

# **Encontro com Fátima Bernardes *versus* Amor & Sexo: uma busca da combinatória tonal que identifica os dois programas<sup>1</sup>**

Adriana STÜRMER<sup>2</sup>  
Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS

## **Resumo**

O presente trabalho propõe-se a investigar a incidência do tom como traço distintivo de dois programas de auditório - *Encontro com Fátima Bernardes* e *Amor & Sexo*, exibidos em 2014 pela Rede Globo de Televisão –, identificando as especificidades do formato adotado por eles e analisando-os em seus níveis discursivo e expressivo. Enfoca-se, em especial, o processo de tonalização, com vistas a identificar as formas privilegiadas de endereçamento e interpelação dos telespectadores adotadas pelos programas, verificando, ao mesmo tempo, se eles partilham traços em comum que caracterizariam a produção da RGT.

## **Palavras-chave**

Subgêneros e formatos; Programas de auditório; Processo de tonalização.

## **1 Considerações introdutórias**

O presente trabalho propõe-se a investigar a incidência do tom como marca distintiva entre produtos televisuais pertencentes a um mesmo subgênero – programas de auditório. A análise, de inspiração greimasiana, examina dois programas de auditório exibidos em 2014 pela Rede Globo de Televisão (RGT) – *Encontro com Fátima Bernardes* e *Amor & Sexo* –, enfocando, em especial, seu processo de tonalização, com vistas a identificar as formas de endereçamento e interpelação dos telespectadores por eles privilegiadas e a verificar, ao mesmo tempo, se partilham traços em comum que caracterizariam a produção da RGT.

Os produtos televisuais são, na perspectiva da semiótica discursiva, concebidos como textos, isto é, entendidos como manifestações de um processo de produção de significação e sentidos, da função contraída entre expressão e conteúdo, podendo ser examinados em suas relações extratextuais, intertextuais e intratextuais. Os textos televisuais estruturam-se em função de uma gramática do meio, constituída ao longo da história da televisão, e devem ser considerados em sua complexidade, tendo em vista que eles, para sua expressão, recorrem simultaneamente a diferentes linguagens, sobredeterminadas pelos meios técnicos – sonoras (musical, verbal, etc.) e visuais (figurino, iluminação, cenários, maquiagem, postura corporal, expressão facial, etc.). Assim, o que diferencia um texto televisual de outros é seu

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP *Televisão e Vídeo*, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria. Professora do Curso de Relações Públicas da Universidade Feevale; email: [adrianasturmer@feevale.br](mailto:adrianasturmer@feevale.br).

processo de discursivização e expressão, em que são disponibilizadas e selecionadas diferentes estratégias discursivas e mecanismos expressivos para sua manifestação.

## 2 Gênero, subgênero e formato televisual

Todos os textos televisuais contraem relações intertextuais de ordem paradigmática, isto é, de semelhança ou dessemelhança, com o conjunto virtual de textos pelos quais eles poderiam ser substituídos, considerando uma série de categorias que podem reuni-los ao abrigo de determinados gêneros e subgêneros.

Os enquadramentos de gênero são bastante reiterados na gramática do televisual, tendo por objetivo possibilitar ao telespectador a identificação, de pronto, do tipo de produto que lhe está sendo ofertado pela emissora. O gênero televisivo, segundo Duarte (2004), comporta uma série de traços semânticos capazes de abrigar um conjunto amplo de produções que partilham algumas poucas categorias em comum, correspondendo a um modelo de expectativa e a uma primeira mediação entre produção e recepção: ele relaciona-se ao tipo de realidade discursiva operada pela produção – metarrealidade<sup>3</sup>, suprarrealidade<sup>4</sup> ou pararrealidade<sup>5</sup> – e ao regime de crença – veridicção<sup>6</sup> ou verossimilhança<sup>7</sup> – proposto pelo programa ao telespectador.

Os gêneros televisuais atualizam-se sob a forma de subgêneros e realizam-se em um determinado formato. O subgênero, enquanto estrutura geral, constitui-se no “conjunto de regularidades e expectativas que o definem enquanto prática cultural e discursiva” (DUARTE, 2010, p. 11), podendo agrupar diferentes programas. Já o formato diferencia entre si os programas pertencentes a um mesmo subgênero, podendo inclusive articular, no interior de um único programa, diferentes gêneros e subgêneros. O formato é, assim, um modo de organização responsável pela identidade de um determinado programa.

---

<sup>3</sup> Tendo como referência direta o mundo exterior e natural, a metarrealidade, da ordem do *factual*, é aquela que tem por base acontecimentos do mundo real sobre os quais a tevê não tem controle, ou seja, exteriores ao meio (documentários, telejornais, entrevistas, reportagens).

<sup>4</sup> A suprarrealidade, da ordem do *ficcional*, é o tipo de realidade comprometida com a coerência interna do discurso; embora não tenha compromisso direto com o mundo exterior, toma-o como referência (novelas, seriados, minisséries).

<sup>5</sup> A pararrealidade, da ordem do *simulacional*, tem como referência “um mundo paralelo, cujos acontecimentos são artificialmente construídos no interior do próprio meio” (DUARTE, 2004, p. 83), correspondendo a acontecimentos provocados pela própria televisão (reality shows, jogos) e sobre os quais ela detém o controle.

<sup>6</sup> O *factual*, que opera com a metarrealidade, compromete-se com a veridicção, com a fidelidade aos acontecimentos relatados. O *simulacional*, que constrói uma pararrealidade, também promete a veridicção ou, mais do que isso, a “equivalência entre o real paralelo e sua visibilização” (DUARTE, 2004, p. 83).

<sup>7</sup> O *ficcional*, que se movimenta na suprarrealidade, compromete-se com a verossimilhança; não há a exigência de confronto com o mundo exterior, mas sim de coerência interna do universo inventado: “nós exigimos da ficção que ela respeite uma regra: a da coerência com o universo criado, com os postulados e as propriedades que o fundam” (JOST, 2004, p. 37).

O tipo de realidade discursiva com que opera o texto de um programa e o regime de crença que essa realidade propõe são, portanto, categorias operatórias que podem ser utilizadas para distinguir gêneros/subgêneros e formatos televisuais. Porém, essas duas categorias não se mostraram suficientes para distinguir, por exemplo, dois programas de um mesmo subgênero (DUARTE, 2005). Daí a necessidade de proposição de uma terceira categoria, o tom, que poderia auxiliar nessa distinção.

### **3 Tom como traço distintivo entre programas de um mesmo subgênero televisual**

A ideia de tentar definir e operacionalizar o conceito de tom surge quando Duarte (2004, 2005, 2010, 2014b) busca categorias operatórias capazes de distinguir gêneros/subgêneros e formatos televisuais. Nas palavras da pesquisadora:

Embora a formalização do conceito de tom, de modo geral, não conste, que se saiba, de nenhum corpo de definições das teorias direcionadas à comunicação televisual, o termo é bastante empregado pela área, sendo frequentemente utilizado tanto pelos estudiosos e pela crítica de televisão, como pelos próprios profissionais do mercado de produção televisual (DUARTE, 2014b, p. 59).

Alguns estudiosos – teóricos sobre televisão e críticos especializados – ao analisarem os produtos televisuais, referem-se ao tom. Mas, embora todos esses autores refiram-se a ele como elemento caracterizador de diferentes programas, poucos preocuparam-se com uma definição mais precisa desse conceito. Jost (1999, 2007), Floriano (2006), Gomes (2006) e Martín-Barbero (2001) falam em tom, citam suas funções e admitem até mesmo a dificuldade de defini-lo.

Floriano (2006) menciona que os profissionais do meio televisivo utilizam o termo tom para se referirem a uma característica essencial dos programas televisuais, que tem a ver com um estilo particular, com as ferramentas genéricas aplicadas por um programa e com as óticas que ele adota. Segundo esse autor, os tons podem combinar-se entre si: *“lo fundamental es que el tono se articule armónicamente com los componentes narrativos, con los rasgos formales y con los temas basicos”* (FLORIANO, 2006, p. 4) de uma produção. Floriano (2006) destaca que o primeiro capítulo, ou a primeira emissão de um programa, deve evidenciar de pronto e eficazmente as escolhas tonais que determinarão a obra.

Em seu livro *Compreender a televisão*, François Jost (2007), especialista em televisão, refere os estudos sobre o tom desenvolvidos por Duarte (2004), reconhecendo que esse termo ainda é largamente negligenciado pelos pesquisadores. O autor explica que o tom não está diretamente ligado ao mundo – real, lúdico ou fictivo – representado em um programa de televisão: um jogo, por exemplo, não necessariamente tem um tom lúdico. Jost (1999)

também acredita que o tom indica o que o receptor deve esperar da produção, Segundo ele, cada transmissão anuncia o tom dominante, indicando se nela haverá risos ou lágrimas, a revelação de segredos ou de verdades. O tom ancora-se principalmente nos personagens, no caso da ficção, ou nos apresentadores, nas emissões que advêm do mundo real e lúdico (JOST, 2007). Para o autor (JOST, 1999), o tom também se constitui em um dos traços caracterizadores da produção de uma emissora.

Uma outra abordagem sobre o tom advém dos estudos de Gomes (2006) que, ao construir a definição de modo de endereçamento, convoca a noção apresentada por Morley e Brundson, para quem modo de endereçamento “designa as específicas formas e práticas comunicativas que constituem o programa, o que teria referência dentro da crítica literária como o seu ‘tom’ ou o seu ‘estilo’” (MORLEY; BRUNDSON, 1999, p. 262, apud GOMES, 2006, p. 109). O conceito de modo de endereçamento diz respeito a uma forma de dizer específica que reflete o direcionamento de um programa para o seu receptor, estabelecendo, assim, uma relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido de um produto televisivo. Em outros termos, refere-se “ao modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e o diferencia dos demais” (GOMES, 2006, p. 111).

Martin-Barbero (2001) emprega o termo tom, especificamente direcionado a animadores e/ou apresentadores de programas, a quem compete a função de fornecer o clima exigido pelo programa de forma a interpelar os telespectadores: “mais do que um transmissor de informações, é na verdade um interlocutor, ou melhor, aquele que interpela a família convertendo-a em seu interlocutor” (MARTIN-BARBERO, 2001, p. 306).

Para Duarte (2010, 2014b), a tonalização do discurso configura-se como um dispositivo sintático-semântico que, juntamente com os discursivos referentes à tematização, figurativização, actorialização, espacialização e temporalização, pode ser acionado pelo enunciador para manifestar, sob a forma de estratégias discursivas e mecanismos expressivos, as escolhas por ele realizadas na construção dos sentidos e significação dos textos televisuais. A tonalização é, assim, um procedimento que opera em nível discursivo, concernente às relações contraídas pelo texto produzido com os processos comunicativo e enunciativo que o enformam (DUARTE, 2014b), conferindo ao produto televisual traços capazes de distingui-lo de outros do mesmo subgênero.

A relação do subgênero e do formato com o tom do programa é, portanto, um aspecto a considerar na análise e na interpretação de produtos televisuais, uma vez que se acredita ser o tom uma forma específica de endereçamento “responsável pela conferência de um ponto de vista, a partir do qual sua narrativa quer ser reconhecida pelo telespectador,

independentemente do plano de realidade ou do regime de crença com que opera” (DUARTE, 2010, p. 12). Pode-se dizer que, enquanto cada subgênero atualiza um tom principal – que faz parte de seu paradigma –, cada formato pode acessar uma combinatória tonal que passa a identificar o programa, diferenciando-o de outros pertencentes ao mesmo subgênero. Essa combinatória opera na fidelização do público telespectador, que precisa reconhecer o tom da produção e entrar em empatia com ele, tornando-se, com isso, cúmplice de seus enunciadores (DUARTE, 2004, 2010).

Os tons dizem respeito a uma série de traços de conteúdo, dentre os quais podem-se citar sentidos relativos: à posição (*distanciamento* vs. *proximidade*); ao teor (*leveza* vs. *peso*); ao ritmo (*regularidade* vs. *irregularidade*); ao tratamento (*formalidade* vs. *informalidade*), etc. Para Duarte (2010), as variadas categorias tonais articulam-se em televisão em torno de uma categoria principal, *disposição*, que estrutura eixos opostos que variam entre seus pólos extremos: *sobriedade* e *ludicidade* – *seriedade*, *gozação*, *espirituosidade*, *trivialidade*. Isto porque, segundo a pesquisadora, a produção televisiva se movimenta basicamente entre os objetivos de *informar* e *divertir*, que podem ser combinados e/ou priorizados individualmente.

Os tons se manifestam na relação estabelecida entre as diferentes linguagens sonoras e visuais empregadas na textualização dos produtos televisivos: assim, é por meio do figurino, da interpretação, da encenação, da harmonização de cores, dos gestos, da expressão corporal, da fala, dos cenários, da música, dos ruídos, do jogo de câmeras e edição, que o tom se expressa, às vezes de forma dissipada, outras de maneira concentrada. Em alguns subgêneros televisivos como, por exemplo, os programas de auditório, o *condutor* do programa – o apresentador – torna-se um instrumento de expressão do tom que se pretende conferir à produção: ele então fica “responsável pela proposição, modulação, gradação e manutenção dos tons que identificam o programa”, assumindo o papel de *mediador* entre a instância de enunciação e os telespectadores (DUARTE, 2014b, p. 69).

Os tons ou combinatórias tonais pressupostos pelo subgênero programa de auditório estão ligados aos objetivos desse tipo de produto. Como os programas de auditório visam ao entretenimento do telespectador, há um tom geral presente em todos os programas desse subgênero, que é o de *leveza*, normalmente combinado a outros tons compatíveis, como *informalidade*, *descontração*, *popularização*, *trivialidade*, *assistencialismo*, *moralização*, *pedagogismo/presunção* e até mesmo *seriedade*. Por mais graves que sejam os temas tratados, eles perdem seu peso quando mesclados com brincadeiras, apresentações musicais e outros refrescos (STÜRMER, 2014).

Porém, cada *formato* de programa de auditório estrutura-se de maneira a corresponder e sustentar a combinatória tonal que lhe confere *identidade*, que define seu público alvo, manifesta pela adoção de diferentes mecanismos de expressão. A escolha do tom consiste, pois, em uma deliberação *estratégica*, uma vez que “acertar o tom, ou melhor, sua expressão, implica que ele seja reconhecido e apreciado pelo telespectador” (DUARTE, 2010, p. 12), transformando-se em uma marca distintiva de determinado programa.

Ao mesmo tempo em que uma determinada combinatória tonal pode ter valor distintivo entre subgêneros e formatos, ela também pode tornar-se um traço unificador da programação de uma emissora, sobredeterminando a combinatória tonal que superintende o formato. Nesse sentido, funcionaria como traço distintivo entre a produção de diferentes emissoras, participando de operações de neutralização que unificam as diferenças existentes entre os diversos programas para submetê-los a uma espécie de denominador comum, capaz de permitir sua integração à programação como um todo (DUARTE, 2014b).

#### **4 Programas de auditório**

O significativo número de programas de auditório presentes na programação das diferentes redes de televisão brasileiras justifica a relevância do exame mais atento desse subgênero televisual. Os programas de auditório parecem constituir-se, do ponto de vista genérico, como subgênero híbrido: recorrem, muitas vezes, a diferentes gêneros, subgêneros e formatos, ao mesmo tempo em que reúnem algumas características que permitem identificá-los de pronto. Eles podem caracterizar-se, grosso modo, pela presença de alguns elementos comuns, configuradores desse tipo de produção, tais como: (a) a presença de um ou mais apresentadores, que comandam as atividades desenvolvidas e conferem um tom principal à produção; (b) a realização em estúdio; (c) a presença obrigatória de uma plateia, com graus distintos de participação, possibilitando um efeito de sentido de proximidade com o telespectador, que se sente por ela representado; (d) a presença de participantes fixos, que tomam parte nas atividades propostas e interagem com o apresentador, convidados e plateia; (e) a presença de convidados especiais – atores, cantores e outras personalidades –, que tomam parte das entrevistas, discussões e brincadeiras propostas pelas produções; (f) a apresentação de diferentes quadros, dependendo do formato adotado pelo programa; (g) a inserção de apresentações musicais; e (h) a ocupação do espaço interno do programa com *merchandisings* (STÜRMER, 2014).

No Brasil, os programas de auditório advindos do rádio (1960), juntamente com as telenovelas, são os subgêneros televisuais com índices mais elevados de audiência. O surgimento dos primeiros programas de auditório, entre os anos 1964-1975, esteve

relacionado com o contexto político da época, que demandava das emissoras que assumissem responsabilidade para com o desenvolvimento e a cultura nacionais (MATTOS, 2009). Aos poucos, foram perdendo espaço na televisão brasileira (MATTOS, 2009; MIRA, 1994), entrando em declínio a partir de 1973 por serem considerados produções de baixo nível, apesar de ainda mobilizarem a audiência das diferentes emissoras. Na década de 1990, voltaram à programação na disputa ferrenha pela audiência das classes C e D, que então já dispunham de um número significativo de televisores (MATTOS, 2009).

A atual invasão da grade pelos programas de auditório, apontada por Duarte como uma das significativas transformações ocorridas nos últimos anos no contexto da televisão brasileira, explica-se em parte pelo fato de se tratarem de produções de baixo custo, que se utilizam da prata da casa, podendo ser assistidas em diferentes plataformas e utilizadas para a veiculação de *merchandisings* de todo o tipo (DUARTE, 2014a).

A RGT, em 2014, colocou no ar treze programas de auditório, correspondentes a 20% dos programas listados no site da emissora como integrantes de sua grade de programação. Os programas de auditório são distribuídos por diferentes horários: três diários, exibidos de segunda a sexta-feira (*Programa do Jô*, *Encontro com Fátima Bernardes*, *Vídeo Show*<sup>8</sup>); quatro semanais fixos, exibidos nos finais de semana (*Caldeirão do Huck*, *Altas Horas*, *Esquenta!*, *Domingão do Faustão*) e seis semanais por temporadas (*Na Moral*, *Amor & Sexo*, *The Voice Brasil*, *Divertics*, *Sai do Chão*, *Superstar*).

Tratam-se de programas ligados a um núcleo mais amplo de produção que, de modo geral, intercalam entrevistas, debates, reportagens, intervenções jornalísticas, jogos e brincadeiras e outros quadros, dentre os quais está sempre aquele com apresentações musicais – bandas e cantores consagrados ou bandas e cantores que buscam, ainda, seu espaço.

## 5 Análise dos programas

A presente seção visa apresentar os dois programas em exame, iniciando por sua descrição. Na sequência, analisam-se os programas do ponto de vista discursivo e expressivo, enfatizando, por fim, seu processo de tonalização.

O *Encontro com Fátima Bernardes* (direção geral de Mario Marcio Bandarra – Núcleo J.B.de Oliveira/Boninho) completou três anos no ar em 2015. Apresentado ao vivo, tem, até o final do ano de 2014, duração de cerca de 1h20min, com estruturação em três blocos e exibição de segunda a sexta-feira, entre 10h40min e 12h<sup>9</sup>, sendo antecedido na grade de programação pelo *Bem Estar* e sucedido pelo *Jornal do Almoço*, produzido pela Rede

---

<sup>8</sup> Em 2014, o último bloco era apresentado no formato de programa de auditório.

<sup>9</sup> Em 2015, o programa vai ao ar entre 11h e 12h da manhã, de segunda a sexta-feira.

Brasil Sul de Televisão (RBS TV), afiliada da RGT. Seu público alvo é composto principalmente por mulheres com mais de 18 anos (DGN, 2014).

Apresentado em formato arena, o programa propõe-se à discussão de temas do cotidiano, sob a forma de bate papo com convidados – normalmente artistas da emissora, cantores, especialistas ou outras personalidades –; matérias jornalísticas gravadas ou reportagens que entram no ar ao vivo; brincadeiras; jogos; e apresentações musicais.

Fátima Bernardes, jornalista e ex-âncora do *Jornal Nacional*, é a apresentadora do programa desde a estreia, em 25/06/12. Além da apresentadora, a produção conta em 2014 com: (a) participantes fixos, como o jornalista Lair Rennó e o comediante Marcos Veras – que tomam parte nas discussões, propõem jogos e brincadeiras e apresentam matérias jornalísticas e entrevistas externas; (b) participantes assíduos, como o médico Fernando Gomes, que assume a posição de especialista frente a determinados assuntos; (c) os convidados – artistas da emissora, cantores e outras personalidades –, que tomam parte nas discussões; e (d) plateia<sup>10</sup>, composta por até 60 pessoas, principalmente mulheres de variadas idades, que participam com palmas e eventuais manifestações sobre os assuntos discutidos.

O *Amor & Sexo* (direção geral e direção de Núcleo de Ricardo Waddington) apresenta sua oitava temporada em 2014, com 11 emissões. Gravado, com duração de cerca de 50 minutos e estruturado em três blocos, é exibido às quintas-feiras, por volta da meia-noite, entre 09/10/2014 e 18/12/2014, sendo antecedido na grade de programação pelo *The Voice Brasil* e sucedido pelo *Programa do Jô*. O público alvo do programa é composto por pessoas adultas interessadas na discussão bem-humorada de questões afetivas e sexuais.

O programa adota formato arena e propõe-se à abordagem de questões de relacionamento e sexuais, sob a forma de depoimentos dos participantes – normalmente artistas da emissora, cantores, especialistas ou outras personalidades –, brincadeiras e quadros musicais e de dança. O programa apresenta quadros que se renovam a cada temporada.

Fernanda Lima, jornalista, modelo, atriz, ex-apresentadora de produções da MTV como *Fica Comigo* e *Mochilão* e apresentadora do global *Superstar*, é a apresentadora do *Amor & Sexo* desde a estreia da primeira temporada, em 28/08/2009. Além da apresentadora, o programa conta com: a) participantes fixos, como Leo Jaime e banda e os “jurados” – os atores José Loreto, Alexandre Nero e Otaviano Costa, a humorista Mariana Santos, o jornalista e escritor Xico Sá e a psicanalista e escritora Regina Navarro Lins – que tomam

---

<sup>10</sup> Para fazer parte da plateia, os interessados devem realizar inscrição por meio da página do GShow mas, para isso, é necessário realizar cadastro gratuito no site Globo.com. É possível inscrever grupos de até 15 pessoas.



parte das brincadeiras, contam histórias pessoais picantes e opinam sobre as questões abordadas; b) convidados – atores e atrizes da RGT, cantores e outras personalidades e pessoas “comuns” com algo a relatar – que dão depoimentos e respondem a perguntas, inclusive constrangedoras, feitas pela apresentadora e pelos demais participantes; e c) plateia<sup>11</sup>, composta por cerca de 400 pessoas que interagem com os convidados e com a apresentadora.

Uma análise preliminar dos programas *Encontro com Fátima Bernardes* e *Amor & Sexo* do ponto de vista discursivo e expressivo permite dizer que, quanto à:

(a) tematização:

*Encontro com Fátima Bernardes* aborda temáticas atuais da sociedade brasileira contemporânea da ordem das relações familiares, profissionais e afetivas; de sentimentos vivenciados no dia a dia; de situações de superação; de acontecimentos atuais, de interesse jornalístico, etc.. As edições contam com apresentações musicais no início, no final e ao longo da emissão.

*Amor & Sexo* aborda temáticas atuais da ordem das relações amorosas e sexuais; de tabus e preconceitos que cercam o amor e o sexo; de sentimentos e emoções; do romantismo, do prazer ou das dificuldades do amor. Todas as edições iniciam com apresentações de dança em que as letras das canções executadas têm relação com a temática proposta naquela emissão.

(b) figurativização:

Os temas abordados no *Encontro com Fátima Bernardes* são configurados a partir de relatos e análises feitas pelos convidados e participantes da plateia, pareceres de especialistas e reportagens, sempre permeadas pela figura da apresentadora.

Os temas abordados no *Amor & Sexo* são sempre mediados pela apresentadora e configurados a partir de brincadeiras e jogos, de depoimentos e análises feitas pelos convidados e participantes fixos e de pareceres de especialistas.

(c) temporalização:

*Encontro com Fátima Bernardes*, apresentado ao vivo e com transmissão direta, é realizado em tempo simultâneo ao da sua exibição. A apresentadora costuma informar o horário aos telespectadores e nas entrevistas ou matérias externas transmitidas diretamente, pode-se identificar a luz do sol ou a chuva que cai naquele momento. O horário do programa interfere na escolha das temáticas, atendendo aos interesses do público que forma a audiência do programa, no tipo de comportamento a ser adotado e no visual de sua

---

<sup>11</sup> Para fazer parte da plateia, os interessados devem realizar inscrição por meio da página do GShow.

condutora – vestida elegante e discretamente. O tempo total de cada emissão do programa (1h20min) é utilizado de variadas maneiras em 2014, incluindo espaços temporais para: a manifestação de opiniões dos artistas convidados; o relato de situações vividas por integrantes da plateia; a análise dessas situações pelos especialistas; a proposição de brincadeiras que normalmente envolvem o tema discutido; etc..

*Amor & Sexo* tem seus episódios gravados e posteriormente exibidos. O horário de exibição do programa, perto da meia-noite, possibilita a discussão das temáticas propostas, atendendo aos interesses do público que forma sua audiência, interfere no tipo de comportamento a ser adotado e na escolha do visual da condutora do programa – que, conveniente ao momento do dia em que a produção vai ao ar, abusa de brilhos, decotes e roupas coladas ao corpo. O tempo total de cada emissão (50min) é utilizado de variadas maneiras, incluindo espaços temporais para: o relato de situações vividas e a manifestação de opiniões dos “jurados” e convidados; a análise dessas situações pela psicanalista Regina Navarro Lins; a proposição de brincadeiras que normalmente envolvem o tema discutido; etc.

(d) espacialização:

*Encontro com Fátima Bernardes* realiza-se majoritariamente no estúdio, utilizando-se de um cenário fixo do tipo arena em que palco e plateia ficam no mesmo plano, o que facilita o trânsito da apresentadora por entre esses dois ambientes. O espaço, assim configurado, possibilita a variação das atividades: destina um palco especificamente para apresentações musicais; a “sala” central para as discussões com os convidados; e outros espaços para o desenvolvimento de variadas atividades, que podem demandar a instalação temporária de mesas, cadeiras e outros objetos. O espaço central é semelhante a uma sala de estar, com móveis e objetos pertencentes a esse tipo de ambiente: sofás e cadeiras de aproximação, pufes, almofadas, tapetes, mesa de centro e aparadores – sobre os quais descansam objetos decorativos. Em tons pastéis, presentes nos tapetes, pisos e paredes, o cenário, em 2014, tem na cor vermelha o elemento de ligação: ele aparece nos sofás, cadeiras, abajures, objetos de decoração. Compõem também o cenário um telão e dois televisores, que possibilitam a apresentação, ao público presente no estúdio, de reportagens pré-gravadas, entrevistas externas e boletins ao vivo.

*Amor & Sexo* realiza-se no estúdio, utilizando-se de um cenário fixo do tipo arena. O palco, ou tablado, é quadrado, sendo que uma de suas laterais é ocupada pela banda e outra, pela bancada em que ficam os jurados e convidados. As discussões ocorrem geralmente tendo a apresentadora em pé no centro do palco e os convidados e jurados sentados a essa bancada. As brincadeiras e outras apresentações acontecem no palco, que é ainda o lugar dos

convidados “comuns”, ocupando, por exemplo, um nicho com um sofá que a apresentadora chamou de “camarote vip” em determinado programa. O espaço, assim configurado, possibilita a variação das atividades, inclusive mediante a instalação de cenários específicos para o desenvolvimento de determinada brincadeira. O palco lembra uma pista de dança e o cenário, apesar de apresentar sempre a mesma estrutura, adota motivos diferentes a cada emissão. Mantém como características os tons escuros, presentes no piso e nas paredes, e o azul como elemento de ligação: ele aparece principalmente na iluminação, que também apresenta outros tons dependendo da emissão. Objetos coloridos são incorporados ou não às emissões – o sofá do já mencionado “camarote vip”, por exemplo, é vermelho.

(e) actorialização:

A protagonista principal do *Encontro com Fátima Bernardes* é sua condutora, Fátima Bernardes, em que pese a importância dos participantes fixos e assíduos, convidados e plateia. A apresentadora assume o domínio total da situação, mantendo-se em pé na maior parte do tempo e movimentando-se pelos ambientes, enquanto a plateia, os integrantes fixos e assíduos e os convidados permanecem sentados – a menos que ela os convide para alguma atividade: a *dona da casa* é quem estabelece os espaços de convivência (STÜRMER, 2014). A esse respeito, vale lembrar que os telespectadores têm conhecimento de aspectos de sua vida pessoal, como esposa e mãe de trigêmeos. Além da protagonista principal, são personagens do programa os participantes fixos e assíduos, os convidados e a plateia, que interagem com a protagonista principal e entre si, como com os telespectadores: dirigem o olhar uns para os outros, para a plateia, bem como para a câmera, incluindo o telespectador como parte da cena. Os jornalistas que realizam a cobertura dos acontecimentos externos conversam sobre eles com a apresentadora. Fátima mostra-se alegre, com movimentação discreta pelo cenário, postura corporal e gestos moderados, penteado impecável, roupas elegantes e correto uso de linguagem verbal. O figurino que a apresentadora mostra torna sua própria figura mais leve e feminina, com vestidos, calças e blusas coloridas, estampas e acessórios que se aproximam do figurino adotado por milhões de brasileiras trabalhadoras. Os participantes fixos e assíduos demonstram, igualmente, cuidado com sua aparência, expressão corporal e expressão verbal, mesmo nos momentos das brincadeiras. As imagens desses atores são captadas, de forma geral: em *primeiro plano*, principalmente quando alguém dá seu depoimento; em *plano médio*, exibindo, por exemplo, a figura da apresentadora ou dos outros participantes; e em *plano geral*, apresentando todo o cenário. A produção não costuma fazer uso de *close*, dificultando a identificação das emoções experimentadas por quem fala.

A protagonista principal do *Amor & Sexo* é sua condutora, Fernanda Lima, ainda que se deva reconhecer a importância dos convidados, da plateia e, especialmente, dos participantes fixos. A apresentadora assume o domínio total da situação, mantendo-se em pé por todo o tempo e movimentando-se pelo centro do palco. Os integrantes fixos e os convidados permanecem sentados na maior parte do tempo, ainda que um ou outro possa levantar-se quando uma discussão se torna mais empolgante ou quando a apresentadora os convida para participar de alguma atividade: Fernanda Lima dita as regras, enquanto os demais aceitam participar do *show* de forma bem-humorada. Os convidados – em geral, artistas da emissora – que, juntamente com os jurados, tomam assento na bancada, geralmente fazem declarações picantes e ousadas, a exemplo da atriz Cleo Pires que, em uma emissão, além de afirmar que os vibradores ajudam na descoberta do prazer da mulher porque “quando você está sozinha, não tem uma pressão externa”, revelou ter sido viciada “além do normal” em filmes pornográficos. Os participantes fixos, da mesma forma, deixam de lado qualquer embaraço e entram no clima do programa, revelando suas fantasias ou participando de brincadeiras, como quando Mariana Santos é convidada por Fernanda Lima para passar protetor solar em Borat<sup>12</sup> e dá tapinhas enquanto aplica o protetor nas suas nádegas. A psicanalista Regina Navarro Lins explica as fantasias, fatos e comentários, de forma geral citando pesquisas e exemplos sobre o tema. O figurino de Fernanda Lima apresenta trajes sensuais, colados ao corpo e decotados, porém nunca vulgares. Muitas vezes, babados, capas ou ilustrações conferem uma pitada de humor ao visual. As participantes fixas e as convidadas apresentam-se em trajes de noite, mais moderados do que os da apresentadora, porém também com decotes e fendas. As imagens dos atores do programa são captadas, de forma geral: em *plano médio*, exibindo, por exemplo, a figura da apresentadora ou dos outros participantes; e em *plano geral*, apresentando todo o cenário. A produção não costuma fazer uso de *close*, a menos que seja para enfatizar uma parte do corpo ou da roupa sobre a qual se está falando.

(f) tonalização:

A combinatória tonal que impregna o *Encontro com Fátima Bernardes* procura articular *seriedade/moderação/comedimento* com *leveza, informalidade, descontração*. Possivelmente, essa combinatória tonal mais geral de *moderação* se concentre na figura da condutora, antiga âncora do *Jornal Nacional* e com dificuldades de se desvencilhar de seu antigo papel. Mesmo nos quadros musicais, os artistas não conseguem se soltar como em outros contextos (STÜRMER, 2014). Fátima Bernardes, assim, pode ser considerada

---

<sup>12</sup> Personagem que, ao longo das emissões, perambula pelo palco vestindo um maiô fio-dental.

responsável pela expressão desses tons principais que identificam a produção. Seu comportamento *comedido* – que envolve seu visual, sua postura corporal e expressão verbal, bem como sua imagem de mãe, esposa e profissional séria – faz com que mesmo convidados mais controversos do mundo artístico ajam de forma mais contida<sup>13</sup>. O tom de *moderação* expressa-se também pelo cuidado com os figurinos, pela tentativa de evitar baixarias de toda ordem, e pelo amortecimento de exageros no que diz respeito à exposição de emoções, contribuindo para manter a *densidade* do programa. A veiculação de boletins externos, entrevistas e reportagens pré-gravadas reforçam o tom de *seriedade* do programa, resgatando uma *Fátima-jornalista*, que faz questionamentos que ajudam a esclarecer os assuntos abordados pelos jornalistas. Assim, ainda que a produção vise ao entretenimento, contando com apresentações musicais, brincadeiras e reportagens, a complexidade e a forma de condução dos temas tratados não colaboram para suavizá-los. O *Encontro com Fátima Bernardes* opera, pode-se dizer, uma ruptura com as combinatórias tonais que tradicionalmente caracterizam os diferentes formatos adotados pelos programas de auditório, geralmente muito mais *informais, descontraídos e popularescos* (STÜRMER, 2014). Porém, a escolha de cenário do tipo *familiar* traduz o desejo de descontração e as temáticas do cotidiano que o programa aborda reforçam a tentativa de conferir um tom de *informalidade*, bem como apontam para seu público alvo, o feminino. A disposição dos participantes no cenário, os enquadramentos e jogos de câmera também contribuem para reiterar esse tom de informalidade e leveza na interação com e entre os participantes e telespectadores.

A combinação tonal que impregna o *Amor & Sexo* articula *sensualidade/sutileza/ousadia a leveza, descontração e ludicidade*. Essa combinação tonal mais geral possivelmente ancora-se na figura da condutora, que joga, ao mesmo tempo, com provocação e discrição: ao mesmo tempo em que incentiva a espontaneidade dos participantes do programa, ela sutilmente resguarda a si própria: seu figurino é ousado e divertido, mas não vulgar; passeia com naturalidade entre os temas e brincadeiras, mas se apresenta também como esposa e filha – o marido, Rodrigo Hilbert, participou do programa quando a temática era o romance, e o pai, Cleomar Lima, da emissão sobre sexo seguro. O comportamento de Fernanda Lima pode não ser descrito como *comedido*, como acontece com Fátima Bernardes, mas seu visual, sua postura corporal e expressão verbal, bem como sua imagem de profissional séria e bem-sucedida, mãe e esposa, emprestam certa sutileza e elegância ao programa, em que

---

<sup>13</sup> A exemplo da cantora Anitta que, no *Agora é tarde*, da Band, flerta com o apresentador, Rafinha Bastos, e cheira pontos do corpo seminú de homens que supostamente estariam usando um perfume de sua grife, no *Encontro com Fátima Bernardes*, usa roupas sóbrias e fala sobre uma receita que prepara em casa em companhia da mãe (STÜRMER, 2014).

pesem os temas por ele tratados. Os participantes fixos, embora brinquem e sejam atrevidos em suas manifestações, também não resvalam para a baixaria: os nomes das esposas e maridos são trazidos à tona, palavrões são raros e encobertos por sinais sonoros, e mesmo uma imitação de Mariana Santos de uma situação em que seus vizinhos praticavam sexo diante da janela parece ser uma zombaria quase inocente. Ao mesmo tempo, a fala da psicanalista Regina Navarro Lins sobre o sexo e suas circunstâncias, de certa forma naturaliza, através do apelo à ciência, o que é apresentado. O requinte do programa expressa-se, em grande parte, pelo cuidado com os figurinos e pela tentativa de evitar baixarias, exageros ou ofensas. O programa, assim, visa ao entretenimento, contando com apresentações musicais, dança, brincadeiras e depoimentos, mas a forma de condução dos temas tratados colabora para suavizá-los, retirando deles o excesso de vulgaridade, o clichê e o popularesco. Desta forma, há também uma espécie de ruptura com combinatórias tonais tradicionalmente adotadas pelos programas de auditório, ainda que a disposição dos participantes no cenário, os enquadramentos e jogos de câmera contribuam para reiterar tons de informalidade e leveza na interação entre os participantes e telespectadores.

### **Apontamentos finais**

A análise realizada demonstrou que os programas examinados estruturam-se de maneira a corresponder e sustentar a combinatória tonal que lhes confere identidade, manifesta de forma especial pela forma de condução das apresentadoras. Elas podem ser consideradas instrumentos de expressão do tom pretendido para os programas, tendo papel preponderante na proposição, modulação, gradação e manutenção dos tons que os identificam.

O tom que perpassa cada programa de auditório da RGT encontra-se na relação direta entre seu horário de apresentação e o público ao qual se destina. Para interpelar seu público, *Encontro com Fátima Bernardes* estrutura-se de modo a sustentar uma combinatória tonal que tem como tons principais *seriedade/moderação/comedimento*, aliados à busca de tons de *informalidade* e *descontração*. Já *Amor & Sexo* estrutura-se de forma a sustentar uma combinatória tonal que tem como tons principais *sensualidade/ousadia/sutileza*, aliados aos tons de *leveza* e *ludicidade*.

Uma tentativa de verificar traços partilhados entre os dois programas, que poderiam caracterizar a produção da RGT, sugere a aproximação entre os tons *moderação*, do *Encontro com Fátima Bernardes*, e *sutileza*, de *Amor & Sexo*. Embora expressos de formas distintas, o privilégio a esses tons promove o amortecimento de exageros e livra os programas de rotulagens de vulgaridade ou baixaria.

O programa *Encontro com Fátima Bernardes* se mantém no ar desde 2012 e o programa *Amor & Sexo* bateu recordes de audiência em sua oitava temporada, em 2014. Sem dúvida, ambas as produções buscam diferenciar-se de outros programas de auditório da RGT e de outras emissoras e, para isto, buscam sua identidade em determinados traços, dentre os quais certamente está o tom, que os distingue de outros e pode contribuir para a fidelização de seu público telespectador.

## REFERÊNCIAS

- DGN – Direção Geral de Negócios da Rede Globo de Televisão. Disponível em: <<http://comercial2.redeglobo.com.br/Pages/Home.aspx>>. Acesso em: 10 Jul. 2014.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. Televisão: ensaios metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- \_\_\_\_\_. Televisão: sobre o tom do tom. In: XIV Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós, 2005, Niterói. Anais da XIV Compós, 2005 (eletrônico).
- \_\_\_\_\_. Televisão: desafios teórico-metodológicos. Pesquisa empírica em comunicação. São Paulo: Paulus, 2010.
- \_\_\_\_\_. Reflexões: os sentidos sociais da programação. In: XXIII Encontro Anual da Compós, 2014a, Belém. Anais eletrônicos. Belém, UFPA. Disponível em: <[http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT12\\_ESTUDOS\\_DE\\_TELEVISAO/compos\\_2014\\_reflexoes\\_2240.pdf](http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT12_ESTUDOS_DE_TELEVISAO/compos_2014_reflexoes_2240.pdf)>. Acesso em: 19 Jun. 2014a.
- \_\_\_\_\_. A televisão se dá ao tom. In: CORTINA, Arnaldo; SILVA, Fernando Moreno da (Orgs.). Semiótica e Comunicação: estudos sobre textos sincréticos. Araraquara, SP: Cultura Acadêmica, 2014b. (Série Trilhas Linguísticas, 25).
- ENCONTRO COM FÁTIMA BERNARDES. Rio de Janeiro, 2014. Programa de TV.
- FLORIANO, M. A. H. A dos metros bajo tierra: una serie de calidad. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2006.
- GLOBO.COM. Disponível em: <<http://www.globo.com>>. Acesso em: 10 Jul. 2015.
- GSHOW. Disponível em: <<http://gshow.globo.com>>. Acesso em: 10 Jul. 2015.
- GOMES, I. M. M. Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo. In: DUARTE, E. B.; CASTRO, M. L. D. de. (Org.). Televisão: entre o mercado e a academia. Porto Alegre: Sulina, 2006. p.107-123.
- JOST, François. Introduction à l'analyse de la télévision. Paris: Ellipses, 1999.
- \_\_\_\_\_. Seis lições sobre televisão. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- \_\_\_\_\_. Compreender a televisão. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- MARTÍN Barbero, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Editora UFRJ, 2001.
- MATTOS, Sérgio Augusto Soares. História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política. 4.ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2009.
- MEMÓRIA GLOBO. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com>>. Acesso em: 10 Jul. 2015.
- MIRA, Maria Celeste. O circo eletrônico: Silvio Santos e o SBT. São Paulo: Loyola, 1994.
- REDE GLOBO. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com>>. Acesso em: 10 Jul. 2014.
- STÜRMER, Adriana. O tom como marca distintiva do Encontro com Fátima Bernardes. In: Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2014, Foz do Iguaçu, PR. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0791-1.pdf>>. Acesso em: 12 Jul. 2015.