



UMA DÉCADA DO CAÇULA

sucesso: essa mistura de passado e atualidade, os personagens carismáticos e a ideia de que toda a família pode se divertir em frente à televisão. “A gente se diverte antes de tentar divertir o público. Quanto mais a gente está curtindo as ideias, mais elas podem entrar na série”, diz Juliano Enrico em entrevista ao **Correio**.

Após tanto tempo, eles acreditam que o desenvolvimento do seriado é uma consequência do trabalho que vem fazendo, e a longevidade é um resultado de personagens ficticiais com humanidade. “A série tem realmente vida própria. É muito maluco falar isso. Os episódios são muito difíceis de fazer e, ao mesmo tempo, escrevem-se sozinhos”, explica o criador, que credita a cada um que passou, de alguma forma, pelo projeto. “O *Irmão do Jorel* é feito por uma equipe imensa, dá para colocar em números, mas, se pensar desde o início, estamos falando de um grande exército correndo em uma maratona gigante e cheia de obstáculos.”

A ideia partiu de uma vontade dos irmãos Juliano Enrico e Frederico Nicolai de contarem um pouco da história da própria família. “A série começou comigo, em casa, fazendo um trabalho arqueológico nas coisas da minha família enquanto anotava detalhes do comportamento da minha avó, da minha mãe e do meu pai para encontrar elementos em comum”, lembra o criador. “Quando *Irmão do Jorel* era ainda uma ideia, a intenção era que fosse uma história em quadrinho desprezível. Porém, acabou se tornando um projeto de animação que atrai a família inteira. Foi uma surpresa, porque a gente conseguiu entreter a criança, o pai, o tio e o professor, cada um com um olhar diferente”, complementa.

Para Juliano, o que atrai o público está no fato de nenhuma experiência ser 100% individual. “Eu acredito que quando você mostra algo muito único e pessoal, você acaba se comunicando com muita gente. É universal”, explica. “Existem coisas que fazem parte de uma experiência coletiva de ser latino-americano e crescer vendo programas e desenhos norte-americanos. Muito da cultura brasileira está na série misturada com as referências da cultura pop de fora”, completa.

Alegria dos 10 anos

“O sentimento é muito confuso e muito próximo”, diz Juliano, em referência ao tamanho da conquista que são os 10 anos da animação no ar. “É indescritível. Eu fico maravilhado com a ideia de fazer *Irmão do Jorel* durante os anos e a série ainda ter relevância. É muito divertido fazer essa animação, me sinto sempre motivado a contar todas essas histórias junto da equipe”, complementa o idealizador da animação.

O entendimento é que o trabalho foi bem-feito, afinal tudo mudou em volta do *Irmão do Jorel*, mas ele continua forte, vivendo aventuras e praticando peripécias. “A gente atravessou muitas épocas diferentes, o país mudou, a equipe foi se renovando e recebemos novas vozes em todos os sentidos”, pontua Juliano.

“Hoje, sinto o privilégio de poder amadurecer junto do nosso personagem, o querido *Irmão do Jorel*. Podemos ver o carinho do público, que se fantasia, se tatua e conta que era criança quando começou a assistir à série e hoje é adulto”, exalta o criador, que acredita que o futuro será, no mínimo, produtivo. “Atravessamos gerações, cada uma assistindo com um olhar diferente. Isso é gratificante e empolgante. Quanto mais história a gente conta, mais a gente quer contar”

O desafio da atualidade

Irmão do Jorel permanece uma série atual, mas existem desafios relacionados às novas crianças que o assistem. “Quando se trabalha com criança, você tem que estar na ponta sempre. Por que elas são as primeiras a mudar de formato, plataforma e meios de consumo”, analisa Livia Ghelli, diretora de Estratégia de Kids & Animation da Warner Bros Discovery Brasil. “Quando os adultos chegam à plataforma, elas já estão saindo de lá. As crianças já não estão mais tanto no Instagram, e o TikTok vai ser o próximo a sofrer essa migração. Afinal, você não quer estar onde seu pai está”, acrescenta.

A profissional destaca a série entre as principais produções nacionais do canal. Segundo a própria Max, a animação está no top 10 de conteúdos brasileiros de maior performance desde o lançamento da plataforma este ano. Livia percebe que é pelo fato de que *Irmão do Jorel* faz o simples. “É uma série que ajuda a criar conversas entre familiares”, reflete.

Zé Brandão, produtor-executivo do seriado, acredita que o tempo passou e o *Irmão do Jorel* estava pronto. “*Irmão do Jorel* sempre teve piadas curtas, performances dos personagens e cenas que funcionam como cortes. Para a gente, sempre foi natural, nunca nos balizamos para produzir isso, só acontece”, recorda. “Isso não significa que a série está alheia à atualidade. A gente só não transforma a narrativa em nome de se adequar a reels e TikTok”, conclui.

No final, o que fica são os momentos em família que a produção proporciona aos espectadores. “Muitas vezes, nós chamamos a atenção dos adultos com coisas que pensamos direcionadas para crianças. Às vezes, a criança está rindo da careta ou se divertindo com música, ritmo e cores, o pai pegando a referência e a avó curtindo um momento em família”, destaca Zé.