

MÃOS AO ALTO: ADAPTAÇÕES CULTURAIS EM *MASTERCHEF BRASIL*

Jackson JACQUES¹

Resumo: A presente pesquisa analisa o formato de *reality show MasterChef Brasil*, a partir de uma perspectiva focada nas hibridações culturais da produção e seus formatos derivados no Brasil. Nesta análise, observamos as modificações superficiais e específicas realizadas com base na cultura de consumo televisivo nacional e estruturas sociais de público-alvo a que se destina. Objetivamos entender as consequências destas modificações na construção do sucesso do programa no país, além de elencar os desafios ultrapassados e construídos para o futuro do formato.

Palavras-chave: *reality show*, *MasterChef Brasil*, hibridismo cultural

Para começar a análise aqui proposta, acredito que seja necessário assimilar algumas noções norteadoras, principalmente em torno do gênero *reality show*. Diferente da grande maioria dos estudos televisivos, assumo que os *reality shows* alcançaram certo patamar de distanciamento entre si a ponto de poder ser considerado um gênero televisivo, tais como o jornalismo, a telenovela e os programas de auditório.

O gênero *reality show* pode ser facilmente ligado à ideia de “um programa televisivo apoiado na vida real” (GARCIA; VIEIRA; PIRES, 2010), fazendo com que seus diversos estilos e modelos sejam interpretados como formatos de produção², cada um com suas particularidades enquanto um produto midiático.

O gênero tem marco inicial em 1992 através da produção de *The Real World* pela MTV. A partir da vontade de criar uma “série baseada na vida real” que se assemelhasse às *soap operas*³ de sucesso da época, os altos custos desse formato - semelhante à telenovela - fizeram com que a emissora apostasse em um programa com

¹ Graduado em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense (UFF).
acad.jackson@gmail.com

² “Um tipo específico de conteúdo cujo lógica de produção tem em vista a transnacionalização de um modelo que seja potencialmente desenvolvido em qualquer lugar” (CHALABY, 2015 *apud* HOLZBACH, 2016)

³ Obras de ficção exibidas com regularidade de transmissão, tais como as telenovelas brasileiras. Nesse caso, voltado para jovens, se assemelharia à *Malhação*.

peças anônimas e sem grandes custos de produção⁴; convivência, baixos custos de produção e uma promessa de realidade se tornaram as premissas para realização de um *reality show*.

No entanto, foi somente a partir dos anos 2000 que a lógica da competitividade, que hoje rege a maioria dos formatos produzidos dentro do gênero, foi apresentada. Com a produção de *Survivor*⁵, a competição por um prêmio – em dinheiro ou qualquer outro tipo de benefício – passou a compor o campo das premissas para “um bom *reality show*”.

O objeto de estudo deste artigo, o formato *MasterChef*, teve uma primeira versão no ano de 1990 no Reino Unido, idealizado enquanto um programa local sem ligações próprias com o gênero *reality show*. Foi apenas em 2005 que o programa ganha a cara do que é hoje em dia⁶ e assume uma popularidade que leva o formato a mais de 70 países, tornando-o um dos mais assistidos mundialmente.

Ainda que permita aos produtores flexibilidades que envolvam a identidade local dos países em que serão exibidos, por se tratar de um formato televisivo, possui algumas regras em torno das possibilidades de produção do mesmo. O formato *MasterChef* traz algumas expectativas para que se ostente um mesmo padrão de execução: preparos culinários em tempos fixos determinados pela produção (forma de instigar a produção de conteúdo ligado ao fator “*reality*” do formato), jurados notórios em suas carreiras que tecem duras críticas sobre tais preparos, e desafios coletivos ou individuais acerca da comida ou que instiguem atritos para a convivência.

Partindo deste entendimento, elencamos algumas das principais estruturações feitas pela produção brasileira do formato, exibido pela Rede Bandeirantes desde 2014 no Brasil. A partir de uma análise comparativa das temporadas brasileiras⁷ com episódios pilotos das versões britânica – a versão original do formato – e americana,

⁴ BLAKE, M. *The Real World: “This is The True Story...”*. A.V. Club, 6 jun. 2011. Disponível em: <<http://www.avclub.com/tvclub/the-real-world-this-is-the-true-story-57041>>. Acesso em: 05 de abril de 2019.

⁵ Criação de Charlie Parsons, produzido pela CBS. Têm inspiração em *Expedition Robinson*, criado em 1997 como um modelo piloto a ser apresentado para emissoras na Suécia. O formato segue existindo até hoje e completa 19 anos, com 38 temporadas.

⁶ Competição entre cozinheiros amadores, no formato principal, com desafios em grupo e testes individuais como a Caixa Misteriosa e provas de réplica de pratos. Os participantes são julgados por um grupo de chefs renomados que compõem o júri do programa.

⁷ Serão observadas, também, algumas mudanças que são feitas entre os formatos *MasterChef*, *MasterChef Profissionais* e *MasterChef Júnior* em território brasileiro.

buscaremos entender as escolhas realizadas pela produção brasileira e as consequências destas para a recepção do programa.

BEM-VINDO AO MASTERCHEF

Se nos anos 2000 o gênero *reality show* ainda era muito fértil para testes e possibilidades no Brasil, a partir dos anos 2010 víamos na televisão uma multiplicidade de formatos, buscando a atenção do telespectador e dominando diversos horários das grades. Sendo em maioria competições, tanto de convívio social como *Big Brother Brasil* e *A Fazenda*, quanto musicais, como *Ídolos*, se via *reality shows* em todos os lugares (JACQUES, 2017).

Com a popularização do Twitter⁸ no país, a partir de 2009, foi criada uma maior interação do público, que não dependia apenas de ambientes moderados como blogs e comunidades. Através dos *tweets*⁹, o telespectador encontrou um novo meio de partilhar impressões para além das habituais votações oficiais dos programas. “A TV finalmente está entendendo o poder da segunda tela e como esses comentários em tempo real engajam e dão uma cara super atual ao programa” (MÜLLER, 2017).

Embora a nova cultura participativa tenha raízes em práticas que, no século 20, ocorriam logo abaixo do radar da indústria das mídias, a web empurrou essa camada oculta de atividade cultural para o primeiro plano (...) (JENKINS, 2015).

Ainda que o público brasileiro já estivesse bastante acostumado com o consumo de *reality shows*, a Rede Bandeirantes se tornava pioneira ao trazer, em 2014, o primeiro reality show culinário do país¹⁰, o *MasterChef Brasil*, com uma superprodução inédita para o canal. *MasterChef Brasil* tem por objetivo revelar o próximo grande cozinheiro amador do país; o formato traz como premiação um curso de técnicas

⁸ Fundado em março de 2006, por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone, surgiu como uma ideia para um serviço de troca de mensagens e status. Hoje em dia expandiu seus originais 140 caracteres de mensagem para 280 caracteres.

⁹ Como se denomina a mensagem de até 280 caracteres (atualmente) postadas nos perfis pessoais dentro da rede social Twitter. De início, com 140 caracteres, era assim denominada por parecer um pio (o símbolo da rede é um pássaro), algo rápido.

¹⁰ Desde 2008 a Rede Globo produz o quadro *Super Chef* no programa *Mais Você*. Consideramos *MasterChef Brasil* enquanto pioneiro por ser um programa unicamente destinado à competição, ocupando o horário nobre de uma emissora, competindo diretamente com outras produções do gênero, diferente do que ocorre com o quadro da Globo.

culinárias na *Le Cordon Bleu Paris* – tradicional escola de culinária francesa -, além de prêmios em dinheiro, equipamentos culinários e consumação no supermercado patrocinador do programa.

Depois de um extenso processo de seleção, os cozinheiros selecionados – o número de participantes varia entre 16 e 21, de acordo com cada temporada – passam a enfrentar algumas provas específicas, tais como Caixa Misteriosa, Desafio de Equipe, Prova de Réplica, Provas de Eliminação, Teste de Pressão, etc. A eliminação é feita a partir das decisões tomadas pelos chefs, sem interferência direta do público; o padrão é de apenas 1 participante eliminado por episódio¹¹.

De cara, o formato se tornou um fenômeno nacional de narrativa transmidiática, que engatou uma produção atrás da outra¹²; superou a Rede Globo em audiência¹³; se destacou nas redes sociais, principalmente Twitter, ocupando sempre boas posições dentre os assuntos mais comentados¹⁴; além de explorar a interação com a internet através, também, do Youtube, disponibilizando não só os programas na íntegra, como vídeos de receitas realizadas pelos participantes¹⁵. Com este formato, também, foi a primeira vez em que o protagonismo foi mais da apresentadora e dos jurados do que dos concorrentes em si.

Por mais tardia que seja esta inserção de formato no país, o risco corrido pela Rede Bandeirantes trouxe benefícios e também renovações para a emissora. A partir do sucesso de *MasterChef Brasil*, é possível perceber uma alteração na lógica do *primetime* da emissora. Por ser reconhecida como uma emissora focada em esporte, elencava seus principais programas e personalidades de acordo com a logística que ronda o futebol, destacando seu *primetime* até às 20h. Com a chegada de *MasterChef Brasil*, que era exibido às terças-feiras a partir de 22:30h e chegando a terminar às 2h em dias de final,

¹¹ Isso muda na 5ª temporada do programa, quando passa a ser possível a eliminação de 2 ou mais participantes por episódio. Na 6ª temporada, volta-se ao padrão de apenas 1 eliminação.

¹² Entre 2014 e 2019 já foram produzidas 6 temporadas, além de 1 temporada do *MasterChef Júnior* – destinado a crianças – e 3 temporadas do *MasterChef Profissionais*.

¹³ IG GENTE. Final de “*MasterChef*” bate Globo na audiência. Você gostou? IG, 2014. Disponível em: <<http://gente.ig.com.br/2014-12-17/final-de-masterchef-bate-audiencia-na-globo-voce-gostou.html>>. Acesso em 26 nov. 2017.

¹⁴ KUSUMOTO, M. “*MasterChef*” termina com vitória de favorita e se consolida como acerto da Band. *Veja*, 2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/masterchef-termina-com-vitoria-de-favorita-e-se-consolida-como-acerto-da-band/>>. Acesso em 26 nov. 2017

¹⁵ SACCHITIELLO, B. *MasterChef* termina temporada com sucesso no Youtube.

Meio&Mensagem, 2017. Disponível em:

<<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/08/22/masterchef-termina-temporada-com-sucesso-no-youtube.html>>. Acesso em: 26 nov. 2017;

por exemplo, a emissora ganha destaque entre o público e, principalmente nas redes, ativa o público e instiga-o a realizar comentários através de exibição destes em tela, uso de hashtags oficiais, etc.

A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2015, s.p.)

“MENOS, É MAIS”

Partindo para o campo da análise do objeto, começamos a elencar as principais diferenças no que diz respeito às alterações realizadas na produção do formato, em primeira observação. São elas: a) a escolha dos jurados; b) a figura da apresentadora; c) o escárnio com os participantes; e d) a interação com a internet.

No que diz respeito ao primeiro ponto, o *MasterChef Brasil* opta por uma tríade de jurados - o que é bem comum no formato de uma maneira geral -, a fim de evitar empates nas decisões tomadas pelos chefs. Não existe uma regra na divisão entre o número de homens e mulheres que compõem este time de chefes, segundo o formato. O que mais chama atenção é a escolha de 2 chefs naturais de outros países enquanto representantes do título de “mais renomados chefs do Brasil”.

No Brasil, o *MasterChef* optou por um único jurado brasileiro, Henrique Fogaça, além de uma jurada argentina, Paola Carosella, e um jurado francês, Erick Jacquin, o que evidencia a intenção do programa em conceder às avaliações um caráter cosmopolita. [...] Por fim, importa destacar que a legitimação dos três jurados acontece na mídia *mainstream*, pois todos já receberam prêmios gastronômicos de publicações como *Veja* e *Prazeres da Mesa*. (HOLZBACH, 2016)

Ao longo das temporadas, o programa busca “surpreender” essa necessidade de apresentar não só a culinária como os chefs de cozinha naturalmente brasileiros que possuem destaque, através da participação de alguns chefs convidados em provas com temáticas específicas ou regionais – prova de *pâtisserie*¹⁶, comida nordestina, comida do norte, etc.

¹⁶ Culinária especializada em bolos e doces. Normalmente conta com um chef *pâtissier* convidado para apresentar o prato que se almeja na prova.

No segundo ponto destacado, chama atenção a escolha de Ana Paula Padrão para assumir o posto de apresentadora do programa. A jornalista, que possui vasta experiência como âncora de telejornal, foi uma surpresa. Além disso, no mais comum dos casos, a figura do apresentador é dispensada na produção deste formato¹⁷. A partir do momento em que optam pela presença de uma apresentadora, Ana Paula Padrão ganha destaque maior do que os próprios participantes, gerando *memes* e situações de tensão que estimulam o lado “*reality*” da competição.

No ponto c) levantado, quando iniciado o formato em 2014, a lógica da produção ainda acompanhava muito do que se era feito em outros formatos no país. Seguindo a linha do escárnio e do fazer rir em cima do fracasso de um participante, como muito visto no programa *Ídolos* por exemplo, o programa exibiu para o telespectador algumas tentativas de fazer parte do programa; muitas delas serviram para construir uma imagem rabugenta e crítica dos chefs ao longo das primeiras temporadas, visto que os mesmos (ainda) eram desconhecidos do grande público.

Esse tipo de uso de imagens se distancia do real motivo do programa, que é o de perseguir um sonho de se tornar um grande cozinheiro e próximo Master Chef. A partir da realização do *MasterChef Profissionais*, em 2016, que segue uma seleção de candidatos “às escondidas”, o formato principal se modifica e apresenta uma lógica muito mais interessante e condizente com o objetivo do formato: duelos culinários para definir o merecedor do avental.

Quanto ao último ponto, vale destacar o uso da internet e da interatividade, sempre vista de forma essencial ao sucesso de um formato do gênero *reality show* no país, de forma positiva e agregadora ao programa. Perceber que o público, de forma orgânica, criou certa expectativa em torno do formato apresentado e passou a (re)produzir em cima deste foi essencial para culminar no sucesso que o formato faz no Brasil. Desta forma, ainda que o programa não dialogue com o público através da votação e do modo tradicional de “dar voz”, consegue, através de outras ferramentas, engajar um público ainda sedento por se ver representado. Segundo Mateus (2012), o *reality show* consegue criar uma relação de caráter testemunhal e cúmplice com os espectadores, justamente por essa possibilidade de identificação.

¹⁷ O mais comum é o uso de uma voz narradora, cuja função é a de interligar as cenas apresentadas das provas, com os comentários dos jurados.

Essas mudanças primárias quando da produção inicial do formato no país, auxiliaram e muito no fortalecimento da marca *MasterChef* e na popularização do programa seja através de redes sociais, seja pela audiência. Mais importante que essas mudanças, no entanto, são justamente o decorrer delas. De início, a escolha dos jurados pareceu um trio de chefs carrascos e carrancudos com instruções de serem assim¹⁸, mas que depois foi melhor aproveitado deixando com que cada um se posicionasse a seu próprio modo: daí também surge um recorte necessário sobre a presença da mulher na cozinha profissional, muito levantado pela Paola, fazendo com que o público – que é de maioria do gênero feminino – se identificasse com sua força. A piada em torno de candidatos à participantes também ajudou a atrair espectadores, que já estavam a muito tempo acostumados com processos de seleção repleto de desastres e que soassem como um alívio cômico.

PARA TUDO!

Além destas modificações que são aparentes e pesam justamente na questão das decisões de produção de um formato, existem aquelas que somente chegam a um ponto de análise quando em comparação com outras estruturas semelhantes – como o formato original, por exemplo. Estas modificações podem, ainda, perpassar questões culturais do país em que está sendo produzido o formato, gerando uma hibridação do conteúdo dito transnacional, que é o formato televisivo, com a cultura local.

Hibridação são “processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, 2001), podendo ser proveniente de processos migratórios, turísticos, de intercâmbio econômico ou comunicacional ou surgir da criatividade individual e coletiva. (JACQUES, 2017)

Detalhes menores que fazem total diferença quando deslocados para um contexto sociocultural completamente diferente de onde foi originado, como é o caso de certas expressões presentes na cartilha *MasterChef*. Na versão original do programa, as provas se encerram quando o apresentador, ou o chefe que faz as vezes de um apresentador, encerra o tempo com a frase “*Hand’s up!*” ou “*Hands in the air!*”. Esta

¹⁸ CAROSELLA, P. Os amores, manias e prazeres da Masterchef Paola Carosella (12m05s). Entrevista concedida a Camila Brandalise e Juliana Linhares. Canal UNIVERSA. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=NKdqUz1Jl7Y>>. Acesso em 09 de abril de 2019.

expressão é normalmente traduzida mantendo, o sentido para a língua de onde está se produzindo o formato.

No Brasil, a expressão mais aproximada seria “Mãos ao alto!”, que carrega consigo uma carga negativa atrelada à assaltos, abordagens policiais ou situações de risco. Sendo assim, a fim de evitar a associação negativa desta fala, por sugestão de Ana Paula Padrão, o encerramento do tempo de prova se dá através do grito de “Para tudo!” da apresentadora¹⁹. Ainda que pareça algo leviano, é uma mudança inédita no formato, permitida muito provavelmente pela adequabilidade cultural da questão aqui levantada. Esse tipo de sensibilidade em uma produção mostra o cuidado de se pensar um conteúdo mais adequado ao perfil de público que se almeja alcançar e já alcança – inclusive o público-alvo da emissora, pessoas de classe B e C.

MasterChef Brasil sempre deixou muito claro que buscava ser um programa para a família brasileira. Ainda que não se tenha uma definição completa do que se entende enquanto valores da “família brasileira”, uma vez que a produção nacional aposta muito na edição voltada para a questão de convivência dos participantes, por exemplo. É comum para os espectadores brasileiros assistirem comentários dos participantes em tom de rivalidade com outros participantes durante a gravação do confessionário²⁰, enquanto nas produções britânica e americana, o foco seja nas dificuldades nas preparações dos pratos. Por já estar acostumado a ter esse tipo de conteúdo do gênero *reality show*, com intrigas e situações delicadas interpessoais, o público poderia estranhar a edição mais séria e objetiva dos países supracitados.

Dentro desta lógica de se destinar à família brasileira, entendemos a preocupação de melhor uso de termos, edição de algumas falas problemáticas envoltas em palavrão e, acima de tudo, a arriscada mudança de horário realizada em 2019 para a 6ª temporada. O programa, que recebia bastante críticas por adentrar madrugada e fazer com que os espectadores abandonassem no meio ou se atrasassem para sua rotina no dia

¹⁹ BERGAMASCO, D. *Masterchef: nove coisas que você não sabia sobre o programa da Band*. Veja São Paulo, 6 de agosto de 2015. Disponível em:

<<https://vejasp.abril.com.br/cidades/masterchef-coisas-que-voce-nao-sabia-sobre-o-programa/>>. Acesso em 09 de abril de 2019.

²⁰ Vídeos depoimentos gravados por cada participante e utilizado ao longo da temporada, podendo ser editado e utilizado em momentos que, não necessariamente, sejam exatamente aquele comentado.

seguinte, passou a ser exibido aos domingos, a partir das 20h, sendo possível assistir com toda a família²¹.

Desta forma, competindo com uma temporada de baixa audiência de *Big Brother Brasil*, o programa adapta outras características para acompanhar o perfil de “programa da família de domingo” como se promete. É perceptível que a quantidade de cenas dramáticas é aumentada, evocando muito das características que acompanham o gênero da telenovela – outro gênero destinado à família –, com cenas de choros de participantes e foco em histórias que mostrem superação – um corte durante a prova, uma dificuldade anterior na vida do participante, etc. Além disso, a edição ganha menos “pis” de censura, uma vez que se tem menos palavrões²².

Por último, até mesmo a abertura do programa – que sempre seguiu uma linha mais escura e séria, afinal é o que representa a cozinha profissional – que traz imagens dos participantes interagindo com ingredientes, ganhou ares mais coloridos e divertidos, com os competidores e também os chefs e a apresentadora pulando em trampolins, o sorriso mais presente do que as caras fechadas e braços cruzados que eram comuns às outras temporadas.

O tom que o programa ganha chega a poder ser assemelhado ao mesmo utilizado no formato infantil, o *MasterChef Júnior*. Nele, os chefs tiveram o desafio de romper com a imagem carrancuda que haviam construído nas duas primeiras temporadas de *MasterChef*, uma vez que a leitura sobre o programa se modifica a partir do fator fofura infantil. Foi comum ter cenas onde os chefs choravam com a criança competidora ou eram alvo de algum tipo de brincadeira, como um teste de ponto de chantilly sob a cabeça²³. O figurino dos chefs também foram um diferencial para a temporada júnior: Paola não utilizou óculos e seu figurino sempre esteve em tons mais claros; Jacquin deixou de lado os paletós e gravatas; Fogaça, ainda em seu estilo, utilizou mais cores do que no formato tradicional; Ana Paula também entrou na mudança de figurino, fazendo uso de estampas mais florais e cores chamativas. O último ponto de mudança bastante “óbvio” quanto ao *MasterChef Júnior* foi a tolerância com o tempo; por diversas vezes

²¹ Declaração de Paola Carosella, em seu perfil no Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BvaXMMbhlAY/>>. Acesso em 09 de abril de 2019.

²² Aqui vale destacar uma reeducação dos jurados, principalmente Henrique Fogaça, que era o principal causador dos tais “pis”. O chef deixa de lado a figura do rebelde marrento e adota uma postura mais centrada, fazendo com que a identificação com ele seja muito mais fácil.

²³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Tfm0NIUMQ7A>>. Acesso em 09 de abril de 2019.

Ana Paula realizou a contagem de forma mais demorada, chegando até a contar as frações de segundos.

Estas pequenas alterações em *MasterChef Júnior* são realizadas também nas produções internacionais e ditam o tom do formato que está sendo exibido, buscando distanciar os formatos, interpretando-o como um *spin-off*²⁴ do formato principal. Para o público, que passa a acompanhar o programa muito devido à apresentadora e os chefs, é uma renovação conhecer estas novas facetas deles. Assim, seja de forma mais leve no *MasterChef Júnior* ou como os chefs críticos e durões que encarnam em *MasterChef* e *MasterChef Profissionais*, continuam roubando a atenção e sendo, de fato, os principais elementos dos formatos.

CONCLUSÃO

É possível perceber, então, que mesmo se tratando de um formato consolidado transnacional, assim como tantos outros formatos do gênero *reality show*, o *MasterChef Brasil* permite inserções e alterações que perpassam as características culturais norteadoras da forma de consumo televisivo do país em que está sendo realizado.

Levar em consideração as expectativas de um público que não mais consome apenas os conteúdos nacionais, mas que busca cada vez mais, através da televisão por assinatura ou serviços de *stream*, se atentar para produtos midiáticos produzidos no mundo todo, é essencial para o sucesso de qualquer formato. Além disso, dentro do gênero *reality show*, é perceptível que o sucesso dos formatos só se dá através da interação com o público, seja através de voto ou minimamente inserindo-o na narrativa - através de tweets em tela, como é o caso do *MasterChef*.

Acho necessário entender o mercado, mas, principalmente, o seu público (...) em vez de jogar isso ao público, o ideal é fazê-lo se sentir parte daquilo também, acreditar que você está falando para e diretamente com eles (RODRIGO, 2017).

Com os avanços provocados pelas novas redes, a facilidade em expor ideias e opiniões se torna cada vez maior e, portanto, seria errôneo ignorar esse novo espectador-comentador. Este perfil ainda não está totalmente definido e é muito baseado

²⁴ Ou seja, um programa que deriva de outro; originado a partir de algo existente.

justamente na possibilidade de mutação, que permite atualizações de acordo com os cenários sociais e de consumo, mas muito marcado pelo que se acha, pensa, gosta ou não.

Acima disso, entendemos as mudanças como fatores necessários de adaptação para seguir existindo, em meio a disputa midiática que ocorre no campo da televisão. *MasterChef Brasil* precisou se estabelecer para então mostrar firmeza na concorrência com outros formatos de *reality shows* culinários, que acabaram encerrando suas produções justamente por não atentarem à esta adaptação necessária ao público e contexto brasileiro.

Atualmente, enfrenta o desafio de manter um público fiel ao seu formato, enquanto a Rede Record dá início à exibição do formato *Top Chef*, que é a principal concorrência entre *reality shows* culinários que o *MasterChef* enfrenta nos EUA, por exemplo. Vale a observação dos desdobramentos destas formas de se renovar e fazer com que o formato não fique desgastado e perca o fôlego em frente ao estreado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GARCIA, D.C.D.; VIEIRA, A.S.; PIRES, C.C. **A explosão do fenômeno**: reality show. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/garcia-deomara-reality-show.pdf>>. Acesso em 30 de junho de 2017.

HOLZBACH, A. A COMIDA COMO CHEF DE UM FORMATO TELEVISIVO: *MasterChef Brasil* versus *MasterChef Colômbia*. In: **Anais...** XXV Encontro Anual da Compós, Goiânia, 2016.

JACQUES, J. **Os olhos que tudo veem** – interatividade, subcelebridade e *digital influencer* em *Power Couple Brasil*. Trabalho de conclusão do curso de Produção Cultural – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Artes e Comunicação Social. 2017.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2015.

MATEUS, S. *Reality show* - uma análise de gênero. **Revista Comunicando**, Vol. 1 No 1. 2012

MÜLLER, B. Entrevista concedida a Jackson Jacques por e-mail. 3 maio de 2017.

RODRIGO, R. Entrevista concedida a Jackson Jacques por e-mail. 16 maio de 2017.