era o Edifício Mônaco. Esse edifício, o Pablo comprou quando ele começou a ser perseguido nos campos onde ele se escondia. E ele decidiu comprar um lugar na cidade onde ele e a família dele e os empregados dele, tivessem segurança. E ele simplesmente comprou todo o edifício.

Essa aqui é a entrada do edifício. Hoje, completamente abandonada. Essa imagem aqui representa ele, a esposa e Juan Pablo, o filho dele, o primogênito dele.

Pablo Escobar só teve dois filhos que foi a Manoela e o Juan Pablo, que hoje em dia vivem na Argentina, com outros nomes.

Vocês vão ver aqui que o teto, todos eles estão assim, depredados. Porque simplesmente ele mandava construir uma espécie de canaleta e colocava milhões de dólares. Uma vez que ele teve fugindo da polícia, em um dos *escondites* deles, era uma espécie de uma bodega subterrânea, a filha dele começou a sofrer com problemas de hipotermia. Ele simplesmente pegou dois milhões de dólares e pôs fogo nesse dinheiro para aquecer a filha que *tava* com problemas.

Agora a gente vai subir aqui, pra conhecer a suíte principal. Esse aqui era o quarto dele, principal. Esse aqui era um dos banheiros e os vasos sanitários e as pias eram de mármore e de ouro. Esse aqui era uma espécie de cofre. Uma *bóveda* pequena (risos).

É, tá escuro. Tem três por vinte. Isso aqui era entupido de dinheiro até o teto. Aqui talvez (*hum*, tá fechado). Aqui talvez ele fazia canaletas, onde ele escondia dinheiro. Ele abria a porta pra filha dele e a filha dele perguntava: “Pai, quanto que é tudo isso?” E ele simplesmente dizia: “É o valor dos seus olhos”.

Aqui nessa janela (mais ou menos nesse local aqui), ficava o berço da filha dele, a Manoela. Com a explosão, os vidros foram em cima do berço dela, causando essa pequena dificuldade de audição que ela teve e que deixou o Pablo realmente muito, muito, muito chateado com o pessoal de Cali. Quer dizer, o cara era super vingativo, então, a partir daí ele começou a perseguir também todos os familiares. O Pablo era o tipo de pessoa que quando ia se vingar de alguém, dizia: “Vou matar você, a sua geração, sua futura geração e mato até a sua avó. E se ela já estiver morta, eu vou desenterrar ela e matar ela de novo”.

Durante alguns anos, isso aqui foi habitado por dependentes químicos. Hoje em dia, tentaram repassar para o Exército, para a *Fiscalia*, para a Polícia, só que ninguém quer aceitar (mesmo porque esse edifício tem uma dívida de, mais ou menos, dezoito milhões de reais, que eles não têm capacidade de assumir isso).

É frio e é estranho o que você sente aqui. É um lugar onde aconteceram muitas coisas bárbaras. Aqui é a garagem, onde estão guardados uns carros que ele mais utilizou. Ele morou aqui dois anos. Ele praticamente tinha um quartel aqui, à disposição dele. Tinham mais de cinco mil homens fazendo a proteção dele e

da família dele. Aqui era o lugar onde o Pablo, simplesmente, torturava. Acústica zero. Ele mandou fazer uma construção perfeita. Aqui ele cortava os inimigos dele com serra elétrica, moto-serra, ele queimava, ou seja, uma tortura abominável. *Foi* mais ou menos duzentas a trezentas pessoas que ele torturou aqui em apenas dois anos.

E saiu daqui, óbvio, porque o quartel de Cali colocou um carro cheio de bomba aqui na frente do prédio.

O cartel de Cali era o principal inimigo do Pablo Escobar. Apesar de o Pablo ter dominado 80% da venda de cocaína no mundo inteiro, Cali ainda era, tipo, um calo no pé do Pablo Escobar.

Essa aqui era a entrada principal da *Pent House* do Pablo Escobar. Essa aqui, no caso, seria a *jacuzzi* particular dele. Ali na esquina, onde você vê aquela palmeira seca, é onde o cartel de Cali colocou o carro. Pra vocês terem ideia da magnitude da quantidade de bomba, ela conseguiu explodir todo, todo edifício. Esses vidros todos eram blindados. Mas foi tão potente (foi mais ou menos 100 kg de dinamite) que os poucos que resistiram, a polícia de Medellín, sabendo que o custo de um vidro blindado é muito caro, eles vieram, retiraram e simplesmente colocaram uns mais sensíveis, uma espécie de *Blindex* aqui.

E agora a gente tá aqui, no cemitério Montesacro. É o cemitério onde foi enterrado Pablo Escobar e toda a família dele. O túmulo dele é o terceiro mais visitado do mundo, depois de Elvis Presley e Jim Morrison. A primeira pessoa que foi enterrada aqui foi o irmão dele, Luiz Fernando Escobar Gaviria, que morreu em 1977, depois que o Pablo deu pra ele um presente de aniversário, um carro de corrida (e como ele não sabia controlar a velocidade muito bem, ele sofreu um acidente e morreu aos dezoito anos).

Pablo Escobar morreu no ano de 1993, um dia depois do aniversário dele. No dia da morte do Pablo Escobar, apesar dele ser um sanguinário, assassino, impiedoso, esse cemitério ficou lotado. Vieram para o enterro dele mais ou menos umas duzentas mil pessoas. Quilômetros e quilômetros de carro vieram para homenagear. Em nenhum momento foi para dizer “Graças a Deus!”. Hoje em dia, assim, já tiveram pessoas que foram filmadas aqui pisando o túmulo dele, dizendo principalmente: “Aqui é que você deveria estar.”

Depois que eu comecei, que eu vim fazer esse passeio a primeira vez, que foi por uma casualidade, eu comecei a me interessar, eu comecei a ler. Porque até

então, o Pablo era visto pra mim como um assassino. Uma pessoa que sujou a imagem da Colômbia: antes do Pablo, a Colômbia era vista como a terra do café. Depois do Pablo, como o país mais sangrento, inseguro.

Irlane conversa com um colombiano:

Irlane: Olá! Como se chama?

Colombiano: Andreas.

Irlane: Você pode explicar mais ou menos o que você acabou de fazer?

Colombiano: Olhando para a lápide, porque ele não se dava mal com os pobres. Foi uma boa pessoa. Lidava bem com quem deveria lidar.

Irlane: Ele fez muito pelas pessoas mais humildes aqui em Medellín. E o que você sente? Carinho, orgulho?

Colombiano: Afeto e carinho.

Como o Pablo era uma pessoa que se relacionava muito com as pessoas da periferia, as pessoas mais pobres, as pessoas realmente têm esse respeito. Pra elas ele é um ídolo, um ícone, ele é uma lenda.

O local em que a gente tá nesse momento, é o bairro que o Pablo construiu com o próprio dinheiro. Ele simplesmente pôs eletricidade, água potável, tudo o que vocês estão vendo aqui. Ele fez com dinheiro do bolso dele, claro, do narcotráfico. Isso aqui antigamente era praticamente um chiqueiro, horrível, um esgoto. E as pessoas viviam realmente num estado de calamidade. As pessoas que atualmente vivem aqui são sinceramente muito agradecidas. Para elas, o Pablo é um ídolo, é um herói, é uma lenda. E qualquer opinião negativa a respeito dele nesse lugar, é realmente buscar confusão.

Foi através da construção desse bairro que o Pablo conseguiu se eleger deputado estadual. Foi onde ele teve, assim, alçada maior para a vida política. E apesar de ser um bairro simples, um bairro pobre, não tem aquela insegurança de você estar num lugar como esse. Inclusive o que se lê naquele muro é “Aqui se respira paz”.

## Transcrição: O Mundo Segundo os Brasileiros – Macau (China)

Essa aqui é a Macau *Tower*, a torre mais alta do mundo para *bungee jump*.  
Acredite ou não, eu tô saltando daqui hoje.

Meu nome é Carolina...

Gente que medo, que medo, que medo

A igreja de São Francisco Xavier. Eu quero mostrar pra vocês o menino Jesus chinês.

Meu nome é Carla...

Nós temos aqui a imagem de uma Nossa Senhora chinesa, como a nossa. Só que ela é chinesa, com o menino Jesus chinês.

E agora nós estamos chegando na zona de queima de panchões. Segundo a lenda, existe um monstro que se chama *Nian* e o monstro tem medo do barulho porque tem os ouvidos muito sensíveis.

Meu nome é Jane...

Agora eu vou acender nosso panchão. Ok. Aiiiiiii, meu panchão.

*Tamo* chegando agora aqui no Largo do Pagode da Barra. De um lado fica o porto, a parte por onde os colonizadores desceram, e aqui do outro lado nós temos o templo da deusa *A-Má*, que é padroeira da cidade.

Meu nome é Lucio...

Agora eu vou comprar um incenso. Quero oferecer para os meus antepassados.

Agora a gente tá dentro do cassino *Venetian*, o maior cassino do mundo. A estrutura dele é toda baseada em Veneza.

Meu nome é Nauê...

Diz que Macau é a cidade dos sonhos. Onde os sonhos se realizam.

A gente tá aqui no parque dos pandas. Uma área bem verde. Vamos ver os pandas agora.

Eu sou a Natasha...

Os pandas aqui estão tipo numa estufa. Numa área natural para eles se adaptarem aqui.

Tô chegando aqui no *City of Dreams*, que é um dos cassinos aqui de Macau pra assistir o *The House of Dancing Water*. Pra mim, é o melhor show daqui de Macau.

Meu nome é Maurício...

#### PROPAGANDA DECOLAR

Maurício: O farol da Guia tem esse nome por causa da capela de Nossa Senhora da Guia. No tempo em que ele estava em funcionamento, ele servia muito para observar a chegada dos navios e a aproximação de tufões.

Meu nome é Mauricio e eu moro aqui em Macau há cinco anos (em legenda lemos “Maurício tem 28 anos e é artista de circo”)

Tufões aqui é muito normal. Tem uma época do ano aqui que forma um vento muito forte de 200 km/h e vem com muita chuva. Tanto que dia de tufão, eles fecham estabelecimentos, lojas, não saem de casa. E o tufão ele tem sinal, tipo nível: de um a oito e o máximo que eu já vi aqui em Macau é oito. Uma vez eu presenciei um na rua, no nível quatro. Eu tava com o guarda chuva na mão. O vento foi tão forte que eu acabei ficando só com o cabo do guarda chuva na mão.

Aqui eu acredito que seja o lugar onde o pessoal ficava para observar a chegada dos navios e tufões porque tem uma visão geral da cidade. Se você olhar das três janelinhas aqui, tem uma visão bem boa de toda a Macau. Aquele prédio grande e alto lá, que parece uma coroa é o *Gran Lisboa*. É um cassino-resort. Aquela torre lá no fundo é a torre de Macau. É um dos pontos turísticos mais fortes daqui de Macau. Ela tem cinema, restaurantes, lojas e no topo dela tem o restaurante giratório.

Agora, a gente vai pegar o ônibus pra ir lá pra minha casa. O interessante daqui do ônibus é que não tem cobrador. Você passa a carteirinha na maquininha ou põe a moeda (em legenda lemos “o ônibus custa 4,00 patacas, equivalente a R\$1,20”) e como não tem cobrador, se você colocar a mais, ela não devolve. Daí você perde o dinheiro.

Esses são os prédios do condomínio que eu moro. Chama *Nova City*. A região aqui chama Nova Taipa. Nova Taipa porque é a região mais nova daqui de

Macau. Foi construída há pouco tempo. Antigamente, aqui era tudo alagado. Foi tudo aterrado aqui.

Uma coisa que é muito caro são os alugueis. Eu vim morar aqui nesse condomínio faz quatro anos. Eu entrei pagando 6,000 patacas. Agora ele tá custando 13,500 (em legenda lemos “o equivalente a R\$4.500,00”). Mas é um lugar bom de morar. Tem uma infraestrutura boa.

Aqui tem uma creche que é do condomínio. O pessoal que mora nesse condomínio, geralmente deixa as crianças aqui durante o dia. Aqui é a torre onde eu moro. É a torre quatro, da *Nova City* e o legal aqui é que se você não colocar o *password* aqui, o porteiro ali não abre a porta. Você coloca sua senha, daí a porta abre e você pode entrar. Eu moro com uma pessoa aqui, um amigo meu. Eu divido apartamento com ele. Olha, eu tenho dois gatos, em casa aqui. Esse aqui o amarelo eu ganhei ele *duma* brasileira que morava aqui, que voltou pro Brasil e deixou ele comigo. E aqui, vendo da janela, tem uma construção enorme aqui do lado. Faz uns três meses que começou. Aqui eles levantam um prédio de um mês pro outro. Você olha assim: olha esse prédio não tava ali antes. Agora tá.

Agora eu tô chegando aqui no *City of Dreams*, que é um dos cassinos aqui de Macau pra assistir o *The House of Dancing Water*. Pra mim, é o melhor *show* daqui de Macau e tem tudo que o chinês gosta: tem luta, tem drama, imagens 3D, tem *show* de moto. Eu acredito que eles chegam a faturar um milhão de dólares por semana. Aqui é um dos personagens do *show*. É o principal. Você acha que eu tô parecido com ele? (risos)

O *The House of Dancing Water* é produzido pelo Grupo *Dragone*. Ele já trabalhou no *Cirque du Soleil*. Ele é um dos melhores produtores artísticos que tem e ele tá aqui desde 2010 com esse *show*.

Agora eu tô chegando aqui pra assistir o *show* (em legenda lemos “o ingresso custa 800,00 patacas, o equivalente a R\$ 240,00”). Olha a platéia, completamente lotada. Tô muito ansioso pra começar a ver o *show*.

Nauê: A gente tá em *Old Taipa*, que é a parte antiga de Macau. Que também se fala Vila da Taipa. Como se pode ver tem muitas flores, você pode escutar os passarinhos cantando aqui, eu adoro tá aqui. Eu sinto uma paz. A gente não

sente que tá na China porque tem toda uma arquitetura diferente, toda uma arquitetura portuguesa.

Meu nome é Nauê e eu moro em Macau há seis anos (em legenda lemos “Nauê tem 32 anos e é bailarina”).

Esse é o lugar mais antigo de Macau, por onde chegaram os portugueses primeiro. Antigamente isso era água. Então os comerciantes chegaram nesse lugar. Aqui tinham as casas dos comerciantes portugueses e chineses (que hoje em dia, essas casas são os museus). Outra coisa que eu gosto também é que é muito organizado. Os chineses são muito organizados. É tudo muito limpo, muito lindo. Você vê que interessante também, é que nesse lugar é proibido fumar. E pra quem fumar, tem uma multa de 600,00 patacas que é uns R\$180,00 mais ou menos. Aqui, o jardim de flores que é um lugar super bonito. Como você pode ver tem muitas flores coloridas. Taipa é um lugar mais arborizado. Têm mais árvores, mais flores. Porque é muito concreto, né? Macau tem muitos prédios e cassinos. E aqui é completamente oposto, né? Aqui tem uma paz, é tranquilo, você escuta os passarinhos cantando. Olha que bonito isso. Olha.

Essa aqui é a Rua da Praia. Rua onde acontece a festa da lusofonia todos os anos. Nessa rua aqui, ficam todas as barraquinhas de todos os países que falam língua portuguesa, falando das suas tradições, suas culturas, suas comidas. Tem a barraca brasileira pra mostrar a caipirinha, que é uma coisa que todos adoram aqui. Desse lado de cá, fica o *show*. A gente dança. Eu faço *show* aqui também. Eu danço samba e, apesar de não ser do Brasil, eu danço a dança do ventre que eles gostam bastante aqui. Aqui você pode ver também todos os hotéis e cassinos de Taipa. Aqui tem o *City of Dreams*, tem o *Crowne* e aqui na frente tem o *Venetian*, que é o maior cassino do mundo. E é pra lá que a gente vai agora.

Uma coisa interessante aqui em Macau, é que o governo de Macau, ele incentiva os artistas. Ele deu trinta e oito cavalos para serem pintados pelos artistas de Macau. Aqui como tu pode ver, é um dos cavalos. Como esse ano é o ano do cavalo, do horóscopo chinês, do ano chinês do cavalo. Depois desses trinta e oito, será escolhido um cavalo só, que vai ser o premiado. E em doze anos desse projeto, vai ser escolhida uma estátua pra ser o monumento de Macau. Então eu acho bem interessante. Esse cavalo aqui, inclusive, é de uma



brasileira, amiga minha, a Cíntia. Tem esse efeito de moedas, tem a cor amarela que dá sorte (que é dinheiro pros chineses) e o vermelho. Tá super bonito. E aqui é onde acontece o *show* em 3D, que de trinta em trinta minutos, das seis às dez, todos os dias, tem um *show* em 3D. Daqui a pouco já vai começar.

Agora a gente tá dentro do cassino *Venetian*, que é o maior cassino do mundo, que equivale a mais ou menos um milhão de metros quadrados (el legenda lemos “o equivalente a trezentos e cinquenta campos de futebol”). A estrutura dele é toda baseada em Veneza, que é cidade da Itália, você pode ver as paredes todas pintadas, é algo que realmente impressiona. E além do mais, ele é o quinto cassino mais luxuoso do mundo. Essa é a área de jogo: são mais de três mil máquinas e oitocentas mesas de jogos.

Aqui se encontram várias marcas bem luxuosas: *Bvlgari* tem aqui do lado, tem a *Tiffany* ali na frente, *Prada*, *Dior*, *Omega*. Então todas as lojas luxuosas, você encontra aqui no cassino *Venetian*. É muito bom pra comprar aqui em Macau porque não tem imposto, né? Como um *Duty Free*. Então é muito mais barato as compras aqui do que comprar no Brasil, por exemplo.

Ali são as imagens deles construindo o céu aqui dentro, construindo o *Venetian*, construindo as suítes, os quartos, os hotéis.

Nauê conversa com o homem da gôndola:

Nauê: Você vai cantar pra nós?

Homem da gôndola: *Vou*.

Nauê: É? Você está pronto? Dê um olá pro Brasil.

Homem da gôndola: Oi, Brasil!

Agora a gente vai fazer o passeio de gôndola aqui dentro do *Venetian*.

Então, é como se estivesse em Veneza. Mas a gente não tá.

Agora a gente tá dando uma volta na gôndola, como se estivesse em Veneza, é uma coisa bem bonita. Pode ver que aqui nas águas tem um monte de moedinhas que as pessoas jogam para pedir a sorte. Diz que Macau é a cidade dos sonhos. É onde os sonhos se realizam. É bem bacana tu dá uma volta na China, de gôndola, é bem diferente, assim, diferente.

Outro turista diz: Oi Brasil!

Homem passa de gôndola e diz para Nauê: Ele é um cantor muito bom!  
(referindo-se ao homem que está levando a gôndola em que Nauê está)

Nauê: Cantor? Ele ainda não cantou...

Homem da gôndola: Vou cantar quando chegar a hora

Nauê: Nossa, que surpresa (risos)

Homem da gôndola: Você vai ver.

Nessa parte aqui, a gente tem a vista sobre a cidade de Macau. É o lugar onde se tira fotografias. É um ponto de referência de Macau.

Nós estamos no topo de Coloane, nesse templo maravilhoso. Eu gosto muito de vir aqui porque quando a gente entra, já sente aquela energia diferente.

Meu nome é Carla e eu moro em Macau há treze anos (em legenda lemos “Carla tem 56 anos e é promotora de eventos”)

O que chama mais a atenção é essa coluna, todinha entalhada de pedra sabão. Super interessante, porque aqui você vê mesmo a paciência chinesa, nos detalhes, como eles fazem isso num bloco só, de pedra sabão. As pinturas também são super convidativas pra gente viajar no tempo. Os personagens que contam tantas histórias. Isso aqui é um papelzinho de pó de ouro que eles colocam pra dar esse dourado. O teto, ele não leva pregos. Ele é feito todo encaixado porque dizem que se vem um terremoto, ele balança, ele balança, mas não cai.

Agora, aqui é a entrada do templo. Vamos lá. Sempre tem um peixe (que é sinônimo de fartura) e a água é aquela coisa que renova. Você sempre vai ver um templo no meio de água, sempre vai ver um peixinho.

Ali no meio tem o símbolo da tartaruga. A tartaruga é símbolo de longevidade. E eles têm mania de vir aqui e jogar uma moedinha em cima daquela tartaruga, porque eles acham que isso vai dar sorte, vai dar longa vida. É o maior templo de Macau é esse aqui. E serve também de escola pra monges. Eles vêm aqui pra meditar. Isso traz uma paz até pra nós.

Minha chegada em Macau foi há treze anos, por causa de trabalho. E aqui fiquei. Cheguei, me apaixonei, gostei. Vim de uma cidade grande, que é São Paulo. São Paulo, aquele trânsito, aquela loucura. E aqui eu encontrei uma cidade que não me dá estresse porque ela é pequenininha. Eu nunca me imaginei morando numa cidade pequena. Não sabia nada de Macau, não sabia

que tipo de casa eu ia morar. Eu achei que eu ia chegar aqui e usar chapeuzinho chinês, morar em casa de chão de terra (risos) e foi aquela surpresa. Eu não penso em voltar para o Brasil hoje, pra morar.

Aqui, são réplicas de outros templos da China. Esse foi feito, metade pelo governo e metade pelas famílias ricas. As famílias compram um pedacinho pra deixar aqui no templo (como a gente vê nas novelas). Eles têm isso aqui, pra família ser protegida.

Nós estamos chegando agora no topo da colina, na estátua da deusa *A-Má*, ponto turístico bem famoso aqui em Macau, porque ela fica no ponto mais alto e à noite ela é iluminada. Você pode enxergar a deusa a quilômetros. Ela é toda de jade branco (*tô ofegante* porque essa subida aqui é íngreme. Não é fácil chegar até aqui). Vale a pena vir à deusa, porque é o ponto mais alto de Macau e você tem uma visão das partes de Macau, mais Taipa, *né?*

Obrigada deusa, por não estar nublado!

O interessante é que a história dessa deusa *tá* escrita aqui em português, em chinês e em inglês. Tudo na pedra.

Antigamente, na colonização dos portugueses, a língua oficial era o português e o chinês. Hoje continua o português e o chinês, até 2049. Mas a comunicação de todos é feita através do inglês.

A fronteira com a China, Macau/China, se dá pelas portas do cerco. A China é ali, do outro lado da ponte. Ali pra você passar, tem que fazer a imigração. Macau foi devolvida à China em 1999, mas existe os cinquenta anos dessa passagem. Então, durante cinquenta anos, Macau fica sendo uma região central administrativa. A bandeira hoje é da China e de Macau. Antigamente era de Portugal. Quem nascia em Macau antigamente, era considerado também português. O passaporte era português, o hino era português. Com essa devolução, Macau passou a ter a bandeira de Macau e a bandeira da China. Então, quando hasteiam a bandeira, hasteiam juntas. Como Hong Kong. É uma outra região administrativa especial.

A igreja de São Francisco Xavier, foi de um missionário que veio de Portugal pra Ásia. Primeiro foi às Índias, depois foi ao Japão. E do Japão, ele veio pra cá. Essa igreja é muito curiosa, porque ela tem influência chinesa. Eu quero mostrar pra vocês o menino Jesus chinês. O olho dele é amendoado e a pele,

amarela. Essa é a imagem de São Francisco Xavier. Ele ficou sendo como um padroeiro, vamos dizer assim, *né?*

Os chineses, macaenses, portugueses, são devotos de Francisco Xavier. Isso por ele ter ficado por aqui entre os anos de 1560/1570, mais ou menos. Como toda igreja católica tem sempre a imagem de Nossa Senhora com o Menino Jesus, nós temos aqui a imagem de uma Nossa Senhora chinesa, que representa a Nossa Senhora como a nossa, só que ela é chinesa, com o menino Jesus chinês.

Chegamos aqui na praça da vila dos pescadores e eu não posso deixar de entrar e mostrar pra vocês os pasteis de nata, super famosos de um inglês que veio parar em Macau por um emprego e acabou se apaixonando por Portugal, pelos pasteis de Belém, aqueles famosos. Abriu o dele, e isso aqui virou um sucesso.

Carla pede pasteis à balconista:

Carla: Seis, por favor. Obrigada. (em legenda lemos “Os pasteis custam 8,00 patacas, o equivalente a R\$2,40)

Essa lojinha é muito pequena e eles não têm lugar pra comer. E a gente não aguenta. Então, aqui na frente, nesses banquinhos, a gente se delicia. Muito bom! Depois desse pastel gostoso aqui, eu tenho que voltar pra casa porque hoje à noite eu tenho parada do Ano Novo Chinês.

Esse é o meu primeiro ano de participação na parada. Eu acho que daqui pra frente, sem essa parada Macau não vai ficar. O tema é aleatório. O mais importante são as bailarinas (que é o forte de Macau porque eles adoram ver as meninas vestidas com roupas de carnaval). Pra completarmos, nós nos vestimos com o que a gente tem. Essa roupa é de um amigo meu, gaúcho. Essas meninas, bonitas, loiras, de olhos azuis, são russas. E elas participam porque as brasileiras estão nos cassinos dançando. Então nós convidamos as russas que já sabem sambar e fica essa miscelânea bonita. Depois dessa música aí, é a nossa participação. Aqui é o ponto central, então, dos dois lados da rua, você pode ver que *tá* cheio de gente. Aí é uma emoção, uma emoção. Aiii.

Tamo chegando agora aqui no Largo do Pagode da Barra. De um lado fica o porto, a parte por onde os colonizadores desceram e aqui do outro lado nós temos o templo da deusa *A-Má*, que é padroeira da cidade, uma das figuras mais reverenciadas daqui de Macau. Tem um pouco de sincretismo, de misticismo, um pouco de tudo aqui.

Meu nome é Lucio e eu moro em Macau há sete anos (em legenda lemos “Lucio tem 43 anos e é chef”).

Quando se chega no templo da deusa *A-Má*, o normal é que se passe a mão na cabeça dos leões, porque traz bons fluidos, boa sorte e também um pouco de proteção. E na verdade esse tipo de templo *tá* dedicado aos mortos, então a vida e a morte estão muito próximos, *né?* E isso é muito interessante na Ásia. O cheiro de incenso é muito forte e próximo da mudança de ano, começa o novo calendário. É o ano do cavalo. Então é um ano de mudanças, porque o cavalo traz muitas mudanças. Se cultua os mortos durante uma vida inteira. Então esse formato de pirâmide é pra que a fumaça chegue aos mortos da maneira como eles gostariam que chegasse, *né?* Agora eu vou comprar um incenso, porque eu quero oferecer pros meus antepassados.

Lucio conversa com a vendedora de incensos:

Lucio: Com licença, quero um.

Vendedora: Vinte (em referência ao preço do incenso)

Custa vinte patacas e todo esse misticismo chinês é uma maneira respeitosa de lembrar das pessoas que fizeram a diferença no passado deles.

Aqui nesse templo tem uma deusa. A deusa *A-Má* era filha de um pescador e nasceu em 09/09. Todo o histórico da deusa *A-Má tá* relacionada ao número nove. Eles acreditam muito nessa questão de numerologia. Inclusive a estátua que tem em Coloane tem 19m99cm. O mais interessante desse templo é que ele foi entalhado numa montanha. Então tudo que *tá* escrito nessas pedras, são mensagens desejando às pessoas que visitam esse templo, mais prosperidade, mais saúde, mais elevação espiritual. E normalmente quando se entra num templo pela primeira vez, você tem a chance de fazer um desejo. Eu já fiz o meu (risos): Ficar aqui em Macau por muito tempo.

Essa caravela vem do período colonial. Ela foi entalhada nessa rocha, *né?* É uma das imagens mais conhecidas aqui em Macau porque tem muitos anos, *né?*

Finalmente a gente conseguiu chegar no topo da montanha e essa é a imagem mais tradicional da deusa *A-Má*. E esse sincretismo faz com que as pessoas possam oferecer as coisas mais estranhas. Por exemplo, eles oferecem réplica de pequim laqueado, costelinha de porco. Ali, chá, como se a pessoa estivesse em vida.

Essa região aqui é a região do Largo do Lilau. Aqui se deu o primeiro assentamento português daqui de Macau e existe uma ponte aqui que é muito conhecida. Diz a lenda que quem bebe dessa fonte vai retornar sempre a Macau. Eu nunca bebi dessa fonte, mas eu gostaria de ficar muito tempo por aqui. Eu vou até a ponte.

Aqui no Largo do Lilau, toda a arquitetura é portuguesa, *né?* A partir de 2033, a língua portuguesa não será mais a língua oficial, *né?* Os mais idosos aqui de Macau, ainda falam português.

Uma das coisas mais populares de se comer aqui em Macau é comer o *Chulapao*, uma chuleta empanada dentro de um pão.

Lucio conversa com vendedora da loja:

Lucio: Fala português? Você gosta de *Chulapao*?

Vendedora: Gosto

Lucio: É com coco?

Vendedora: Sim

Lucio: Quanto custa esse?

Vendedora: 6,00 patacas (em legenda lemos “o equivalente a R\$1,80”). Esse é ovo.

Lucio: Gema do ovo com açúcar

Vendedora: Esse é bom. Esse é muito bom!

Lucio: Quanto custa esse?

Vendedora: 11 patacas (em legenda lemos “o equivalente a R\$ 3,30”)

Lucio: Algumas pessoas têm vergonha de falar português. Mas essa senhora é uma simpatia. Muito obrigado! Muito obrigado!

A gente tá indo agora pro *Venetion*. *Venetion* é um dos maiores cassinos daqui de Macau e é o lugar onde eu trabalho. Já faz sete anos que eu trabalho nessa churrascaria e pra mim, é motivo de muita alegria porque eu gosto disso, ainda mais que eu consigo fazer a culinária do meu país e, de certa forma, mostrar o quanto é original nosso churrasco, né? Essa é a minha vida aqui em Macau. Valeu mesmo. Eu preciso ir. *Tchau*, Brasil!

A gente tá aqui no parque dos pandas. Uma área bem verde. Vamos ver os pandas agora.

Eu sou a Natasha e tô aqui em Macau faz doze anos (em legenda lemos “Natasha tem 29 anos e é professora”)

Os turistas que vêm pra cá e não sabem, acham que Macau é só cassino, cassino, jogo, jogo, aquela loucura. E Colônia não. Tem essa área aqui bem tranquila, muita área verde. O parque aqui dos pandas também é um mini-zoológico. Tem também umas aves. Por acaso aqui a gente achou uma arara, olha só! E também ali em cima tem uma cacatua. Eu também nunca imaginei que fosse encontrar aqui na China uma cacatua.

Os chineses, eles gostam de animais. O animal que eles mais gostam é o cachorro. Engraçado que no Brasil, a primeira pergunta que fazem é: “Você já comeu cachorro na China?” Aí eu costumo dizer que se eu comi, eu gostei. Porque eles podem dizer que é uma carne e é outra. Eles dizem que cachorro só come em algumas regiões da China e é uma carne como outra qualquer. São cachorros, na verdade, tratados pra isso, né? Não é que se come qualquer um.

A gente finalmente chegou aqui no pavilhão dos pandas. Aqui a gente tem as escritas em três línguas: o chinês, o português e o inglês. Os pandas aqui eles estão numa, tipo, estufa pra manter a temperatura ideal pra eles, o *habitat* mais natural pra eles habitarem aqui.

A gente encontrou um panda. Ele tá acordado (ainda bem!) e ele veio da China porque o presidente da China deu pra Macau quando Macau comemorou dez anos que tinha retornado pra China. Aqui virou um ponto turístico porque os pandas representam a China.

Natasha fala com macaenses que visitam o parque:

Macaenses: Olá Brasil!

Natasha: Tudo bem?

Macaenses: Tudo!

Vocês vão ver aqui no meu carro que Macau é mão inglesa. É muito engraçado. Eu cheguei e levei um susto. Vamos embora. Vamos embora.

Quando eu cheguei aqui em Macau, a adaptação foi terrível porque a mão inglesa é totalmente diferente da nossa. Agora é o processo inverso: porque quando eu vou pro Brasil, eu tenho medo de entrar na contra mão lá, agora.

Macau tem três pontes e essa é a terceira por onde podem passar os carros particulares. Na do meio, só podem ir ônibus e táxi. Porque tem essas três pontes? Porque Macau é uma península e depois tem mais duas ilhas que faz parte de Macau. São como bairros. Aí essas três pontes ligam à primeira ilha: Taipa e depois tem Coloane. É uma ilha menor que tem mais área verde. Eles estão tentando manter mais área verde lá, tem as praias...

Macau *tá* cheio de turistas, cheio de chinês da China continental porque eles estão comemorando o Ano Novo chinês. É uma festa de família e é mais longo que na China continental.

Aqui é o estádio de Macau. Hoje *tá* meio vazio por causa do Ano Novo chinês. É onde tem os eventos de futebol, que *tá* crescendo bastante. Eu vim pra cá porque meu pai arranhou trabalho aqui e ele queria que a família viesse junto. Eu tinha dezessete anos e eu tinha que fazer o último ano da escola. Por ser colônia portuguesa, eu estudei em escola portuguesa (o que me ajudou bastante na adaptação)

A gente *tá* aqui agora na praça principal de Macau. É um marco, assim, de Macau, cartão postal, muito famoso pela arquitetura portuguesa. Tudo aqui é arquitetura portuguesa, assim como a calçada. O prédio aqui em frente da praça foi dado o nome de *Leo Senado* porque o português achava que o povo de Macau era muito leal e virou o nome da praça também. Toda essa praça aqui chama Leal Senado. Eu vou levar vocês lá pra Catedral da Sé, que é a igreja mais antiga de Macau. *Vamo* lá!

A gente conseguiu pegar uma missa. Isso também que Portugal deixou pra Macau: o Catolicismo aqui. Eles são muito católicos. *Vamo* dá uma entradinha aí pra ver a missa. *Tá* cheio de chinês. Olha aí como eles mantêm a religião



católica. Como eu sou católica, eu não imaginava que na China eu ia poder manter a minha religião e isso me deixa muito feliz.

Como Portugal ainda mantém aqui a tradição, dá pra ver a placa. É bem portuguesa ainda e os órgãos do governo exigem que ainda esteja escrito em chinês e em português. É fácil do brasileiro vir pra cá porque o português já ajuda, né? Só na rua, no dia a dia que você não pode conversar com nenhuma pessoa em português, porque você não vai conseguir.

As construções em Macau são todas feitas de bambu. Olha só como o bambu é amarrado. Isso aqui acho que é um plástico. Como que aguenta? Nem sei se eu tenho coragem de subir. Essa coragem do chinês das obras aí viu...

Toda lojinha aqui tem esses altazinhos para eles acenderem um incenso pra fazerem a reza, pra trazerem os bons fluidos. Chinês é muito supersticioso. Demais.

Essa lojinha aqui no centro de Macau é a única que a gente consegue achar granulado pra fazer brigadeiro quando tá morrendo de saudades do Brasil.

Vamos ver se ela tem. Vou perguntar pra ela.

Natasha conversa com a vendedora da loja de granulados:

Natasha: Oi. Você tem chocolate granulado?

Vendedora: Chocolate granulado...

Natasha: Yes.

Tô comprando 300gr de granulado (em legenda lemos “chocolate granulado custa 14,00 patacas, o equivalente a R\$4,20”). Aqui também eles fazem os números, tudo com as mãos. Vou tentar mostrar pra vocês.

Natasha conversa com senhor chinês:

Natasha: Você pode me ajudar? Um, dois, três...

Chinês: Quatro, cinco, seis, sete... oito, nove, dez.

Natasha: Obrigada!

Aqui eu tô com o meu granulado. Já posso fazer meu brigadeiro.

Estamos aqui nas Ruínas de São Paulo, que era uma igreja que pertencia ao colégio São Paulo. Essa igreja ela foi construída em 1602 e em 1835 teve um grande incêndio que destruiu por completo. E então só mantiveram a fachada.

Meu nome é Jane e moro em Macau há 28 anos (em legenda lemos “Jane tem 49 anos e é bancária”).

Aqui atrás das Ruínas de São Paulo, foi construído um templo que, segundo a lenda, existia um dragão do mar e existia um menino que tinha poderes sobrenaturais e foi dedicado a ele como proteção a esse dragão. Aqui as pessoas (no Ano Novo chinês) vem rezar para os seus antepassados, colocando incensos, como em homenagem aos espíritos. Eu acabei de comprar esses incensos e eu paguei 10,00 patacas. Eu coloquei três, porque a tradição é colocar três incensos. Mas teve um colega aqui que colocou um monte. Ele deve ter muito santo pra homenagear.

Eu respeito todas as religiões. Eu acho que a budista é uma religião muito interessante. Como a gente vai acender uma vela na igreja, eles vêm acender um incenso.

A gente vai entrar aqui num local, onde eles estão se preparando pra uma apresentação que vai ter (que é uma ópera chinesa) lá em cima no monte. Vocês podem ver que é uma maquiagem muito linda e é uma roupa típica da ópera chinesa.

Jane conversa com a artista da ópera:

Jane: Nós vamos lá ver vocês. *Vamo, vamo, vamo...*

Artista: Sim, senhora

Aqui é a parte mais alta da fortaleza do monte, onde estão ainda os canhões que foram usados na guerra, em 1535, contra a invasão dos holandeses. Dessa parte aqui é um lugar onde se tiram muitas fotografias e é um ponto de referência de Macau. Lá atrás das ruínas, você vê o rio das Pérolas e do lado já é Zhuhai, que é a China.

E aqui tem um caminho de pedras. Pra caminhar aqui, faz parte dos exercícios chineses: eles tiram o sapato e fazem o caminho aqui nessas pedras porque é muito bom pra circulação sanguínea. Gente; dói muito, eu vou sair. Nossa, dói muito. Dói muito.

Agora, a gente vai ter aqui uma apresentação da dança do dragão. Um dos animais mais importantes do zodíaco chinês. Então agora, ele *tá* matando a cobra. Tá acabando o ano da serpente e vai começar o ano do cavalo.

Descendo aqui agora a calçada de São Paulo, tem uma pastelaria típica e eles vendem carnes de porco assadas no mel.

Jane conversa com a atendente:

Jane: Posso provar?

Eu particularmente não gosto muito. Gente isso aqui é muito ruim (risos).  
*Vamo?*

Agora aqui nós vamos entrar na Rua dos Tintins, onde têm muitas antiguidades, quinquilharias. Chama-se Tintin, porque eram homens que andavam na rua antigamente vendendo coisas antigas e tinham um sino que fazia “ding” “ding” “ding” “ding” e por isso aqui chama Tintin, o vendedor de rua. Aqui também a gente pode ver o jogo de *Mahjong*, que é um jogo típico de pedras chinesas, que o pessoal joga muito e joga valendo dinheiro. É o jogo mais tradicional em famílias e entre amigos e famílias chinesas.

Eu quero apresentar aqui meu marido. Esse aqui foi o motivo que me trouxe pra Macau.

Jane conversa com seu marido e com o dono da loja de chás:

Marido: Oi. Tá bom. Tá.

Esse aqui é o senhor, nosso amigo, que é o dono da loja de chá

Dono da loja: Bem-vindo. Bem-vindo.

Jane: Ele vai nos mostrar agora o ritual do chá. Como é que é servido, como é que é feito. E depois decidir qual é o chá que a gente vai comprar.

Marido: Chá verde, oh.

Jane: É, chá verde.

Ele acabou de dizer que aqui se põe uma polegada de água, espera cinco minutos pra incorporar e pra esfriar o chá e depois se mistura água fria e daí pode-se beber o chá.

Jane: Pra que é bom esse chá?

Marido (traduzindo dono da loja): Imunidade. Pra aumentar a imunidade.

Jane: Ajuda a queimar as gorduras e também a baixar o colesterol.

Esse homem tem 82 anos e olha a pele dele. Tudo por causa do chá. E eu vou beber muito esse chá pra ver se eu consigo chegar na idade dele, com a pele dele (risos).

Jane e seu marido brindam.

Jane: Obrigada! Bye, bye!

Dono da loja: Bye!

Agora a gente aqui tá passeando na Rua da Felicidade. Existiam aqui os bordeis da cidade. Então chamava Felicidade, porque os homens vinham se divertir e ficavam muito felizes. Isso é a felicidade dos homens e a infelicidade das esposas. Hoje em dia, eles mantêm ainda as janelas daquela época, a cor vermelha (que pros chineses significa alegria). E aqui foi rodado uma cena do filme Indiana Jones e por isso tornou-se uma rua muito famosa aqui em Macau também.

Agora a gente vai se preparar pro nosso jantar do Ano Novo chinês.

Esses são meus amigos de Portugal. A Isabel é de Macau.

Eu saio de casa assim, cheio de *Lai See*, porque hoje é o dia que a gente dá *Lai See* pros solteiros, pras crianças. Os casais é que tem que dar.

Agora nos vamos lá escolher a comida. Normalmente tem que ter o peixe. Porque o peixe chinês diz “i” e “i” significa “a sobra”. Assim as pessoas têm abundância e é pra começar o ano com isso.

Amiga portuguesa de Jane: Muita vivacidade pela vida afora.

A gente vai escolher aqui o pato assado com mel e uma carne de porco que também é picada com mel. Chinês come tudo que se mexe. Eu aprendi aqui que tudo que olha pra cima e se mexe, se come. Portanto, cuidado quando vai andar na rua, *né?*

Aqui tem que comer o peixe, que significa abundância. Tem que comer macarrão porque é longa vida, dá longa vida às pessoas e o arroz é prosperidade.

E agora nós estamos chegando na zona de queima de panchões. Nós pedimos pra gastar 600,00 patacas. Ele vai pôr várias coisas e a gente vai distribuir entre nós pra ir lá soltar. Segundo a lenda, existe um monstro que se chama *Nian*, que ele é metade dragão, metade leão. Então ele ataca as pessoas, principalmente as crianças. E a única coisa que esse monstro tem medo é do

barulho porque tem os ouvidos muito sensíveis. Então é por isso que os chineses estouram nessa época os panchões, que é pra ele não chegar perto. Agora eu vou acender o nosso panchão. Ok. Agora vai começar. Ah, falhou nosso panchãozinho. Aiiiiiii....Feliz Ano Novo!

Essa aqui é a Macau *Tower*, a torre mais alta do mundo para *bungee jump*. Ela tem no total, 338m de altura e o salto é 232m. Acredite ou não, eu tô saltando daqui hoje.

Meu nome é Carolina e eu tô em Macau há nove meses (em legenda lemos “Carolina tem 32 anos e é *trader*”).

Vou te falar uma coisa: é alto pra caramba. Tô com medinho. Tô com medinho. Mas não vou amarelar não. *Vamo* comprar o bilhete (em legenda lemos “Bungee jump + caminhada: 3.676,00 patacas, o equivalente a R\$ 1.102, 80). *Ticket* comprado, hora de trocar de roupa. Tá na parede: É o mais alto do mundo, de acordo com o *Guinness*. Não tem salvação. *Meu*, que medo! (risos). Gente, eu entro nas coisas e nem sei por que eu faço isso... (risos)

Carolina conversa com um dos responsáveis pelos saltos:

Carolina: Dá pra pular aqui?

Responsável pelos saltos: Pular?

Carolina: É!

Isso é bom demais. Não dá medo nenhum. Que coisa!

Gente, acabou o *Skywalker* (pra minha tristeza, porque estava tão bom!).

Agora é hora de pular. A gente vai trocar esse equipamento e vai colocar o próprio do *bungee jump* (eu realmente espero que isso seja bem seguro, viu?)

Aqui é a pesagem, porque eles têm que balancear a corda e o equipamento de acordo com o meu peso.

Outra turista prestes a saltar, diz: Não. Eu não quero pular.

Eu acho que eu vou ter a mesma reação. Sério. Eu tô toda tranquila agora mas vai suar minha mão. Só que o dela não é o meu estilo, tá? O dela é *Sky Jump*, ou seja, mais lentinho.

Esse aqui é o Jonhy, ele é o responsável pelos saltos aqui.

Carolina conversa com Jonhy:

Carolina: Quantos saltos você tem?

Jonhy: 965

Carolina: Você me deseja sorte aqui? (risos)

Jonhy: Claro! Mas sei que vai dar tudo certo.

Carolina: Você já teve algum problema com pessoas saltando aqui?

Jonhy: Já vi os caras mais fortes chegando ali e chorando que nem criancinhas. E as menores mulheres, bem pequenas, que você acha que nem sonhariam em pular, e simplesmente pulam.

Gente, agora é a hora. *O Mundo Segundo os Brasileiros* em Macau. Duzentos e trinta e três metros de altura. Ai mãe, te amo. Gente que medo, que medo, que medo. É tipo a plataforma do pirata que você morre.

Jonhy: Um, dois, três, quatro...

Carolina: Aiiiiiii

Pulei. É bom demais!

A gente *tá* na fronteira entre Macau e China, que é a mais movimentada delas, que é a fronteira seca, onde os trabalhadores passam pra vir trabalhar e à noite, no fim da tarde, eles voltam.

São duas fronteiras: a fronteira de Macau, que você passa pelos clichês e alfândegas. Chegando lá, você passa por um corredor e daí do corredor, você tem outra fronteira, que é a fronteira da China. Aí você recebe o carimbo no seu passaporte e você pode ser livre por sete dias. Isso pra brasileiros. Aqui é a primeira fronteira que é a que você vai sair de Macau. Dá mais ou menos, umas duas horas de espera. Eu sei que vocês queriam ir ali pra China, fazer umas comprinhas, mas, fica pra outro dia, *tá* bom?

Uma das grandes vantagens é: assim que você chega, independente de qual seja a fronteira de entrada, você vai se deparar com esse monte de ônibus aqui parado. Esses ônibus, eles vão te levar pro cassino que eles representam. E daqui a gente *tá* indo pro Hotel Lisboa, que é o primeiro cassino de Macau, e é o mais tradicional. Aquele que tem mais significado pros chineses. Ele *tá* sempre lotado. Essa aqui é a área externa do cassino. Essa fachada foi uma extensão feita em 2006 mas o original, o primeiro cassino de Macau é o cassino Lisboa. Esse aqui é onde começou tudo em matéria de jogo em

Macau. Aqui é o *hall* de entrada. Esse prédio ganhou um prêmio de arquitetura internacional. Atrás desse monte de chinês aqui, você vai ver o busto do dono do cassino, que na verdade, é o dono de Macau. O nome dele é Stanley Ho, é um cara de Hong Kong, que ficou milionário na época da Segunda Guerra Mundial, porque ele fazia o contrabando de produtos de luxo, daqui pra China. Pra isso ele conseguiu capital pra erguer empresas de querosene e construção civil. Daí como ele já era muito rico, disse: “Ah, *tá* bom. *Vamo* criar Macau.” E ele criou Macau baseada no jogo. Ele construiu cassino e abriu as licenças pra todos os cassinos de *Las Vegas*. Macau, tecnicamente, suporta *Las Vegas*. Ela gera sete vezes mais dinheiro do que gera *Las Vegas*. Realmente isso aqui é o paraíso do jogo. Quem vem pra cá, vem pra jogar pesado. Na verdade, é proibido filmar aqui (então *tá* meio que escondidinho).

Na China é... Macau seria como a Meca pros árabes. Eles têm que vir pra Macau. Então é como que pra algumas vilazinhas, todas as pessoas juntam o seu dinheiro, dão pra um único jogador e esse cara vem pra Macau pra dobrar o dinheiro, fazer fortuna. Na maioria das vezes, ele perde tudo.

Depois que você perdeu todo o seu dinheiro lá no cassino, você vem pra cá e penhora o seu *Rolex* (que no caso, aqui, tá valendo 7.000,00 patacas, o equivalente a R\$ 92.100,00) e consegue dinheiro de novo pra voltar pro cassino e tentar recuperar alguma coisa do seu dinheiro.

Nas vitrines também tem muita Jade. A Jade é a pedra da sorte dos chineses. E ainda tem mais um detalhe: atrás de mim, tem um monte dessas laranjinhas. Laranja significa fortuna, fartura, principalmente. Então, toda loja se preocupa em colocar vários pés de laranjinhas, pra trazer bastante fortuna e sorte pro próximo ano. Esse ano é, aliás, é o Ano do Cavalo. Vem à galope! (risos)

Quando você *tá* em Macau e quer cruzar uma rua, você usa o poder *Jedi*: Você põe sua mãozinha e vai. E eles param na faixa. Muito lentamente, porque aqui ninguém tem pressa.

Na frente do cassino Lisboa, você vai encontrar os triciclos, típicos da China, com o senhorzinho que vai nos levar ali pra comer bolinho de bacalhau. *Vamo* ver se ele leva. A gente tenta negociar o preço.

Carolina conversa com o senhor, dono do triciclo:

Carolina: Oi, tudo bem? Por gentileza quanto é?

Dono do triciclo: Não, não trabalho agora.

Carolina: Mas quanto é?

Dono do triciclo: Pra onde?

Carolina: São Paulo.

Dono do triciclo: 200,00 patacas (em legenda lemos “200,00 patacas equivale a R\$60,00)

Carolina: 200,00?

Dono do triciclo: É

Carolina: Ok, obrigada! 200,00 patacas pra um passeiozinho de 10 min. Bye! (risos)

Aqui é a avenida principal de Macau. É onde começa o centro comercial. É onde a gente tá indo agora comer bolinho de bacalhau. É no Largo. É a única comida de rua que, na verdade, eu como aqui.

A cidade de Macau é muito limpa. O que você encontra de sujo são as paredes, por conta da poluição. Mas não pichação, por exemplo. Violência não tem nenhuma. Mas você sempre vai achar fila. Fila, fila, fila, fila. Essa é a parte chata de Macau. Essa fila aqui atrás de mim é pra pegar taxi.

Chegamos no Largo do Senado.

Obrigada!

Fim do dia. Meu bolinho de bacalhau *tá* comprado. *Tá* na hora de ir pra casa.

Obrigado pela companhia. O dia foi incrível. Um beijo, tchau.

***Depoimentos finais dos brasileiros, falando sobre o que eles sentem falta no Brasil:***

Nauê: O que eu mais sinto falta do Brasil é a comida brasileira, o povo brasileiro em si, a alegria do povo brasileiro, o sorriso do brasileiro. Mas, o que eu mais sinto falta é das pessoas, realmente dos amigos, da família.

Carolina: Sinto muita falta do meu irmão, das minhas amigas, mas eu morro de saudade da minha cachorra.

Mauricio: O Brasil pra mim eu não vejo mais como minha casa, viu? Não me vejo morando lá.



Natasha: Eu sinto mais falta no Brasil, eu acho que é poder ter mais liberdade de andar de carro e também do estilo de vida em si.

Maurício: Eu sinto saudade do Brasil, do céu azul, do ar puro e da minha mãe, principalmente.

Jane: Macau representa 50% da minha vida. Lá é minha terra natal, mas aqui é terra do meu coração. (risos)

Lucio: Apesar de distante, eu *tô* sempre muito perto, porque Macau é um pedacinho da ilha, uma continuidade da Ilha da Pintada. Me sinto como se eu tivesse em casa, *né?*

Carolina: Mãe, você sabe que eu te amo muito. Pai. Meu irmão, *mano véio* (risos). Cuida da Nina (risos)

Jane: Eu *tô* em Macau, mas meu coração *tá* sempre com vocês. Penso 24h na família, penso o tempo todos em vocês e aproveito pra mandar um beijo pra todo mundo.

Natasha: Beijo.

## Transcrição: O Mundo Segundo os Brasileiros – Cidade do Panamá (Panamá)

A gente tá no *Áncon*.

Meu nome é Marina. Acho lindo esse contraste aqui do *Casco Viejo*, a parte antiga, com a parte moderna da cidade, que tem uns prédios gigantescos.

A gente tá aqui na eclusa de Miraflores, canal do Panamá, que nada mais é que junta o Oceano Pacífico com o Oceano Atlântico. Eu sou Henrique. Isso aqui começou a ser feito em 1978, pelos franceses, e foi terminar em 1914, com os americanos.

Aqui é *Isla Aguja*. Em cada ilha que você vai você tem essa sensação: de que você tá chegando num lugar cada vez mais bonito e aí você tem mais trezentos e seiscentas e três ilhas pra falar essa mesma coisa. E você acaba nunca concluindo qual é a ilha mais bonita. É tudo muito lindo.

Meu nome é Roque...

Chegamos na porta principal da zona livre de *Colón*. É a segunda maior zona livre do mundo. Fica somente atrás de Hong Kong.

Meu nome é Philipe. Hoje eu tô procurando um perfume.

Philipe conversa com vendedora:

Philipe: Quanto é o seu melhor preço? Esse aqui.

Vendedora: Posso deixar em quarenta dólares. Posso.

Dá pra gente comprar cinco perfumes desse, com o preço do Brasil.

A gente tá indo pra reserva *Emberá*. Eu sou o Fernando e eu sou a Mariana.

Fernando: Quando você chega no Panamá, você leva um choque porque aqui tudo é muito tranquilo. Tudo é muito devagar. Tem seus problemas, é claro, mas se agente for analisar, é meio que o jeito correto de se viver.

Então vamos agora pro Tântalo, que é um bar, restaurante, hotel, tudo junto misturado. Meu nome é Victor...

Victor conversa com *barman*:

Victor: O que tem de diferente pra tomar aqui?

*Barman*: Vou preparar um *mojito* para você.

Victor: Vai lá!

A gente tá aqui em Vera Cruz. Tá a trinta minutos do Panamá, onde vai ter a segunda regata da competição *Ocean to Ocean*.

Meu nome é Enrico...

A gente tá em *Ancón*, é o ponto mais alto da Cidade do Panamá, tem duzentos metros de altura.

Meu nome é Marina e eu vivo na Cidade do Panamá há um ano e meio (em legenda lemos “Marina tem 27 anos e é farmacêutica”).

Acho lindo esse contraste aqui do *Casco Viejo*, a parte antiga, com a parte moderna da cidade, que tem uns prédios gigantescos. Essa vista linda que a gente tem é do Canal e tem um aeroporto aqui do lado. Antes esse era um território americano e aí, com esse tratado, voltou a ser um território panamenho. E com isso, eles fixaram essa bandeira aqui, como marco *né*, de que esse território é um território panamenho de um ponto que qualquer um pode ver essa bandeira. Eu se fosse panamenha, teria muito orgulho. E aqui tem um monumento de uma poetiza, Amelia Denis de Icaza. Ela foi uma poetiza muito importante porque ela meio que tava acordando os panamenhos de que essa era uma zona que deveria ser deles e não dos americanos. E infelizmente ela não pôde ver essa conquista. Ela morreu em 1911 e essa conquista só foi tida em 1977.

Aqui a gente tá na base de *Ancón* e a gente pode ver que tem umas casas construídas nessa área, no território americano. Então, só eles viviam aqui, só eles podiam entrar aqui. Muitos estrangeiros ainda moram nessa zona.

O panamenho, ele tem um pouquinho de distanciamento do estrangeiro porque ele sente que o estrangeiro veio pra roubar o trabalho dele. E acho que isso vem um pouquinho dessa história com o americano. E eu não tenho muitos

amigos panamenhos por isso: porque eles são um povo mais fechado, mais distanciado do estrangeiro.

PROPAGANDA DECOLAR.COM

Agora a gente vai no mercado do marisco, fica na entrada do *Casco Antigo*, e é bem bacana. Aqui eu gosto de comprar tudo. Eles trazem tudo fresquinho e eles trazem limpinho pra você na hora.

Marina conversa com vendedor de frutos do mar:

Marina: Oi! Como vai? O que temos aqui? Posso comprar os camarões aqui e limpar ali?

Vendedor: Pode.

Marina: Me dá meio quilo desse vermelho. Quanto custa?

Vendedor: Seis dólares (em legenda lemos “o equivalente a R\$15,00”)

Marina: Obrigada.

Marina conversa com outra vendedora:

Marina: Você pode limpar, por favor? Quanto custa para limpar o camarão?

Vendedora: 75

Marina: 75 centavos por meio quilo?

Vendedora: Sim.

Aqui mesmo, dentro do mercado de mariscos, o camarão que eu comprei, eu posso vir aqui dentro desse restaurante e pedir pra preparar pra mim. Eles cobram uma taxa.

Marina conversa com atendente do restaurante:

Marina: Olá! Você pode preparar o camarão?

Atendente: Sim

Marina: Quanto você me cobra?

Atendente: Quanto tem?

Marina: Meio quilo.

Atendente: Seriam seis dólares.

Marina: E me preparam como eu quiser?

Atendente: Como quer?

Marina: *Al Ajillo*. Obrigada!

Pelo cheiro, tá maravilhoso. Muito bom, muito gostoso.

Esse é o melhor *raspado* do Panamá.

Marina conversa com vendedor de *raspado*:

Marina: Tem de que?

Vendedor: Abacaxi, uva, morango, menta...

Marina: Quero um de abacaxi

Vendedor: Abacaxi

Marina: Isso. Quanto custa?

Vendedor: 50 centavos

Marina: 50 centavos?

Aqui onde a gente tá, é exatamente a saída do mercado, onde chega os barcos com os peixes, escolhe os melhores e leva pro mercado. Lá a gente pode ver a cidade moderna e tem uma contradição com a cidade antiga que é o *Casco Antigo*. Essa parte mais moderna da cidade, que é mais bonita e desenvolvida, tá habitada pelos estrangeiros, porque como o país tem uma posição estratégica para muitos mercados, as empresas vieram e trouxeram muitos empregados dos seus países. O desenvolvimento aqui é muito rápido. Do dia pra noite você vê um prédio novo. Vários desses prédios, há sete anos não existiam. Agora a gente vai lá pra parte antiga. A gente vai ver que a maioria dos prédios é completamente diferente da parte moderna. Essa zona, principalmente, eles estão reestruturando, revitalizando bastante. E agora a gente vai ali no mercadinho de artesanato.

Olá! (Marina cumprimenta vendedora de artesanato)

Olha, é de uma família! Feita de sementinha (se referindo a um artesanato).

Sementinha não, “sementação”

Vendedora: Essa é a semente.

Marina: É essa?

Vendedora: É

Essa é a semente que faz isso. Os colares, ela tava me dizendo que também se faz com a mesma semente.

Marina: Como se chama essa semente?

Vendedora: *Tagua*

Esse artesanato é super legal. Eles fizeram a mistura de duas artes indígenas, de *Kuna* e de *Merá*.

Agora a gente vai ver uma loja com o famoso chapéu do Panamá.

Marina cumprimenta vendedor: Olá!

Na época do canal, os construtores usavam esse chapéu, então quando Roosevelt, presidente americano, veio aqui, ele tava usando um e tiraram uma foto e daí ficou popular e virou moda como chapéu “Panamá”. E a gente encontra muito ele aqui mesmo, mas ele é fabricado no Equador.

Agora nós vamos fazer um caminho que se chama *Las Bóvedas*. Ela dá numa praça famosa que se chama *Plaza Francia*. Nesse caminho tem vários artesanatos.

Marina conversa com vendedor:

Marina: Olá!

Vendedor: Oi

Marina: O que você está vendendo?

Vendedor: *Chicha*.

Marina: Pode mostrar?

Vendedor: Essa é de aveia.

Marina: De aveia?

Esse sabor eu gosto. Esse aqui é de laranja. Às vezes eles fazem sabor de milho também. Tem de arroz.

Marina: Me dá um de aveia por favor? De que é feita: aveia, açúcar e água?

Vendedor: É aveia, leite, água e canela.

Marina: Canela também? Está gostoso.

Aqui a gente *tá* numa praça tão importante pro *Casco Viejo*, chama *Plaza Francia*. É uma praça que fizeram os monumentos dos franceses que começaram a fazer o canal. Aí tem um galo, na pontinha, que é o símbolo da França, *né*? E o bico dele *tá* apontando lá pra França. Os franceses foram os fundadores do Canal do Panamá e, infelizmente, depois acabaram passando esse canal pros Estados Unidos porque muitos morreram de epidemias, acidentes e passou a ser uma obra americana.

Aqui o trabalho na zona livre é sempre movimentado, é corrido. Agora já é meio dia, deu fome e a gente tá procurando um lugar pra comer. Não tem restaurante, na verdade. Tem umas barraquinhas espalhadas com hambúrguer, com pizza, com *shawarma*.

Estamos indo pra reserva Emberá. É uma tribo indígena que eles migraram desde a Colômbia, há cinquenta anos. Eu sou Fernando e eu sou Mariana e esse é o Henrique - diz Fernando se referindo ao filho, na barriga de Mariana. (em legenda lemos “Fernando tem 32 anos e é empresário e Mariana tem 34 anos e é administradora”). A gente mora no Panamá faz três anos.

Estamos no lago *Alajuela*. Já faz quarenta e cinco minutos de barco já, subindo rio, tem verde-pedra, verde-mato, quase Amazônia (brinca Mariana).

A gente chegou aqui e eles já estão no comitê de boas vindas, fazendo música pra gente. Eles são uma comunidade super alheia à cidade.

Mariana conversa com criança nativa: Você está com frio?

Criança: (Aponta para colete de Mariana)

Mariana: Você pode me ajudar?

Criança: (Ajuda)

Mariana: Muito prazer! Qual é o seu nome?

Criança: Javier.

Mariana: Javier, que nome lindo.

(Javier pega colete dos turistas e eles agradecem)

Mariana conversa com mulheres nativas:

Mariana: Olá! O que vocês estão fazendo? Ah, é banana.

Mulheres: Sim, verde, para fazer *patacón*

Mariana: Hum, *patacones*, que delícia

Mulheres: Para vocês.

Mariana: Para nós? Que honra! E esse peixe, qual é?

Mulheres: Tilápia.

Mariana: Ah, Tilápia. Que delícia. Obrigado, depois nos vemos.

Me diga o que é isso. Um bicho-preguiça e um bebê.

O que é isso? (Mariana pergunta a uma criança se referindo a sua flecha)

Fernando pergunta: É para pescar?

Tem escada deles, só que tem que subir de lado aqui porque tem toda uma estratégia.

Mariana e Fernando entram numa habitação indígena:

Mariana: Licença. Quem vive aqui?

Nativa: Bom, aqui vive a minha mãe. Ela também é parteira daqui.

Mariana: Quantos partos você já fez na sua vida?

Parteira: Ah, muitos...

Mariana: Todas as crianças que vivem aqui?

Parteira: Sim

Mariana: Como você sabe se o bebe está com a cabecinha para baixo, para parir normalmente ou se não está? O meu será que está de cabeça para baixo? Ah, meu Deus!

(parteira examina Mariana)

Mariana: A cabecinha está aí. Que bom então!

Parteira: Está bem.

Mariana: Então pode nascer a qualquer momento?

Parteira: Sim

Mariana: Está normal? Muito bem! Melhor notícia do dia. Henrique prontinho pra nascer. Pelo menos, se nasce por aqui, estamos atendidos.

Mariana conversa com outras nativas:

Mariana: Eu escutei ali embaixo, agora falando de coisas de mulher, tem uma tinta, uma frutinha que se põe no cabelo para ele não ficar branco. É verdade?

Nativa: Sim

Mariana: E me falaram também que tem uma frutinha que se usa para depilação, para não ter pêlos.

Nativa: Não. Mas fazemos um tratamento com a menina. Fazemos um tratamento.

Mariana: Tratamento? Ah, como é isso?

Nativa: Com uma planta, temos que dar banhos quando são bebês.



Mariana: Até quantos anos se faz isso?

Nativa: De um mês, dois meses, até um ano. Quando é adulto já não funciona.

Fernando: Então não se pode fazer depois de velho?

Nativa: Não. Depois de velho, já passou.

Mariana: Já imaginou que perfeito? Só de tomar um banho, já saía toda a depilação definitiva (risos)

A gente vai contar um pouquinho mais agora, como eles usam a vegetação como forma de medicamento.

Nativo: Isso se chama “peixe da montanha” e nós chamamos de *burimiá*

Mariana: E para que serve?

Nativo: Esse, para dor de dente

Mariana: É como anestesia, fica dormente a boca.

Nativo: Você pode mastigar um pouco. Você está sentindo algo?

Fernando: Sim, um formigamento.

Nativo: E esse se chama “Viagra natural”

Fernando: “Viagra natural”?

Mariana: Risos

Nativo: Para funcionar, você não pode tomar a folha, só a raiz

Mariana: O homem chega lá, então, na realidade, antes que todos cheguem, antes que todos acordem, tem que perguntar pra planta, explicar a situação dele pra planta, basicamente, dizendo: “Olha, eu realmente preciso de você (risos) e etc.” e depois de falar com a plantinha...

Nativo: Vai para o rio, lavar a raiz bem lavada. Então, três da tarde e antes de dormir, você cozinha a raiz e a antes de deitar também, você toma três vezes seguidas.

Fernando: Tem que colher três quando o sol nasce, e três quando o sol se põe.

Mariana: E funciona mesmo?

Nativo: Funciona, porque não se tem briga (risos)

Mariana: Aí não há saída (risos)

Mariana: Agora a gente vai subir pra cozinha deles. Eles fazem tudo ao alto, pra evitar problemas com bichos, umidade e tal. Aqui é o fogão. Podemos abrir aqui?

Nativos: Sim, pode abrir isso.

Mariana: Uau, que lindo! Aqui a gente tem os *patacones*. É bem típico aqui no Panamá e é bem gostoso, diga-se de passagem.

Mariana: Isso é um prato? Me diz: como faz isso? Me ensina. Ah, é com a metade da folha. Dobra-se aqui... ah, igual um cone. Assim? Ah, que interessante! Muito obrigado!

A gente no Brasil nunca pensa em banana como uma opção de salgado. E aqui, realmente, eles usam como se você arroz. *Patacón* acompanha tudo.

Fernando: Quando você chega no Panamá, você leva um choque porque aqui tudo é muito tranquilo. Tudo é muito devagar. Tem seus problemas, é claro, mas se agente for analisar, é meio que o jeito correto de se viver.

Mariana: Eu amo o Panamá. (risos) Nós amamos, *né?*

Fernando: E vamos ter um panamenho também.

Mariana: Pra registrar isso (risos)

Com um outro grupo de nativos, o casal entra numa roda:

Mariana: É assim que se baila? (perguntando aos indígenas)

Fernando: É como uma zabumba

Mariana: Bloco de carnaval total (risos). Me senti na rodinha do carnaval de baile (risos)

Fernando: A gente vai fazer agora desenhos. Como vocês podem ver, eles têm essa pintura no corpo aí, não dá pra gente fazer uma desse tamanho no nosso corpo, até porque essa tinta demora pra sair do nosso corpo até dez dias. Então, a gente tem que trabalhar, *né?*

Mariana: Risos. Normalmente, no dia a dia, eles pintam só o corpo. Quando existe uma festa, uma celebração especial, aí sim, eles pintam o rosto também. Linda, muito obrigado (diz Mariana à nativa que os pintou)

Chegamos aqui agora, na porta principal da zona livre de *Colón*. Eu venho aqui sempre nas horas livres, três vezes por semana, pelo menos, pra fazer as compras encomendadas no meu site de *e-commerce*. Aqui é uma zona franca, sem impostos. É segunda maior zona franca do mundo, ficando apenas atrás de Hong Kong. Então você consegue preços extraordinários por causa disso. São mais de 2500 lojas pra todos os gostos, tipos e bolsos.

Meu nome é Philipe e eu moro há oito meses na Cidade do Panamá (em legenda lemos “Philipe tem 27 anos e é empresário”)

Aqui a gente *tá* indo direto na oficina principal para pegar o visto de entrada na zona livre. Você entra no escritório, mostra seu passaporte e tem o visto de entrada em *Colón* de uma semana, normalmente. Porque aqui só pode entrar turista ou pessoas credenciadas. Aqui dentro da zona livre, a gente já vê que tem uma infinidade de lojas pra todos os lados. Eu vou entrar numa loja aqui logo próxima, para ver se eu encontro os produtos que eu *tô* precisando.

Chegamos aqui numa das principais lojas da zona livre, onde a dona morou dezesseis anos lá no Brasil e fala super bem português. E eu costumo comprar aqui meus produtos.

Philipe conversa com vendedora:

Vendedora: Oi, tudo bem?

Philipe: Oi. Hoje eu *tô* procurando um perfume.

Vendedora: Para mulheres?

Philipe: Sim. Para mulheres.

Vendedora: Esse aqui é um novo. Recomendo muito.

Philipe: E quanto você faz o preço desse aqui?

Vendedora: Posso deixar por quarenta dólares.

Bom, *vamo* conferir quanto é que *tá* no Brasil. Num site super grande do Brasil, importantíssimo, *tá* R\$517,00. Então dá pra gente comprar, praticamente, cinco perfumes desses, com o preço do Brasil.

Vendedora: Agora vou mostrar pra vocês os sapatos que eu tenho: os tênis, as chuteiras.

Philipe: Quanto você faria esse pra gente?

Vendedora: Ele *tá* vinte e quatro. Posso deixar ele por dezoito dólares (em legenda lemos “o equivalente a R\$ 45,00”)

Philipe: Uau! Vou provar esse aqui então pra mim. Tênis novo é sempre bom.

Esse aqui no Brasil custa, em média, uns R\$250,00, mais ou menos. Vou levar essa aqui, certeza!

Vendedora: *Tá* ótimo!

Agora *vamo* continuar nosso passeio aqui na zona livre. Aqui, o trabalho na zona livre é sempre movimentado, é corrido. Agora já é meio dia, deu fome e a gente *tá* procurando um lugar pra comer. Não tem restaurante, na verdade. Tem umas barraquinhas espalhadas com hambúrguer, com pizza, com *shawarma*. Vamo provar esse *shawarma*, de frango e de carne, aqui.

Philipe: Quero um misto, por favor.

Eles misturam batata com tomate, batata, alface, frango e aí mistura tudo e fecha e aí *tá* pronto. *Vamo* comer, *vamo* comer.

Philipe conversa com o dono de uma barraquinha:

Philipe: Me disseram que aqui tem o melhor suco de laranja de todo o Panamá?

Vendedor: É o melhor, é o melhor.

E agora, como *tô* comendo uma *shawarma*, quero um suco também para refrescar a minha vida.

Vendedor: *Tá* calor, *né*?

Philipe: Está doce?

Vendedor: Como não, senhor!

Philipe: Vou provar... Toma comigo esse?

Vendedor: Com prazer.

Philipe e vendedor brindam: Saúde!

Philipe: Extremamente doce.

Vendedor: Espremer laranja não é só espremer laranja. Tem que saber como vai espremer a laranja.

Philipe: Você pode me mostrar então?

Vendedor: Sim.

Philipe: Olha lá.

Vendedor: Se faço firme, tiro suco

Philipe: Posso tentar?

Vendedor: Sim, claro. Cuidado para não prender aqui. Cuidado com a mão.

Philipe: Perfeito?

Vendedor: Está aprovado.

Philipe: Esse sabe o que faz, você vê?

Philipe conversa com outra vendedora de barraquinha:

Philipe: Oi. O que tem aqui pra comer?

Vendedora: Tem filé de *corvila*, frango, polvo...

Philipe: Tem polvo também? Quanto custa?

Vendedora: Seis.

Philipe: Esse aqui é um polvo com alho. Um prato super tradicional aqui no Panamá. Delicioso. *Vamo* pra outra?

Philipe conversa com outro vendedor:

Philipe: Oi, amigo. Como se chama isso?

Vendedor: *Chiva*

Philipe: Eu quero uma, por favor. Tem cheiro de milho. Tem gosto de milho. E isso aqui, é como se fosse um...

Vendedor: Salgadinho

Philipe: É manga verde, com um temperinho vermelho. *Vamo* ver: É um tempero de sal, picante. E esse aqui, *vamo* ver: mais salgado ainda.

Vou levar um desses aqui (está muito gostoso) pra minha namorada.

Estamos aqui, na eclusa de Gatún. Agora tamo esperando o navio passar. E qual o processo? Ele tá ali, do lado do Pacífico. Existem umas comportas que se abrem e o “naviozão” passa do Pacífico pro Atlântico. Então a gente chegou bem na hora, foi bem legal isso. Demos sorte.

*Tamo* chegando aqui no Forte de São Lourenço. Um lugar sensacional, com uma vista linda. Considerado patrimônio da humanidade pelo UNESCO e teve um papel super importante na história do Panamá. Foi construído pelos espanhóis, com o objetivo de proteger seu comércio marítimo. Aqui estamos no centro de observação, então eles conseguiam observar ali o Rio Chagres e ali também, os navios que passam do oceano pro rio.

O que eu mais gosto no Panamá, é exatamente essa facilidade que é tá vivendo num grande centro, que é a Cidade do Panamá, um centro super moderno com todo tipo de opção de *shopping*, laser, e em quarenta minutos, chegar num paraíso desses: tem a praia, tem o rio, posso nadar, posso surfar. Me surpreendi bastante com o Panamá. É um país sensacional que te proporciona uma qualidade de vida ótima. Os panamenhos, por mais que não sejam muito acolhedores, eles respeitam muito você.

Agora pra finalizar a noite, *vamo* conhecer o bar do Duran. Ele foi um grande boxeador, Roberto Dúran. Aqui eu vou encontrar minha esposa, a Natália. O bar é todo dedicado a ele, com as luvas, vitórias, canções. Esse foi o cinturão mais importante que ele teve: ele foi campeão mundial dos pesos médios. Olha quem tá lá. Vamo lá.

Philipe: Oi amor.

Bom, acabou de chegar nosso prato delicioso. Uma entrada super tradicional. Vou fazer um brinde com meu amor. Vou aproveitar e vou pedir a minha esposa em casamento, em rede nacional.

Namorada: Ah não (risos)

Philipe: Você casa comigo, meu amor?

Namorada: Sim.

Philipe: Vamo marcar a data aí e vocês estão super convidados para vir pro Panamá pro nosso casamento.

Muito legal, a gente *tá* aqui e passa o ídolo do país do nosso lado aqui no bar. Muito legal, a gente pega autógrafo... o cara é super simpático, *tá* indo de mesa em mesa cumprimentando o pessoal.

Philipe conversa com Dúran:

Philipe: Estou muito impressionado com a sua proximidade...

Dúran: Eu não falo português, então (vou falar aqui ainda) um abraço pro Brasil que, minha seleção favorita de toda a vida, mais que a seleção do Panamá, é a seleção do Brasil, sem dúvida.

Vou cantar depois dele. Dedicado ao Brasil com muito carinho, amor e respeito.

Agora a gente *tá* aqui, no Panamá *Viejo*, a primeira cidade do Panamá. Em 1519 foi fundada e por termos depois de abastecimento, eles também tinham problemas com água e a cidade foi transferida para o *Casco Antigo*, *Casco Viejo*.

Meu nome é Enrico, faz três anos que eu moro aqui na Cidade do Panamá (Enrico tem 25 anos e é economista).

É uma parte importante da cidade porque lembra as raízes. O governo tentou recuperar alguma coisa, infelizmente não dá pra reconstruir. Em 2003, a UNESCO declarou patrimônio da humanidade. Então a gente *tá* vendo ali

atrás, a casa de sino. Ali atrás tinha o sino da igreja, o sino mais alto, no Panamá Viejo. Aqui a gente pode ver uma boa parte das ruínas, como o pessoal conseguiu levantar isso é bem complicado. Isso aqui passou por terremoto, passou por incêndio e ainda tá de pé. E ali atrás tem uns prédios novos, uns arranha-céus que a gente tem hoje.

Uma das coisas que eu gosto de morar aqui, é acompanhar o crescimento da cidade. Desde que eu tô aqui é um canteiro de obras: tem vários guindastes pra todo lado, prédio sendo construído, viaduto, rua nova, muda o caminho, fecha rua. A primeira vez que eu vi assim, eu comecei a ficar surpreso com a arquitetura, com a modernidade. A qualidade de vida que eu tenho agora é muito maior do que eu poderia ter no Brasil. O custo é de 30% abaixo que morar em São Paulo. Eu moro perto do trabalho, eu valorizo bem isso. A primeira impressão do panamenho foi meio chocante. Tive várias experiências em táxi, que eu queira ir pra outro lugar e ele não queria ir (e eu disse: posso pagar um pouco a mais pra ir. E ele disse: Não, porque eu não quero ir. Eles são assim.). Eu sou estrangeiro, eu que vim pra cá, então eu tenho que me adaptar a isso.

A gente tá aqui em *Veracruz*. Tá a trinta minutos do Panamá, onde vai ter a segunda regata da competição *Ocean to Ocean*. O *cayuco* é um esporte panamenho, que é como se fosse o caiaque. É composto de quatro pessoas. Cada pessoa no barco tem sua posição e sua função. Nosso barco é misto e aberto porque a gente tem mais de vinte e um anos. São seis brasileiros e uma mexicana. Eu sou o responsável por deixar o barco reto, quando precisa e pra fazer as curvas também. Aqui vai o *bailer*, tem que fazer bastante força. E nas vezes que precisa tirar água do barco, tem o *bailer*, um pote que você tira a água do barco. Aqui tem o *power*, que tem que ter bastante força, não pode deixar de remar e na frente tá o *paisser*, que é ele que dita aonde que o barco vai. É legal morar num outro país e poder participar um pouco da cultura, pelo fato de você se sentir um pouco mais dentro.

Outra brasileira diz: Nessa competição quem ganha, é quem vai mais rápido. Mas tem pontos, então, se você bater no coleguinha você perde pontos, se você não usar os sapatos que eu aqui tô limpando, você também perde pontos...

Essa foi a segunda prova classificatória. Tem mais uma que é em *Gamboia*, que é um lago que a gente treina, que faz parte do canal também. E os mais bem classificados, vão ter o direito de usar o canal.

Um brasileiro que não se identifica (e não faz parte dos grupo de apresentadores) diz: Tamo saindo da minha casa, agora, a gente tá indo comemorar o aniversário de um amigo nosso. E aqui no Panamá tem uma lei diferente do Brasil. A gente não pode tomar cerveja na rua. É crime. Uma única maneira de a gente fazer uma festa chama *chiva parrandera*, que é um ônibus escolar, só que é decorado com coisa de festa: luz, LED, é bem engraçado.

Outro brasileiro diz: *Chiva* é um transporte público aqui no Panamá, que agora eles estão começando a trocar por ônibus mais modernos e mais novos. Os que não podem mais fazer a linha normal de todo dia, eles começaram a fazer ônibus de festa.

Outra brasileira diz: Aqui no Panamá, se você comparar com São Paulo, assim, as opções são muito poucas, né? Tipo: tem três bares, quatro baladas e é isso aí. Mas é uma noite muito alegre, eu diria.

Vamos subir então?

Vamo lá atrás no bar, pegar bebida. Não tem banheiro, então tem que manear também. Tem um *DJ* lá atrás. Isso aqui é run panamenho. É muito gostoso.

Agora a gente vai pra um *resort* de esportes radicais que fica a mais ou menos uma hora daqui da Cidade do Panamá. Mas antes vamo parar num lugar pra comer bem gostoso, na estrada. Chama *Quesos Chela*.

Meu nome é Victor e eu moro há um ano e meio na Cidade do Panamá (em legenda lemos “Victor tem 29 anos e é empresário”)

Uma das coisas que eu mais senti falta quando cheguei no Panamá, foi ter uma padaria perto de casa pra comprar um pão, né? Pra fazer aquela comidinha mais rápida, ao invés de supermercado. Panamenho não tem essa cultura de padaria. Então é meio complicado. Mas aí, sempre que a gente vai pra esse *resort*, tem essa padaria que é muito famosa no Panamá e que é a melhor padaria no mundo, no Panamá.

Vitor conversa com atendente da padaria:



Vitor: Me dá dois pães de *yuca* com queijo e duas empanadas de carne. Obrigado! Eu vou pedir esse pãozinho de aipim com queijo que é bem gostosinho e bem típico daqui. E também uma *chicha* de arroz com abacaxi. Agora vamo ver como é que é. Quase um *shot*, né? É bom. Sabor de abacaxi com arroz (risos)

Vamo provar um pouquinho esse pão de aipim. Quem gosta de aipim, o sabor é muito gostoso e muito parecido com pão de queijo, então, dá pra matar a saudade. Idêntico ao pão de queijo. *Vamo seguir.*

É uma península e é bem difícil de chover. O Panamá, mesmo sendo menor que o Rio de Janeiro, ou do mesmo tamanho do Rio de Janeiro, tem tanto lugar pra conhecer.

No começo, teve alguns meses de adaptação, que foi um choque cultural, *né?* Difícil. Mas depois a gente foi conhecendo, fazendo amigos, a gente vai conhecendo, assim, os lugares legais que tem pra conhecer, *né?* Tem muita praia bonita.

Nessa praia, eu gosto muito desse *resort* e gosto de vir aqui com amigos. Aqui a praia é muito boa, tem muito vento, mas a água é quentinha. Me lembra do Brasil, quando eu falei que vinha pro Panamá. Uma galera adorou, achou legal, diferente. Outras pessoas acharam que eu tava louco: eu tinha um emprego, praticamente estável, trabalhando na copa do mundo no Brasil, então, larguei tudo pra vir pra uma coisa que era completamente sem (...) que eu não sabia no que podia dar, *né?* Aqui, eu abri uma empresa e trabalho com consultoria de projetos culturais e sociais. Um dos trabalhos sociais que eu faço aqui no Panamá é com algumas tribos indígenas.

Agora vou fazer aqui um pouco de *wakeboard*, que é um esporte que eu aprendi aqui no Panamá. Não é difícil. Num dia só, você já consegue aprender as manhas e consegue já aprender como se faz.

Panamenho diz: Bem-vindo ao Panamá, amigo! O Mundo Segundo os Brasileiros. Bem-vindo à cidade natural!

Meu bairro preferido aqui é o *Casco Viejo*. É um bairro histórico, boêmio, tem muita festa também. E agora eu tô levando vocês pro Tântalo, que é um restaurante, bar, hotel, tudo junto e misturado.

Vitor cumprimenta *barman* e começa a conversar com ele:

Vitor: Ismael?

*Barman*: Como você está? Tudo bem?

Vitor: Tudo, tudo.

Esse aqui é meu amigo Ismael, panamenho e trabalha aqui no Tântalo.

*Barman*: Não trabalho. Trabalho aqui? (risos)

Vitor: Trabalha e se diverte (risos) e também é nadador profissional da seleção do Panamá. E fala português um pouquinho.

*Barman*: Sim, um pouquinho.

Vitor: Então fala pra gente um pouquinho de português. Onde você aprendeu português?

*Barman*: Mulher. Mulher brasileira. *Vamo* subir pra que experimente (referindo-se aos *drinks* que ele prepara).

Vitor: Vem muito brasileiro aqui?

*Barman*: Vem muito brasileiro. Sabe quem estava aqui da outra vez? Wanderlei Silva, o lutador. Não conhece Wanderlei?

Vitor: Wanderlei, não (risos)

Que tem de diferente pra gente tomar aqui, pra gente mostrar?

*Barman*: Oh, eu sempre aconselho um *mujito*. Um *mujito* de maracujá é maravilhoso numa hora dessas. E sabe o que, eu vou te preparar um *mujito*.

Vitor: Saúde!

*Barman*: Uma das melhores vistas daqui. O contraste do colonial com o muito moderno. Não sou muito fã do moderno, mas é um contraste muito lindo. Lindinho (risos). Outro brinde. Sambinha, sambinha (risos)

Agora a gente tá indo pra *San Blás*, que aqui no Panamá é conhecido como *Hunayala*, é uma província autônoma que tem umas trezentos e seiscentas ilhas, totalmente administradas pelos índios *Kuna*. Isso dá exatamente esse contraste daquilo que é virgem, próximo do natural, com o que se pode ver aqui na cidade, com esses prédios enormes de oitenta andares e tudo mais.

Meu nome é Roque, moro no Panamá há quatro anos (em legenda lemos “Roque tem 48 anos e é guia turístico”)

O trânsito é realmente difícil. Vamos dizer que em São Paulo você comete uma infração, uma semana depois a multa tá na sua casa. Aqui não. Aqui você

comete uma infração e as pessoas vão fazendo coisas que não pode, enfim. É a única coisa que compromete a qualidade de vida aqui no Panamá: A questão do trânsito. Aqui é seguro. O custo de vida é um custo de vida mais baixo do que um custo de vida numa cidade como São Paulo, por exemplo.

Roque conversa com homem na estrada: Isso é picante, não?

Homem: Sim, é picante.

Roque: É uma pimenta. É bem boa.

Como se chama em Kuna, essa pimenta?

Homem: Cabul.

Roque: É muito boa. Muito boa.

Homem: Sim.

Roque: Para comer com peixe, não é?

Homem: Para matar o diabo, como dizem.

Roque: Bom trabalho.

A primeira vez que eu vim em *San Blás*, eu tive a sensação de que aqui era o lugar mais bonito do mundo.

Nós já chegamos e aqui é o único lugar que você consegue chegar de carro. Todos os outros lugares, ou você chega de barco ou de avião.

A gente vai pegar agora um barco com os índios. A gente tá aqui e vai pegar um barco pra ir até aqui, pra essa ilha. *Vamo* lá. Ninguém que não seja um *kuna* nato pode ter propriedade aqui ou pode vir aqui e instalar alguma coisa. Precisa de toda uma autorização do Congresso *Kuna*. Essas índias são *Kuna*, oh... E aqui, descarregando frutas e verduras pra ir pras ilhas. O abastecimento é feito por aqui.

Roque conversa com índio *Kuna* que abastece barco:

Roque: Isso veio do Panamá, não é?

*Kuna*: É

Roque: E para onde vai?

*Kuna*: *Nagará*

Roque: Quanto tempo de barco vocês vão levar até lá?

*Kuna*: Uma hora e meia

Roque: E é pra uma comunidade ou um hotel?

*Kuna*: Não, é pra comunidade.

Vocês estão vendo uma coisa legal: essa bandeira panamenha e aquela bandeira com a suástica, é que simboliza a revolução *Kuna* de 1925. O vermelho é o sangue derramado pela conquista e o amarelo é a riqueza daqui. A suástica, como é de 1925, é anterior à suástica que a gente conhece que foi usada pelos alemães. A suástica representa os caminhos que foram traçados pelos *kunas*. Eles estão sobre as leis panamenhas, mas eles têm, vamos dizer assim, uma constituição que é própria daqui. E eles seguem essas leis pra preservar a cultura *Kuna*. Foi isso que eles conseguiram fazer.

Na maioria das vezes não dá vontade de voltar para o Brasil. É relativamente perto. É como sair de São Paulo e chegar em Ubatuba (de carro), ou até mais perto, enfim. Toda essa beleza aqui, pode se dizer, que é quase intocável. Isso que é o legal.

Aqui é *Isla Aguja*. Em cada ilha que você vai você tem essa sensação: de que você tá chegando num lugar cada vez mais bonito e aí você tem mais trezentos e seiscentas e três ilhas pra falar essa mesma coisa. E você acaba nunca concluindo qual é a ilha mais bonita. É tudo muito lindo.

Olha só, aqui achamos duas (Roque se refere a estrelas o mar). E não pode tirar elas muito fora d'água, porque dez segundos fora d'água elas já não sobrevivem. Elas se acasalam exatamente assim e os ovos saem por essas partes.

Quando eu sai do Brasil pra vir pra cá, eu não tinha ideia de que isso aqui existia. Eu achei que não ia ter nada e a mudança pra cá acabou me presenteando com um lugar espetacular a 100/120km do lugar onde eu moro. Por isso aqui, hoje eu não tenho vontade de voltar para o Brasil.

Agora a gente tá saindo do banco de estrelas e vai pra outra ilha aqui, que é *Isla Pero*, onde tem um barco afundado.

A gente tá aqui na eclusa de Miraflores, canal do Panamá, que nada mais é que junta o oceano Pacífico com o oceano Atlântico.

Eu sou Henrique e tô há dois anos na Cidade do Panamá (em legenda lemos "Henrique tem 29 anos e é Relações Públicas").

Isso aqui começou a ser feito em 1978 pelos franceses, mais de cinco mil e quinhentas pessoas morreram na construção por causa de malária, dengue, uma montão de outras doenças (pra cortar isso que hoje você faz em nove horas; pra cortar o país pelo oceano) e foi terminar em 1914 com os americanos.

O barco vem desse lado, a água vai descer e ele fica no nível (porque os dois oceanos têm níveis diferentes). E essa obra atual, hoje é considerada uma das sete maravilhas do mundo moderno. E essa construção é super importante porque se você notar, eles cortaram o país. A mudança do canal, ela é comercial pro mundo e pro país. Pro mundo porque você economiza muita grana, combustível pra dar a volta e chegar no continente. Pro Panamá, porque só pra um barquinho cruzar, seria pequenininho cinco mil dólares. Agora se esse barquinho é médio passa pra cem mil dólares. Agora se é o Panamá, que é o barco de tamanho máximo pra cruzar o canal, mínimo de quatrocentos mil dólares. Por dia, eu acredito que passa, mais ou menos, uns 41 barcos. Então imagina quanto isso não dá, em dinheiro, por dia, só pra cruzar a eclusa.

Agora a gente vai conhecer um pouquinho sobre a construção do canal. Como foi tudo. O que a gente consegue ver aqui é o pessoal trabalhando na época, cortando, literalmente, a selva para poder construir o canal. Eles utilizaram um pouco mais de trinta milhões de quilos de dinamite.

Agora a gente tá aqui numa sala que imita um pouco a sala de controle de tráfego, parecida com essa, e consegue ver a lista de pessoas que vão passar por aqui: a lista, o horário de quem vai entrar, e quem já está cruzando o canal. Agora a gente vai dar uma olhada no simulador, pra dar uma ideia do que você tá vendo quando você tá dentro do barco, tentando cruzar o canal. A gente vai subindo pra passar a eclusa e chegar no oceano e seguir caminho. Agora vou abrir as portas e acabou nossa viagem no simulador.

A gente tá numa região que antes ficava a base do exército americano. Eles ficaram, no total, praticamente dominando essa região, por quase cem anos. O panamenho não tinha acesso às suas terras e a população já tava super revoltada com os americanos que estavam aqui e exploravam tudo então eles foram brigar para tirar a bandeira americana do canal e colocar a bandeira panamenha. Eles foram executados pelo exército e o que aconteceu foi fazer com que o Panamá cortasse relações diplomáticas com os Estados Unidos.

Quando eles combinaram a negociação, que os dois presidentes sentaram e assinaram a devolução do canal, etc., foi uma festa no país. E hoje eles mudaram o nome, chama *Ciudad Del Saber*, ou seja, Cidade da Sabedoria, Cidade do Saber.

A gente *tá* chegando agora no *Causeway*. São três ilhas que com a construção do primeiro canal, a terra que foi retirada, eles construíram essa grande avenida, que acabou unificando as três ilhas. Daqui é legal, porque a gente consegue ver a Cidade do Panamá e aqui também do outro lado, a gente consegue ver a entrada do Canal.

A gente *tá* acabando de chegar agora no *Le Podrito*. *Tá* rolando o festival da cerveja e eu vou encontrar uns amigos meus. Vamos lá!

Henrique cumprimenta um conhecido:

Henrique: Olá. Tudo bem?

O copo da cerveja *tá* garantindo a bebida da noite. *Vamo* lá!

Henrique cumprimenta uma mulher:

Henrique: Olá. Tudo bom?

Mulher: Olá. Tudo. E você?

Henrique: Você fala português. Você aprendeu aonde?

Mulher: Eu falo um pouquinho. Aprendi lá. Eu gosto muito de açaí, caipirinha de abacaxi...

Henrique: Ah, você gosta de “tomar” então (risos). Pinga. Em Brasil, pinga pode falar. Aqui, não. Pinga no Panamá quer dizer pênis. Eu passei esse mico aqui: Ah, caipirinha de pinga. E todo mundo olhou pra minha cara.

Mulher: Não, pinga não, pinga não.

Henrique brinda com colegas.

Cerveja de morango. Recomendo. Vale a pena.

Henrique conversa com vendedores indígenas:

Henrique: Ai que legal. Posso ver?

Esse aqui é o chapéu panamenho indígena. Aqui, a cultura indígena é super forte.

Olha que bonito. Isso aqui se chama *molas*. Isso aqui, os indígenas fazem e serve pra você colocar como cortina, você pode fazer forro de sofá. É tudo feito à mão pelos indígenas locais.

Muito obrigado pelas informações. (Henrique agradece aos vendedores indígenas)

Se você estivesse aqui em 99, você só ia encontrar americano. O idioma falado seria o inglês. Você não acharia panamenho. Panamenho tinha que ter documento pra cruzar essa área, porque era uma área do exército e quem nascia aqui era americano.

Agora a gente chegou num restaurante típico panamenho. A comida panamenha, pra gente que é brasileiro, é pesada. Bem pesada. Geralmente é alguma coisa com milho, muito frito (porque era a comida do pessoal que vinha pro campo e tinha que trabalhar o dia inteiro na lavoura. Tinha que trabalhar pesado. Então tinha que comer ma comida com sustância)

Isso é muito típico deles. Você vai ver que esse chapéu é típico do cara do interior, que vai trabalhar, que passa o dia inteiro no sol, então é super, super interior.

Agora eu vou comer uma boa comida típica panamenha. Arroz com frango. Aqui a carne é desfiada, que é super temperada e um *Tamal Joia* que lembra um pouco do nosso angu, só que ele é misturado com mais carnes, temperos... Essa é a comida bem típica local. Recomendo. É pesada, mas é gostosa. Muito boa.

Essa é a roupa típica, mais típica do Panamá, a *pollera*. Seria, no passado, a roupa de festa. Eu não sei exatamente quantos, mas são como seis, sete colares de ouro. Isso que ela tem na cabeça, no passado, era escama de peixe. Só que como isso quebrava muito, hoje eles fazem de *Swarovski*. E o vestido é feito à mão. Essa roupa pode custar U\$\$ 15 mil. É a roupa típica mais cara do mundo.

Agora a gente vai pegar uma balada pra terminar a noite porque ninguém é de ferro e tá super quente. Aqui as baladas são super novas e aqui é uma casa antiga. Não tem nem teto. E só funciona no verão porque se começar a chover, acabou a balada.

Henrique conversa com *barman*:

Henrique: Quero esse aqui. O que é isso?

*Barman:* Run da casa

Henrique: Run da casa?

*Barman:* Sim

Henrique: Run caseiro. Não sabia que isso era bom, cara. Essa bebida é nova. Run caseiro.

Não tem teto, só tem parede, mas não tem janela. Não tem nenhum pouco de privacidade. Você pode lavar a mão, com direito a um espelhinho pra retocar a maquiagem da mulherada. E o banheiro. Olha a cara do banheiro. Assim é a balada aqui. Com direito à luz das estrelas.

***Depoimentos finais dos brasileiros, falando sobre o que eles sentem falta no Brasil:***

Victor: O que eu mais sinto falta do Brasil não é família e amigos. É da cerveja estupidamente gelada (risos)

Philippe: O que eu mais sinto falta do Brasil é daquela resenha depois do futebol. Depois do futebol aqui, todo mundo vai pra suas casas (ai, minha mulher tá me esperando) e tem que ir embora já. No Brasil não. A gente termina uma pelada com os amigos. Galera pára. “Começa” umas cervejas, come um churrasquinho, fica trocando uma ideia um com outro e disso eu sinto bastante falta.

Mariana: Eu não sinto falta das coisas físicas e materiais. Não sinto. Eu sinto falta das pessoas.

Henrique: Eu fiquei muito patriota. Eu não admito que ninguém fale mal do Brasil. País melhor não existe. Pensar em voltar pro Brasil eu já pensei algumas vezes. Eu acho que não é a hora. Eu quero ter mais experiência aqui fora. Quero uma experiência maior.

Philippe: Quero voltar um dia, com certeza. Mas nesse momento eu sinto que eu preciso tá fora um pouco pra conhecer outros lugares.



Enrico: Queria mandar um beijo muito grande, um abraço muito grande pra toda minha família, que tá lá no Brasil agora. Eu tenho bastante saudade, mas, logo, logo, a gente vai se ver.