

ERIKA FONSECA DE AZEVEDO VIEIRA

***ENCONTRO COM FÁTIMA BERNARDES: UMA ANÁLISE DE GÊNEROS,
FORMATOS E SOCIALIZAÇÃO DA VIDA PARTICULAR NA TV***

VIÇOSA – MG
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV
2014

ERIKA FONSECA DE AZEVEDO VIEIRA

***ENCONTRO COM FÁTIMA BERNARDES: UMA ANÁLISE DE GÊNEROS,
FORMATOS E SOCIALIZAÇÃO DA VIDA PARTICULAR NA TV***

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Mariana Ramalho Procópio Xavier

VIÇOSA – MG
Curso de Comunicação Social/Jornalismo
2014



Universidade Federal de Viçosa
Departamento de Artes e Humanidades
Curso de Comunicação Social/Jornalismo

Monografia intitulada *Encontro com Fátima Bernardes: Uma análise de gêneros, formatos e socialização da vida particular na TV*, de autoria da estudante Erika Fonseca de Azevedo Vieira, aprovada pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Dra. Mariana Ramalho Procópio Xavier – Orientadora
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV

Profa. Ms. Hideide Brito Torres
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV

Profa. Ms. Laene Mucci Daniel
Universidade Federal de Viçosa (UFV)

Viçosa, 07 de fevereiro de 2014

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pelo preparo para enfrentar os desafios diários, pela sabedoria para lidar com sentimentos e situações e, principalmente, pelas pessoas maravilhosas que colocou em minha vida. Aos meus pais, Carmen e Edson, e ao meu irmão, Lucas, por terem entrado “de cabeça” comigo nesta fase cheia de novidades. Pelo amor sem medidas, apoio incondicional, ombro amigo e presença constante. Pelo “paitrocínio”, pelas ligações diárias, visitas de médico e por serem, de fato, os melhores do mundo.

Ao meu namorado, Dênnny, que não mediu esforços para tornar minha rotina viçosense um pouco mais leve. Pelo amor e dedicação que me acompanharam nos melhores e, principalmente, nos piores momentos da graduação. Pela ajuda nos trabalhos, em especial pela participação nesta monografia – foram horas dedicadas a revisões, *downloads* e normatização de referências.

Agradeço à minha orientadora, Mariana Procópio, pela paciência, confiança e valiosas contribuições desde a formulação do projeto que resultou nesta monografia. Pelos conhecimentos e sugestões que muito acrescentaram à minha formação pessoal e, principalmente, crítica. Pela amizade, dedicação e pelo grande exemplo de profissionalismo, ética e comprometimento. Muito obrigada!

Aos grandes amigos conquistados em Viçosa, Marcos e Marcelle, pelos fins de tarde com açaí e bons assuntos. Ao Washington, pela amizade, pelas revisões de textos e por sempre perguntar sobre o TCC (apesar de saber que o interesse é devido à sua admiração pela Fátima Bernardes).

À Natália, minha irmã de república, pelas risadas, conselhos, e longas conversas. Aos amigos distantes, Mirna, Matheus e Layza, pelas conversas bem humoradas em tempos de grandes preocupações. Aos amigos e profissionais da Residência em Jornalismo da Rede Gazeta, pelos grandes aprendizados obtidos durante os dois meses passados em Vitória – ES. Obrigada também a Fernanda e Samanta, por terem me recebido de braços abertos neste período de curso em terras capixabas.

Por fim, mas não menos importante, agradeço à Adriana Passos, pelos valiosos ensinamentos durante o estágio na CCS e pelo incentivo a buscar novas experiências.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo verificar como se caracteriza o programa *Encontro com Fátima Bernardes*, exibido nas manhãs da Rede Globo, que se propõe a discutir assuntos variados entre os convidados presentes no palco. Os principais questionamentos propostos estão relacionados às promessas feitas aos telespectadores antes da estreia da nova atração da emissora, em especial o ineditismo, a proximidade com o público e a manutenção das funções jornalísticas da apresentadora. Buscando verificar o cumprimento de tais promissões, este estudo se propõe a identificar os gêneros e formatos utilizados na construção do programa, considerando a presença da combinação de entretenimento e informação, tendência que deu origem ao conceito *infotainment*. A análise também procura discutir a socialização da vida privada dos convidados, característica presente em outros programas que também apontam para o crescimento da utilização deste recurso pela mídia em geral para cativar a audiência, por meio da identificação do público com os personagens participantes das discussões propostas.

PALAVRAS-CHAVE

Gêneros; Formatos; Televisão; Socialização do particular; Encontro com Fátima Bernardes

ABSTRACT

This study aims to verify how the TV program *Encontro com Fátima Bernardes*, displayed on Rede Globo's mornings and which proposal is to discuss different subjects with its guests, is characterized. The main questions we suggest are related to the promises made to the TV viewers before the premiere of the new attraction of the broadcaster, specially the originality, the closeness with the public and the maintenance of the hostess's journalistic functions. Looking for verifying the fulfillment of these promises, this study proposes to identify the genres and formats used on the construction of the TV program, considering the presence of the combination of entertainment and information, tendency that gave rise to the concept *infotainment*. The analysis also discusses the socialization of guests' private life, feature present in other television programs too. This fact points to the growth of this resource use on the media in general to win the audience by identifying itself with the characters on the discussion.

KEY-WORDS

Genres; Formats; Television; Socialization of individual; Encontro com Fátima Bernardes

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Disposição da apresentadora, parceiros, convidados e plateia do programa	36
Figura 02 – Variedade de atrações do programa: show de calouros, aula de dança, concurso de sobremesas e sapateado	38
Figura 03 – Encerramento do programa	41
Figura 04 – Primeira fase do programa: todos se localizam no mesmo ambiente, mas famosos e especialistas se sentam na frente dos anônimos	42
Figura 05 – Semelhanças entre o <i>Programa da Hebe</i> e <i>Encontro com Fátima Bernardes</i>	43
Figura 06 – Famosos (sofá maior) e especialistas parceiros do programa (sofá menor).....	44
Figura 07 – Bárbara Paz e Léo Jaime sentam-se com os pés sobre o sofá, demonstrando estarem à vontade.....	44
Figura 08 – Trapezista faz apresentação no palco do <i>Encontro</i>	45
Figura 09 – Apresentações musicais: coral de sinos e orquestra de barro	47
Figura 10 – Fátima dirigindo-se ao público telespectador, incentivando participação	56

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
CAPÍTULO 1 - OS GÊNEROS DA TV BRASILEIRA SOB UM VIÉS DISCURSIVO .10	
1.1 Surgimento da TV: reinvenção e funcionalidade de seus próprios gêneros.....	11
1.2 Gêneros, formatos e suas características na TV brasileira.....	16
CAPÍTULO 2 – DO QUARTO ÍNTIMO PARA A COLETIVIDADE: A MÍDIA COMO PROMOTORA DA SOCIALIZAÇÃO DO PARTICULAR	21
2.1 Breve histórico sobre a noção de privacidade	22
2.2 Público <i>versus</i> privado ou público <i>e</i> privado?	27
2.3 Intimidade para o público da TV	29
CAPÍTULO 3 – ENCONTRO COM FÁTIMA BERNARDES: UMA ANÁLISE DOS GÊNEROS, FORMATOS E DA INTIMIDADE NO PROGRAMA	23
3.1 Análise do programa	35
3.1.1 A estrutura do programa	39
3.1.1.1 Flexibilidade nos formatos, flexibilidade no cenário	41
3.1.2 Do circo à TV, inúmeras atrações	45
3.1.3 Entretenimento sem abrir mão da informação	48
3.1.4 Intimidade na televisão	50
3.1.5 Com a voz, o homem público	58
CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67

INTRODUÇÃO

Em meio às muitas mudanças ocorridas na sociedade nas últimas décadas, em especial àquelas relacionadas aos meios de comunicação, são evidentes algumas ações de grandes empresas do ramo para resistir à concorrência representada principalmente pela internet. Texto, áudio, imagem e recursos interativos da *web* atraíram a atenção que antes era dedicada a veículos como o jornal impresso, rádio e TV, gerando uma “crise” que repercute até hoje. As redações buscam na multimídia um meio de manter o impresso em circulação, na esperança de contrariar as previsões de alguns pessimistas em relação ao futuro da informação veiculada em mídias impressas. As rádios passaram a oferecer acesso à sua programação por meio da internet. As emissoras de TV possuem páginas *online* onde disponibilizam conteúdo exclusivo para assinantes e outros gratuitos para demais internautas.

Esta última enfrenta ainda a concorrência da TV por assinatura, cujo acesso foi facilitado pelo barateamento do serviço e pela ascensão das classes C e D, parcelas da população que mais adquiriram pacotes de TV a cabo nos últimos anos¹. Também na internet é possível encontrar este tipo de serviço, em sites que comercializam conteúdos que antes eram exclusivos da TV e/ou do cinema, como seriados e filmes, por exemplo.

Diante deste cenário, a Rede Globo, emissora de maior audiência no Brasil, foi uma das que investiram em modificações em sua programação. Programas foram retirados do ar, alguns ganharam novos formatos e outros foram lançados, representando um momento de verdadeira transição para a emissora. Entre as novidades estava o programa *Encontro com Fátima Bernardes*, que substituiu os desenhos exibidos nas manhãs de segunda a sexta-feira, no horário de 10h40 ao meio-dia. Foi a última modificação realizada na programação matutina, antes dedicada prioritariamente ao público infantil.

O projeto do *Encontro* foi uma idealização da própria apresentadora, que depois de 14 anos no jornalismo da Globo resolveu abandonar a bancada do *Jornal Nacional (JN)*, onde apresentava notícias do Brasil e do mundo ao lado de seu marido, William Bonner, para dar início a uma nova fase de sua carreira. A proposta era combinar jornalismo e entretenimento, por meio da discussão de temas atuais, de maneira leve e descontraída. O programa contaria com a participação de uma plateia de 60 pessoas, escolhidas de acordo com o assunto do dia.

Pouco havia sido dito sobre o novo programa antes de sua estreia, impossibilitando ao público saber o que esperar dele. Algumas promessas, contudo, foram feitas durante o período

¹ Disponível em <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/95-de-novos-clientes-de-tv-por-assinatura-sao-classe-c-ou-d>. Acesso em 18 de janeiro de 2014.

que antecedeu o lançamento do programa. A primeira delas veio da própria Fátima, informando que o programa seria uma forma de trazer pessoas comuns para perto de si, possibilitando a elas uma participação ativa na discussão e não apenas limitando-as a assistir as atrações exibidas no palco. Nas palavras da apresentadora em entrevista ao *Video Show*², “a ideia é que as pessoas que estão aqui no auditório sejam uma espécie de convidados. Elas não são uma plateia, elas não estão só como espectadores, elas estão para participar. Então elas podem perguntar, elas podem tirar dúvidas”. O mesmo valeria para os telespectadores, que teriam a possibilidade de participar por meio do site oficial do programa e pelas redes sociais. A presença e participação dos convidados indicavam o compartilhamento de histórias de vida, relatos de si e outras declarações pessoais, promovendo o que optamos por chamar de socialização do particular.

Outra promessa estava relacionada ao “passado” de Fátima, que teve uma sólida e consagrada carreira no jornalismo nacional. Para o novo programa, ela assegurou que não abandonaria o jornalismo: “eu continuarei com funções jornalísticas”³. Na mesma declaração, notamos mais uma ousada promessa da apresentadora: “esse programa não é parecido com nenhum outro que está no ar”³. De acordo com uma notícia publicada no site do jornal *O Globo*, Fátima contou que “o programa não é um *talk show* e nem foi inspirado em nenhuma outra atração já existente, como a de Oprah Winfrey”⁴.

Na época de sua estreia, *Encontro com Fátima Bernardes* foi alvo de muitas críticas, principalmente por não ter atingido a audiência esperada para um programa estrelado por Fátima. Em função destes problemas iniciais, já passou por muitas modificações e continua passando, apresentando-se hoje bastante diferente de sua composição original.

Diante das citadas promessas, acreditamos na pertinência do estudo do programa, buscando confirmar o cumprimento ou não de suas propostas. Ao se proclamar como um programa diferenciado daqueles normalmente encontrados nas grades televisivas, *Encontro* já se mostra como um objeto de estudo pertinente para análises da televisão brasileira contemporânea. Também julgamos relevante o estudo por se tratar de um produto que representou a conclusão de um processo de ruptura da Rede Globo, que já possuía uma consagrada programação infantil no período da manhã e ainda assim optou reformular sua

² Disponível em http://www.youtube.com/watch?v=4sc_Ukz4ROQ. Acesso em 18 de janeiro de 2014.

³ Declaração retirada de notícia veiculada pelo G1, disponível em <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/12/fatima-bernardes-comandara-novo-programa-e-patricia-poeta-assume-jn.html>. Acesso em 18 de janeiro de 2014.

⁴ Declaração retirada de notícia veiculada pelo jornal *O Globo*, disponível em <http://oglobo.globo.com/revista-da-tv/fim-do-misterio-fatima-bernardes-apresenta-novo-programa-imprensa-5179569>. Acesso em 18 de janeiro de 2014.

grade. A escolha do tema se justifica ainda por sua atualidade: com apenas um ano e meio de existência, são poucos os trabalhos que se dedicam a analisar o programa.

Diante do exposto, desenvolvemos nosso estudo a partir das seguintes questões: em meio a tantas promessas, como se caracteriza o programa *Encontro com Fátima Bernardes*? Quais gêneros e os formatos televisivos ele utiliza? Como as histórias particulares e os relatos de vida são evidenciados?

Nosso objetivo, portanto, será examinar aspectos do *Encontro com Fátima Bernardes*, buscando classificá-lo quanto aos gêneros e formatos televisivos, o que nos possibilitará embasamento para constatar se as promessas de ineditismo e participação do público são cumpridas. Entendemos que *Encontro com Fátima Bernardes* possui particularidades que, de fato, o diferenciam dos demais programas de auditório existentes na televisão brasileira. Contudo, acreditamos que as mudanças implementadas ao longo do período em que o programa se encontra no ar não foram totalmente fieis às promessas realizadas pela apresentadora. A plateia participante, considerada tão importante em outro tempo, perdeu espaço e a posição de “igualdade” em relação aos demais convidados, dando lugar ao sofá onde sentam artistas e convidados especiais, responsáveis pela maior parte da discussão. As modificações trouxeram, entretanto, formatos que tornaram o programa mais dinâmico e atraente, sem perder a proposta de discutir temas atuais e polêmicos.

Voltando nossa atenção para outra proposta do programa – a de compartilhar histórias de vida – objetivamos também desenvolver uma discussão sobre uma notável tendência da mídia de promover esta publicização da privacidade. Os relatos de si, principalmente aqueles relacionados aos famosos, ganharam mais espaço à medida que as modificações foram efetivadas, aproximando o telespectador de seus ídolos, criando um ambiente mais íntimo e maior identificação com o programa. Isto contribui para despertar o interesse do público em dividir também suas experiências por meio das redes sociais, importante ferramenta de contato em nossos dias.

Esta monografia apresenta, inicialmente, uma discussão teórica sobre gêneros e formatos na TV brasileira, trazendo, no primeiro capítulo, os conceitos, categorias e características que permitirão identificar o gênero do *Encontro* e os formatos utilizados em sua produção, tendo como base teórica autores como Bakhtin (1997), Aronchi de Souza (2004), Marcondes Filho (1988), entre outros. Desta forma, teremos condições de identificar se o programa foi fiel às promessas feitas ao telespectador, trazendo inovações, ou se limitou a dar uma “cara nova” ao que já é conhecido do público por meio de outros produtos similares.

O segundo capítulo é dedicado a uma explanação sobre a distinção entre vida pública e vida privada, utilizando um pensamento histórico linear para compreender como a privacidade foi tratada na sociedade até chegar aos dias de hoje, quando encontramos um desejo tanto da população em alcançar seus 15 minutos de fama quanto da mídia em direcionar os holofotes para aspectos mais íntimos da vida particular. Estudos realizados por autores como Sibilía (2007), Arfuch (2010) e Pena (2002) são algumas das referências utilizadas para este capítulo.

Por fim, o terceiro capítulo traz as análises do programa, bem como os procedimentos metodológicos adotados para esta pesquisa, cujo ponto de partida foi a seleção dos programas a serem analisados, seguido de *download* dos mesmos, pré-decupagem temática e identificação das características que mais saltaram aos olhos em relação aos nossos eixos de análise. Concluindo o presente trabalho, trazemos as considerações finais, onde se encontram nossas constatações e conclusões alcançadas por meio deste estudo.

CAPÍTULO 1. OS GÊNEROS DA TV BRASILEIRA SOB UM VIÉS DISCURSIVO

É incontável o número de gêneros existentes e utilizados todos os dias, a todo o momento em nossa sociedade. E este repertório aumenta a cada dia, resultante não só de novas combinações, mas também de novas tecnologias e mudanças sociais, como aponta Bakhtin, referindo-se aos gêneros do discurso:

A riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa. (BAKHTIN, 1997, p. 280)

Bakhtin (1997) atribui o surgimento de um gênero à existência de “tipos relativamente estáveis” de enunciados, elaborados a partir de cada esfera de utilização da língua, ou seja, ao fato de existirem características comuns a textos e discursos que permitam incluí-los em uma mesma classificação. É importante ressaltar que um enunciado não é composto apenas por uma ou mais palavras ou orações, ditas isoladamente. Segundo o autor, uma palavra (ou oração) se torna enunciado quando é usada por alguém em um contexto que lhe atribua significação.

Além disso, o autor afirma que um locutor sempre recorre a um enunciado já conhecido por ele para produzir o seu próprio. Segundo Bakhtin (1997, p.302), “para falar, utilizamo-nos sempre dos gêneros do discurso, em outras palavras, todos os nossos enunciados dispõem de uma *forma padrão* e relativamente estável de *estruturação de um todo*” (grifos do autor). Durante sua vida, o indivíduo tem contato com os mais diversos gêneros e constrói um rico repertório, que utiliza a todo o momento, mesmo que ignore ou desconheça sua existência teórica. Ele aprende a moldar sua fala às formas dos gêneros usados, criando uma familiaridade que torna possível também a identificação do gênero utilizado por outra pessoa quando se comunica. “Se não existissem os gêneros do discurso e se não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo da fala, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados, a comunicação verbal seria quase impossível.” (BAKHTIN, 1997, p. 303)

Conforme Aronchi de Souza (2004, p.44), “a familiaridade se torna possível porque os gêneros acionam mecanismos de recomposição da memória e do imaginário coletivos de diferentes grupos sociais”. Isto demanda, entretanto, conhecimento dos gêneros abrangidos

pela esfera da língua em questão, para que seja possível não só sua utilização adequada, como também o correto entendimento do gênero adotado pelo interlocutor.

Assim como as pessoas, os meios de comunicação apropriam-se da classificação por gênero para identificar seus produtos e garantir que o público assista o que mais lhe interessa, criando esta familiaridade a partir de características já conhecidas pela audiência. Este “rótulo” dado ao que é veiculado tem importância não só comunicativa, mas também (e principalmente) mercadológica, como veremos mais adiante. Por nos dedicarmos neste trabalho a estudar um produto televisivo, faremos um mergulho mais aprofundado nos gêneros relacionados a este veículo.

1.1 Surgimento da TV: reinvenção e funcionalidade de seus próprios gêneros

Não há dúvidas de que a invenção da televisão alterou profundamente a sociedade, influenciando comportamentos, ditando tendências e modificando até o modo como as pessoas se relacionam. Basta olhar ao redor para perceber que, hoje, ela está presente em quase todas as casas no Brasil. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio 2001-2011⁵, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 96,88% dos domicílios brasileiros declararam possuir pelo menos um televisor em 2011. É difícil, principalmente para quem nasceu nas últimas décadas, imaginar o mundo antes desta caixa – que atualmente já passou por diversas reestruturações e alterações de tamanho, até chegar à forma “*slim*” – que emite imagens, sons e uma infinita combinação de efeitos entre eles, criando novas linguagens, gêneros e formatos. Mas nem sempre foi assim.

Quando chegou ao Brasil, em 1950, a TV era artigo de luxo e atingia uma parcela mínima da população. Foi trazida pelo empresário Assis Chateaubriand, criador da primeira emissora de televisão brasileira, a rede Tupi. Mattos (1990) chama esta primeira fase (de 1950 a 1964) de “Fase Elitista”, porque poucos tinham acesso à novidade recém chegada.

Nos dois primeiros anos de sua implantação, a televisão não passou de um brinquedo de luxo das elites do País, do mesmo modo como o videocassete vem sendo considerado no momento. Isto se justifica pelo fato de, nos primeiros anos, um televisor custar três vezes mais do que a mais sofisticada radiola do mercado e um pouco menos que um carro (MATTOS, 1990 *apud* MATTOS, 1982, PRIOLLI, 1985, s/p).

⁵ Disponível em: <http://serieestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=1&op=1&vcodigo=PD282&t=domicilios-particulares-permanentes-posse-televisao>. Acesso em 25 de novembro de 2013.

Nesta época, a TV ainda não possuía linguagem própria e não tinha gêneros característicos também. Por isso, precisou se apropriar daqueles já conhecidos de outros veículos, principalmente o rádio, que tinha grande audiência e fazia sucesso com as radionovelas, apresentações de calouros, entre outros. Como não havia profissionais experientes no novo veículo de comunicação, o jeito foi trazê-los do rádio. O início da televisão no Brasil foi marcado pelo imprevisto e aos poucos as inspirações em outras mídias foram dando lugar a gêneros próprios do meio. O sucesso conquistado pelo rádio também foi herdado pela televisão, quando esta começou sua produção baseada nas experiências radiofônicas. É o que mostram pesquisas referentes à época, como a citada por Aronchi de Souza (2004):

Os programas mais populares na infância da televisão refletem o débito do novo veículo com o seu antecessor eletrônico. Durante os primeiros três anos da pesquisa de audiência do Nielsen (que abrangeu o período 1950-1952), os shows musicais ou outros formatos do rádio (variedades, antologia dramática ou comédias) dominaram os dez primeiros lugares. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.52)

Com o passar do tempo, estes gêneros foram se adaptando às novas possibilidades oferecidas pelo meio, como a utilização da imagem combinada ao texto, efeitos sonoros e até visuais; bem como às tendências ditadas pela época em questão. Duarte (2004, p.75) afirma que “o processo de configuração dos gêneros/formatos televisivos está também ligado à própria história da televisão e ao desenvolvimento dos meios técnicos de produção, circulação e consumo de seus produtos”. Essa influência histórica é também ratificada por Aronchi de Souza (2004, p.50): “os gêneros têm história. Essa história está ligada ao desenvolvimento de determinada região ou país. Por isso um programa ou show de televisão devem ser identificados de acordo com o período histórico da sua produção”.

O manual de produção de programas da *British Broadcasting Corporation* (BBC) (Watts *apud* Aronchi de Souza, 2004), da Grã-Bretanha, traz uma “normatização” usada por muitas emissoras para produzir a grade de programação que conhecemos. Segundo a publicação, os programas devem *entreter e informar*. O entretenimento é o que prende a atenção do telespectador e garante audiência à emissora. A informação também é de extrema importância à programação televisiva. Para que um programa cumpra esta função, é preciso que, ao seu fim, o telespectador saiba um pouco mais do que sabia quando começou a assisti-lo. Mas mesmo os produtos de caráter informativo devem, antes de qualquer coisa, entreter.

Muitas emissoras também pautam suas produções nestes princípios, gerando uma padronização do que é veiculado. Isto acontece por motivos econômicos e mercadológicos, já que a TV depende de audiência para garantir a venda de horários destinados à propaganda. Jost (2004) cita este fator econômico como uma das funções dos gêneros. São elas:

Função de manipulação - Possibilita à TV agir sobre seu telespectador, por meio de um quadro semântico. Esta função está ligada à questão do reconhecimento, já que o público utiliza estas etiquetas para definir o que vai ou não assistir.

Função de informação ao telespectador - Oferece a ele informações sobre os programas veiculados pela emissora, permitindo-o saber ao que assistirá. Quando a emissora estreará um novo programa, por exemplo, vários outros programas – telejornal, programa de variedades, etc. – começam a falar da novidade que será lançada em breve, com informações sobre as características da nova produção.

Função de arquivagem - Em tempos de internet, a importância da categorização no processo de arquivagem se torna ainda mais visível, principalmente na utilização de sistemas de busca. Na TV, a formação de um arquivo possibilita o acesso a diversas produções semelhantes, que carregam características comuns entre si e podem ser resgatadas sempre que preciso, como, por exemplo, em programas que costumam fazer uma “volta ao passado”. Também para o estudo dos gêneros televisivos, este arquivamento facilita o trabalho do pesquisador, tanto na busca do conteúdo desejado, quanto permitindo a construção de uma ideia de história.

Função de regularização - Em alguns países, como no Brasil, existem leis que regulam⁶ o que é exibido na televisão, não só nos diferentes horários, mas também em relação à presença obrigatória de certos gêneros, como o educativo, ao longo da programação, e à restrição de

⁶ Existe no Brasil a classificação indicativa, tratada no Estatuto da Criança e do Adolescente e realizada pelo Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação, da Secretaria Nacional de Justiça do Ministério da Justiça. Uma das questões relativas à nova classificação indicativa é a vinculação da faixa horária à faixa etária. Toda a programação deve trazer o símbolo correspondente à sua classificação, conforme definição do Manual da Nova Classificação Indicativa:

L: Livre para todos os públicos, pode ser veiculado em qualquer horário.

10: Não recomendado para menores de 10 anos, pode ser veiculado em qualquer horário.

12: Não recomendado para menores de 12 anos, pode ser veiculado a partir das 20h.

14: Não recomendado para menores de 14 anos, pode ser veiculado a partir das 21h.

16: Não recomendado para menores de 16 anos, pode ser veiculado a partir das 22h.

18: Não recomendado para menores de 18 anos, pode ser veiculado a partir das 23h.

outros gêneros, que não podem ser exibidos, como a propaganda de cigarro, cujo uso foi restrito pela Lei 10.702 de 14 de julho de 2003.

Para que esta regularização seja eficaz e passível de cobrança, entretanto, é preciso que ambos os lados (órgão regulador e emissora) tenham uma definição em comum para cada gênero. Todavia, essa definição é difícil de ser alcançada, visto que muitos programas admitem a classificação de mais de um gênero, por possuírem várias características coincidentes, como é o caso dos programas de entrevista e os *talk shows*, por exemplo.

Função econômica - Toda emissora privada é uma empresa e, portanto, tem interesses mercadológicos. Assim, planeja, produz e veicula seus produtos com o objetivo de alcançar o maior lucro possível. Toda propaganda é vendida a partir de uma audiência específica, que tem interesse potencial pelo produto a ser comercializado. E, claro, esta audiência é definida de acordo com seus gostos e interesses, facilmente identificáveis por meio do gênero que assistem. Desta forma, uma empresa de brinquedos que tem o objetivo de atingir o público infantil que se interessa pelo gênero desenho animado certamente comprará um espaço para exibir sua publicidade no horário da programação dedicado aos desenhos animados.

Além disto, para garantir a audiência e, conseqüentemente, o lucro obtido com publicidade e investidores, a TV possui a tendência de reproduzir os gêneros que são bem recebidos e se tornaram um sucesso. Isto contribui para uma padronização do que é exibido.

A regravação dos gêneros tradicionais (e a criação eventual de novos gêneros) está associada a um fator muito mais importante, que afeta a estrutura básica e a formatação dos programas: o econômico. É o motivo dessa padronização de categorias e gêneros não é desconhecido e pode ser interpretado, mais uma vez, pela ótica de uma indústria que tem seus produtos à venda. O comprador desses produtos é o mercado publicitário, que precisa identificar um público-alvo e não se dispõe a correr grande risco. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.52)

A velocidade de produção exigida pela dinamicidade da TV também é um fator determinante na ausência de maiores experimentações. Um gênero já conhecido e dominado pela equipe, cujo trabalho é criar produtos de qualidade em tempo recorde, dá maiores garantias de que aquele programa será bem recebido pela audiência.

O espaço em televisão é muito caro. Não dá para se cometerem muitos enganos. Daí a exigência de novidade ter de negociar com a velocidade de produção e a ausência de risco. O risco de não agradar, de não garantir pontos na audiência, controla o ímpeto de grandes ousadias e experimentações. Por isso, o espaço reservado à novidade é restrito: de modo

geral, a produção televisiva opta por vestir com roupagem nova o que já foi por demais testado ou por combinar dois ou mais formatos de sucesso junto à audiência. (DUARTE, 2004, p.73)

Função de estudo de recepção - Esta função também está vinculada às questões mercadológicas já discutidas: “para a televisão, o mais importante é saber qual é o gênero que tem maior audiência” (JOST, 2004, p. 23). No Brasil, o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) é o principal responsável por pesquisas de audiência, mais especificamente a unidade IBOPE Media, criada há 71 anos “com o objetivo de informar aos meios de comunicação de massa o quanto eram ou não prestigiados pela população”.⁷ Os dados obtidos nestas pesquisas são muito importantes pois as emissoras comerciais se baseiam neles para decidir a programação de um gênero em determinado horário (ARONCHI DE SOUZA, 2004).

Função de direcionamento da interpretação por parte do receptor - A última função listada por Jost é também considerada por ele como a mais evidente. Para ele, um gênero carrega em si uma promessa e funciona como uma interface que liga o emissor e o receptor. Um filme de comédia, por exemplo, promete *fazer rir*, assim como um telejornal promete *informar*. “O nome do programa é uma promessa; além disso, esse título de programa o liga a nomes de programas anteriores que lhe servem de referências” (JOST, 2004, p. 23). Ou seja, o telespectador evoca outros programas que possuem características e promessas semelhantes ao que é ofertado para identificar se ele está diante de uma produção que lhe desperta o interesse ou não. Isto lhe dá também o direito de exigir, cobrar o cumprimento da promessa feita, ato que demanda do receptor uma atitude de engajamento. O modelo da promessa acontece em dois tempos. Em um primeiro, a promessa é feita; no segundo, o telespectador deve exigir o seu cumprimento. Assim, “o modelo da promessa é o mais cidadão. Esse modelo exige do espectador uma contribuição ativa, embora ela não se dê simultaneamente ao momento da própria promessa” (JOST, 2004, p. 19).

Analisando as funções citadas pelo autor, percebemos que elas estão claramente interligadas e se completam. Nota-se a grande relevância do fator econômico que, sozinho, é capaz de influenciar se não todas, a maioria das funções do gênero.

⁷ Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/ibope/quemsomos/unidadesnegocio/ibopemedia/Paginas/IBOPE-Media.aspx>. Acesso em 25 de novembro de 2013.

O desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, como a internet e a TV digital, permitem ao telespectador participar dos programas de maneira mais ativa. Atualmente, são raras as produções que não estimulam a audiência a contribuir com o desenvolvimento do programa, por meio de comentários em redes sociais, nos sites das emissoras, por telefone ou até mesmo pela *webcam*. Trata-se de uma promessa de co-construção, em que o participante deixa a posição passiva para se tornar ativo na resposta à emissão. Estas facilidades e o próprio estímulo de aproximação contribuem para o surgimento do citado engajamento por parte da audiência, mais presente em alguns gêneros, como programas de auditório que contam com a presença de uma plateia.

1.2 Gêneros, formatos e suas características na TV brasileira

Durante o ano de 1996, Aronchi de Souza (2004) desenvolveu um estudo para analisar a grade horária de sete emissoras brasileiras de TV que transmitiam suas programações para a cidade de São Paulo na frequência VHF, ou seja, emissoras de sinal aberto, sem codificação. Seu objetivo era criar um material que oferecesse informações sobre os gêneros mais utilizados na programação brasileira, pois, até então, não existia uma bibliografia que trouxesse este tipo de análise. A partir de seu trabalho, o autor identificou cinco categorias, que abrangem diversos gêneros. São elas: entretenimento, informação, educação, publicidade e outros. No quadro a seguir, organizado pelo pesquisador, podemos visualizar de maneira mais simplificada quais gêneros estão associados a estas categorias.

QUADRO 1. CATEGORIAS E GÊNEROS DA TV BRASILEIRA

CATEGORIA	GÊNERO
Entretenimento	Auditório, Colunismo social, Culinário, Desenho animado, Docudrama, Esportivo, Filme, <i>Game show</i> (competição), Humorístico, Infantil, Interativo, Musical, Novela, <i>Quiz show</i> (perguntas e respostas), <i>Reality show</i> (TV-realidade), Revista, Série, Série brasileira, <i>Sitcom</i> (comédia de situações), <i>Talk show</i> , Teledramaturgia (ficção), Variedades, <i>Western</i> (faroeste)
Informação	Debate, Documentário, Entrevista, Telejornal
Educação	Educativo, Instrutivo
Publicidade	Chamada, Filme comercial, Político, Sorteio, Telecompra
Outros	Especial, Eventos, Religioso

Fonte: ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 92

No livro *Gêneros e formatos na televisão brasileira*, Aronchi de Souza traz uma detalhada descrição de cada um deles, abordando as características e formatos utilizados em suas composições. Formato é o que ajuda a definir o gênero, é o que lhe dá forma; refere-se às características e aspectos de um programa. “Em televisão, vários formatos constituem um gênero de programa, e os gêneros agrupados formam uma categoria.” (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 45).

Devido ao recorte deste trabalho, abordaremos com maior profundidade apenas os gêneros e formatos que julgamos possuir afinidade com nosso objeto de estudo. A Rede Globo, emissora que veicula o programa *Encontro com Fátima Bernardes*, classifica-o na categoria *entretenimento*, mas é notável a presença também de gêneros da categoria *informativo*. Assim, abordaremos alguns gêneros pertencentes a estas categorias, a saber: auditório, *talk show*, variedades e humor (entretenimento), debate e entrevista (informativo).

Auditório

O programa de auditório é um dos gêneros originados no rádio que foram transpostos para a TV na ocasião de seu surgimento. Era uma maneira que os artistas da época encontravam para interagir com os fãs e usarem o contato pessoal para se tornarem mais conhecidos e populares. Começou na TV nos anos 1960, quando ainda não possuía linguagem própria e se limitava a apenas reproduzir o que já era feito no rádio, acrescentando o recurso da imagem. Estes programas chamam a atenção da audiência pela variedade de atrações que apresenta em um único programa, características herdadas do circo, como aponta Marcondes Filho (1988, p.68): “a apresentação de shows de auditório com quadros variados, nos sábados e domingos, os programas de calouros e os programas de atrações trouxeram para a programação da TV os principais elementos circenses”.

O programa de auditório está sempre ligado a um nome, seja do apresentador ou da apresentadora, que também está em constante contato com o público e é o responsável por conduzir e estimular a participação dos convidados e dos ouvintes/telespectadores. “Os programas que mais aproximam o telespectador da realidade da produção em televisão são os de auditório, pois permitem a entrada do público nos estúdios ou locais preparados para gravação. Neles, o público é frequentemente convidado a participar do programa” (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.93). Chacrinha foi o primeiro apresentador a dominar a linguagem televisiva neste gênero, no *Programa do Chacrinha*. Na contemporaneidade, podemos citar Silvio Santos e Hebe Camargo, que também se tornaram referência no assunto.

O formato deste gênero está relacionado ao espaço cenográfico necessário: palco e plateia, onde apresentador e público poderão interagir entre si durante a gravação. O programa de auditório pode comportar vários formatos, por possuir quadros musicais, entrevistas e atrações das mais variadas. É por isso que alguns lhe atribuem a denominação “programa de variedades”. Eles podem ser monotemáticos ou não e a plateia pode tanto interagir quanto apenas contemplar a gravação, tudo depende do perfil do programa. Existem até aqueles que não possuem auditório, utilizando efeitos sonoros de palmas e risadas para criar esta ideia, enquanto o apresentador se dirige a uma platéia imaginária.

Programa de variedades

O programa de variedades é um dos mais diversificados e flexíveis em relação ao uso e combinação de formatos, sendo o auditório com apresentador ao vivo o mais comum, talvez pela proximidade com o gênero auditório. Aronchi de Souza (2004) o considera, inclusive, uma classificação mais contemporânea deste último: “a reclassificação do gênero variedades, antes denominado auditório, é um artifício criado pelas emissoras para não dar ao programa a imagem de popular. Rebatizados, os programas de variedades são os programas de auditório pós-modernos da TV”. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 139). De acordo com o autor, este gênero é utilizado quando a emissora quer preencher um grande período da grade de programação e tem a necessidade de apresentar um produto que permita o aproveitamento de todo tipo de patrocínio. Muitos destes programas são exibidos aos fins de semana, como o *Domingão do Faustão*, da Rede Globo, e o *Programa do Gugu*, da Record.

Talk show

É um gênero de grande versatilidade, podendo abranger diversos assuntos e combinar diferentes formatos. Para Aronchi de Souza (2004, p. 137), é “uma forma de a televisão transmitir uma conversa e precisa ter dois ingredientes: casualidade e espontaneidade”. Assim como o programa de auditório, é marcado pela personalidade do apresentador, que assume a responsabilidade pelo dinamismo e desenvolvimento do programa. Segundo Silva (2009, p.1), “programas de entrevistas, com ou sem a presença de uma plateia, e programas de debate se incluem nessa nomenclatura”. O formato é, geralmente, o de auditório, pois demanda maior nível de descontração, e, para o desenvolvimento da conversa – como sugere o nome do gênero –, o formato entrevista é combinado ao auditório. O *talk show* pode fazer uso das mais variadas combinações, adotando desde os musicais até o humorístico. No Brasil, o *Programa do Jô*, veiculado nas madrugadas da Rede Globo, é um bom exemplo deste gênero.

Humor

Gênero nascido no rádio, se popularizou no Brasil e estimulou a venda de aparelhos de televisão no país. Ganhou notoriedade durante a ditadura militar, quando usado para críticas. Este gênero possuía pouco espaço na TV brasileira em função da falta de humoristas consagrados que chamassem a atenção da audiência (ARONCHI DE SOUZA, 2004). Atualmente, contudo, notamos um grande aumento do humor, principalmente em programas de auditório, de entrevistas, entre outros. O *Stand up comedy* é um gênero que ganhou espaço nos teatros e está cada vez mais presente na TV. O *sitcom*, mais encontrado na programação norte-americana, utiliza a teledramaturgia para apresentar os hábitos dos cidadãos comuns em situações engraçadas. Também tem se destacado na televisão brasileira.

Os formatos utilizados no humor são variados, do auditório à inserção em documentários. É considerado por Aronchi de Souza (2004) como o coringa da programação, pois são adaptáveis à audiência e podem ser reprisados. São exemplos deste gênero o programa *Zorra Total*, veiculado pela Rede Globo, e *A Praça é Nossa*, do SBT.

Debate

A característica principal deste gênero é o número de entrevistados e entrevistadores, que possibilita o debate. As possibilidades de debate são variadas e fica a cargo da emissora definir os assuntos, os convidados, quantos serão, como será a interação entre eles, etc. São usados também para aprofundar determinado tema, trazendo para a discussão especialistas no assunto. A maioria dos debates é caracterizada por um único apresentador, sendo a mesa-redonda o formato mais frequente. Pequenas reportagens podem ser utilizadas para ilustrar o tema, bem como entrevistas com um convidado principal. Este gênero é muito comum em épocas de eleições, quando os principais candidatos têm a oportunidade de apresentar suas propostas. Na área de esportes, eles também estão bem presentes. Bons exemplos de programas de debates são o *Mesa Redonda*, da TV Gazeta, e o *Bem, amigos!*, do SporTV.

Entrevista

Mais ligado aos programas jornalísticos, este gênero geralmente é conduzido por um apresentador, jornalista, que entrevista pessoas de diversas áreas.

Quando existe descontração e intimidade, pode haver uma redefinição do gênero entrevista. Com tais elementos, o gênero se aproxima do classificado como *talk show*. (...) No gênero entrevista, o entrevistado é o foco e não há show comandado pelo jornalista apresentador. (...) Diferentemente do *talk*

show, o apresentador de entrevista não tem o compromisso de deixar o entrevistado à vontade, podendo questioná-lo sobre fatos polêmicos e chegar até à discórdia, o que denota seriedade e compromisso com a verdade, atribuições dos programas jornalísticos. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 148)

O formato da entrevista está concentrado principalmente no local de realização (em estúdio ou externa) e na forma de transmissão (gravada ou ao vivo). Alguns utilizam reportagens como ilustração, para ajudar no desenrolar do assunto. Também o cenário é diferente para os *talk shows* e os programas de entrevista: no primeiro, o apresentador pode andar pelo cenário, realizar entrevistas em pé; no segundo, convidado e apresentador ficam sentados o tempo todo. Marília Gabriela é figura emblemática quando o assunto é programa de entrevistas. Atualmente, comanda o *De Frente com Gabi* e *Gabi Quase Proibida*, ambos do SBT, e *Marília Gabriela Entrevista*, do GNT.

Como podemos perceber, muitos gêneros e formatos se confundem, não só por possuírem o mesmo nome, mas também pelas características similares. Para identificá-los, é importante estar atento às suas definições e ao modo como são utilizados nos programas, o espaço que possuem, entre outros detalhes. Também entendemos, a partir das definições, que alguns gêneros e formatos estão diretamente ligados ao compartilhamento de experiências e opiniões de personagens, sejam eles anônimos ou famosos. É o caso do *talk show* e do programa de entrevistas, por exemplo, que trazem um ou mais convidados para conversarem ou responderem questionamentos do entrevistador, seja para expressarem uma opinião sobre determinado tema ou mesmo para falarem de aspectos íntimos de suas vidas (em especial se o convidado for famoso). E o espaço dedicado à intimidade tem alcançado notável crescimento na programação da TV. Exemplo disto é a modificação realizada pela Rede Globo em sua programação, inserindo na grade novos programas (como o objeto de estudo deste trabalho) e reformulando alguns já há anos no ar, adotando formatos que trazem aos programas pessoas dispostas a mostrarem como pensam, o que fazem, como vivem, etc. Esta foi, inclusive, a proposta inicial de *Encontro com Fátima Bernardes*: trazer para perto da jornalista pessoas comuns, que tivessem boas histórias para contar. Sendo esta uma das vertentes de nossa análise, trataremos adiante uma discussão mais aprofundada sobre esta socialização do particular na televisão brasileira.

CAPÍTULO 2. DO QUARTO ÍNTIMO PARA A COLETIVIDADE: A MÍDIA COMO PROMOTORA DA SOCIALIZAÇÃO DO PARTICULAR

Produtores, repórteres, editores, professores de jornalismo, estudiosos da área e demais pessoas interadas do processo produtivo midiático entendem que o público tem vontade e prazer de se ver na TV, no rádio ou nos veículos impressos, seja por meio de si mesmo, de alguém conhecido ou até de um desconhecido que vivencia situações semelhantes às suas. Basta pouco tempo em frente ao televisor, ouvindo o rádio ou lendo o jornal para perceber que os programas e matérias veiculados na mídia geralmente vêm acompanhados de personagens, pessoas anônimas ou públicas que ilustram as produções e servem como esta "identificação" que a audiência tanto almeja.

Sibilia (2007), em seu estudo sobre os relatos de si, fala do crescente interesse pela "vida cotidiana" e pelas "pessoas comuns". Ao contrário do que a familiaridade com esta "exibição" pode sugerir, a notável tendência voluntária de trazer a público aspectos da vida privada não vem de longa data, principalmente pelo fato de a distinção entre o que é público e o que é privado ser relativamente recente, como pontua a autora:

A separação entre os âmbitos público e privado da existência é uma invenção histórica e datada, uma convenção que em outras culturas não existe ou é configurada de outras maneiras. Inclusive entre nós, essa distinção é bastante recente: a esfera da privacidade só ganhou consistência na Europa dos séculos XVIII e XIX, ecoando o desenvolvimento das sociedades industriais modernas e do modo de vida urbano. (SIBILIA, 2007, p.59)

A apropriação deste “recurso” pela mídia é ainda mais recente, já que os próprios veículos (como a TV e a internet, por exemplo) foram popularizados há poucas décadas. Se pensarmos no caráter mercadológico da mídia e na necessidade de conquistar a audiência para garantir a receita de publicidade, não é difícil concluir que a mudança na audiência tem direta participação na configuração dos veículos que dela dependem. O crescente interesse pela vida do outro (por vidas “reais”) e pela exteriorização do íntimo levou, então, à maior utilização destes relatos de si pela mídia, como afirma Sibilia (2007, p.32): “enquanto vão se alargando os limites do que se pode dizer e do que se pode mostrar, a esfera da intimidade se exacerba sob a luz de uma visibilidade que se deseja total”.

Nota-se que a discussão relacionada ao público/privado é ampla e abrange questões históricas, sociais, econômicas, antropológicas, dentre outras. Não é por acaso a falta de

precisão quanto à definição de tais termos, abordados em muitos trabalhos como se todos compreendessem seus conceitos. Em alguns casos, o público está diretamente ligado à figura do Estado, enquanto o privado se refere à sociedade; em outros, público é sinônimo de vida não-doméstica, e o privado de vida doméstica. Neste trabalho, adotaremos estes últimos conceitos, optando por não desenvolver uma reflexão baseada em teorias políticas, já que não é este o objetivo proposto para nossas análises. Adiante esmiuçaremos esses termos com mais detalhes. Para a construção de nossa reflexão, optamos por apresentar a ideia em referência a um pensamento histórico linear, buscando compreender como chegamos a essa socialização do particular, bastante comum em nossos dias.

2.1 Breve histórico sobre a noção de privacidade

A ideia de vida pública está muito ligada à convivência com os demais membros da sociedade; associa-se à vida social, à coletividade. Para que ela aconteça de maneira adequada, os indivíduos são submetidos a leis criadas com o objetivo de tornar a convivência em sociedade pacífica. São normas e regras estabelecidas pelos órgãos responsáveis por regular a conduta dos cidadãos e garantir seus direitos e deveres, possibilitando o convívio entre as pessoas. Assim, a vida pública pode ser entendida como aquela vivida diante dos demais indivíduos, onde encontramos conhecidos, mas principalmente estranhos. É onde acontece, muitas vezes, até certa teatralização, em que cada indivíduo cumpre diferentes papéis de acordo com a situação em que se encontra, dispensando a necessidade de apresentar suas particularidades, evidentes na vida privada.

Esta, por sua vez, é aquela ligada à vida doméstica, onde cada um possui maior liberdade para mostrar suas características individuais. É, conforme define Ferraz Jr. (1993), onde são moldadas as características morais e o caráter, que permitirão ou não o convívio em sociedade. A vida privada acontece em meio à vida pública e também envolve um viver entre outros – na família, no trabalho, no lazer em comum. A grande diferença está, contudo, na exclusão de terceiros: “a vida privada envolve a proteção de formas exclusivas de *convivência*. Trata-se de situações em que a comunicação é inevitável (em termos de relação de alguém com alguém que, *entre si*, trocam mensagens), das quais, em princípio, são excluídos terceiros.” (FERRAZ JR., 1993, p. 442). A intimidade vai mais além deste convívio já “limitado” que a vida doméstica implica. Configura-se como o exclusivo reservado por alguém para si próprio, fora do acesso de qualquer outra pessoa e livre de repercussões sociais, tendo como atributo básico o estar só.

A partir destas distinções, percebemos que a privacidade pode ser considerada sinônima de vida privada, ainda que, conforme entendemos, possa existir mais de um nível de privacidade (seja em meio a pessoas comuns ao ambiente doméstico, seja no isolamento total da intimidade). A vida privada é, pois, aquela em que o indivíduo está dispensado de forjar seus papéis públicos e que pode vivenciar sem reservas sua subjetividade.

Da pré-história até a Idade Média, os indivíduos não viviam a privacidade desta forma, por uma questão cultural (os costumes não previam a necessidade deste afastamento em relação aos demais membros da sociedade da época, muito pelo contrário – todos viviam em comunidade e dependiam disto para a própria sobrevivência), mas também por não estarem ligados a um ambiente, a um local que possibilitasse esta diferenciação da vida pública e da vida privada. Os povos nômades da primeira época citada não se fixavam em um único local, não possuíam moradia fixa e, portanto, também não tinham quartos privados onde pudessem estar a sós consigo mesmos. Com o surgimento dos feudos e até o crescimento das cidades, todos viviam em moradias onde compartilhavam quase tudo. Segundo Dubby (*apud* ANDRADE, 2007), aquele que se afastasse de seu clã não só era visto com suspeitas pelos demais membros, mas também era alvo fácil de inimigos. Homens e mulheres não possuíam um quarto ou cômodo onde pudessem se retirar da presença dos demais para estarem sozinhos. Ainda no século XVI, como aponta Sibilia (2007), era raro alguém possuir um quarto próprio.

Esta realidade permaneceu até o fim do século XVII e início do XVIII, com o surgimento das cidades e a ascensão da burguesia. Para Sennet (1988), a privacidade só foi desejada a partir do momento em que as cidades europeias começaram a crescer, devido aos grandes movimentos migratórios existentes naquele continente. Ainda assim, de acordo com Sibilia (2007), somente no século XVIII os homens mais afortunados começaram a entender que o "quarto privado" deveria ser silencioso e confortável. A casa, então, passa por uma reconfiguração de seu espaço físico, fato que aponta para a importância dada à privacidade: "a privatização da vida pôde ser observada nessa época pelas alterações do estilo arquitetônico das casas: salões destinados à convivência entre familiares e convidados da casa cederam lugar a inúmeros quartos decorados ao gosto de seus donos." (ANDRADE, 2007, p.20)

No interior do lar e longe dos olhares do então ambiente público, o quarto privado passa a ser o lugar onde o indivíduo é livre para encontrar e conhecer a si mesmo, onde também constrói sua subjetividade.

Era necessário dispor de um recinto próprio, separado do ambiente público e da intromissão de outrem por sólidos muros e portas fechadas, não apenas para poder se tornar uma mulher escritora, mas também para poder ser alguém: para se tornar um sujeito, para ter condições de produzir a própria subjetividade. (SIBILIA, 2007, p. 55)

Era também o local onde cartas e cadernos de memórias, os chamados "relatos de si", de caráter íntimo e confessional, ganhavam vida, abrigando os segredos mais íntimos de seus autores, que zelavam pela preservação de seus escritos fora do alcance de outros: no caso dos "diários", muitos só eram encontrados depois da morte de seus donos; já as cartas eram endereçadas a destinatários específicos, a quem era permitido tomar conhecimento do conteúdo existente na correspondência.

No Brasil, estas mudanças aconteceram tardiamente. Andrade (2007) aponta que as relações senhoriais só deram espaço à relação burguesa, emergente na Europa desde o século XVII, nos fins do século XIX e início do século XX, quando algumas das grandes cidades do país, como Rio de Janeiro e Olinda, começaram a passar por um processo de modernização. As modificações realizadas em função deste processo foram inspiradas nos modelos europeus, como, por exemplo, a regulação das ruas por leis estatais. Mudanças que começaram na cidade e tiveram reflexos na vida dos cidadãos:

A proposta de copiar a “civilidade” francesa trouxe também a concepção européia burguesa da oposição entre espaço público e privado. Em função do contraste nascido das novas definições dos usos do espaço público e privado, a valorização da vida privada e familiar da elite brasileira foi favorecida. (ANDRADE, 2007, p.19)

Tomando por base as conclusões de Sennett (1998), Andrade (2007) explica que a individualidade passou, então, a ser venerada pelo homem do século XIX e a sociedade começou a funcionar em função da personalidade dos indivíduos. "A própria personalidade passou a ser vivenciada como um tesouro interior altamente expressivo, cujas manifestações era preciso controlar e dissimular na apresentação pública." (SIBILIA, 2007, p.59). Isto significa que a personalidade (privada) e as emoções subjetivas (o que se *é*) passaram a ser valorizados, em detrimento do que se *faz*, ou seja, da ação objetiva. Esta personalidade, contudo, podia ser “forjada”, limitando-se à aparência, para apresentar-se como adequada para a aparição pública. Diante de terceiros que não conhecessem profundamente determinada pessoa, ela poderia mostrar-se um alguém diferente de quem verdadeiramente é. A necessidade de controle e dissimulação citados pela autora são, de certa forma, resultado destas mudanças na sociedade.

Temerosos de que a aparência e os hábitos revelassem o verdadeiro eu escondido por trás da personalidade mostrada, os indivíduos passaram, então, a esconder sentimentos e pensamentos, socializando apenas o que era considerado “adequado” para isto.

Comparadas com a realidade do visto e do ouvido, inclusive as maiores forças da vida íntima - as paixões do coração, os pensamentos da mente, as delícias dos sentidos - levam uma incerta e obscura existência até se transformarem, desindividualizadas, por assim dizer, numa forma adequada para a aparição pública. (ARENDDT, 1958, *apud* ARFUCH, 2010, p. 86)

A valorização da personalidade dos indivíduos é, ainda nos dias de hoje, inclusive, fator determinante até para a vida política, já que o crescente interesse pela intimidade das pessoas comuns foi acompanhado pelo desinteresse em relação aos assuntos públicos e políticos. Desta forma, o que o agente demonstra ser - com suas emoções e interioridades -, assume papel mais relevante, se comparado ao que este agente faz. Tal fato é visto por Sennett (1988) como "as tiranias da intimidade". Arfuch (2010, p. 99) levanta uma hipótese que busca explicar este cenário: "talvez a escalada do íntimo/privado, que coloca em jogo uma audiência global, possa ser lida também como *resposta* aos desencantos da política, ao desamparo da cena pública, aos fracassos do ideal de igualdade, à monotonia das vidas 'reais' em oferta" (grifos da autora).

Apesar desta tentativa de diferenciação entre público e privado, atualmente percebemos que novas alterações na sociedade têm deixado a linha que divide estes dois âmbitos bastante tênue, e a mídia tem grande papel neste processo. “Cada vez mais, a mídia reconhece e explora o forte apelo implícito no fato de que aquilo que se diz e se mostra é um testemunho vivencial: a ancoragem na ‘vida real’ torna-se irresistível, mesmo que tal vida seja absolutamente banal – ou, talvez, especialmente se ela for banal.” (SIBILIA, 2003, p.5)

Ao contrário do que previam os relatos de si dos séculos passados (o segredo, a privacidade mantida a “sete chaves”, o endereçamento a um remetente específico), hoje os diversos blogs e redes sociais são alimentados periodicamente por internautas que escrevem e publicam, voluntariamente, o que antes era reservado ao secreto "querido diário". São milhares de textos disponíveis na grande rede mundial de computadores que não só podem ser como são vistos por milhões de pessoas, a qualquer hora, de qualquer parte do mundo. Pessoas que se interessam pela vivência de outras e se interessam também por disponibilizarem suas histórias a outros desconhecidos, como aponta a autora:

(...) na Internet, pessoas desconhecidas costumam acompanhar com fruição o relato minucioso de uma vida qualquer, com todas as suas peripécias registradas pelo próprio protagonista enquanto elas vão ocorrendo, dia após dia, de hora em hora, minuto a minuto, com o imediatismo do tempo real, por meio de torrentes de palavras que de maneira instantânea podem aparecer nas telas de todos os cantos do planeta – textos que, muitas vezes, são complementados com fotografias e, inclusive, com imagens de vídeo transmitidas ao vivo e sem interrupção. Desdobra-se, assim, nas telas interconectadas pelas redes digitais, todo o fascínio e toda a irrelevância de “a vida como ela é”. (SIBILIA, 2003, p.5)

Não é só a internet, contudo, que contribui para que esta divisão seja cada vez mais diluída, visto que as pessoas também têm desejo de aparecer nos outros veículos midiáticos, apesar de o acesso não ser tão facilitado quanto na *web*. Prova disto são as colunas sociais dos jornais impressos, onde são estampadas fotos, notícias e declarações de pessoas que possuem influência na sociedade local, mesmo que não sejam famosos em nível nacional. Em jornais mais populares, vemos fotos de anônimos que voluntariamente enviam cartas e e-mails à redação pedindo que sejam publicados. Nas editoras, é grande a tiragem de livros biográficos. No rádio, a participação dos ouvintes também é bastante comum, seja pedindo músicas, seja contribuindo com relatos para alguma discussão proposta ao longo da programação e até contribuindo para melhorias no veículo.

Como todos os meios de comunicação, o rádio passou por constantes transformações, na forma de apresentação ou do conteúdo ao longo do tempo. A presença constante do ouvinte em programas de rádio foi uma delas. Se antes o ouvinte era um consumidor passivo, agora ele passou a ser mais exigente, e se transformou num produtor de conteúdo com voz ativa. Esse ouvinte não se conforma mais em ser apenas um espectador e deseja participar do processo radiofônico. Diante desse novo cenário ele interage com o veículo, fazendo parte da equipe, seja reclamando, reivindicando ou denunciando. (GUEDES, 2013, s/p)

Por fim, a televisão também cumpre seu papel, em especial quando promove esta socialização da vida íntima tanto de famosos quanto de anônimos, de maneiras diversas. São vários os programas que recebem a participação do público e convidam celebridades para falarem sobre aspectos de sua individualidade. Vemos a exploração máxima da intimidade nos *reality shows*, que recebem cada vez mais inscrições a cada nova edição. Percebemos em todos estes exemplos o objetivo, pelo menos aparente, de alcançar visibilidade. Este é um dos fatores determinantes para a reconfiguração do que é tido nestes dias como público/privado, visto por autores como Arfuch, por exemplo, como espaços complementares e, muitas vezes, interligados e inseparáveis.

2.2 Público *versus* privado ou público *e* privado?

Notamos, por meio deste breve histórico da noção de privacidade, que a diferenciação entre os espaços público e privado foi uma concepção construída historicamente, a partir de um contexto amplo onde se inserem questões econômicas, sociais, antropológicas, entre outras. Não é difícil entender a clara divisão entre ambos quando, na ocasião dos séculos XVII a XIX, a valorização da vida privada foi responsável por grandes modificações na sociedade da época. Hoje, contudo, notamos uma nova mudança relacionada às questões pública e privada, principalmente por se tratar de uma época marcada por inovações tecnológicas que alteraram até os modos de habitar o mundo. Mas será que estes espaços existem, de fato, isoladamente?

Arfuch (2010) traça um paralelo entre as ideias de Hannah Arendt e Norbert Elias para discorrer sobre o indivíduo e a sociedade. Para a primeira, as vidas privadas aparecem como "terrenos de manifestação de modelos e valores coletivos, condutas, que solicitam estruturas de personalidade comuns" (ARFUCH, 2010, p. 91). Elias também segue esta linha de raciocínio, assumindo que indivíduo e sociedade não se confrontam, mas sim constituem aspectos interdependentes entre si. Segundo o autor, os sujeitos se compõem a partir de suas redes de interação e, para ilustrar esta afirmação, utiliza a língua como exemplo (o que nos remete às ideias de Bakhtin, apontadas no capítulo anterior): ela é aprendida ao longo do convívio com outras pessoas durante o crescimento da criança e, apesar de *sua*, a língua é, também, produto das relações desta criança com as pessoas ao seu redor.

Nesta ótica, o "eu" verdadeiro, o mais íntimo e pessoal, aquele que expressa pensamentos, convicções, reações afetivas, traços de caráter, se conformará não mais no abismo de uma singularidade que a sociedade viria avassalar, mas justamente nessa trama de relações sociais da qual emerge e na qual se inscreve. (ARFUCH, 2010, p. 93)

Para a autora, não existe antagonismo entre esfera pública e privada. Ela aponta como prova disto a notável "flexibilização das condutas", uma maior "ousadia do dizível e do mostrável no espaço público" e até mais permissividade por parte da sociedade. Ou seja, não é só na casa e na solidão do quarto privado que os indivíduos se sentem à vontade para exporem sua intimidade, muitas vezes levada a público como forma de protesto e manifestação de "políticas da diferença", visando dar visibilidade às necessidades de minorias que não seguem o modelo único de vida considerado "normal" e "aceitável".

Já não é em modelos de reprodução social que encontramos a chave da nossa existência, mas em comportamentos pessoais através dos quais tentamos encontrar um rumo para uma vida que tenta escapar das convenções da sociedade. (...) Porque estamos cada vez menos fixados num lugar e cada vez mais dependentes de uma relação com os outros e conosco próprios, a interrogação sobre aquilo que nos rodeia é permanente. (LOPES, 2008, p.20)

Arfuch (2010) destaca que todo relato de experiência é coletivo, no sentido de carregar em si a expressão de uma época, grupo, geração, classe e identidade. Esta coletividade seria, portanto, a grande responsável por tornar relevantes as histórias de vida, com todas as suas singularidades, despertando o interesse de uma parcela maior de pessoas e, conseqüentemente, das mídias em geral.

Estes traços da singularidade passaram, então, a ser explorados pela mídia, que, percebendo o crescente interesse pela vida de pessoas comuns, apropriou-se disto para garantir a audiência. Existe, assim, uma interação entre ambas as partes: se por um lado há quem deseja ser visto, por outro existe um público que anseia por bisbilhotar e “consumir” vidas alheias. No meio, está a mídia, promovendo o intercâmbio entre os dois. Isto é ainda mais evidente quando o assunto é televisão: são programas de entrevistas, *talk shows*, *reality shows* e outros gêneros que trazem a público relatos e vivências de diversas pessoas, sejam anônimas ou famosas. As celebridades instantâneas são, muitas vezes, fruto desta exibição.

A mídia produz celebridades para poder realimentar-se delas a cada instante em um movimento cíclico e ininterrupto. Até os telejornais são pautados pelo biográfico e acabam competindo com filmes, novelas e outras formas de entretenimento. São notícias do parque encantado, como se os redatores chefes fossem Lewis Carroll ou Monteiro Lobato. E mesmo quando há assassinatos ou graves acidentes, o assunto principal é sempre a celebridade ou o candidato ao estrelato, que, inclusive, pode ser o próprio assassino ou um outro delinqüente qualquer. (PENA, 2002, p. 148)

Para o autor, a exposição da intimidade é uma estratégia de sobrevivência das celebridades, pois não só as mantém “no espelho” (onde o público “se vê”), mas também cria-se um sentido de auto-semelhança por meio da mídia, como veremos adiante.

2.3 Intimidade para o público da TV

Presente na casa de grande parte dos brasileiros, a TV configurou-se como um espaço público de amplo alcance. Se nos séculos passados o ambiente privado era cultuado e

venerado, na sociedade atual, marcada pelo individualismo, notamos uma necessidade de algo que ligue o indivíduo à coletividade. Para Lopes (2008), a televisão tem funcionado como este elo, ligando experiências individuais e coletivas:

Não encontrando atualmente na família, na cidade, no trabalho ou nos credos religiosos pontes seguras que liguem o individual ao coletivo, o ator social necessita de outros elos que o situem nesta “sociedade individualista de massa” onde a comunicação entre as pessoas se torna cada vez mais difícil. A televisão assumir-se-ia como um lugar estruturante entre escalas e espaços, construindo e representando esse elo social entre as vivências individuais e as experiências coletivas. (LOPES, 2008, p.19)

A autora cita o enfoque dado pelos programas televisivos à "vertente pública do indivíduo privado" e à "esfera privada do indivíduo público", notadamente aqueles que se dedicam a explorar a realidade. A televisão, assim como a internet (esta última em maior grau), contribuiu para reduzir distâncias no mundo globalizado que conhecemos. Ao passo em que as distâncias geográficas diminuem, o mesmo acontece com as fronteiras entre público e privado. Lopes (2008) e Arfuch (2010) falam desta diluição, impulsionada principalmente pelas transformações geopolíticas das últimas décadas. Mehl (*apud* Lopes, 2008), entretanto, defende que esta diluição do domínio público na esfera privada é mais refletida pela televisão do que provocada por ela.

Estar na programação televisiva, contudo, significa mais do que 15 minutos de fama. É sinônimo de reconhecimento, de *ser* alguém, de encontrar uma identidade. Principalmente porque não é qualquer um que tem acesso ao destaque proporcionado por este meio: "na sociedade do espetáculo não são todos os seus membros que tem aparição, mas apenas aqueles que, de alguma forma, possam representar a esperança de visibilidade da maioria: o espetáculo demanda o que o sujeito deveria ser para participar dele." (SOLDI, s/d, p. 8)

Explorando temas da intimidade, que vão das paixões aos conflitos familiares, as emissões televisivas contribuem também para dar voz a uma pluralidade de discursos (como o das citadas minorias) em que se configuram vários espaços públicos e privados, característicos de uma sociedade democrática marcada por diferenças e desigualdades. Se considerarmos a existência destas divergências e, conseqüentemente, destas várias dimensões do público e do privado, concordaremos com Arfuch (2010), quando afirma que não existe uma demarcação definida que separe estas duas esferas.

Alguns programas de entrevistas e *talk shows* exibidos no Brasil, entretanto, trazem ao palco pessoas de classe média baixa, em geral, para discutir assuntos que, na maioria das

vezes, levam a situações degradantes e constrangedoras. São pessoas anônimas, extraídas da massa de telespectadores que, para ganhar um pouco de notoriedade, se submetem a (quase) tudo: "ficar inteiramente exibidos às câmeras de televisão, contando sobre experiências cujos temas são os mais variados e mais íntimos possíveis, tentando, muitas vezes, mostrar-se como um personagem das novelas globais" (SOLDI, s/d, p. 9).

Melo (2011) destaca que os programas que promovem a socialização da vida privada proporcionam à pessoa que se expõe um tipo de bem-estar, ocasionado por uma "transformação interior" alcançada por meio do programa. Ao mesmo tempo, o telespectador tem a oportunidade de refletir sobre sua própria vida, podendo ou não se identificar com a história retratada, mas certamente tirando algo de positivo para si.

Esta tendência não foi particularidade do Brasil. Lopes (2008) identificou modificações na programação portuguesa, especialmente depois da estreia do *reality show Big Brother*, que no Brasil já se encontra na 14ª edição. Segundo ela, depois da entrada do *reality* na grade televisiva, os *talk shows* se transformaram em "verdadeiros espetáculos da vida privada dos cidadãos" e até a ficção nacional ganhou força após o lançamento do programa, configurando uma "poderosa indústria". Arfuch (2010, p.104) cita o interesse da mídia pelas histórias do homem e da mulher comuns associando-as não só ao papel de testemunha, vítima ou caso curioso, mas também a uma "presença duplamente inquietante, *nem testemunho nem ficção*, ou melhor, ambos ao mesmo tempo".

Encontro com Fátima Bernardes, quando lançado pela Rede Globo, prometia aproximar os telespectadores, estas pessoas comuns, da apresentadora. Por algum tempo, investiu-se na fuga da espetacularização, trazendo na programação pouca música e muitos relatos de pessoas anônimas, convidadas para contarem suas histórias de vida e compartilharem opiniões sobre os mais diversos assuntos, sem, contudo, extrapolar o limite da "maior intimidade possível", citada por Soldi (s/d). Este cuidado com o respeito à privacidade do convidado sugere uma preocupação em diferenciar o programa dos demais do mesmo gênero, o que nos leva a crer que a produção é destinada a outro público, que não se interessa tanto por escândalos e discussões, nem tampouco pela exibição excessiva.

A fórmula não deu certo, ocasionando modificações significativas no formato do programa. A participação de anônimos foi reduzida, dando lugar à presença de artistas e celebridades, tendência notada por Arfuch (2010) nas biografias, mas que ilustra bem o ponto aqui levantado:

O modelo de entrevista (gráfica, radiofônica ou televisiva) revitalizou o velho diálogo socrático, dando impulso aos livros de "conversas" (...), que nos últimos tempos se transformaram quase num novo tipo de *best-seller*. (...) Popularizaram-se as biografias e autobiografias de personagens do *jet set*, da política ou das realezas, cuja distinção é invariavelmente impecável, funcionais para conjunturas políticas ou escandalosas ou ambas ao mesmo tempo. (ARFUCH, 2010, p. 103)

Seja com a participação de anônimos ou famosos, os *talk shows*, programas de entrevistas e outros produtos que promovem a socialização de histórias de vida e experiências individuais, ao explorarem estes aspectos da privacidade, estão fazendo uso de estratégias que atendam às exigências do mercado. Para isto, sofreram modificações (como o programa de Fátima Bernardes), que Melo (2011) cita, baseando-se em Charaudeau (2006): o uso de "índices de contato" com a instância pública, trazendo aos estúdios um público que, em tese, representaria o telespectador; e a mistura de temas que fazem parte tanto do espaço público quanto do privado, focando a atenção em problemas da vida real e discussões baseadas em relatos pessoais.

É a partir das ideias discutidas até aqui que daremos início às análises propostas por este trabalho, notadamente relacionadas aos gêneros e formatos da televisão brasileira. Busca-se, por meio da observação das características do programa *Encontro com Fátima Bernardes*, identificar a qual gênero ele pertence e quais os principais formatos utilizados em sua produção, respeitando as fases pelas quais o programa passou, bem como as modificações que estas fases implicam. Definidas as classificações, utilizaremos as características dos gêneros e formatos identificados para desenvolver uma análise acerca da socialização do particular realizada no programa.

CAPÍTULO 3. ENCONTRO COM FÁTIMA BERNARDES: UMA ANÁLISE DOS GÊNEROS, FORMATOS E DA INTIMIDADE NO PROGRAMA

Encontro com Fátima Bernardes é um programa exibido de segunda a sexta-feira, das 10h40 ao meio-dia, pela Rede Globo de Televisão. Sua estreia aconteceu no dia 26 de junho de 2012 e representou a mais recente alteração realizada na programação matutina da emissora que, nesta faixa de horário, era dedicada ao público infantil. O programa é comandado pela jornalista e apresentadora Fátima Bernardes com a ajuda de seus parceiros⁸: Lair Rennó (jornalista e elenco⁹), Marcos Veras (humorista), Branco Mello (consultor musical), Aline Prado e Gabriela Lian (jornalistas por formação, repórteres do *Encontro*). O tempo de duração do programa é dividido em três blocos: geralmente o primeiro é o maior, de 30 a 40 minutos, em média; o segundo tem entre 20 e 25 minutos e o último de 8 a 20 minutos. Ao longo deste capítulo, mais detalhes sobre o programa serão oferecidos, pois algumas características foram modificadas com o tempo e são específicas de determinadas fases.

Antes de sua estreia nas manhãs da Rede Globo, o programa *Encontro com Fátima Bernardes* já causava repercussão, principalmente por marcar um momento de muitas mudanças, tanto para a emissora quanto para a, até então, jornalista e âncora de um dos principais jornais televisivos do país. A expectativa do público era grande, em especial devido às promessas de Fátima (e da emissora) para seu mais novo programa, que até então não possuía nenhuma grande característica revelada. Entre estas promessas, estavam a de ter o público participando das discussões, a de manter Fátima com funções jornalísticas e o ineditismo que o diferenciaria das atrações já existentes, como mostram as declarações destacadas na introdução deste trabalho.

A ideia de ineditismo foi alimentada não só em entrevistas, mas também no site do programa depois do seu lançamento. Mais de um ano após a estreia, nem a página online do *Encontro*¹⁰ nem o menu da página inicial da emissora¹¹ traziam uma classificação de gênero para o programa. Esta falta de definição impossibilitou que o público pudesse, de fato,

⁸ A equipe completa do programa está disponível em <http://gshow.globo.com/programas/encontro-com-fatima-bernardes/O-Programa/noticia/2012/07/creditos-do-encontro-com-fatima-bernardes.html>. Acesso em 11 de janeiro de 2014.

⁹ Nos créditos do programa, a emissora confere a Lair Rennó a função “elenco”.

¹⁰ Disponível em: <http://gshow.globo.com/programas/encontro-com-fatima-bernardes/>. Acesso em 06 de janeiro de 2014.

¹¹ Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/>. Acesso em 06 de janeiro de 2014.

associá-lo a algo já existente na TV, função inerente aos gêneros e às promessas que eles trazem consigo (JOST, 2004).

A estreia¹² do programa confirmou o esforço em cumprir a promessa que sugeria a aproximação com o público, trazendo uma plateia participativa, que se confundia com os próprios convidados. Todos se sentavam em cadeiras iguais, dispostas ao redor da apresentadora, no mesmo local ocupado por Fátima no estúdio – o palco, dando a ideia de que todos eram igualmente importantes e realmente participantes da discussão do programa. Esta configuração se manteve até o dia 24 de maio de 2013, quando *Encontro* passou por grandes mudanças.

Nossa análise levará em conta as características de gêneros e formatos para verificar se a proposta de Fátima – trazer algo diferente do que já vinha sendo exibido na TV – foi cumprida no programa, principalmente pelo fato de este não haver recebido nenhuma identificação de gênero, na época da estreia, por parte da emissora que o veicula. Hoje, ao acessar o site da Rede Globo, encontramos *Encontro* classificado junto aos programas de variedades, como *Altas Horas* e *Caldeirão do Huck*, por exemplo. Desta forma, nossa análise poderá também confirmar se a classificação da emissora está de acordo com as definições oferecidas pelos autores que se dedicam a estudar gêneros e formatos da televisão brasileira, como os já citados anteriormente. A motivação que nos leva a atentarmos para este aspecto do programa de Fátima se dá pela ousada promessa da apresentadora, cuja longa carreira no jornalismo demonstra a grande credibilidade alcançada por ela. Como Jost (2004) afirma que toda promessa é passível de cobrança, entendemos a importância de observar o cumprimento ou não destas promissões.

A partir destas análises, voltaremos nossos olhares para as histórias e opiniões compartilhadas no programa, promovendo uma socialização da vida privada, característica observada também em outros programas, como *Casos de Família*, por exemplo, veiculado pelo SBT desde 2004. Procuraremos compreender como esta socialização é feita em *Encontro* e verificar se ela se aproxima do modo como é feita em seus semelhantes, como o citado acima. Esta análise também será importante para a proposta anterior, configurando-se como mais um aspecto de semelhança ou diferenciação dos produtos existentes na TV.

Três semanas de programas foram selecionadas como amostra para nossa pesquisa. A semana de 20 a 24 de maio de 2013 representará a primeira fase de *Encontro*, por se tratar da

¹² Os vídeos dos primeiros programas foram retirados do site da Rede Globo (<http://redeglobo.globo.com>), onde as íntegras são disponibilizadas para assinante, impossibilitando o acesso e utilização de amostras de imagens ou links neste estudo. A cada nova semana, cinco programas são retirados do arquivo online disponibilizado aos assinantes, de modo que nem mesmo os vídeos de maio de 2013 (utilizados nesta análise) podem ser acessados.

última antes da grande mudança de cenário (que levou a outras modificações na estrutura do programa). A semana seguinte, de 27 a 31 de maio de 2013, foi a primeira veiculada com as novas características, representando assim o período que definimos como segunda fase. Por fim, para verificar se o programa se manteve o mesmo depois destas mudanças, selecionamos o recorte de 23 a 27 de dezembro de 2013, semana mais recente de programas apresentados por Fátima¹³.

Selecionados os programas, optamos por fazer o *download* diretamente da página oficial da emissora, para garantir a disponibilidade de acesso no momento das análises. Os dez primeiros vídeos foram definidos com antecedência. Para que a amostra referente à época atual fosse, de fato, o mais recente possível, foi definida posteriormente. Os vídeos foram assistidos e uma pré-decupagem temática foi realizada, observando simultaneamente detalhes que chamassem a atenção, como, por exemplo, o comportamento discursivo da apresentadora, a participação do público do estúdio e telespectador, como esta interação era estimulada e realizada, quando era mais intensa, entre outros. Depois de realizadas estas observações nos programas da primeira semana, procuramos identificar o que se mantinha e o que foi modificado nas semanas seguintes, guiados principalmente pelas características propostas por Aronchi de Souza (2004) para a análise de gêneros e formatos. As discussões desenvolvidas nos programas selecionados também foram observadas, procurando entender como os convidados, parceiros da apresentadora, plateia e telespectadores revelam aspectos e detalhes de suas vidas, construindo a partir destes relatos de experiências uma ideia de coletividade, como propõe Arfuch (2010).

É importante ressaltar que não nos preocupamos em adotar um procedimento metodológico específico, padronizado por autores. Como percurso metodológico, adotamos os seguintes procedimentos: coleta e captura dos vídeos, decupagem do material, estudo exploratório por meio da observação dos programas referentes à primeira semana do recorte e identificação de características sobressalentes. Tendo estas primeiras impressões registradas, o mesmo foi feito nas outras duas semanas separadas para análise, observando semelhanças e diferenças entre elas. Tudo isso foi feito à luz das teorias e conceitos trabalhados pelos autores Aronchi de Souza (2004), Jost (2010), Sibilía (2007), entre outros.

¹³ Nesta semana (23 a 27 de dezembro) Fátima havia tirado férias e, por isso, os programas foram gravados. Em seu lugar, Ana Furtado, Dan Stubalch e o já parceiro do programa, Lair Rennó, assumiram a condução do *Encontro* nos programas ao vivo posteriores aos gravados pela apresentadora.

3.1 Análise do programa

Como dissemos no capítulo um, os programas de TV são identificados por sua categoria – segundo a definição de Aronchi de Souza (2004), são cinco: informação, entretenimento, educação, publicidade e outros – e cada uma delas engloba uma variedade de gêneros. Apesar da intenção de Fátima de não abandonar suas funções jornalísticas, entendemos que seu programa não pode ser inserido exclusivamente na categoria informação. Notadamente o entretenimento é mais marcante no programa. Algumas de suas características nos permitem identificar sua proximidade com o gênero *talk show*, que demanda casualidade, espontaneidade, intimidade emocional, bom humor, versatilidade de assuntos e temas (jornalismo, política, esporte, musical, entre outros) e uma marca pessoal do apresentador, além da frequente utilização do formato auditório neste gênero (ARONCHI DE SOUZA, 2004).

Todos estes aspectos são facilmente identificáveis no *Encontro*: casualidade, espontaneidade, intimidade emocional e bom humor são típicos de uma conversa descontraída, que mesmo tratando de assuntos sérios, não possui a formalidade de um debate, por exemplo. O modo como todos se posicionam no palco (lado a lado, sem barreiras, sugerindo um ambiente de interação onde todos têm acesso visual e espacial a todos, como podemos visualizar na Figura 01), se portam durante a discussão (com liberdade para interromper, opinar, contar casos) e se dirigem uns aos outros (sem formalidades, referindo-se ao outro pelo pronome “você”, opinando sobre a vida do outro, etc) demonstra esta casualidade e intimidade.



Figura 01. Disposição da apresentadora, parceiros, convidados e plateia do programa

O bom humor pode ser identificado no modo como os assuntos são abordados, procurando um tratamento que garanta leveza à discussão, mesmo em assuntos sérios, apontando para uma tendência otimista, de sempre destacar o lado bom das coisas. O humor, em seu lado mais cômico, também está sempre presente no programa, por meio da figura de Marcos Veras, conhecido por seus papéis na emissora e sua carreira humorística. A versatilidade de assuntos é percebida desde a estreia do programa e permanece até os dias atuais. No programa do dia 21 de maio, por exemplo, identificamos entre os assuntos um fato jornalístico (Fátima fala sobre a notícia de um tornado que atingiu os Estados Unidos na época) e assuntos mais genéricos – tomada de decisões e meteorologia, além das apresentações musicais. A marca de Fátima pode ser percebida em sua desenvoltura no palco, mediando as discussões, além de ser encontrada no nome do programa. O auditório também está presente, como podemos observar na imagem anterior.

Desta forma, outro gênero ao qual *Encontro com Fátima Bernardes* também se aproxima é o auditório. Muitas das características citadas acima são comuns a ambos os gêneros, tornando ainda mais difícil classificá-lo com precisão. A princípio, a presença do público no estúdio seria um dos aspectos mais importantes no programa, levando-nos a concluir que o auditório não estaria ali apenas como mais um formato. Podemos chegar a esta conclusão por meio da já citada declaração da apresentadora, que demonstrou a relevância dada à presença das pessoas no estúdio desde a idealização de *Encontro*. Esta presença não aproxima o público apenas da realidade da produção em TV (pela possibilidade de acompanhar este processo e conhecer a estrutura física e de funcionamento de um estúdio), mas também de Fátima, que construiu uma consagrada carreira no jornalismo e conquistou grandes admiradores ao longo dos anos dedicados às notícias. Isto é relevante porque, como destaca Aronchi de Souza (2004), desde o rádio, o gênero auditório possibilita um contato pessoal do apresentador com o público e permite que o calor deste contato seja transmitido também àqueles que ouvem ou assistem em casa.

Para prender a atenção dos convidados, da plateia e dos telespectadores, os programas de auditório recorrem à variedade de atrações apresentadas em um só programa, como aconteceu no dia 24 de maio, por exemplo, que contou com atrações musicais, sapateado, concurso de imitações, concurso de preparo de sobremesa entre os cantores, aula de dança, além de conversa sobre música, carreira dos artistas, entre outros.



Figura 02. Variedade de atrações do programa: show de calouros, aula de dança, concurso de sobremesas e sapateado

Esta diversidade, contudo, não é observada em todos os programas. Além disto, uma característica forte do gênero auditório que não mais é vista em *Encontro* é a constante participação da plateia – geralmente, as pessoas que a compõem e contribuem para a discussão o fazem por já estarem no “roteiro” e possuírem uma experiência relacionada ao assunto. São personagens “pré-selecionados” pela produção do programa, previamente entrevistados, que já sabem o que vão contar e/ou falar em determinado momento do programa – podemos notar que raramente um anônimo da plateia participa de toda discussão, durante todo o programa (ao contrário dos artistas convidados, que sempre são questionados sobre os mais diferentes assuntos).

Uma notável diferença entre *talk show* e programa de auditório pode ser percebida a partir desta breve explanação. Conforme discutido em nosso capítulo um, à luz das definições de Aronchi de Souza (2004), Marcondes Filho (1988) e Silva (2009), o primeiro faz jus ao nome quando se aproxima de uma conversa desenvolvida no palco, podendo contar também com uma variedade de atrações que garantem maior dinamicidade. A plateia está presente assistindo à discussão, mas nem sempre é participante ativa do assunto: a liberdade de poder se dirigir ao microfone quando desejar ou em um momento reservado aos comentários e contribuições da plateia não são característicos deste gênero. O programa de auditório, por outro lado, tem no público presente um grande aliado. No *Programa Silvio Santos*, por

exemplo, o apresentador não só alterna sua presença entre o palco e a plateia, como sempre se dirige a ela, seja questionando algo a ser respondido em coro, seja convidando algumas pessoas a se aproximarem dele para participarem dos jogos e brincadeiras desenvolvidos no palco. Com frequência o grupo de pessoas presentes no estúdio é exibido durante o programa.

A partir destas características, podemos inferir que as promessas de *Encontro* o aproximam do gênero auditório. A plateia participativa, o foco nesta interação era, declaradamente, um dos desejos de Fátima. Entretanto, observando o desenvolvimento do programa podemos concluir que isto não acontece deste modo. Não negamos, contudo, a presença de outras características deste gênero no programa. Entendemos, assim, que *Encontro com Fátima Bernardes* possui afinidade com ambos os gêneros (*talk show* e auditório), explorando particularidades de um e de outro, conforme veremos ao longo das análises.

Cada gênero pode se valer, ainda, de diferentes formatos, como entrevista, auditório, pequenas reportagens, debates, encenações, jogos, apresentações musicais, etc. Entre os formatos identificados no *Encontro*, podemos citar a entrevista, apesar de aqui não ser focada em um único personagem; o humor (por meio de esquetes e VTs gravados nas ruas, piadas); jogos e brincadeiras; enquetes no estúdio e na internet; pequenas reportagens e vídeos variados. Quando o programa foi ao ar, era pouco ousado no uso de tantas formas. Fátima ainda carregava uma postura formal e pouco dinâmica¹⁴, demonstrando falta de habilidade para costurar bem os assuntos, que muitas vezes não possuíam conexão entre si. Os sorrisos ainda eram escassos e a postura muito mais contida, sem muitas gargalhadas e descontração, também pelos muitos anos de seriedade na bancada do Jornal Nacional.

Atualmente, apresenta maior desenvoltura e animação, deixando não só os convidados muito à vontade, como também mantendo o nível de interação bastante envolvente durante todo o programa. Isto é resultado de mudanças ocorridas não só em relação à apresentadora, mas em toda estrutura do *Encontro*, da direção ao cenário. Em função destas modificações, procuramos observar se o programa se manteve fiel à sua proposta inicial, cumprindo as promessas feitas e apresentando-se como algo diferente das atrações já existentes. Para tanto, concentramo-nos na identificação de diferenças e semelhanças mais marcantes em relação aos programas já existentes que se aproximam da proposta do *Encontro*, a saber: programas de gêneros das categorias entretenimento e informação, notadamente aqueles que procuram

¹⁴ A notícia publicada no site da revista Veja, da editora Abril, aponta para este engessamento ainda presente em Fátima quando o programa foi ao ar. Também destaca a melhora progressiva em relação a este aspecto, que hoje é ainda mais evidente. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/um-mes-depois-fatima-bernardes-se-solta-em-encontro>. Acesso em 14 de janeiro de 2014.

mesclar estas duas; tendo em mente, também, os principais aspectos de programas que promovem a socialização de experiências particulares na TV.

3.1.1 A estrutura do programa

Encontro tem duração de uma hora e vinte minutos (com intervalos) e é dividido em três blocos, sendo o primeiro o maior deles (de 30 a 40 minutos, geralmente). O programa é quase sempre ao vivo, identificado pelo símbolo da emissora para transmissões diretas. A identificação do ao vivo é importante porque, conforme Jost (2004), ela confere um caráter autenticante ao programa e o público valoriza esta autenticidade. Atualmente, entretanto, tem crescido o número de programas gravados, como as sextas-feiras, conhecidas como “dia de música” do *Encontro*. Acreditamos que pela dificuldade de disponibilidade dos artistas para estarem presentes na manhã de sexta-feira, optou-se pela gravação destes programas. O mesmo aconteceu em ocasiões pontuais, como quando Fátima tirou férias em julho de 2013¹⁵ e, recentemente, na semana do Natal.

Encontro com Fátima Bernardes na maioria das vezes começa com a entrada da apresentadora, que se dirige ao centro do estúdio e inicia o programa com quase sempre os mesmos dizeres, dirigindo-se à câmera: “Olá, bem-vindo ao nosso encontro desta terça-feira (por exemplo). Bom dia!”. Em função da flexibilidade oferecida pelo gênero e pelos formatos adotados, há exemplos que fogem a esta regra, como o programa do dia 31 de maio, que começou com a cantora Elba Ramalho se apresentando, antes da saudação da apresentadora. Depois do bom dia aos telespectadores, Fátima introduz os assuntos e dá bom dia aos convidados presentes. Ela se dirige a seus parceiros pelo nome, sobrenome ou ambos (pelo modo como já são conhecidos pelo público): Lair, Veras, Aline, Larissa Bittencourt e Gabriela Lian. Os parceiros não são identificados por meio do gerador de caracteres¹⁶, apenas nominalmente no momento do cumprimento ou quando a apresentadora se dirige a eles no meio do assunto. Como o programa sofreu modificações, os comportamentos de Fátima e dos convidados variam em cada uma das fases selecionadas para este estudo.

Na primeira semana (20 a 24 de maio de 2013), os convidados já estão sentados em seus respectivos lugares quando Fátima chega ao palco. Na segunda semana (27 a 31 de maio de 2013), a plateia já está no local reservado para ela, enquanto os convidados especiais são

¹⁵ Disponível em: <http://tvfoco.pop.com.br/audiencia/para-tirar-ferias-fatima-bernardes-deixara-programas-gravados/>. Acesso em 06 de janeiro de 2014.

¹⁶ É usado para inserir título, créditos, legendas sobre a imagem.

chamados pela apresentadora para se juntarem a ela. Na terceira semana (23 a 27 de dezembro de 2013), plateia e convidados estão em seus devidos lugares quando Fátima dá início ao programa.

Depois da apresentação dos convidados e do assunto, Fátima dá início à conversa, questionando algum convidado (um famoso ou especialista) sobre sua opinião acerca do tema proposto. A conversa geralmente se estende por todo o bloco. Às vezes são interrompidas para darem lugar a dinâmicas, enquetes, encenações ou apresentações, que podem complementar o assunto, gerar novas discussões e ajudar a garantir um ritmo mais dinâmico ao programa. Finalizando o bloco, a apresentadora pede à atração musical do dia que se apresente; depois da música ela agradece a participação do (s) cantor (es), antecipa o tema do bloco seguinte e chama o intervalo. Importante ressaltar que, enquanto no período anterior às mudanças vários assuntos eram discutidos em um único bloco, nota-se atualmente a predominância de um assunto por bloco. Desta forma, a discussão parece mais organizada e a transferência de um assunto para outro não é tão brusca.

O segundo e terceiro blocos são bastante semelhantes. A apresentadora retoma o assunto anterior ou inicia um novo, na maioria das vezes com os dizeres “nós estamos de volta e estamos falando sobre...” ou “nós estamos de volta e agora a gente vai falar sobre...”. Assim como no primeiro, a conversa se estende por todo o bloco, podendo contar com atrações variadas no meio da discussão. Ambos terminam com música, diferenciando-se apenas na conclusão de Fátima. Ela finaliza o segundo bloco do mesmo modo como é encerrado o primeiro, elogiando e/ou agradecendo a atração musical e antecipando o assunto ou alguma atração do próximo, chamando o intervalo depois disto. Já o terceiro bloco é encerrado com a despedida da apresentadora, que costuma agradecer aos presentes e ao público “do outro lado da telinha”, como, por exemplo: “Muito obrigada a todo mundo que participou, uma ótima tarde pra você do outro lado da telinha. A gente se vê amanhã, depois do *Bem Estar*”.

A atração musical do dia ou convidada para encerrar o programa se apresenta e *Encontro* acaba com a imagem do estúdio desfocada e o logotipo da emissora entre os dizeres “entretenimento globo”. Em seguida, o logotipo fica maior e colorido; embaixo dele exibem a página online do programa, o ano e o nome da Globo, com o selo de Copyright (©), que indica os direitos autorais da emissora.



Figura 03. Encerramento do programa

3.1.1.1 Flexibilidade nos formatos, flexibilidade no cenário

O cenário passou por várias modificações desde a estreia do programa, começando com a utilização de tons leves e neutros, como marrom, bege, azul e verde. As cadeiras da plateia ficavam localizadas no palco, junto aos convidados, à banda, à apresentadora, aos parceiros de Fátima, aos especialistas e aos famosos. Na ocasião da estreia, era possível notar uma presença mais significativa de pessoas anônimas, que estariam ali para compartilhar histórias e experiências. Já nas semanas separadas para nossa análise, identificamos maior valorização da presença de artistas, como cantores e atores da emissora.

Na primeira semana (de 20 a 24 de maio de 2013), todos os presentes ainda estão acomodados no mesmo lugar da plateia (como era feito desde o lançamento do programa). Apesar disto, os famosos se sentavam na fileira de cadeiras da frente, ficando as demais reservadas para os convidados anônimos. A Figura 04 mostra a disposição da plateia e a presença dos famosos e especialistas nas primeiras cadeiras (da esquerda para a direita): a psicóloga Regina Navarro; os atores Juliano Cazarré, Paola Oliveira e Malvino Salvador, estes três participantes da novela que estrearia naquele dia – *Amor à Vida* –, que também foi tema da conversa. Também podemos notar na imagem outra característica desta fase do programa: a parede de fundo era composta por um grande telão, onde eram exibidas imagens dos convidados, composições relacionadas à discussão desenvolvida e o logotipo do programa. Este, por sua vez, também passou por várias mudanças, ganhando até características temáticas em alguns programas.



Figura 04. Primeira fase do programa: todos se localizam no mesmo ambiente, mas famosos e especialistas se sentam na frente dos anônimos.

Na segunda semana (de 27 a 31 de maio) as mudanças foram realizadas sem que nenhuma menção a elas fosse feita – os telespectadores foram pegos de surpresa com a “casa nova” de Fátima e seus parceiros. Um sofá passou a ocupar o centro do ambiente, onde os artistas e convidados especiais se sentam para a conversa do dia. Impossível não associá-lo ao sofá da Hebe, grande referência brasileira quando o assunto é programas de auditório (apesar de o sofá de Fátima ser mais “moderno”). A partir desta nova configuração, que reordenou a disposição da plateia, convidados e parceiros de Fátima, apropriando-se de uma característica tão emblemática em outro produto televisivo (o “sofá da Hebe”), podemos notar que o programa não se difere completamente de outros já produzidos na TV brasileira. Na Figura 05, percebemos ainda mais semelhanças – o nome do programa exibido em um telão de fundo (agora menor em relação àquele da primeira fase) e até (coincidentemente ou não) os quadriculados da parede.



Figura 05. Semelhanças entre o *Programa da Hebe* e *Encontro com Fátima Bernardes*

O sofá foi, o elemento que mais mudou no período analisado: foram vários os utilizados no programa, de diferentes formas, tamanhos e cores. Em programas especiais, como os dos dias 24 e 25 de dezembro de 2013, o sofá foi trocado para combinar com o cenário enfeitado de natal. Notadamente, a flexibilidade dos gêneros programa de auditório e *talk show* não se limita à variedade de temas e utilização de formatos, mas também admite mudanças no cenário, no logotipo e até no público do estúdio – no dia 31 de maio, por exemplo, o tema do programa foi festa junina e na ocasião até a plateia se vestiu de “jeca”.

Os parceiros de Fátima que participam do programa com mais frequência, Lair Rennó (sempre presente) e Marcos Veras (nem sempre), passaram a sentar na lateral do estúdio, em cadeiras localizadas em frente a dois monitores, onde são exibidas as mensagens de participação do público telespectador e resultados de enquetes. Lair Rennó, o jornalista responsável por ficar de olho nas notícias, acompanhar as mensagens do público e interagir com eles, deixou de utilizar um *notebook* para usar um *tablet*, mais compacto e moderno. Marcos Veras, o humorista do programa, senta ao lado dele. Fátima ganhou uma cadeira especial, feita de bonecas de pano. A plateia saiu do centro do palco e foi para frente dos artistas, disposição comum na maioria dos programas de auditório. Personagens anônimos, especialistas e outras parceiras de Fátima, como Gabriela Lian, Larissa Bittencourt e Aline Prado, se sentam com a plateia e Fátima se dirige a estes, especificamente, apenas no momento em que se tornam parte da conversa – quando darão algum depoimento ou explicação.

Esta última configuração se mantém até hoje, com a diferença de que agora os especialistas que já fazem parte do programa (por participarem com frequência) se sentam junto aos artistas, em poltronas laterais separadas para eles. Interessante notar que em outros programas similares, como o citado *Casos de Família*, o especialista fica posicionado ao lado da apresentadora, no mesmo local onde está a plateia. Eles assistem à discussão “de fora” para

depois emitirem seu parecer ou julgamento, acompanhado de dicas e conselhos que poderão ajudar na resolução do problema apresentado. No *Encontro*, quando os especialistas se sentam junto aos famosos, cria-se um ambiente intimista, de bate-papo, livre de julgamentos; não se trata de uma “consultoria”, mas de uma discussão em que todos podem contribuir com seus conhecimentos, sejam eles científicos ou empíricos. Este é, portanto, um aspecto que diferencia o programa de outros semelhantes a ele. A plateia, contudo, continua à margem desta discussão, sem a mesma liberdade dada aos artistas para participar da conversa no momento que desejarem.



Figura 06. Famosos (sofá maior) e especialistas parceiros do programa (sofá menor)

Os convidados se mostram bem à vontade nesta nova configuração: alguns chegam a colocar os pés em cima do sofá, sugerindo a informalidade característica do entretenimento, principalmente em um *talk show*, como explicitado anteriormente.



Figura 07. Bárbara Paz e Léo Jaime sentam-se com os pés sobre o sofá, demonstrando estarem à vontade

A partir de então, o cenário sofreu poucas mudanças. Entre elas, podemos citar o tapete colocado próximo aos assentos, dando a aparência de uma sala de estar ao ambiente (Figura 06). No fundo, alguns objetos de decoração ganharam espaço e uma mesinha foi colocada abaixo dos televisores fixados na parede, no lado direito do cenário. Pela flexibilidade característica do programa, entendemos que muitas mudanças ainda serão realizadas, como vem acontecendo desde a estreia do *Encontro*.

3.1.2 Do circo à TV, inúmeras atrações

Tendo sua origem nas atividades circenses, o programa de auditório conta com uma enorme possibilidade de atrações e Fátima tem conseguido explorar de maneira satisfatória esta diversidade, sugerindo aqui a presença de características do gênero no programa. Um exemplo demonstrado no dia 27 de maio é, coincidentemente, um personagem típico do circo: um halterofilista de 70 anos, que já foi trapezista, é convidado a fazer flexões em uma barra suspensa no palco. Ele faz demonstrações do condicionamento físico adquirido já em idade avançada por meio de manobras e acrobacias, comuns em apresentações circenses.



Figura 08. Trapezista faz apresentação no palco do *Encontro*

O humor, também característico do circo, já é uma marca dos programas de Fátima. O responsável por garantir as gargalhadas do público é Veras, um humorista da Rede Globo que foi convidado a compor a equipe da apresentadora. As participações de Veras são inúmeras e vão desde comentários engraçados sobre algo dito pelos convidados a esquetes e encenações realizadas no próprio estúdio e na rua, onde pergunta às pessoas algo relacionado ao assunto

discutido no programa (no jornalismo é comumente chamado de povo fala¹⁷). As participações do humorista podem ser introduzidas no roteiro do programa também para gerar alguma discussão, transformando assuntos aparentemente pouco interessantes em discussões leves e bem humoradas. Um bom exemplo são as esquetes estreladas por ele ao lado da esposa, Julia Rabello, que também é humorista. O casal já fez participações em vários programas, dois deles durante o nosso período de análise: no dia 20 de maio de 2013, o assunto era *briga de casal*; os humoristas se dividiam em uma mesa cheia de objetos que geram desentendimentos. Cada um pegava um objeto e fazia um comentário sobre o companheiro: Veras reclamava dos sapatos espalhados pela casa, Julia das toalhas molhadas deixadas sobre a cama, e assim por diante. Também participaram no dia 28 de maio, no assunto *assédio moral*. Os dois encenaram esquetes, demonstrando situações em que um chefe assedia sua funcionária; depois da cena, o especialista comentava a postura dos personagens e dava dicas de como proceder em casos semelhantes.

Outra atração realizada algumas vezes é o show de calouros e imitações. No dia 24 de maio, Veras foi o apresentador de um show de imitações que contou com quatro participantes. Cauby Peixoto (Figura 02), Claudia Leitte, Seu Jorge e Luan Santana foram representados por “sósias” que competiram pelo voto da plateia. Em três fases (duas eliminações e uma final), realizadas no mesmo dia, os imitadores divertiram o público e fizeram mais um momento de descontração na sexta-feira musical.

A música ganhou considerável espaço ao longo do tempo em que o programa está no ar. Entendemos que este espaço foi conquistado em função do público, que não só assiste ao programa pela oportunidade de ver alguns de seus ídolos musicais na TV, mas também porque a música deixa o programa mais leve, dinâmico e “alto astral”. Em sua época de estreia, eram poucas as apresentações musicais. Atualmente, pelo menos três músicas são tocadas por dia – uma no fim de cada bloco. O sucesso destas atrações pode ser percebido nas sextas-feiras, quando a apresentadora recebe vários artistas para compor o dia de música do programa, antecipando a diversão do fim de semana. Neste dia, a participação do público é ainda maior, se comparado aos demais dias de nossa análise – também no dia 24 de maio os cantores convidados foram Naldo e a dupla João Neto e Frederico; o número de *twittes*¹⁸ do público exibidos neste dia chegou a 92, durante todo o programa. Nos demais dias, a média de participações mostradas foi de 30 a 40 mensagens e em alguns dias não exibem nenhuma mensagem. Hoje, apesar de manter a tradição musical, a sexta-feira ganhou mais discussões

¹⁷ Espécie de enquete realizada na rua sobre um assunto específico

¹⁸ Mensagens postadas no Twitter, microblog pessoal onde os usuários postam textos de até 140 caracteres.

temáticas, não se limitando a apenas conhecer um pouco da vida e carreira dos artistas. Fátima recebe cantores dos mais variados ritmos: sertanejo, funk, música clássica, rock, MPB, religiosa, samba, pagode, etc. Além disso, o espaço não é só dos famosos: no programa exibido no dia 25 de dezembro, ela recebeu um coral de sinos de adolescentes de Petrópolis; no dia 27 de dezembro, apresentou o projeto Uirapuru, composto também por adolescentes que constroem os próprios instrumentos em barro, formando o que a apresentadora chamou de “orquestra de barro”.



Figura 09. Apresentações musicais: coral de sinos (esquerda) e orquestra de barro (direita)

As enquetes também são comuns no programa. Podem ser direcionadas ao público telespectador ou realizadas no estúdio, entre os convidados e a plateia. Geralmente estão relacionadas ao assunto do dia e podem ser comentadas por algum especialista, como na discussão sobre *dinheiro*, no dia 23 de maio. O público foi incentivado a participar pelas redes sociais, respondendo à pergunta: “você consegue guardar dinheiro?”. Ao longo da discussão, resultados parciais da votação eram mostrados, enquanto a especialista fazia comentários e dava dicas sobre economia. No estúdio, as enquetes acontecem com placas para votação, como aconteceu no programa de 26 de dezembro, sobre rotina. Os convidados e a plateia receberam placas com *sim* e *não* e deveriam responder às perguntas exibidas no telão levantando a placa com sua alternativa; o objetivo da enquete era identificar se as pessoas gostam ou não de rotina. No dia 27 de maio, contudo, Fátima inovou lançando uma enquete diferente das realizadas costumeiramente no programa. Os internautas deveriam acertar quantas bonecas de pano foram usadas para construir a nova poltrona da apresentadora. O vencedor poderia visitar o estúdio e participar do *Encontro*. Importante lembrar que as enquetes são recursos utilizados há bastante tempo por outros programas, o que para o programa de Fátima não representa uma inovação.

Outra atração, que desperta o interesse de adultos e crianças, são as brincadeiras realizadas no palco. O assunto do dia 29 de maio foi obesidade infantil e, para ensinarem aos pais algumas alternativas de brincadeiras para os filhos (e eles próprios) se exercitarem, um educador físico levou bolas e uma amarelinha ao estúdio, fazendo demonstrações com as crianças presentes de alguns movimentos divertidos e eficazes na perda de peso. No dia 26 de dezembro, falaram sobre videogames e trouxeram alguns equipamentos para o estúdio. Fátima e os convidados usaram o próprio corpo para se divertirem com um jogo de dança. Todas estas atrações, entre outras presentes no programa garantem o entretenimento, mas também conta com muitos momentos informativos.

Até aqui, portanto, a discussão nos permite concluir que o programa *Encontro com Fátima Bernardes* apresenta uma mescla dos gêneros *talk show* e auditório, combinando o bate-papo característico do primeiro com atrações que também o aproximam do segundo, utilizando os mais variados formatos em sua produção. Entendemos também que a plateia, antes presente no ambiente de discussão (o palco) e, em tese, participante da conversa, perdeu espaço para personagens famosos e especialistas, autorizados a participar integralmente dos assuntos sugeridos pela apresentadora, o que já é feito em outros programas semelhantes. Outras características também apontam para a reprodução de modelos utilizados há algum tempo na TV brasileira, como as enquetes, por exemplo, e os “shows de calouros/imitadores” que às vezes acontecem no programa, levando-nos a questionar o ineditismo prometido para esta produção.

3.1.3 Entretenimento sem abrir mão da informação

É grande a variedade de assuntos tratados no *Encontro* nestes quase dois anos no ar. As discussões acompanhadas de fatos cotidianos, dilemas do dia a dia, notícias, dados e tantas outras informações mostram que o entretenimento não caminha sozinho no programa e estas informações vêm marcadas por características típicas do jornalismo, chamando a atenção para a declaração de Fátima, quando disse que não abandonaria suas funções jornalísticas.

Esta tendência de aliar entretenimento e informação já vem sendo trabalhada no próprio jornalismo, levando ao surgimento do termo *jornalismo de INFOtenimento*. A palavra infotenimento é um neologismo, criado no fim da década de 1980 (apesar de só ter ganhado força nos anos de 1990), para se referir ao conteúdo de entretenimento no jornalismo. De acordo com Dejavite (2007, p.2), “o jornalismo de INFOtenimento é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida,

as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, o público.”. Percebemos que os assuntos sobre estilo de vida e as notícias de interesse humano norteiam a maioria das discussões. Desta forma, o *Encontro* informa enquanto entretém, confirmando que, apesar de estar conduzindo um programa de entretenimento, Fátima não precisou abrir mão do jornalismo em sua totalidade.

A apresentadora de fato trouxe sua experiência para o programa e é possível perceber alguns elementos jornalísticos em seu novo trabalho. O primeiro deles é a presença garantida de pelo menos um especialista no assunto discutido, fonte importante em muitas reportagens jornalísticas. O especialista é a pessoa competente para falar com propriedade sobre um assunto, é quem garante a autenticidade e veracidade das informações veiculadas, emitindo avaliações à luz de estudos, dados, entre outros. Esta presença não é comum em programas de auditório ou *talk shows*, que na maioria das vezes são mais direcionados ao entretenimento do que à informação, em sua cientificidade. Aqui, *Encontro* diferencia-se de seus pares, trazendo uma proposta que carrega muito do passado de Fátima, quando ainda se dedicava unicamente ao jornalismo tradicional e objetivo.

A própria apresentadora frequentemente mostra dados de pesquisas ou institutos consagrados que tragam informações científicas sobre o assunto, como é possível notar no programa do dia 22 de maio, cujo assunto era crianças desaparecidas e Fátima complementou a conversa trazendo números: “Segundo a polícia de São Paulo, em média três crianças desaparecem por dia no Estado e hoje existem 3 mil crianças e adolescentes desaparecidos”. Quando o assunto era videogames, no dia 26 de dezembro, Fátima trouxe os valores movimentados pelo mercado de jogos. No jornalismo, muitas pautas surgem a partir de resultados de pesquisas e dados como estes e no *Encontro* acontece o mesmo em certas ocasiões – a fonte da discussão é algum dado ou pesquisa recente que pode interessar ao telespectador.

A presença de jornalistas como parceiros de Fátima também demonstra a preocupação da apresentadora em não abrir mão de sua antiga função na emissora, outra particularidade que não é encontrada em programas semelhantes ao *Encontro*. Eles são responsáveis por comentarem notícias (Lair, mais especificamente) e produzirem matérias a serem veiculadas durante a discussão. Apesar de Fátima nem sempre repetir que seus parceiros são jornalistas, nossa memória discursiva nos permite identificá-los como tal, principalmente pelo modo como constroem as reportagens. Apesar disto, estas reportagens têm características um pouco

diferentes daquelas produzidas para um telejornal. São construídas com poucos *OFFs*¹⁹ e raramente possuem passagens²⁰; a narrativa é montada a partir dos depoimentos (sonoras²¹) dos entrevistados, conferindo um tom mais leve à matéria. Os jornalistas também fazem povo fala (em quase todos os programas analisados, este recurso estava presente) e até testes nas ruas. No programa exibido no dia 27 de dezembro, a conversa girou em torno do assunto *valores* e Aline Prado realizou um teste na Central do Brasil: o produtor fingia deixar a carteira cair e esperavam para ver se as pessoas devolveriam, se seriam honestas. Depois de exibido o vídeo, os convidados comentavam no estúdio sobre a atitude das pessoas e compartilhavam experiências em que tiveram a oportunidade de agir honestamente.

A utilização de personagens também é comum em matérias jornalísticas, pois além de “ilustrar” o assunto, elas humanizam e aproximam a pauta das demais pessoas. No *Encontro*, vários personagens são trazidos ao estúdio diariamente. Na maioria das vezes, são pessoas anônimas que possuem alguma experiência relacionada ao assunto em pauta, histórias e/ou ideias para compartilhar com os demais.

Estes relatos de si são fundamentais para o programa, pois a maioria das discussões é desenvolvida a partir do compartilhamento das experiências dos convidados. A televisão brasileira tem vários exemplos de programas que promovem esta socialização da vida privada, muitos deles com características em comum com o programa de Fátima, como o auditório, por exemplo, seja como formato ou gênero. Apesar destas similaridades, *Encontro com Fátima Bernardes* apresenta diferenças consideráveis em relação aos demais no que diz respeito a esta “exploração” da privacidade.

3.1.4 Intimidade na televisão

Programas como *Casos de Família* e o antigo programa *Márcia* são exemplos que se popularizaram por trazerem à tona aspectos da vida íntima dos convidados, tornados públicos para, em geral, solucionar um problema entre os envolvidos. Estes programas se dedicam a avaliar e procurar a conciliação em casos específicos, explorando os relatos pessoais não só para mostrar o que se passa na vida das pessoas presentes no palco, mas também para entreter

¹⁹ OFF: Marcação técnica do script de telejornal que indica que o locutor está lendo o texto, sem aparecer na tela.

²⁰ Passagem: gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações, para ser usada no meio da matéria. A passagem reforça a presença do repórter no assunto que ele está cobrindo e, portanto, deve ser gravada no desenrolar do acontecimento. O repórter pode fazer uma passagem ao lado do entrevistado, já encaminhando para a entrevista.

²¹ Sonora: termo usado para designar uma fala da entrevista.

Fonte: PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

o público e gerar uma identificação (a ideia transmitida é que o que acontece com os convidados pode acontecer com qualquer pessoa). Estes são exemplos das produções às quais Melo (2011) se refere quando cita os telespectadores que se submetem a quase tudo para ganhar alguma visibilidade.

Encontro com Fátima Bernardes, entretanto, distancia-se da proposta destes programas. O primeiro aspecto que o diferencia é o fato de não estar focado na discussão de um ou dois casos específicos, nem tampouco há a intenção de promover uma conciliação entre convidados. As conversas giram em torno de assuntos gerais, que podem afetar os mais diferentes tipos de pessoas, sem, contudo, recorrer a declarações demasiadamente íntimas ou que possa parecer sensacionalista por tentar despertar a sensibilidade do público, fugindo do limite da “maior intimidade possível” abordada por Soldi (s/d). A própria apresentadora se manifesta em vários momentos, contando casos e experiências de sua vida, família, trabalho, etc. Frequentemente, Fátima fala de si mesma, do marido e seus filhos, como no programa do dia 26 de dezembro: “Eu sou super disciplinada, desde aluna, desde a época de estudante, assim... eu me organizava com pouquíssimo tempo, porque eu sempre fiz muita dança, muito curso disso, curso daquilo... mas eu me organizava”. Outra situação é quando ela passa em frente ao televisor enquanto o convidado joga videogame, e fala: “Tem coisa pior? Meus filhos odeiam quando eu faço isso, falo assim: ‘dá licença só um minutinho, vou passar, mas vou passar rapidinho’. Nossa, isso é a morte!”.

Também os comentários dos convidados são bem genéricos. Falam sobre a família, filhos, hábitos, rotina, opinam sobre os assuntos, mas, como foi dito, o foco do programa não é a vida do convidado, e sim o que ele pensa a respeito do tema proposto e quais experiências pode compartilhar para impulsionar a discussão. Percebemos, assim, que o conteúdo compartilhado pelos convidados não se refere a aspectos de sua vida privada, individual, mas sim ao que já é coletivo – condutas, posturas que são esperadas ou conhecidas, como sugere a ideia de Arfuch (2010) de que todo relato de experiência é coletivo, visto que estas condutas e posturas são marcas de um período histórico específico, características intrínsecas à identidade de um povo.

Os casos apresentados não são específicos de uma ou outra pessoa, não identificam um indivíduo em particular, mas correspondem a algo já compartilhado na sociedade quando na execução de papéis que podem ser assumidos pelas mais variadas pessoas – a mãe, o estudante, o filho, o marido, a esposa, etc. Aqui, mais do que um relato de experiências individuais, as próprias experiências coletivas são responsáveis por impulsionar a conversa, ainda que contadas por personagens possuidores de sua própria individualidade.

Alguns convidados, entretanto, são entrevistados com mais atenção. Durante nosso período de análise, não verificamos uma regularidade nestas entrevistas, mas um caso em especial nos chamou atenção e acreditamos que a entrevista mais direcionada, nesta ocasião, se dá pela grande audiência que o convidado atraía para o programa, conforme Pena (2002) pontua:

A valorização do biográfico é diretamente proporcional à capacidade desse indivíduo em roubar a cena, ou seja, em tornar-se uma celebridade. Aliás, as celebridades tornaram-se o pólo de identificação do consumidor-ator-espectador do espetáculo contemporâneo. São elas que catalisam a atenção e preenchem o imaginário coletivo. (PENA, 2002, p. 148)

Trata-se do cantor Naldo Benny (antes conhecido como “Naldo”), que participou do *Encontro* do dia 24 de maio, quando boa parte do programa foi dedicada à história do músico. Ele falou sobre a mudança de nome, o início da carreira, a perda do irmão, entre outros aspectos de sua vida privada, sempre respondendo aos questionamentos de Fátima.

Fátima: Agora, vamos falar do início, né, quando você não era ainda Naldo Benny, você era Ronaldo Jorge Silva, uma família simples, mais sete irmãos... quem é que na sua família que realmente era mais ligado à música? A quem você atribui essa sua relação com a música?

Naldo Benny: Minha mãe. Nós morávamos ao lado de uma igreja. Não tinha parede, existia um beco, a parede da igreja e o som vazava pra minha casa. Minha mãe cuidava dessa igreja por morar ao lado, ela era zeladora da igreja. E eu ia junto, né, pra ajudar minha mãe.

Fátima: Era uma igreja evangélica?

Naldo Benny: Igreja evangélica. E aí aos domingos eu acordava com as senhoras cantando, o coral. Eu fazia parte do coral infantil. A minha ligação com a música, meu início, tá ali. Minha mãe, meu pai, eu ali com sete anos de idade. E eu comecei a cantar na igreja, meu envolvimento com a música foi isso. Mas eu sou de uma comunidade daqui do Rio de Janeiro, da Vila do Pinheiro e Bonsucesso, de onde eu tenho o maior orgulho de ter vivido. Tudo que eu vivi ali, eu aprendi a ser homem ali dentro, foi bem difícil, foi uma época em que a criminalidade, o perigo do tráfico era muito mais forte que hoje. Hoje, graças a Deus, acho que os nossos governantes e tal acabaram trazendo a responsabilidade, chamaram pra eles a responsabilidade de ter, de buscar um caminho melhor pra molecada ali dentro. Eu também, eu faço pelo menos um ou dois shows por ano ali dentro.

Fátima demonstra conhecimento sobre a vida do cantor, ao citar sua origem humilde, nome completo, número de irmãos e estimulá-lo a falar sobre esta época. Naldo Benny conta características da casa onde morava, o cargo da mãe e como tudo isso influenciou sua vida

atualmente. Estes detalhes geralmente não são explorados pelo programa, que se concentra em questões mais amplas e pouco íntimas. Os artistas convidados são questionados sobre o início da carreira e a vida, mas sempre respondem genericamente, sem se estenderem muito na narração. Percebemos, contudo, que neste caso há uma predominância de oferta de informações sobre quem é o Ronaldo Jorge Silva e o caminho percorrido até se tornar o Naldo Benny. Nenhuma discussão ou debate temático, como os trazidos pelo programa diariamente, é desenvolvido. Não temos aqui um assunto que possa afetar de alguma forma a vida das pessoas, que leve a alguma reflexão pessoal ou gere um conhecimento prático para os telespectadores, apenas relatos da vida do cantor. O interesse em socializar a vida privada de Naldo Benny é mais evidente do que o de construir um pensamento ou raciocínio crítico a partir do compartilhamento de experiências coletivas, cujos “aprendizados” e conclusões possam influenciar a vida da população em geral, como é buscado/proposto na maioria das vezes. O que geralmente acontece é a presença do cantor para comentar ou contar algo relacionado a um assunto genérico, que pode afetar a qualquer pessoa. Neste caso, Naldo não é apenas um convidado. Ele passa a ser o assunto central da discussão.

A vida de Naldo Benny continua a ser publicizada, quando fala sobre sua carreira no funk, dando detalhes de sua infância.

Fátima: Como é que foi do coral dessa igreja pra sua chegada ao funk?

Naldo Benny: Foi a questão da adolescência, da dança. Eu sempre quis ir pros bailes pra dançar. A coisa que eu faço hoje no palco, esse envolvimento que eu tenho com a Black Music e tal, isso já acontece desde que eu me entendo por gente, porque eu sempre gostei. Com sete anos de idade, dez anos por aí, eu tenho uma irmã mais velha que eu, a Suleide, que ela comprava os discos do Tim Maia, do Roberto Carlos, do Michael Jackson, e eu ficava do lado dela assim assistindo os lançamentos de clipe do Michael Jackson.

A história do cantor, além de chamar a atenção pelo sucesso conquistado na carreira musical, causa grande comoção pela trágica perda de seu irmão, assassinado quando a dupla começava a fazer sucesso. A apresentadora também pergunta sobre este episódio.

Fátima: Naldo, vocês começaram a fazer sucesso, na verdade, e infelizmente em 2008 seu irmão foi assassinado. Você chegou, assim, a pensar em parar?

Naldo Benny: Pensei totalmente. Eu fiquei deprimido, fiquei 12 kg acima do peso, porque foi uma maneira brutal que eu perdi meu irmão. Meu irmão foi assassinado de uma maneira horrível pra mim, pra toda minha família.

É difícil de ver imagens assim, por uns três anos eu não conseguia ver uma foto do meu irmão. E foi bem difícil, eu pensei em parar sim.

Fátima: E foi ali na comunidade mesmo que ele foi morto?

Naldo Benny: Não, não. Eu fiquei dois dias sem dormir procurando meu irmão e tal. E em 2005 foi onde essa música (exibida em um vídeo da dupla) foi lançada. Em 2008 eu perdi meu irmão, mas um dia antes ele conversou comigo dizendo que da mesma forma que as pessoas elogiavam a gente dizendo que a gente escrevia bem e cantava bem, a gente teria que dançar. Inclusive tinha marcado as aulas já com o Binho Reis, que hoje é o meu coreógrafo, que tá aqui comigo. E aí ele falou: pô, eu vou também, vamo lá porque a gente tem que começar essa onda aí. Depois que eu perdi meu irmão, quatro meses depois essa conversa nossa me veio à cabeça, eu lembrei disso. E eu falei: taí. Eu tinha duas opções, eu fiquei revoltado, extremamente revoltado. Não era pra menos, eu sou mais velho que ele e a dor que a minha família passou... a gente nunca tinha perdido ninguém da família e dessa forma foi horrível. Eu falei: existem dois caminhos. Eu tinha um lance de vingança naturalmente, né, a gente é de carne e osso. Ou eu tinha que trazer alegria pra minha vida, pra vida dos meus pais, do filho dele, do Ruanzinho, da nossa família em geral, dos nossos fãs, que já existia uma carreira. E aí eu falei: eu lembrei desse papo e comecei a fazer as aulas. E eu lembro que eu comecei as aulas, chorava pra pegar os movimentos de break, de pop.

Fátima: Estava muito ligado a ele, né?

Naldo Benny: Muito. E eu ia pras aulas sozinho, então eu ia, no caminho eu ia chorando, chegava nas aulas eu chorava...

A emoção colocada pelo cantor em sua narrativa gerou grande comoção dos telespectadores, que participaram ativamente por meio dos *twittes*. Foi o dia com maior número de participações (92) entre os programas analisados. Muitas das mensagens comentavam a história do músico e a emoção que sentiam ao ouvi-lo relatar suas experiências. Isto confirma o interesse das pessoas por se reconhecerem na vida de celebridades, o “espelho” citado por Pena (2002). Devido à fama do cantor, ao número de fãs conquistados, Naldo Benny não é visto como uma pessoa comum, de fato, e isto lhe garante um lugar diferenciado na mídia. Conhecer sua origem e saber detalhes de sua infância, de quando ainda era uma pessoa anônima, como a maioria da população, permite aos fãs e admiradores vislumbrar um lado mais humano e de “gente como a gente” do artista, que passa a representar a “esperança de visibilidade da maioria” (SOLDI, s/d). Ao falar de seus problemas e superações, o músico se mostra vulnerável e se aproxima mais da realidade de tantos brasileiros que também passam por problemas diariamente – se torna uma “pessoa comum”. Sibilía (2007, p. 32) fala sobre esta “busca pertinaz daquilo que toda figura extraordinária também tem (ou teve) de ‘comum’”.

Importante notar que, apesar da grande carga emotiva e até dramática do relato, Fátima não entra em detalhes. Perguntas como “quem matou o irmão de Naldo Benny?” e “como ele foi morto?” não são feitas pela apresentadora, nem respondidas pelo cantor. Desta forma, apesar de se resguardar mantendo a discussão distante de algo que poderia beirar o sensacionalismo, Fátima deixa os telespectadores sem estas informações, oferecendo um conteúdo “incompleto”.

Fato é que estas narrativas criam um efeito de patemização (CHARAUDEAU, 2007) nos receptores ao atingir sua sensibilidade, gerando uma identificação que conquista a audiência. Este efeito corresponde à instauração de determinadas emoções a partir da organização discursiva de um ato de linguagem, ou seja, por meio de enunciados e palavras, ele tende a despertar emoções no interlocutor. Alguns exemplos de efeitos patêmicos possíveis são a curiosidade, a compaixão, a gratidão, entre outros.

Isto pode ser comprovado pelo grande número de participações via redes sociais, atingindo mais que o dobro da média de outros programas. Alguns exemplos: “**@mvjoapedro:** #encontro Naldo contando sua história de vida, superação; **@Carol09Arthur:** Gosto muito do Naldo e amo sua história de vida #encontro; **@VandoSantosG:** #EncontroFatima Muito triste História de Naldo ://”

O mesmo efeito acontece também quando o assunto está ligado a determinada região do país. No programa temático do dia 31 de maio, que reproduziu aspectos de uma festa junina no palco, foram muitos os *twittes* dos nordestinos, falando sobre a representação da região no programa por meio das músicas e depoimentos dos convidados acerca de suas vivências em festas de São João:

@sylvia_souza: Que linda a bandeira do meu Pernambuco estampada no peito do Bruno Garcia. Pernambuco no #encontro Amei!
@FanyeSouza: Estão representando o nosso nordeste lindo muitooooo bem #encontro
@jlucenaa: Obrigado Fátima por promover esse maravilhoso momento de cultura nordestina #encontro

Estas participações configuram outra característica do programa – a interatividade com os telespectadores. O estímulo à interação é fruto do já citado desejo de Fátima de trazer as pessoas para mais perto de si. É também um modo de promover estes “relatos de si”, pois o público é incentivado a compartilhar suas experiências e realmente o fazem. No primeiro ano

de *Encontro* no ar, estas contribuições eram estimuladas diariamente, no início do programa. A abertura do dia 21 de maio é um bom exemplo:

Fátima: Você já se deu conta de quantas escolhas a gente faz diariamente? Você sofre nessa hora? Você é indeciso? Conte sua história pra gente. Acesse nosso site, mande seu comentário pelas redes sociais ou converse ao vivo com meu parceiro, Lair Rennó, bom dia!

Lair: Bom dia, Fátima. Bom dia a todos. E eu já vou lançar uma enquete no site: você tem dificuldade para tomar decisões? globo.com/encontro, hashtag²² encontro, participe!

Fátima direciona seu enunciado ao telespectador, utilizando pronomes como “você” “seu”, “sua”, como se estivesse falando pessoalmente com ele. Ela utiliza expressões faciais e gestos que sugerem esta proximidade com quem está assistindo de casa também. Quando se dirigiu ao público na situação citada anteriormente, pedindo a participação das pessoas de casa, ela fez uso destes recursos, como exemplifica a imagem abaixo. Sorrindo e direcionando os olhos e a mão para a câmera, ela não só demonstra simpatia e anseio pela participação de seus telespectadores, mas também sugere uma intimidade, como se estivesse diante das pessoas, dentro de suas próprias casas.

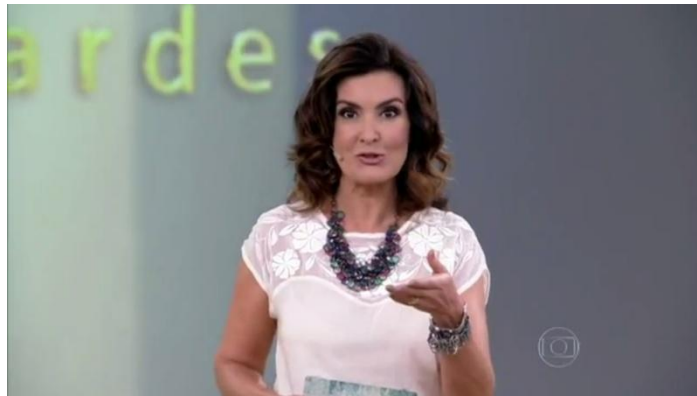


Figura 10. Fátima dirigindo-se ao público telespectador, incentivando participação

A apresentadora sempre dirige seu enunciado aos telespectadores, pedindo que compartilhem suas histórias para que sejam exibidas. Apesar disto, na maioria das vezes estas mensagens não são lidas ou comentadas durante o assunto, apenas exibidas por meio do gerador de caracteres. A participação do público veio por meio de mensagens e também na

²² Segundo a Wikipedia, Tags são palavras-chave (relevantes) ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita no aplicativo Twitter, e também adicionado ao Facebook e/ou Instagram. Hashtags são compostos pela palavra-chave do assunto antecedida pelo símbolo cerquilha (#). As *hashtags* viram hiperlinks dentro da rede, indexáveis pelos mecanismos de busca.

votação da enquete, cujo resultado foi: 86% declararam ter dificuldades para tomar decisões e 14% não acreditam ter problemas neste sentido. Abaixo, alguns exemplos de *twittes* enviados em resposta à pergunta de Fátima:

@Mattheus_13: #encontro... Dúvida em ser biomédico ou cirurgião!!
@Vivikinha12: #encontro eu tenho dificuldades pra tomar decisões. Fernanda – Porto Alegre
@mayhfontenele: #Encontro Eu sou extremamente indecisa, muito mesmo. Me atrapalha em tudo, um horror.
@MilenaMayara_cl: #encontro eu ainda não decidi o que quero cursar e soffro muuuuito com isso.. :/

Assim como as declarações dos convidados no estúdio, as mensagens do público telespectador e internauta são também bem genéricas, comentando sobre a atração musical, o programa ou algum caso/particularidade própria ou de alguém que conheça. Nada de sigiloso ou de muito privado é compartilhado. Como exemplo de participações, podemos citar:

@karinagonzaga: É uma dura realidade isso. Sou mãe e nem consigo imaginar a dor das famílias vitimas de tal crueldade.#encontro (Programa do dia 23 de maio, sobre pessoas desaparecidas)
@CarolPop10: Meu avô tem 64 anos e tem mais disposição que eu, que tenho 15. #Encontro (Programa do dia 27 de maio, sobre sexagenários)
@Isabellacvmorae: #encontro Eu odeio rotina, sou louca para trabalhar em casa. Porém ainda não tive coragem de abandonar o emprego por causa dos filhos! (Programa do dia 26 de dezembro, sobre rotina)

Outra forma de participação no programa é a plateia. Na semana de implementação das mudanças, Fátima e seus parceiros por diversas vezes convidaram os telespectadores para participarem do programa no estúdio.

Fátima: Nós estamos de volta pra fazer um convite pra você. Se você quer participar da nossa plateia, é muito fácil.

Lair Rennó: globo.com/encontro, entre agora.

Fátima: É. Lá no nosso site tá escrito exatamente como você faz pra participar, porque a gente quer que você venha até aqui, né?

Marcos Veras: E a gente garante que é muito divertido, quer ver? (dirigindo-se à plateia) É ou não é, galera?

Apesar do constante incentivo à participação e interação, nota-se que a promessa de Fátima não foi plenamente cumprida. A presença do público no estúdio é importante, mas não

garante esta proximidade pretendida pela apresentadora, nem tampouco uma participação efetiva. Como já dito anteriormente, apenas os convidados pré-selecionados, cujas histórias já são conhecidas pela produção do programa e confirmadamente possuem relação com o tema do dia têm voz. Raramente alguma pergunta é direcionada à plateia sem que este conhecimento prévio exista. Os demais presentes, que vão ao programa por meio de inscrição realizada no site (como orientado por Fátima e seus parceiros, nas falas acima), não têm abertura para contarem relatos de si, suas experiências ou pareceres sobre os assuntos. A valorização dos artistas, famosos e especialistas “parceiros” do *Encontro* (que já participam ativamente de vários programas) é predominante, como veremos a seguir, contrariando o que Fátima prometeu sobre o papel e a liberdade da plateia no programa.

3.1.5 Com a voz, o homem público

No *Encontro*, a valorização dos personagens que já estão na mídia e possuem uma vida pública é notável em detrimento das pessoas comuns presentes no estúdio. Ao expor com mais atenção a vida dos famosos, suas opiniões e histórias, *Encontro* cumpre uma “função” semelhante à aferida a programas que se dedicam exclusivamente a artistas, como o *TV Fama*, da Rede TV!, por exemplo. A roupagem, contudo, é diferente: as pessoas tomam conhecimento sobre determinados aspectos das vidas dos famosos convidados, sem se limitarem a fofocas e boatos, já que estes não são tratados no programa.

Esta preferência fica clara quando Fátima faz algum questionamento dirigindo-se a eles, independente do assunto em questão; eles também têm total liberdade para se manifestarem quando desejarem fazer algum comentário. Já os anônimos (aqueles convidados para participarem de determinado tema) só o fazem quando são chamados nominalmente, na maioria das vezes para falar sobre o que lhe associa ao assunto do momento, fato que contraria a declaração “elas não são uma plateia, elas não estão só como espectadores, elas estão para participar. Então elas podem perguntar, elas podem tirar dúvidas”, destacada anteriormente por este trabalho. A clara diferenciação entre anônimos e famosos ilustra a afirmação de Lopes (2008), quando fala sobre o interesse da mídia pela “vertente pública do indivíduo privado” e pela “esfera privada do indivíduo público”: os anônimos estão presentes para representar uma massa de telespectadores, composta por “pessoas comuns”, enquanto os famosos estão ali para compartilhar opiniões e comentários pessoais.

Prova desta participação “pré-agendada” é o fato de Fátima sempre introduzir o personagem na conversa, chamando-o pelo nome e dando uma introdução ao que será contado

(demonstrando um conhecimento prévio do porquê da presença desta pessoa), como no exemplo do programa do dia 26 de dezembro. Chama a atenção o fato de haver uma conversa entre os famosos e a especialista, interrompida no momento da abordagem feita à convidada anônima. O assunto era *rotina* e o ator Ricardo Tozzi falava sobre o momento em que largou a carreira e a rotina de executivo para seguir a carreira de ator. Ele conta as dificuldades enfrentadas e o risco da troca. A discussão gira em torno desta escolha feita por ele:

Vitor (da dupla Vitor e Léo), dirigindo-se a Ricardo Tozzi: O seu exemplo é muito bacana, cara, porque é uma quantidade de gente que é... por exemplo, tem vários cantores, várias cantoras que fazem outra coisa, um é médico, o outro é advogado, o outro é executivo, o outro é secretário. (...) No final da sua vida, talvez você faça qualquer coisa, até mesmo dar a vida pra voltar lá atrás e fazer uma escolha arriscada como a que você fez, mas que possa valer o risco de ir em busca da felicidade, que vale muito mais que passar a vida inteira triste, infeliz e frustrado.

Tatiana Paranaguá, especialista (interrompendo): Eu quero aproveitar pra falar desse assunto. Realmente o que você fez é muito legal. Eu recebo muita gente, mas é muita gente mesmo, que tá infeliz, não é exatamente com rotina ou sem rotina. É que queria outra vida e não teve coragem de mudar, muitas vezes porque os pais impuseram um certo trabalho ou é uma baixa autoestima, achar que não tem condição; medo, o medo “será que vai dar certo?”. (...)

Ricardo Tozzi: Tem uma questão só que eu acho que é muito importante e maior do que tudo isso: as pessoas não procuram se conhecer. As pessoas não refletem sobre sua vida e rotina tem muito a ver com isso.

Fátima: A rotina te leva muitas vezes a não parar pra pensar.

Ricardo Tozzi: Bicho, para, porque você tá com 100 anos e acabou. Mas reflete, tá fazendo o que? Por que? Aonde?

Léo (cantor da dupla Vitor e Léo): Agora, tem outro lance também que é o seguinte. Uma frase que é muito comum nessa história de mudar e ter um novo desafio é “eu sou assim, então eu não vou mudar”. Isso não existe, eu não acredito em “sou assim”, eu acredito em “estar assim”. As pessoas têm medo de mudar.

A apresentadora interrompe a conversa para introduzir a convidada da plateia.

Fátima: Agora, a gente tá falando aqui de todo mundo muito insatisfeito. Insatisfeito com a rotina, imaginando que é sempre possível dar uma virada. Mas a gente trouxe aqui pra conversa uma pessoa que gosta da rotina, ela se sente bem com a rotina. É a Claudia, né Claudia? Você gosta de uma vida sem surpresas, sem muito susto, é isso?

Claudia: É, na realidade a rotina ela me dá uma estabilidade emocional muito grande, a gente demora muito tempo pra construir uma carreira, uma qualidade de vida e eu encontrei na rotina isso, essa segurança pra poder tanto viver minha vida quanto pra criar meu filho.

Fátima: Você faz o que?

Claudia: Hoje em dia, aproveitando a oportunidade, tem dois meses que eu pedi demissão do meu emprego.

Neste momento, a apresentadora e os famosos interrompem. Alguns comentam e todos riem da situação, deixando clara a liberdade que recebem para interrupções:

Fátima (ironizando): Então ela gosta da rotina...

Natália Rodrigues (atriz): Já saiu da rotina!

Lair: E saiu da rotina!

A convidada continua contando sua experiência. O filho da convidada também é questionado por Fátima e fala sobre sua rotina. Mais uma vez, os famosos têm a liberdade de interromper, seja para algum comentário, seja para perguntas.

Claudia: Ontem, a gente ia vir pra cá hoje cedinho, e ele: ‘ah, mãe, posso jantar primeiro?’ (antes Claudia havia contado que ele sempre toma banho antes de jantar). Aí deu 20h30, 20h45... ‘Lucas, você não vai tomar banho?’. ‘Daqui a pouquinho’. Então se eu deixar vai 21h, 22h, e não foi tomar banho.

Vitor (interrompendo): Ô Fátima, mas eu acredito que a gente possa pensar na diferença entre duas coisas. Qual a diferença entre disciplina e rotina? Porque ter horários não significa que seja uma rotina, né. Você ter os mesmos horários pode não ser rotina.

Fátima: É, mas agora nas férias ela pode deixar, né?

Vitor: Eu acredito que a rotina esteja mais vinculada à forma de enxergar o que você faz do que fazer todos os dias nos mesmos horários.

Neste momento, todos falam ao mesmo tempo e não é possível entender os comentários. Fica claro o ambiente descontraído, informal, de bate-papo, característicos do gênero *talk show*.

Ricardo Tozzi (dirigindo-se a Claudia): Desculpa interromper, mas se você tivesse um dia livre, UM DIA pra fazer QUALQUER COISA da sua vida, você não ficaria feliz?

Claudia: Mas eu tenho, todos os domingos.

Ricardo Tozzi: E você não fica feliz nos domingos? Tipo, não ter horário pra nada, não ter compromisso, você faz o que tiver vontade...

Claudia: Fico, mas eu sinto que eu fico livre justamente por isso, porque durante a semana eu tive a estabilidade emocional e a tranquilidade de saber que a minha vida tá em ordem.

Natália Rodrigues: De saber que vai chegar no domingo e você vai estar tranquila.

Claudia: Exatamente. Eu posso fazer absolutamente o que eu quiser no domingo...

Léo (interrompendo): Mas fora o domingo, na segunda, terça, quarta, quinta, sexta e sábado você faz as mesmas coisas?

Claudia: Exatamente as mesmas coisas.

Léo: Então você tem rotina...

Fátima encerra a conversa e Claudia não participa mais da discussão. Apesar da participação dos artistas no diálogo iniciado pela apresentadora sugerir um bate-papo que inclui a personagem anônima, o exemplo acima confirma o que havíamos relatado no início deste tópico. Os famosos têm liberdade para interromper, comentar, questionar e até rir a qualquer momento, enquanto não vemos a mesma possibilidade oferecida aos convidados presentes na plateia, cuja participação se limita a um momento específico. Depois disto, voltam à posição de espectador, privado de interagir do modo como os demais convidados (os que estão no palco, no centro das atenções) o fazem.

Outro aspecto que aponta para a valorização dos famosos é o fato de, durante o programa, eles não serem identificados por meio de gerador de caracteres (GC), como é feito com especialistas esporádicos e anônimos que representam algum projeto, por exemplo. Isto sugere que o programa supõe o reconhecimento dos famosos por todas as pessoas, o que nem sempre acontece (a autora deste trabalho, inclusive, teve dificuldade em reconhecer grande parte dos artistas convidados para os programas analisados). A falta de identificação por GC também acontece com os famosos que participam momentaneamente; entendemos, contudo, que, neste caso, o GC não é realmente necessário, já que Fátima introduz o convidado antes de sua participação.

Voltando-nos novamente para as declarações e promessas de Fátima, nossas análises nos permitem afirmar, portanto, que *Encontro com Fátima Bernardes* não esteve

comprometido com o que prometeu ao público. A começar pelo gênero do programa, que, a nosso ver, está bastante próximo do gênero *talk show*, contrariando a declaração a apresentadora quando negou esta possibilidade, e a própria classificação da emissora, que atualmente o define como programa de variedades. Tendemos a acreditar que, na ocasião do lançamento da nova atração da Rede Globo, os esforços foram voltados para que fosse, de fato, um programa de auditório, com uma plateia participativa, dando voz ao homem comum que muitas vezes não tem espaço para se mostrar nos meios televisivos. As mudanças realizadas até chegar ao modo como é produzido atualmente nos levam a crer, contudo, que estes esforços foram modificados.

A promessa de que o telespectador seria trazido para mais perto da jornalista e apresentadora foi, então, deixada de lado. O constante estímulo à participação por meio das redes sociais e do convite feito para a presença do público na plateia não são suficientes para garantir que existe esta proximidade. Os famosos assumiram o lugar principal na cena – o centro do palco, que antes era dividido com os demais presentes –, recebendo passe livre para participar de toda e qualquer discussão ou atividade desenvolvida no programa, liberdade que não é dada aos anônimos. A celebridade em cena já é estratégia utilizada por vários programas da TV brasileira, levando-nos a crer que *Encontro* não traz total ineditismo em relação ao que já existe na televisão. Esta foi, portanto, outra promessa quebrada – a de que seria trazido algo totalmente diferente. Outros pontos nos permitem confirmar esta “reciclagem” de formatos, pois muitos dos utilizados pelo programa já são tradicionais em outras atrações: enquetes, shows de calouros, apresentações musicais, entrevista, jogos e brincadeiras...

Não podemos negar, contudo, a existência de inovações no programa. A informação é bastante valorizada e é notável o interesse em trazê-la ao telespectador. A presença de um especialista participante, envolvido na conversa, que não apenas julga “de fora” o que é discutido demonstra esta preocupação da apresentadora, que trouxe consigo bastante experiência conquistada durante os muitos anos dedicados ao jornalismo. O fato de seus parceiros serem jornalistas também é prova deste interesse em produzir e veicular um conteúdo que não abre mão de uma apuração minuciosa, comprometida com a seriedade que caracterizou toda a carreira de Fátima. Desta forma, a combinação de entretenimento com informação, dada de uma maneira leve e descontraída, considerando opiniões variadas (ainda que prioritariamente as dos artistas e famosos) é uma marca do programa.

Outra diferença que chamou a atenção durante as análises foi o fato de, apesar de contribuir para a socialização de relatos de si, de aspectos da vida íntima dos convidados, o

programa não se preocupa em extrapolar o limite da intimidade. A presença dos artistas, famosos e até anônimos é importante para o desenrolar da discussão, mas esta se concentra, na maioria das vezes, em assuntos gerais, comuns à maior parte das pessoas, que possa ter alguma aplicação tanto para os presentes quanto para o público telespectador. Foge, assim, da espetacularização ou sensacionalismo característicos de outros programas que exploram relatos pessoais, buscando publicizar os aspectos mais íntimos dos convidados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho procurou analisar o cumprimento das promessas realizadas na ocasião do lançamento do programa *Encontro com Fátima Bernardes*, exibido nas manhãs de segunda a sexta-feira, pela Rede Globo de Televisão. Por meio do estudo de gêneros e formatos na TV brasileira, pudemos identificar a aproximação do programa com os gêneros auditório e *talk show*. Apesar da diversidade oferecida também pelo gênero programa de variedades, entendemos que *Encontro* se distancia desta classificação por não apresentar esta multiplicidade de formatos diariamente. A conversa característica do *talk show*, para nós, ocupa um espaço privilegiado no roteiro do programa, oferecendo também a possibilidade de combinação de formatos variados.

Entendemos, ainda, que as características do gênero auditório eram mais evidentes antes da reformulação realizada no programa, cujas alterações nos levam a crer que, atualmente, *Encontro* é mais bem associado ao gênero *talk show*, de acordo com suas características recentes. O que nos permite chegar a esta conclusão é, em primeiro lugar, o fato de a plateia, antes participante e presente no mesmo espaço físico onde Fátima, seus parceiros, celebridades e especialistas se localizavam, ter sido realocada para um ambiente separado destes últimos, posicionando-se como espectadores do que acontece no lugar reservado às estrelas do “show”: o centro do palco. Esta foi a primeira promessa quebrada pela apresentadora e pela emissora, que, apesar da tentativa inicial em trazer as pessoas anônimas para o centro da discussão, não sustentaram a proposta por muito tempo.

As transformações realizadas, em busca de uma audiência mais satisfatória do que a alcançada com o modelo usado na estreia do programa, deixaram as “pessoas comuns” à margem das conversas e debates, que hoje são alimentados pelos relatos dos famosos, artistas e especialistas convidados. Desta forma, as pessoas não possuem a liberdade de opinar, perguntar e tirar dúvidas, contrariando a declaração da apresentadora.

O ineditismo prometido também não foi plenamente cumprido. A utilização de formatos como enquetes, entrevistas, apresentações musicais, vídeos, jogos e outras possibilidades exploradas pelo programa já são comuns em outros produtos da TV brasileira. A presença dos especialistas como participantes da conversa, contudo, representa uma característica particular do *Encontro*, visto que em outros programas este profissional acompanha as situações e conflitos “do lado de fora” para emitir um julgamento e possível solução para o problema. No programa de Fátima, eles não só contribuem com o

conhecimento científico como também podem relatar situações pessoais, contribuindo para a discussão com conhecimentos empíricos.

Outro compromisso cumprido pelo programa é a utilização do entretenimento sem abrir mão da informação. Fátima continuou com suas funções jornalísticas, como havia declarado, apesar de aplicá-las a formatos diferenciados. A discussão de temas atuais, a incorporação de notícias, dados de pesquisas e outras informações legitimadas por instituições consagradas, bem como a presença de um especialista que ratifique a objetividade e veracidade das informações são características primadas pelo jornalismo e facilmente identificáveis no *Encontro*. A experiência adquirida pela jornalista com certeza foi trazida para dentro do programa, que apesar de majoritariamente voltar-se para o entretenimento, mantém sua função informativa, em especial pelo fato de trazer assuntos que repercutem na vida dos cidadãos e que podem gerar reflexões e, muitas vezes, até resultados práticos para o público.

Em meio a discussões com assuntos gerais, em algumas situações o programa volta suas atenções para a vida de uma pessoa específica, notadamente um famoso, como no caso do cantor Naldo Benny, apresentado neste trabalho. Nestes casos, *Encontro* afasta-se dos temas de repercussão mais ampla para abordar aspectos da intimidade do (s) convidado (s), cumprindo uma função (ainda que mais superficialmente) semelhante àquela conferida a programas como *TV Fama!* e *Vídeo Show*, que mantém o público informado sobre as celebridades. Esta estratégia, como vimos, atrai a audiência do público telespectador, que deseja encontrar nos relatos alguma característica que lhe permita identificar-se na vida ou na trajetória da celebridade biografada.

Esta socialização da vida pública também é encontrada em outros programas, como o citado *Casos de Família*. Nestes, contudo, os convidados são quase sempre anônimos, dispostos a compartilhar problemas de sua vida privada, buscando alcançar a tão sonhada visibilidade. A proposta do *Encontro*, contudo, o afasta destes “pares”, por demonstrar preocupação em não ultrapassar o limite de intimidade do convidado, evitando uma abordagem sensacionalista, o que muitas vezes resulta em uma discussão superficial, como aconteceu no caso do cantor Naldo Benny, cujas informações acerca do assassinato não foram fornecidas ao público.

A apresentadora também estimula o público telespectador a participar da discussão por meio das redes sociais, sempre convidando a compartilharem suas experiências e histórias para serem exibidas durante o programa. Esta é mais uma tentativa de utilização dos relatos de si pelo programa, garantindo não só certo nível de interatividade com o público, mas

também a satisfação da audiência, que possui grande desejo de aparecer na mídia, ainda que apenas por meio de uma mensagem com poucos caracteres.

Desta forma, podemos concluir que os formatos utilizados em *Encontro com Fátima Bernardes* não apresentam total ineditismo, mas favorecem a construção de um programa dinâmico, que consegue combinar entretenimento e informação de maneira leve e descontraída. Além disso, os formatos dos gêneros *talk show* e auditório (dos quais o programa mais se aproxima), tendem a sugerir esta socialização do particular realizada no *Encontro*, que consegue promovê-la sem, contudo, aproximar-se do sensacionalismo característico de programas que fazem uso do mesmo recurso.

Destacamos a importância de identificar e compreender os gêneros e formatos dos produtos televisivos em oferta para a população, em especial devido à necessidade de cumprimento das promessas feitas ao público, que, ao contrário do que se pretende mostrar, ainda está à margem das discussões. Entendemos que este trabalho representa apenas uma pequena contribuição para uma ampla gama de estudos que podem ser realizados a respeito do objeto de estudo utilizado em nossas análises. O comportamento discursivo da apresentadora, a construção de sua imagem como tal (abandonando o estereótipo de jornalista carregada de objetividade para dar lugar à apresentadora dinâmica, alegre e descontraída, transformada em marca da emissora ao dar seu nome ao programa), a interatividade com o público, as mensagens recebidas pelas redes sociais e até a página online do programa são alguns exemplos que podem ser analisados sob diferentes aspectos, gerando novas pesquisas. Estas análises não só possibilitam o desenvolvimento de uma abordagem crítica em relação ao que é ofertado ao público, mas também contribuem para proporcionar melhorias que podem ter impactos positivos na sociedade como um todo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Raquel Thomaz de. A vida íntima sob o olhar público. In: _____ **Percursos de memórias femininas: uma análise da escrita íntima de mulheres no papel e no digital**. Fortaleza: 2007. p. 39-66. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/andrade-raquel-percursos-de-memorias-femininas.pdf>>. Acesso em 13 Ago. 2013.

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

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

BAKHTIN, Mikhail Mjkhailovitch. **Estética da criação verbal**. Tradução de Maria Emsantina Galvão G. Pereira. Revisão da tradução de Marina Appenzellerl. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. 230 p.

CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: Mendes E. & Machado I.L. (org.). **As emoções no discurso**, Mercado Letras: Campinas (SP), 2007. Disponível em: <<http://www.patrick-charaudeau.com/A-patemizacao-na-televisao-como.html>>. Acesso em 15 dez. 2013.

DEJAVITE, Fabia Angélica. A Notícia *light* e o jornalismo de infotimento. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 30., 2007, Santos. Disponível em: <<http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=34259>>. Acesso em 13 Jan. 2014.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004. 158 p.

ENCONTRO COM FÁTIMA BERNARDES. Website. Disponível em: <<http://globo.com/rede-globo/encontro-com-fatima-bernardes/>>. Acesso em 20 ago. 2013.

FERRAZ JR., Tércio Sampaio. Sigilo de dados: o direito à privacidade e os limites à função fiscalizadora do Estado. In: **Cadernos de Direito Tributário e Finanças Públicas**, nº 1, RT, São Paulo: 1992, p. 141-154. Disponível em: <<http://www.terciosampaioferrazjr.com.br/?q=/publicacoes-cientificas/28>>. Acesso em 02 Jan. 2014.

GUEDES, Ingrid Moises. **Observatório da Imprensa**, 16 abr. 2013. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed742_a_mediacao_entre_o_ouvint_e_e_a_prefeitura>. Acesso em 6 Jan. 2014.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LOPES, Felisbela. O (novo) espaço público que a TV configura. In: **Actas dos ateliers do V Congresso Português de Sociologia**. Disponível em: <www.aps.pt/cms/docs>. Acesso em 24 Nov. 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

MATTOS, Sérgio. **Origens e desenvolvimento histórico da televisão brasileira**. Disponível em: <<http://www.sergiomattos.com.br/>>. Acesso em 13 Out. 2013.

MELO, Mônica Santos de Souza. A socialização do particular em programas de televisão. In: EMEDIATO, Wander.; LARA, Gláucia Muniz Proença. **Análises do Discurso Hoje**. Volume 4. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011. p. 195-216.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PENA, Felipe. Celebidades e heróis no espetáculo da mídia. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 147-157, Jan./Jun. 2002. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/447/416>>. Acesso em: 23 Dez. 2013.

REDE GLOBO DE TELEVISÃO. **Encontro com Fátima Bernardes**. Direção: J.B. Oliveira. [Rio de Janeiro]: 2012.

SENNET, Richard. **As tiranias da intimidade: o declínio do homem público**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

SIBILIA, Paula. O show do eu: subjetividade nos gêneros confessionais da Internet. **Tese** (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

_____. A intimidade escancarada na rede: *Blogs e webcams* subvertem a oposição público/privado. In: **Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)**, 2003, Belo Horizonte.

SILVA, Fernanda Maurício. Marcos históricos do talk show no Brasil: uma análise dos programas Globo Gente e Jô Soares Onze e Meia. **Galaxia**, São Paulo, n. 25, p. 123-134, Jun. 2013. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/download/10279/11390>>. Acesso em: 26 Nov. 2013.

_____. Talk show: um gênero televisivo entre o jornalismo e o entretenimento. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Brasília, v. 12, n. 1, Jan./Abr. 2009. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/289/315>>. Acesso em: 26 Nov. 2013.

SOLDI, Alexandre Dimas. Espetáculo midiático e programa de entrevistas. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/soldi-dimas-espetaculo-midiatico.pdf>>. Acessado em 12 de agosto de 2013.

_____. Programas de entrevistas: formatos e efeitos. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/soldi-dimas-programas-de-entrevistas.pdf>>. Acesso em 12 de agosto de 2013.