



## ***Talk show: gênero, história e consolidação no Brasil***<sup>1</sup>

Julia Lery<sup>2</sup>

Discente do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da PUC Minas.

### **Resumo:**

Com o objetivo rastrear as origens do gênero no Brasil e possibilitar a análise de programas levando em conta suas matrizes culturais, este artigo busca lançar luz sobre a história e as relações sociais empreendidas pelos *talk shows*. O hibridismo entre entretenimento e informação e a perspectiva de democratização do espaço midiático são ideias-chave para o entendimento do formato, bem como as origens radiofônicas e a influência da comédia teatral.

### **Palavras-chave**

Gênero; *talk show*; matrizes culturais; cultura midiática.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao DT 4 – Comunicação Audiovisual - GP Televisão e Vídeo. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

<sup>2</sup> Mestranda do PPGCOM da PUC Minas, bolsista CAPES integral, integrante do grupo de pesquisa Mídia e Narrativa. lery.julia@gmail.com

A compreensão dos gêneros midiáticos como categorias sociais, uma vez que dependem e mobilizam todo um contexto sociocultural para seu desenvolvimento e consolidação (SILVA, 2013), envolve muito mais do que a classificação de um programa por suas marcas textuais consolidadas, mas a sua análise enquanto produto estético e social, parte de uma construção histórica acerca da ideia do gênero. A noção que prevalece socialmente a respeito dos gêneros televisivos se aproxima, de acordo com Fernanda Maurício Silva, do conceito de formação discursiva de Foucault: “segundo o qual a compreensão dos fenômenos contemporâneos resulta de uma série de disputas discursivas históricas que tendem a apagar as rupturas em nome das continuidades” (SILVA, 2013, p. 126). Isso significa que quando a audiência, a crítica ou mesmo os produtores de conteúdo das emissoras se dedicam à análise de um programa televisivo, a definição, interpretação e avaliação que fazem daquele produto estará atravessada pela ideia de gênero.

Para Yvana Fachine (2013), que trabalha o conceito através de uma noção bakhtiniana, os gêneros são estratégias de comunicabilidade, modos de comunicação culturalmente estabelecidos, sem os quais a comunicação humana seria impossível. A construção dos enunciados é sempre anterior e externa ao processo de fala, e é o domínio desse sistema de classificação dos atos de fala, que se dá através do reconhecimento dos gêneros discursivos, o que permite o entendimento. Os gêneros são conhecidos por todos nós empiricamente, e envolvem algumas regras (que podem ser rompidas ou flexibilizadas, mas especialmente alteradas ao longo do tempo) para a produção e a recepção, bem como um conjunto de propriedades textuais que permitem seu reconhecimento, e a criação de um sistema de expectativas que guiarão a interpretação de um texto.

Se o gênero organiza o mundo televisivo em categorias socialmente reconhecíveis, ele de modo algum se restringe à mera classificação/categorização dos produtos: antes, dá conta de um processo cultural que envolve disputas de valor e sentido. (...) Gêneros mobilizam disputas de valores, julgamentos de gosto, práticas políticas, culturais, econômicas. (GOMES; ARAÚJO, 2015, p.109)

Para pensar gêneros televisivos é necessário pensar também nas matrizes culturais que o formam, nos recursos técnico-expressivos do meio e em uma grade de programação que indica expectativas *do* e *sobre o* público. Um exemplo: é tradicional na grade de programação da TV aberta brasileira que programas de estúdio destinados ao público feminino, que tratam de temas domésticos, sejam veiculados pelas emissoras

em horário matinal. Isso se dá tanto pela expectativa que a emissora tem a respeito do público daquele horário, supostamente composto por donas de casa que estão preparando o almoço, quanto pela expectativa do próprio público, que já espera da emissora aquele tipo de conteúdo naquele horário. Criam-se, assim, critérios que funcionam como referências para a produção de conteúdo, e que ao mesmo tempo são responsáveis pela criação de um “horizonte de expectativas” (FECHINE, 2013, p. 200) de recepção.

Entendemos que é necessário o estudo dos gêneros através das matrizes culturais que o formam, entre várias razões, porque eles criam contratos entre espectadores e produtores. Esses contratos designam condições, que interferem no modo como o espectador se relaciona com aquilo que vê. Cada gênero televisivo estaria, desta forma, ligado a um ou mais tipos de contrato. Uma comédia estabelece um contrato de riso; uma reportagem, de informação; uma performance, de entretenimento.

É importante pontuar que formatos e gêneros não devem ser confundidos, embora os formatos sejam uma das maneiras concretas pelas quais os gêneros se manifestam na televisão. O conceito de gênero é potente por ser capaz de mobilizar matrizes discursivas, possibilitar o estudo de programas televisivos em uma perspectiva histórica, de modo a compreenderem-se as relações sociais que perpassam os programas e seus formatos. Ele não está ligado ao purismo classificatório da forma.

Ainda no sentido de afirmar esses conceitos, de *gênero*, *formato* e *programa*, é importante pontuar que um programa de TV - assim denominado por ser uma unidade que compõe o todo da programação - pode conter formatos diversos que o compõem. Programas de variedades, como os que são normalmente exibidos em canais abertos nas tardes de domingo, por exemplo, exibem diferentes formatos, que vão desde entrevistas até jogos, passando por reportagens, monólogos, animações, colunismo social, etc. Esses formatos funcionam como balizadores no modo como os programas são consumidos por remeterem à ideia de gênero; são, deste modo, um instrumento que permite a expressão do gênero na televisão.

Segundo Gomes e Araújo (2015), não é possível que se pense em um exemplo máximo, modelo indefectível de determinado gênero. Todos os produtos feitos sob determinado rótulo são espaços de negociação entre as regularidades genéricas e as especificidades, marcas do modo como cada programa constrói sua relação com o público. “Cada produto televisivo, enquanto atualização do gênero televisivo, contribui



para construí-lo e é, sempre, um lugar em que marcas genéricas são negociadas e disputadas” (GOMES; ARAÚJO, 2015, p.111).

Os programas apresentados por Jô Soares (*Jô Soares Onze e Meia*, no SBT, que ficou no ar até 1999, e depois o *Programa do Jô*, em exibição desde o ano 2000 na Rede Globo), são considerados, no Brasil, quase como exemplares completos do *talk show*, uma vez que foram pioneiros do gênero no país, são aclamados pela crítica e pela audiência. Nos próprios programas, porém, essa relação de constante renegociação é clara. Novos quadros surgem e os antigos são esquecidos; uns, como o quadro *Meninas do Jô*, se pretendem mais jornalísticos. Outros, como *Humor na Caneca* direcionam o programa para o entretenimento. Cada alteração ou novo quadro é fruto de uma negociação entre direção, produção, audiência, apresentador, entrevistados, etc.. As alterações são espaços para novas disputas relativas ao programa e ao gênero, que ocorrem mesmo em um produto comercialmente sólido e facilmente classificável no que diz respeito a gênero e formato.

Sobre as transformações que ocorrem mesmo dentro de um conceito aparentemente fechado de gênero televisivo, Fechine afirma:

A condição do gênero é o movimento. Embora representem os modos de organização mais estáveis dentro de um determinado meio e de uma determinada esfera de comunicação, todo gênero está também em contínua transformação, pois cada enunciado individual (re)atualiza a forma padrão a partir da qual se formou ou renova a forma típica dos enunciados dos quais ele é uma manifestação ‘viva’. (FECHINE, 2013, p. 198)

Para Martin-Barbero (2002), o entendimento das chamadas mídias massivas<sup>3</sup> por meio do conceito de gêneros permite pensar o popular, as tradições, e especialmente as maneiras como eles se manifestam na cultura midiática, não por meio de uma imposição cultural, mas fazendo da TV uma arena de embates por representações e significados. Em detrimento do meio e do texto, o conceito de gênero propõe pensar as mediações, as demandas representativas que os populares impõem à indústria cultural, a complexidade das dinâmicas que envolvem o fazer comunicativo, não apenas como uma imposição dos interesses dominantes, mas como uma negociação. Os gêneros são, para o autor, “um lugar específico de interseção entre as matrizes culturais e as práticas comerciais” (MARTIN-BARBERO, 2002, p.168).<sup>4</sup> São práticas enunciativas, e não estão ligadas à

---

<sup>3</sup> As referências às mídias de massas, neste trabalho, limitam-se a uma questão de alcance e de produção centralizada de conteúdo. A ideia de homogeneização de audiência da época de surgimento do conceito não é adotada. É importante, aqui, apontar para a diferença dos públicos, bem como dos usos e apropriações do conteúdo.

<sup>4</sup> Livre-tradução. Original: “un específico lugar de ósmosis entre matrices culturales y formatos comerciales”.

tradicional ideia desenvolvida em estudos de literatura do gênero como característica intrínseca do texto. Os gêneros são espaços de configuração dos efeitos de sentido que indicam a diversidade dos modos de se comunicar, e perpassam a competência comunicacional tanto de produtores quanto do público. Dessa forma, os gêneros se fazem presentes e analisáveis no texto, embora não estejam *contidos* nele.

Williams (2003) desenvolve um trabalho de rastreamento das matrizes culturais de diversos formatos da televisão que, embora baseado nas culturas midiáticas estadunidenses e britânicas, é de grande valia para uma análise das ideias de gênero e de sua potência no estudo de produtos televisivos brasileiros, especialmente os que, como o *talk show*, têm origem nas tradições estrangeiras. Para o autor, os *talk shows* fazem parte de um grupo de formatos que já romperam, de certa maneira, com as tradições das quais se originaram, e ganharam uma certa lógica própria da televisão. Embora eles tenham, inegavelmente, relação com formas culturais anteriores, Williams acredita que o modelo de discussões estabelecido nos programas de *talk show* já seja qualitativamente diferente dos que o originaram.

A ruptura que o autor observa entre os *talk shows* e as formas de discussões televisivas que lhes deram origem se dá por um “relaxamento nos modos”<sup>5</sup>. Williams afirma que a efetivação desse relaxamento acontece quando a importância da entrevista deixa de estar no conteúdo e passa a ser a própria presença entrevistado. Não importa mais *o que* se diz, mas *quem* diz. As conversas são formas artificiais, criadas para sustentar o culto à celebridade e a visibilidade das “personalidades”.

Apenas para que se cite como exemplo de como o espetáculo do *talk show* se faz, em alguns casos, um pilar de sustentação da fama, dos regimes de visibilidade, e da própria indústria cultural, podemos analisar uma entrevista de Danilo Gentili com Luan Santana no programa *The Noite*<sup>6</sup>. Por 28 minutos, os únicos assuntos tratados são o lançamento do novo álbum do cantor e o culto a sua personalidade. Gentili mostra e comenta todos os produtos da turnê do cantor: CD, DVD e vinil, folheando o encarte e pedindo que o entrevistado comente as fotos. As piadas *politicamente incorretas*, marcas do apresentador, voltam-se para o assédio das fãs e para a assistente de palco do programa, Juliana Oliveira, que é uma mulher negra e gorda, fora dos padrões midiáticos de beleza. Ela dá um beijo no entrevistado quando vai levar o violão, gerando um comentário maldoso: “você beijou ela? Melhor ir no médico depois”. Fica

---

<sup>5</sup> “Loosening of manner” (WILLIAMS, 2003, p. 73)

<sup>6</sup> LUAN SANTANA. *The noite*. São Paulo: SBT, 21 de maio de 2015.



evidente, até pela maneira de Gentili ao se dirigir ao convidado, que o objetivo do programa é sustentar e ser sustentado pelo *star system* e pelo culto às celebridades. O pacto silencioso é o de não atacar a estrela que concede a entrevista, e em troca receber a audiência gerada pela participação daquela personalidade. Rafinha Bastos explica, em entrevista à *Revista Playboy*<sup>7</sup>: “Posso fazer tranquilamente 50 mil piadas sobre a Ivete Sangalo, mas quero fazer piadas que se eu estivesse no lugar dela, não deixaria de ir ao programa, porque preciso dela. Tenho que fazer piadas que não fechem portas”.

Mesmo que o *talk show* tenha sua própria lógica enquanto gênero televisivo, uma vez que está intimamente ligado à consagração de famosos e ao funcionamento da mídia como reguladora de um regime de visibilidade voltado para as personalidades que ela mesma cria, considerá-lo um formato totalmente independente de tradições anteriores seria um erro. Há, realmente, uma ruptura, mas ela não deve apagar outras tantas continuidades. Por isso é relevante mencionar também a perspectiva histórica de formas constitutivas do *talk show*, como os debates televisivos, os programas de variedades e as notícias, rastreados por Williams, bem como a entrevista midiática, colocada em perspectiva por Leonor Arfuch (2010) e a conversação, estudada por Braga (1994). O que se verificará é que, mesmo que o *talk show* não proponha uma discussão política como um programa de debate, ele se ancora no debate e em outras matrizes discursivas importantes. A própria negligência em relação ao conteúdo da fala em detrimento da forte personalização do *talk show* aponta mais para uma marca do hibridismo desses programas do que uma falha ou um “relaxamento” de um formato proveniente dos debates.

Williams atribui a origem das formas televisivas que envolvem discussão e debates aos sermões, palestras e discursos políticos não midiáticos. Essas formações discursivas da oralidade eram, porém, limitadas em alcance e caráter antes da radiofusão e da televisão. A controvérsia, qualidade importante do debate, era ainda menos estimulada, dadas as limitações da forma. Ainda que os atuais debates na TV e no rádio nem sempre (e as vezes raramente) lidem com opiniões minoritárias, o autor acredita que o potencial de expressão e de libertação dos debates cresceu muito com a televisão. Ele exemplifica duas tradições de debates televisivos: uma estadunidense, que privilegia a simples transmissão de discussões políticas e sociais ocorrida em fóruns, congressos, escolas, etc., e outra britânica, que enfatiza o consenso e a “opinião informada”,

---

<sup>7</sup> Leandro Saioneti e Sérgio Xavier Filho. **Rafinha Bastos fala sobre limite do humor**. *Playboy*, fev. 2015.



explicitamente mediada, que conta com a figura de um moderador e em geral se baseia em ideais subjetivos de “justiça” e “equilíbrio”, mesmo que estes não se traduzam em regras para o debate. A influência deste modelo nos programas de *talk show* fica evidente em vários momentos, mas em especial quando os convidados célebres são personalidades do ramo da política. Nas eleições de 2014, os programas *Agora é Tarde* e *The Noite* convidaram os candidatos à presidência para participarem das entrevistas – embora apenas os chamado “candidatos nanicos” tenham aceitado. Em 12 de junho de 2015, Jô Soares foi recebido na biblioteca do Palácio do Planalto para gravar seu programa com a presidenta Dilma Rousseff.

O telejornalismo tem, por sua vez, matrizes culturais ligadas ao jornalismo impresso, e, depois, ao radiojornalismo. Antes mesmo da popularização do rádio, os jornais impressos já estavam organizados em uma sequência não linear, ou seja, diagramados de forma a estimular uma visão exploratória, forma de organização que até hoje constitui um desafio a ser imitado pelo rádio e pela TV, que obedecem a uma lógica relativamente mais linear de notícias. A chamada das manchetes adotada na abertura de vários telejornais é uma tentativa de romper com a linearidade imposta pelas formas audiovisuais. No entanto, a estrutura dos produtos do telejornalismo impedindo uma leitura fragmentada, característica da experiência de leitura do jornal impresso. Essa apresentação linear dos noticiários audiovisuais tem efeito sobre as prioridades das notícias, e a sujeita o espectador do telejornal a um controle editorial que, para Williams, é ainda maior do que o do jornal impresso - que embora tenha técnicas para captar a atenção seletiva, é constituído por um mosaico, permitindo que a leitura passe, também, por critérios de seleção do próprio público, e não apenas uma seleção editorial.

A questão da apresentação, essencial a um telejornal, também é uma adaptação da maneira como as notícias saíram das páginas de jornal, para o rádio e posteriormente para a televisão. No início do rádio, a voz do locutor era anônima, e as notícias eram lidas, mas não atribuídas a um autor. Com a imagem da televisão, torna-se impossível esconder essa forma pessoal de mediação, e a relação entre espectador e apresentador se torna mais próxima. O jornalista ganha uma feição, às vezes reforçada pela repetição do seu nome, seguindo uma linha de atribuir a alguém as opções editoriais do veículo e criar laços de familiaridade com o espectador, e outras vezes apenas levemente enfatizadas, em um movimento de evidenciar as outras mediações pelas quais passa a notícia: a participação equipes de produção, de reportagens, editores, agências de notícias, etc.. Alguns telejornais adotam o ambiente da redação, onde as notícias são





produzidas, como parte do próprio cenário, como é o caso do *Jornal Nacional* da Rede Globo. A introdução das imagens em movimento no jornalismo também deu origem a duas principais possibilidades de se fazer telejornalismo no que diz respeito às visualidades: uma primeira que conta com equipes de gravações externas, que privilegia a visualização (mediada, selecionada e hierarquizada, não podemos esquecer, mas ainda extremamente potente) do ocorrido e usa de maneira intensiva o material visual; e a segunda com a apresentação imediata, falada, dos jornalistas que se colocam como autoridades aptas a relatar os fatos de modo legítimo, descrevendo-os sem que para isso seja necessário sair da bancada. Estes dois modos de visualidades impactam de formas diferentes o processo de veiculação de notícias, e ainda que sejam diversos, partem, de acordo com Williams, da mesma matriz cultural que deu origem ao telejornalismo.

É possível trazer muitas das questões do telejornalismo para a análise do *talk show*. O pouco uso de reportagens externas e o reforço da figura do apresentador e consequente apagamento de outras mediações são, além de características do *talk show*, possíveis modos de se fazer telejornalismo. Nos Estados Unidos, programas matinais apresentados por jornalistas que dão, sentados em suas bancadas, as primeiras notícias do dia, conversando entre si e recebendo entrevistados em estúdio, são classificados como pertencentes à macro-categoria do *talk show*. Esclareceremos mais adiante como a categoria *talk show* é entendida nos Estados Unidos, envolvendo diversos tipos de programas, e não apenas os *late night talk shows* como no Brasil.

A entrevista midiática, muitas vezes matéria prima do jornalismo, mas também dos mais diversos gêneros que daí derivaram, é descrita por Arfunch (2010) como gênero de nascimento incerto, provavelmente na segunda metade do século XIX, “como maneira de resguardar e autenticar palavras ditas na imprensa” (ARFUNCH, 2010, p.151). Desde então a entrevista vem se fazendo um meio de conhecimento da vida de pessoas, ilustres e anônimas, e se afirmando através da criação de uma sensação de proximidade. Seu poder consiste em gerar relatos e imagens, como retratos, que são ao mesmo tempo atestados por palavras, mas não concluídos e nem fechados na oralidade. A entrevista é um jogo dialético entre entrevistado e entrevistador, que, segundo a autora, contribuirá sempre para o acervo comum. A entrevista é, ainda, indissolúvelmente ligada à consolidação do capitalismo, pois foi um dos motores para o crescimento acelerado da imprensa, para a ampliação do público leitor e para o surgimento de novos estilos de registros na comunicação de massas. A possibilidade de se construir uma ponte entre público e privado, social e político, é ainda um pilar de





sustentação da entrevista, que é parte essencial no processo de celebração, uma vez que faz parte de um ritual de consagração das figuras midiáticas. É possível entendê-la como a essência dos *talk shows*, uma vez que esses programas se configuram em torno da dinâmica do convidado ilustre e sua conversa com o apresentador.

Como origem dos programas de bate-papo, que existem desde as primeiras transmissões televisivas, é possível pensar na conversação como estudada por Braga (1994). Para o autor, a conversação exige um sistema de práticas, regras e procedimentos, partilhado por todas as pessoas de uma dada cultura, e esse sistema orienta o fluxo de mensagens emitidas. Braga chama essas regras e procedimentos intrínsecos à atividade social de *dispositivos conversacionais*, e afirma que são eles que estabelecem a pertinência das participações na conversa. Para a análise da conversação, o autor propõe o entendimento de alguns fatores que caracterizam cada tipo de fala e determinam alguns dos atravessamentos que as tencionam: a vez de falar, ou seja, os modos como são distribuídos tempos e frequências de fala de cada um dos interlocutores; os movimentos para início e fim da troca, bem como o tempo de duração global da conversa, que é diferente em cada tipo de conversação; os papéis e as relações entre os participantes; o local ou meio onde a conversa se desenrola; os graus de formalização e institucionalização que perpassam aquele diálogo; os objetivos e resultados da conversa; os assuntos ou temas em questão; o número de participantes que ela comporta e a possibilidade de ter novas participações.

No momento em que uma conversação é mediada pela televisão, há que se considerar que ela ganha um modo operatório singular, marcado pela forte institucionalização, pela rigurosidade do tempo de duração, que se limita ao tempo que o programa pode ocupar na grade da emissora, pelas relações entre os participantes, que passam por toda uma questão de celebração e são regidas pelo *star system*, pela própria mediação do aparelho como condicionante técnico, que limita o papel de outros participantes, mas transforma a conversa em um espetáculo a ser assistido, pela hierarquia entre as personalidades envolvidas e pelo tempo de fala que cada uma pode ocupar. Ainda que consideremos a conversação apenas como matriz cultural, e não como o formato televisivo em si, as colocações de Braga sobre o dispositivo conversacional são capazes de esclarecer questões de suma importância para a compreensão de programas baseados na oralidade, na conversa e no bate-papo.

Ainda no sentido de destrinchar o *talk show* no que diz respeito às suas origens, é preciso levar em conta a matriz cultural que Williams atribui aos programas de



variedades hoje populares na TV. Em seu trabalho de rastreamento de origens, o autor chega à divisão entre alta e baixa cultura no teatro do século XVIII. Enquanto os dramas eram encenados para as altas classes e ocupavam os grades teatros, surgiam paralelamente, para atender as classes populares, espaços da cultura marginal chamados teatros de variedades, que davam lugar a apresentações que envolviam exibição física, canto, dança e novos tipos não tradicionais de comédia. Foi nos *music halls* do século XIX que surgiu uma nova classe de artistas: os animadores e comediantes, que disputavam a atenção do público com a cena social, as bebidas e os encontros. As esquetes desses teatros de variedades forneceram posteriormente vasto material para a televisão, e os artistas formados nos *music halls*, que antes contavam apenas com o próprio talento para ganhar o público, passaram a ter equipes de roteiristas e escritores de variedades para realizar suas performances, então adaptadas para as telas. O hibridismo dos *talk shows* com os programas de variedades ficam por conta dos monólogos e piadas contadas pelos apresentadores, a presença de uma banda, quadros diversos, e, especialmente, a presença marcante do *stand up comedy* e a figura do apresentador como anfitrião, que tenta convocar a atenção e ganhar o riso da plateia.

Dentre as várias formas destacadas por Williams como constituintes da televisão contemporânea, identificamos as que foram citadas, somadas à conversação e a entrevista estudadas, respectivamente, pelas perspectivas de Braga e Arfunch, como as mais importantes para a compreensão das matrizes culturais sobre as quais o *talk show*, produto híbrido, se apoia. É importante, ainda, considerar que a televisão articula todas essas referências históricas a questões de natureza técnica, institucional, política, econômica, etc..

Para além da identificação de matrizes culturais, a análise do *talk show* exige o estudo da própria história e das peculiaridades desse formato, expressão de um gênero televisivo. Apenas dessa maneira será possível que se compreenda a construção da relação entre entretenimento e informação constitutiva desses programas.

Os *talk shows* como formatos televisivos surgiram nos Estados Unidos na década de 1950, e eram bastante diversificados no que diz respeito a horários, temáticas e abordagens, aproximando-se apenas na origem e na característica que os nomeia: eram programas de conversa, provenientes da tradição radiofônica e adaptados para a TV. Fernanda Maurício Silva (2009) afirma que há três tipos de *talk shows* observados predominantemente na tradição estadunidense: os que exibidos pela manhã que se aproximam de um modelo jornalístico, dedicando-se majoritariamente às primeiras

notícias do dia, lidas e discutidas por apresentadores nas bancadas; os *talk shows* da tarde, que promovem discussões voltadas para o aconselhamento, família, relacionamento, comunidade, e enfocam especialmente conflitos e brigas entre pessoas anônimas; e finalmente os *late night talk shows*, programas com grande peso de entretenimento, que se voltaram para o humor e para o *star system*, dedicando-se às entrevistas com celebridades.

Os programas de *talk show* matinal não chegaram a se consolidar na tradição televisiva brasileira. O horário da manhã, aqui, é reservado a telejornais, programas femininos e desenhos animados. O exemplo do formato que para nós é mais próximo seria o estadunidense *Good Morning America*, transmitido todos os dias da *Times Square* em Nova York e que transformou a manhã em horário nobre na TV do país. Os *talk shows* vespertinos, sim, chegaram ao Brasil, embora não sejam reconhecidos aqui sob esse rótulo. Popularmente entendidos como “programas de baixaria”, produtos como *Casos de Família* e *Programa do Ratinho* (que embora tenha uma tradição vespertina, hoje é transmitido no horário da noite), ambos exibidos pelo SBT, fazem exames de DNA, apontam para traições e dão espaço para disputas entre vizinhos na TV. Em outras emissoras, o gênero sofre hibridações com o jornalismo (gerando produtos como o *Brasil Urgente*, da Band) e com o jornalismo de celebridades (no caso do *Programa da Tarde*, da Rede Record). Os *late night talk shows*, esses sim, conhecidos no Brasil apenas como *talk shows*, se consolidaram e hoje são parte da grade de programação noturna de quase todas as principais emissoras de TV aberta. É possível citar infindáveis exemplos como: *Agora é Tarde* (Band) e *The Noite* (SBT), *Programa do Jô* (Rede Globo), *De frente com Gabi* (SBT), *Roberto Justus +* (Rede Record), *Luciana by Night* (Rede TV!) *Roda Viva* (TV Cultura) - que, se em algum momento foi considerado um programa de entrevistas, hoje é um *talk show* com pretensões levemente mais jornalísticas - e, com algum hibridismo com os programas de variedades, até o programa *Altas Horas* (Rede Globo).

Para Laura Grindstaff (2008) o sucesso dos programas de conversa no rádio e sua migração para a mídia televisiva deveram-se ao fato de serem o lugar de visibilidade midiática das pessoas comuns. Nesse novo meio, porém, a participação dos anônimos acabou restrita a uma única vertente do amplo leque de programas compreendidos nos Estados Unidos como *talk shows*: os programas diurnos, que têm apelo emocional, encontros, brigas familiares e forte hibridação com programas femininos. Esse tipo de programa seria, para alguns, responsável por uma forma de reconfiguração do sentido

dominante da esfera pública (SILVA, 2009), já que os anseios e angústias das pessoas comuns eram levados para a tela. Ainda assim, a aparição das pessoas comuns nesses programas vespertinos passa, conforme desvela Grindstaff, por uma forte produção, que tenta prever reações e roteirizar jogos de conflitos e confrontos que geram reações emotivas, comprometendo a voz e a autonomia dessas pessoas no espaço da televisão.

Assim, conclui-se que a mudança de forma que ocorre com a migração dos *talk shows* do rádio para a televisão dá origem também a uma mudança significativa no conteúdo. Os *late night talk shows*, que se originaram dos mesmos gêneros radiofônicos que os *talk shows* vespertinos, apresentaram um movimento semelhante de abandono da perspectiva de democratização do espaço midiático. Os noturnos, porém, o fazem desde o momento da escolha de entrevistados: a fama é critério essencial para seus regimes de visibilidade, uma vez que é um fator gerador de interesse e elemento de suma importância na entrevista midiática.

Fernanda Maurício Silva (2009) afirma ainda que, no início da consolidação do *talk show* como gênero televisivo nos Estados Unidos, havia uma clara intenção de informar e educar a audiência, obtendo-se pronunciamentos de pessoas como políticos e professores sobre fatos da atualidade ou notícias, e privilegiando o “debate cortês” (SILVA, 2009, p.2). A autora atribui, porém, as crescentes hibridações do *talk show* com o entretenimento à afetação que o gênero sofreu de outros programas que compunham a grade de programação das emissoras. Essas mudanças puderam se verificar até mesmo no modelo de apresentação, que hoje mistura o jornalismo e o *stand-up comedy*, gênero de humor teatral, e introduz, com cada vez mais ênfase, o papel dos apresentadores-estrela, que se colocam, conforme mencionamos ao tratar da matriz cultural dos programas de variedades, como verdadeiros animadores, contando piadas para entreter o público e conduzi-lo de maneira leve pelo decorrer do programa.

Na tradição televisiva brasileira, talvez o *Roda Viva* ainda seja um exemplo dos *talk shows* dessa primeira fase descrita por Silva, com uma carga menor de entretenimento do que de informação. Os convidados de cada edição variam desde humoristas populares (o próprio Rafinha Bastos já foi entrevistado no *Roda Viva*) até economistas estrangeiros e personalidades políticas de várias regiões do país (embora haja, como em toda a cultura midiática, alguma centralidade da região sudeste). O personalismo voltado para a figura do apresentador, característico dos *talk shows* mais próximos do entretenimento, se configura de maneira diferente em *Roda Viva*, que tem como cenário uma bancada redonda na qual se sentam vários entrevistadores, além do

apresentador. As perguntas, embora amenas e pouco objetivas para serem consideradas jornalísticas, têm o claro objetivo de educar o público, especialmente em relação a um padrão cultural de elite. Ideias como a do interesse público e do bom gosto perpassam por diversas vezes a pauta das conversas. A apuração jornalística, destacada por Gomes e Araújo (2015) como característica de programas de entrevistas, hoje já não é parte marcante de *Roda Viva*. A disputa por pontos de vista, embora presente, fica negligenciada muitas vezes em detrimento do reconhecimento do convidado e de seu papel na indústria cultural, e da postura de auto-afirmação adotada pelos entrevistadores, com reivindicações de tempo de fala que se sobrepõem, em muitos casos, ao debate dos temas levantados.<sup>8</sup>

A hibridação com o entretenimento é o que marca, no Brasil, o *talk show* como um gênero à parte, que não se confunde com programas de entrevistas. O modelo do formato televisivo chegou ao Brasil na década de 1980, importado da tradição estadunidense. Gomes e Araújo afirmam que a diferenciação entre o *talk show* e o programa de entrevistas, este segundo claramente pertencente ao gênero jornalístico, foi quase que imediata no contexto brasileiro, uma vez que a ênfase à informação dada pelo programa de entrevistas era cara a uma sociedade ansiosa por burlar a censura que pairava sobre o telejornalismo.

No Brasil, a ligação histórica entre os programas de entrevista e as questões políticas como forma de abrir espaço para discussão de assuntos proibidos ao jornalismo em tempos de censura nos leva a reconhecer socialmente os programas de entrevista como um subgênero do telejornalismo, reservando ao *talk show* um lugar mais próximo à esfera do entretenimento – a ênfase no entretenimento que o termo *show* convoca para nós é central na disputa de valor e reconhecimento entre programas de entrevista e *talk shows*. (GOMES; ARAÚJO, 2015, p. 177)

Em contrapartida aos programas de entrevistas, Silva (2013) identifica *Jô Soares Onze e Meia* (SBT) como o *talk show* pioneiro em sucesso e reconhecimento da crítica, e também como elemento importante no momento de redemocratização do país. O sucesso de audiência e crítica logo transformou o programa de Jô Soares em uma régua para que se medisse todos os *talk shows* que viessem a surgir no futuro.

Mesmo que *Jô Soares Onze e Meia* se diferenciasse muito dos programas de entrevista por causa do cenário e do modelo importado de programas estadunidenses e,

---

<sup>8</sup> Essa mesma característica, de constante negociação e reivindicação do espaço de fala pelo apresentador, é observada por Silva (2009) no *Programa do Jô*, e identificada como uma forma de personalismo e afirmação do entrevistador.

especialmente, do que parecia ser “o elemento central do gênero [*talk show*] – a informação com humor” (SILVA, 2009, p.6), o programa estava em alguma conformidade com o telejornalismo. Buscava-se, por meio da credibilidade da figura de Jô Soares, mas também de convidados que eram pouco explorados midiaticamente até então, mas que tinham algo a acrescentar na discussão política, um tipo de aprofundamento – leve e bem humorado, porém crítico – nos assuntos dos telejornais.

Para Gomes e Araújo, uma característica marcante do *talk show* (conforme entendido pela cultura midiática brasileira, ou seja, os programas correspondentes ao gênero *late night talk show* nos Estados Unidos) é a “... mistura de elementos de humor e entrevistas que se aproximam mais da conversa leve que da apuração jornalística ou da disputa por pontos de vista” (GOMES; ARAÚJO, 2015, p.117). Isso pode ser claramente verificado por meio de análise de audiência de dois programas concorrentes. *The Noite com Danilo Gentili*, programa que tem consideravelmente menos “*talk*” e mais “*show*” do que *Agora é Tarde com Rafinha Bastos*, bateu o concorrente em audiência quase todos os dias. Por fim, *The Noite* se manteve no ar em 2015, enquanto *Agora é Tarde* foi descontinuado pela Band. Esse pode ser um indicativo de que a adequação à ideia de gênero televisivo e ao sistema de expectativas do público são positivos comercialmente para o programa. Os espectadores rejeitaram as (ainda que muito limitadas) incursões de Rafinha Bastos aos programas de entrevista, optando pelo estilo de Gentili, que deixa o convidado falar de maneira mais livre e se volta para o espetáculo através de monólogos e outros quadros, raramente entrando em confrontos e discordâncias com os entrevistados.

A platéia, presente em todos os programas de *talk show*, serve como balizadora entre as piadas e os momentos sérios. Os aplausos, silêncios ou risos são elementos que estimulam a teatralidade dos apresentadores, e são uma espécie de “termômetro” para que o apresentador saiba se aquela piada de *stand up* realmente cumpriu o objetivo de fazer rir. Os apresentadores, ligados à tradição da comédia teatral, se dirigem à platéia nos monólogos e anedotas, e também quando fazem expressão de surpresa, desagrado ou riso durante as falas dos entrevistados. A plateia, característica do entretenimento, acompanha uma ideia de recepção conjunta, na qual todos riem ou todos choram. As interpretações da plateia são conduzidas, e não supõem, como o público do jornalismo, dissidências e críticas. Só há platéia quando há um espetáculo a ser visto. O espectador televisivo do *talk show* é, portanto, colocado na posição de integrante da plateia, tanto pelo posicionamento (as câmeras são posicionadas na plateia e encaram o apresentador



de frente) quanto pelo que se espera dele: momentos de riso, atenção ou admiração guiados pelo apresentador. Isso faz parte da construção do *show*, e reforça a carga de entretenimento do programa. A parte informativa, quando ocorre, fica restrita ao “*talk*”.

Para além de misturar piadas e assuntos do dia, o que deve ser percebido em uma análise do *talk show* é o formato tende a apontar para direções diversas, e por vezes contrárias, sem que isso seja uma real contradição. Quando se faz informativo, o programa toma para si a tarefa de defesa do interesse público. É neste momento, quando o *talk show* assume uma postura jornalística, que vemos Rafinha Bastos confrontar Bolsonaro em relação aos direitos LGBT<sup>9</sup>. Quando se faz humor, porém, o discurso pode facilmente assumir uma direção contrária. É neste outro momento que o mesmo Rafinha Bastos, no mesmo programa, questiona a sexualidade de Feliciano, indicando, sob o rótulo de “só uma piada”, que a homossexualidade seria um desvio.

#### Referências Bibliográficas:

- ARFUNCH, Leonor. **Espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea**. Rio de Janeiro, EdUERJ, 2010.
- BRAGA, José Luiz. **Sobre a conversação**. In: FAUSTO NETO, Antônio; PORTO, Sérgio Dayrell; BRAGA, José Luiz (Orgs.). *Brasil – Comunicação, Cultura & Política*. Rio de Janeiro: Editora Diadorim, 1994.
- FECHINE, Yvana. **Televisão, digitalização e produção de conteúdos: a importância dos gêneros**. IN: PINHEIRO, Najara Ferrari; SEIXAS, Lia (orgs). *Gêneros: um diálogo entre comunicação e linguística aplicada*. Florianópolis: Insular, 2013.
- GOMES, Itania Maria Mota; ARAÚJO, Valéria Maria S. Vilas Boas. **Ai que infortúnio! Disputas de gênero em um produto da indústria pop**. In: SÁ, Simone Pereira; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério (Orgs.). *Cultura pop*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo: travesías latino-americanas de la comunicación en la cultura**. Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- SILVA, Fernanda M.. **Talk show: um gênero televisivo entre o jornalismo e o entretenimento**. In: E-compós, Brasília, v.12, n.1, jan./ abr. 2009.
- \_\_\_\_\_. **Marcos históricos do talk show no Brasil: uma análise dos programas Globo Gente e Jô Soares Onze e Meia**. Galáxia (São Paulo, Online), n.25, p.123-134, jun 2013.
- WILLIAMS, Raymond. **Television**. London, New York: Routledge, 2003.

---

<sup>9</sup> JAIR BOLSONARO. **Agora é Tarde**. São Paulo: Band, 8 de abril de 2014