

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

Julia Lery

(NÃO) É SÓ UMA PIADA:
Cinismo, ironia e entretenimento nos *talk shows* *The Noite* e *Agora é Tarde*

Belo Horizonte
2015

Julia Lery

**(NÃO) É SÓ UMA PIADA:
Cinismo, ironia e entretenimento nos *talk shows* *The Noite* e *Agora é Tarde***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Marcio de Vasconcellos Serelle.

Bolsista CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior).

Área de concentração: Interações Midiáticas

Linha de pesquisa: Linguagem e Mediação Sociotécnica

Belo Horizonte

2015

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

L614n Lery, Julia
(Não) é só uma piada: cinismo, ironia e entretenimento nos *talk shows the noite e agora é tarde* / Julia Lery. Belo Horizonte, 2015.
136 f.: il.

Orientador: Marcio de Vasconcellos Serelle
Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social.

1. Televisão - Programas. 2. Programas de entrevistas. 3. Ironia na literatura.
4. Representação (Filosofia). 5. Gêneros literários. I. Serelle, Marcio de
Vasconcellos. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de
Pós-Graduação em Comunicação Social. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 654.197

Julia Lery

**(NÃO) É SÓ UMA PIADA:
Cinismo, ironia e entretenimento nos *talk shows* *The Noite* e *Agora é Tarde***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Prof. Dr. Marcio de Vasconcellos Serelle (Orientador) – PUC Minas

Profa. Dra. Vera Regina Veiga França – UFMG

Profa. Dra. Maria Ângela Mattos – PUC Minas

Belo Horizonte, 18 de dezembro de 2015

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meus pais, Juliana e Juarez, pela importante – e infinita – atenção para com a minha formação. Se hoje posso buscar esse sonho foi, primeiramente, graças a vocês.

Ao Mateus pelo companheirismo e por, mesmo a distância, me ajudar a lidar com as dificuldades desses últimos dois anos. Obrigada pela paciência, pelo apoio e pelas revisões.

Ao Professor Marcio Serelle que, pela segunda vez, me orientou com cuidado, dedicação e rigor. Agradeço, especialmente, pelas palavras de incentivo nos momentos em que mais foram necessárias.

Aos colegas e professores do curso de Mestrado em Comunicação Social da PUC Minas e aos amigos do grupo de pesquisa Mídia e Narrativa pelas conversas edificantes, críticas e discussões que ajudaram a fazer deste trabalho uma dissertação.

Às professoras Vera Regina Veiga França e Maria Ângela Mattos pela leitura generosa e apontamentos valiosos que, desde o exame de qualificação, nortearam meus estudos.

Ao Governo Federal e aos contribuintes que, por intermédio da CAPES, financiaram e possibilitaram esta pesquisa.

*Falei como um palhaço, mas jamais duvidei da
sinceridade da plateia que sorria.*
(Charles Chaplin)

RESUMO

Partindo da reflexão em relação ao uso do entretenimento, do humor e da ironia na televisão como forma de blindagem ideológica de um conteúdo, esta dissertação busca investigar as estratégias discursivas de dois *talk shows* diários: *Agora é Tarde* e *The Noite*, no ano de 2014. Trazemos como principal operador analítico o conceito de cinismo (SAFATLE, 2008) para discutir a maneira como critérios de justificação social contraditórios e o uso generalizado da ironia fazem do *talk show* um espaço de legitimação de discursos hegemônicos, e como isso se faz sob os pretextos do jogo e do riso. O que acontece, portanto, é que na medida em que os programas reivindicam para si os rótulos do jogo, da piada, do mundo à parte, mas não se esgotam nesse mundo, eles repetem rituais ideológicos ligados (e posicionados em relação) ao mundo real. Resgatamos, assim, a história e as matrizes culturais desse gênero televisivo e examinamos os programas a partir de dois eixos principais: a *sobreposição de engajamentos* no discurso, característica do gênero e que aponta para a coexistência entre entretenimento e informação, proporcionando enunciados aparentemente contraditórios, mas absorvidos pela lógica dos programas; e as *formas humorísticas* usadas, que simulam instaurar um mundo entre parênteses (ISER, 2002) e funcionam para blindar discursivamente posicionamentos políticos.

Palavras-chave: Cinismo. Ironia. *Talk show*. Gênero televisivo. *Agora é Tarde*, programa de TV. *The Noite*, programa de TV.

ABSTRACT

Having as a starting point the reflection regarding the use of entertainment, humor and irony on television as a form of ideological screening of content, this work investigates the discursive strategies of two daily talk shows: *Agora é Tarde* and *The Noite*, in 2014. The research brings as its main analytical operator the concept of cynicism (SAFATLE, 2008) to discuss the way contradictory criteria of social justification and the widespread use of irony make the talk show a legitimating space of hegemonic discourses, and how this is done under the pretexts of games and laughter. What happens, therefore, is that as the programs claim for themselves the labels of gaming, joking, and of the world apart, but are not limited to this world, they replicate ideological rituals that are connected (and placed in relation) to the real world. Thus, it is possible to display the history and cultural patterns of this television genre and to examine the programs from two main basis: *the overlapping of commitments* in the speech, characteristic of the genre, which points to the coexistence of entertainment and information, providing apparently contradictory statements, which are, however, absorbed by the ground logic of the programs; and the *humorous forms* that are used, which simulate the establishment of a world in parentheses (ISER, 2002) and which work to discursively shield political positions.

Keywords: Cynicism. Irony. Talk show. Television genre. *Agora é Tarde*, TV show. *The Noite*, TV show.

Lista de figuras

Figura 1: Cenário <i>Agora é Tarde</i>.....	59
Figura 2: Cenário <i>The Noite</i>	59
Figura 3: Cenário <i>Programa do Jô</i>.....	59
Figura 4: Danilo Gentili no cenário de Jô Soares Onze e Meia.	59
Figura 5: Entrada de Rafinha Bastos	73
Figura 6: Encenação do especialista em trânsito.....	74
Figura 7: Vinheta de abertura do programa com David Brazil	79
Figura 8: Dilma de Gustavo Mendes fala com Jair Bolsonaro.	86
Figura 9: Murilo Couto preso ao poste	94

Sumário

1.Introdução.....	10
2. Sobre uma cultura midiática cínica.....	16
2.1 A ironia como manifestação da racionalidade cínica.....	16
2.2 Lugares do sensacionalismo e do entretenimento.	25
2.3 O mundo entre parênteses.....	33
3. O <i>talk show</i> brasileiro: gênero, história, matrizes culturais.....	40
3.1 Sobre o conceito de gênero.	40
3.2 Matrizes constitutivas do <i>talk show</i>	46
3.3 O <i>talk show</i> : história, origens e características discursivas.....	53
4. Como o cinismo se faz discurso.....	62
4.1 Considerações metodológicas	62
4.1.1 Referenciais de codificação.....	67
4.2 <i>Agora é Tarde</i> e <i>The Noite</i> : descrição dos programas	69
4.2.1 A origem comum	69
4.2.2 – <i>Agora é Tarde</i> com Rafinha Bastos: estrutura e quadros	72
4.2.3 – <i>The Noite</i> com Danilo Gentili: estrutura e quadros	78
4.3 – Operadores analíticos.....	82
4.3.1 – Sobreposição de engajamentos.....	82
4.3.2 – Formas humorísticas.....	92
5. Apontamentos Finais	100
6. Referências.....	105
6.1 Referências audiovisuais.....	105
6.2 Referências bibliográficas.....	106
7. Apêndice.....	108
7.1 Lista de episódios <i>Agora é Tarde</i>	108
7.2 Lista de episódios <i>The Noite</i>	120

1 – Introdução

Um dos grandes paradoxos da programação midiática atual, conforme Turner (2010), está na parcela de espectadores que consome programas de humor que envolvem temas como atualidades e sátira política, mas não busca acesso às próprias notícias nos jornais. Para o autor, esse fenômeno está ligado ao descrédito do modelo de jornalismo “imparcial” e “objetivo”, e na aposta do público em um modelo midiático opinativo, que mistura humor com assuntos atuais.

Vladimir Safatle (2008) chega a afirmar que a televisão contemporânea leva até seu público um conteúdo *previamente ironizado*, ou seja, que está em constante autonegação. Esta autonegação seria uma resposta ao distanciamento que o próprio espectador estabelece do conteúdo midiático. Ele é capaz de se entreter com um programa televisivo, e até mesmo aceitar seu conteúdo político, mas é uma crença irônica, distante, que o autor chama de “crença desprovida de crença” (SAFATLE, 2008, p.97). Em outras palavras, é através da ironia e da autonegação que a sociedade “pós-ideológica”, como Safatle classifica criticamente a contemporaneidade, perpetua suas relações de poder. Essa relação nos leva a pensar em uma dificuldade ou, como chega a afirmar o autor, na falência dos modelos de crítica em uma sociedade em que cinismo e ironia são generalizados.

A contemporaneidade, para Safatle (2008), é baseada em uma racionalidade que se justifica através de critérios que podem aparentemente ser contraditórios. O que o filósofo afirma, porém, é que a contradição dos critérios de justificação social é dada como questão resolvida na sociedade cínica, uma vez que o simples apontamento dessas incongruências equivale à solução do problema. Não se busca coerência, pois não se acredita mais que ela seja possível. Não se acredita, nem mesmo, que ela seja um valor. O que se faz é perpetuar as formas de vida como elas são através da ironia, que funciona como uma espécie de redenção da sociedade cínica.

A questão do cinismo, de acordo com Silvia Viana Rodrigues (2011), passa por uma impotência do desvelamento dos mecanismos de funcionamento do mundo contemporâneo e das contradições que o constituem. A crítica a uma ideologia fica, assim, diminuída, na medida em que o simples apontamento de suas inadequações, sem o abandono dos rituais materiais que a sustentam, não tem potência para enfrentar esse sistema. Enquanto os rituais que legitimam uma ideologia forem reproduzidos, mesmo que sob a forma de ironia, eles continuarão servindo como base de sustentação para suas ideias. O principal problema que motiva este trabalho é, portanto, a busca por uma crítica *da* ironia (SAFATLE, 2008), que

possa discutir os modos como os discursos hegemônicos se perpetuam por meio de uma cultura midiática que preza a (e se blinda através da) piada e a brincadeira.

Trazemos, assim, a proposta de investigar estratégias de humor e ironia, bem como as aparentes contradições discursivas nos programas de *talk show* *The Noite*, exibido no SBT e apresentado por Danilo Gentili, e *Agora é Tarde*, que Rafinha Bastos apresentou na Band¹. Pretendemos desenvolver uma reflexão sobre as relações entre entretenimento e informação na cultura midiática e suas implicações na produção de um discurso cínico. Esses dois programas, que estiveram no ar simultaneamente de no ano de 2014 (*The Noite* de segunda a sexta-feira, e *Agora é Tarde* de terça a sexta, ambos começando a partir de meia-noite), são bastante parecidos em forma e conteúdo, semelhança que atribuímos tanto ao gênero televisivo ao qual pertencem quanto às origens comuns dos programas e dos apresentadores. Ambos os *talk shows* têm um comediante como figura central e apresentam como promessa a ideia de abordar assuntos do dia de forma bem humorada e leve, em consonância com a cultura do *stand-up comedy*².

De acordo com Silversonte (2002) essa afinidade da cultura midiática contemporânea com hibridismos entre jornalismo e entretenimento – e portanto com a criação de produtos que misturam notícias e piadas (além de muitos outros tipos de infotenimento) – faz parte de uma tendência à compreensão da mediação como um jogo, comprometido apenas com regras próprias. Cria-se, assim, um problema de representação da alteridade, bem como uma perda do senso de responsabilidade em relação ao outro e ao mundo que nos cerca. Isso porque o contrato estabelecido entre produtores e espectadores dos canais de comunicação passa por regras que regem padrões estéticos e promessas de entretenimento, e cujo cumprimento é atentamente verificado pelo público. O comprometimento dessas regras e dos produtos gerados por elas para com um mundo que vai além das fronteiras midiáticas, porém, fica em segundo plano.

Propomos, então, entender os programas televisivos aqui estudados como sintomas dessa mediação transformada em jogo (SILVERSTONE, 2002), mas também e principalmente como produtos cínicos, o que se tornam quando assumem posturas contraditórias perante o público: eles podem, em dados momentos, tomar para si a defesa do interesse público e da democratização do espaço midiático como pautas – e isso pode ser

¹ *Agora é Tarde* foi cortado da grade da emissora em março de 2015.

² O *stand-up* é um gênero de humor teatral que vem se popularizando cada vez mais no Brasil, na medida em que deixa de depender apenas do teatro e se faz presente também na televisão. O comediante de *stand-up* não faz uso de personagens, figurinos, acessórios ou cenários, mas faz humor a partir de uma leitura muito particular que apresenta sobre questões do mundo que o cerca.

exemplificado em momentos nos quais os apresentadores questionam personalidades políticas e mostram posicionamento enfático. Em outros momentos, os *talk shows* têm a liberdade de apresentar conteúdos que nada têm a ver com a informação, e ainda menos com a defesa do interesse público: suas piadas, conforme veremos, podem ser excludentes, e seu humor repleto de entretenimento ideológico que se coloca de forma *politicamente incorreta*, ofensiva e até reacionária. Esses dois posicionamentos, embora pareçam contrários, são complementares na lógica cínica do programa. O hibridismo entre entretenimento e informação é feito de modo a se sustentar na ideia de que os discursos que apontam para lados opostos podem ser aceitos como complementares, e não como uma simples contradição.

Este trabalho une, então, duas principais linhas de estudo. A primeira, que busca relações entre a cultura midiática e a sociedade, está marcada por interfaces e articulações conceituais com outras áreas de saber, mobilizando conceitos da linguística, literatura, história e filosofia para a compreensão da maneira como o humor na televisão afeta e é afetado pelas relações sociais que se dão fora do âmbito midiático. Nesse momento, a partir da relação estabelecida por Safatle (2008) entre discurso cínico e ironia, empreendemos uma revisão bibliográfica de alguns conceitos como sensacionalismo, humor, sátira, ideologia, realidade, ficção, verdade e crítica.

Em um segundo momento, na análise do *talk show* como produto midiático, a escolha da linha de estudos adotada passa pelos Estudos Culturais e pelos Estudos Latino Americanos, mobilizando pensadores como Raymond Williams (2003) e Martín-Barbero (2002). Propõe-se pensar os gêneros televisivos como categorias sociais, influenciadas pelas demandas do público tanto quanto pela produção; pelas matrizes culturais e históricas tanto quanto pelas demandas mercadológicas pautadas pela audiência. Dessa forma, estudamos o gênero televisivo como um balizador – ainda que sujeito a mudanças, imprecisões e alterações – de forma e de conteúdo, e consideramos sua importância para pensar a recepção dos produtos televisivos.

Para a melhor compreensão do objeto empírico, esta pesquisa propõe o cumprimento de quatro objetivos específicos: dois deles (1 e 2) ligados à construção do objeto teórico e outros dois (3 e 4) relacionados à análise da empiria. São eles: (1) refletir e discutir sobre a questão do cinismo, e como ele cria jogos de aproximação e distanciamento entre espectador e discurso midiático na contemporaneidade; (2) contextualizar o *talk show*, recuperando aspectos históricos da formação do gênero televisivo e os parâmetros estabelecidos para a crítica desses programas; (3) analisar, por meio da decupagem e da transcrição de elementos audiovisuais, os artifícios de construção do humor nos programas *The Noite* e *Agora é Tarde*,

bem como os múltiplos engajamentos discursivos que adotam; (4) examinar os aspectos progressistas e conservadores da ironia e da sátira, buscando compreender de que forma estratégias ligadas a elas atuam na construção de um imaginário social hegemônico.

O núcleo argumentativo do capítulo 2, “Sobre uma cultura midiática cínica”, faz-se, então, em torno do conceito de cinismo (SAFATLE, 2008), e da necessidade que ele impõe de que se faça uma crítica da ironia, já que ela constitui uma de suas principais manifestações. A impotência do desvelamento dos mecanismos de funcionamento do mundo, característica da sociedade cínica, aponta para a necessidade de que se compreenda a ironia como o apontamento da prevalência de uma ideologia hegemônica, mesmo que se tente argumentar que vivemos em um mundo “pós-ideológico”. Essa prevalência se mostra a partir do momento em que compreendemos a ideologia como construção social dominante, sustentada a partir da repetição – irônica ou não – de rituais materiais que lhe dão forma. Empreendemos, então, através de conceitos de Hutcheon (1994) e Muecke (2005), um estudo da ironia, especialmente em suas manifestações verbais e estruturais. A essa discussão, somam-se questões como a substituição do antigo escândalo midiático pelo sensacionalismo (MATOS, 2006), cinicamente aceito, e os novos critérios de noticiabilidade do infotimento (SILVA, 2008), que colocam o *interesse* em uma posição privilegiada, à frente, por vezes, da *importância*, principal critério de noticiabilidade do jornalismo tradicional. A fragmentação da compreensão da vida social através dos discursos midiáticos sensacionalistas ou irônicos, que singularizam as questões de forma a torná-las divertidas ou emocionantes, faz com que a mídia deixe de cumprir um papel de conexão entre os assuntos da vida pública, e o abandono (não assumido) dos ideais positivistas de verdade, objetividade e imparcialidade gera uma discussão sobre a legitimidade do infotimento. Por fim, debatemos questões relativas à realidade e à ficcionalização (ISER, 2002), duas faces do humor sem personagens característico do *stand-up comedy* presente nos *talk shows*, bem como a compreensão da mediação como um jogo, que para Silverstone (2002), faz com que os produtos de infotimento não assumam responsabilidades para com o mundo real.

No capítulo 3, que fala sobre o *talk show* brasileiro, com o objetivo rastrear as origens do gênero no Brasil e possibilitar a análise dos programas levando em conta suas matrizes culturais (MARTÍN-BARBERO, 2002), buscamos lançar luz sobre a história e as relações sociais empreendidas por esses programas, bem como discutir a validade do próprio conceito de gênero televisivo (FECHINE, 2013) (FRANÇA, 2006) (SILVA, 2013). Em um trabalho de identificação de matrizes culturais (WILLIAMS, 2003), apontamos para o telejornalismo, o debate, a entrevista (ARFUCH, 2010), a conversação (BRAGA, 1994), os jogos e o teatro de

variedades como origens do programa de *talk show*. Discutimos a maneira como o gênero ganhou uma lógica própria de retroalimentação na cultura midiática, uma vez que se faz um espaço de visibilidade para os famosos, convidando-os para serem entrevistados nos programas, e ao mesmo tempo se sustentando através da fama desses convidados. A história do hibridismo entre entretenimento e informação no *talk show* (SILVA, 2009), bem como a perspectiva – ainda que distante – de democratização do espaço midiático são ideias-chave para o entendimento do gênero. Destacamos suas origens radiofônicas e as subdivisões do gênero na cultura midiática estadunidense, da qual foi importado. Buscamos observar, ainda, a importância da comédia teatral na gênese do *talk show* tal qual conhecemos.

No capítulo 4, que se propõe analisar empiricamente a maneira como o cinismo se faz discurso, realizamos uma retomada dos conceitos-chave trabalhados, visando criar, a partir deles, critérios analíticos que permitam a adaptação de uma metodologia de análise televisiva para o estudo de *The Noite e Agora é Tarde*. Partimos, assim, do método descrito por Diana Rose (2002) para análise de representações sociais na televisão, realizando os ajustes necessários para empreender o estudo qualitativo dos programas.

Compreendemos que o estudo de produtos audiovisuais implica, sempre, uma simplificação, por ser impossível descrever todos os elementos que produzem significado em uma cena. Optamos, então, por deixar clara essa limitação, bem como os critérios adotados para a seleção e recorte do *corpus*, que passam pela representatividade de um determinado tipo de programa para o número total das edições de 2014 e a adequação do tema ao objeto de pesquisas. Ambos os critérios, a categorização dos programas e o tema tratado, são presumidos por meio do levantamento de todos os entrevistados do ano, que consta em tabela anexa, e por um contato exploratório com diversos episódios. A partir desse recorte, realizamos a decupagem e transcrição de 4 episódios de *The Noite* e 4 de *Agora é Tarde*, atentando, para além das falas, aos momentos de silêncio, risos, expressões faciais dos apresentadores e entrevistados, músicas e participações da plateia. Essas transcrições geraram, assim, um conjunto de dados para o estudo qualitativo, feito através de dois referenciais de codificação: a *sobreposição de engajamentos* nos discursos adotados, questão relacionada ao hibridismo entre entretenimento e informação, que indica a presença de enunciados aparentemente contraditórios nos programas, afeitos ao discurso cínico; e as *formas humorísticas* usadas, que apontam para a blindagem discursiva de um posicionamento político do humor. A exposição dos resultados é feita, por fim, através de citações ilustrativas de momentos dos programas que nos permitam abordar as proposições teóricas propostas, confirmando-as ou refutando-as.

Concluimos então, a partir das análises empreendidas no capítulo 4, que os engajamentos múltiplos e sobrepostos apresentados em *Agora é Tarde* e *The Noite* (que passam, além do humor e da informação, por engajamentos publicitários, políticos, de celebração do entrevistado etc.) mostram uma capacidade de absorção e neutralização de discursos sociais tidos como incompatíveis. O afirmado descompromisso político desses produtos, tratados como humorísticos, e portanto não passíveis de serem levados a sério, não se verifica em um estudo aprofundado: ambos adotam posicionamentos ideológicos que aparecem no (e apesar do) humor.

Os programas, mesmo nos momentos em que não fazem uso de um humor baseado em ironias cômicas, mas em sátiras de derrisão explícita, adotam uma postura irônica quando se colocam perante o público. Tudo o que é afirmado ali é, quando conveniente, relativizado, por se tratar de um espaço onde as regras do entretenimento podem prevalecer sobre uma responsabilidade para com o real. Esse modo irônico de se colocar do *talk show* permite, assim, a convivência entre um engajamento com notícias do dia e, ao mesmo tempo, com piadas que distorcem propositalmente fatos desse real noticioso; entre um discurso de defesa do interesse público e, ao mesmo tempo, piadas que têm minorias como alvos.

2. Sobre uma cultura midiática cínica

2.1 A ironia como manifestação da racionalidade cínica

(...) atualmente, uma crítica da ideologia que vise dar conta dos modos de funcionamento do poder a partir de uma racionalidade cínica deve ser, antes de mais nada, uma *crítica da ironia*.

Vladimir Safatle, *Cinismo e falência da crítica*

Para que se possa propor uma compreensão sobre a maneira como os *talk shows* articulam humor e ironia, entretenimento e informação, de modo a desenvolver um discurso politicamente posicionado, mas protegido sob o rótulo do cômico, um primeiro movimento a ser feito neste trabalho tem de ser, necessariamente, uma reflexão acerca dos papéis que a cultura midiática ocupa na sociedade contemporânea. O argumento de que vivemos em uma sociedade cínica, e de que as relações entre os sujeitos e a cultura midiática se estabelecem de forma igualmente cínica, sendo um indicativo, e também uma parte integrante desse padrão de racionalidade contemporâneo, pode ser rastreada, ao menos, desde Adorno (2002).

Para o filósofo, a indústria cultural funciona como produto a ser consumido no tempo livre das pessoas. O tempo livre, diferentemente do antigo ócio, não é restrito a uma parcela da sociedade, mas pretende-se universal, embora acorrentado a seu oposto: o trabalho. Para o autor, o que se faz no tempo livre tem íntima ligação com a internalização de um papel social, e esse tempo é organizado de maneira coercitiva, funcionalizada e repetida pelas indústrias comercial, cultural, do turismo, etc.

Adorno (2002) nota, porém, que embora a qualidade das atividades que as pessoas exercem em seu tempo livre seja questionável, os produtos da indústria cultural não são recebidos sem senso crítico. Sobre o caso de estudo de recepção do casamento da princesa Beatriz, da Holanda, o autor afirma que as pessoas têm um tipo de reserva acerca do conteúdo midiático que consomem, embora aceitem os produtos e preencham seu tempo livre com eles.

É evidente que ainda não se alcançou inteiramente a integração da consciência e do tempo livre. Os interesses reais do indivíduo ainda são suficientemente fortes para resistir à apreensão total. Isto coincidiria com o prognóstico social, segundo o qual, uma sociedade, cujas contradições fundamentais permanecem inalteradas, também não poderia ser totalmente integrada pela consciência. (ADORNO, 2002, p. 116).

O autor aponta, então, a presença de uma crença cheia de reservas em relação ao conteúdo difundido pela indústria cultural. Uma crença que, embora seja crítica, não impede o

consumo do conteúdo ideológico difundido nos meios de comunicação de massas³. É uma relação de dupla ilusão (RODRIGUES, 2011): as pessoas sabem como as coisas realmente são, mas continuam a agir como se não soubessem. A ação dos sujeitos, ao consumir os produtos da indústria cultural, simplesmente deixa de depender do esclarecimento que têm sobre os rituais que repetem.

Safatle (2008), com base nas colocações de Adorno (2002) a respeito da recepção dos produtos da indústria cultural, exemplifica como se dá o funcionamento da cultura midiática em uma sociedade cínica, como ele afirma ser a sociedade capitalista contemporânea. Para o filósofo, a aparente contradição entre se aceitar o discurso midiático da indústria cultural sem que se haja uma crença real em seu conteúdo, não constitui, de fato, uma incoerência, mas uma situação típica de uma sociedade em crise de legitimação, na qual o sistema de ordenamento social se baseia nessas aparentes contradições entre pensamento e ação, valores universais e ideologias.

Longe da concepção usualmente conhecida, o cinismo aqui tratado não passa por um problema de ordem moral, e não é uma distorção proposital de discursos para a justificação de uma ação. O cinismo configura uma estrutura de racionalidade típica das sociedades e dos tempos de crise de legitimação, e supre a necessidade gerada pela ausência de substancialidade normativa da vida social. É, portanto, um regime racional contraditório, que se sustenta a partir e apesar de seus paradoxos. Para o filósofo, a sociedade contemporânea vive um momento no qual os critérios de indexação das normas e leis são colocados em crise. Valores normativos que aspiram à validade universal passam a indexar situações que parecem não se submeter a tais valores e critérios. Citemos como exemplo o valor da liberdade de expressão, universal em uma democracia. Esse valor passa a funcionar como justificativa para se tirar a liberdade de expressão dos que falam em nome de uma regulamentação da imprensa, privando essas pessoas de espaço midiático de fala, em nome de uma liberdade, valor maior, mas que não é concedida a elas. E, aparentemente, não há contradição alguma nesse movimento.

O fundamento do cinismo é o de que uma contradição posta é uma contradição resolvida. É uma discordância validada, na qual práxis e crenças apontam para lados opostos, mas continuam a sustentar uma ideologia dominante e legitimada, baseada na repetição de rituais materiais, que não exigem uma crença ou uma entrega total, apenas uma crença cínica que permita sua repetição. A crença deixa de ser interior ao indivíduo, e se exterioriza. Torna-

³ Considerando-se, como será explicado adiante, que a ideologia é construída através de repetições, não necessariamente acrílicas, de rituais da ordem prática.

se uma construção social que se dá através de rituais materiais, e acontece enquanto esses rituais forem reproduzidos, à revelia das críticas que possam ser direcionadas a eles.

Nossas sociedades “pós-ideológicas” não são exatamente marcadas pela ausência de construções ideológicas usadas de maneira recorrente na justificação de práticas e valores sociais. Ao contrário, elas são marcadas pela perpetuação de tais construções *sob a forma de ironia*. Pois mesmo que tais construções sejam ironizadas, elas continuam fornecendo quadro narrativo estável e socialmente partilhado para a descrição de práticas e valores. (SAFATLE, 2008, p.101).

O consumo de *reality shows* na atualidade pode ser um bom exemplo de ritual repetido apesar das críticas que se fazem sobre ele. O discurso que desqualifica *realities* de confinamento monitorado como *A Fazenda* e *Big Brother Brasil* é extremamente difundido, mesmo entre seus espectadores. É comum ouvir pessoas dizerem que compreendem a suposta farsa por trás da produção, mas que torcem por um ou outro participante. Embora a crença dos telespectadores em relação àquele produto tenha ressalvas, seu consumo massivo, bem como o envolvimento de parte dos espectadores, são inegáveis. Além da participação do telespectador em forma de votos nas eliminações, esses programas envolvem toda uma mobilização virtual, campanhas em prol de um ou outro candidato ao prêmio final. Apenas uma enquete do portal de notícias UOL que fazia o levantamento de quem seria o vencedor do BBB 2015 contou com 1.882.475 votos de internautas, ainda que esses votos não tivessem valor algum para a decisão no programa⁴.

Voltando ao exemplo de Adorno (2002) a respeito da indústria cultural, não é necessário que as pessoas gostem do casamento de Beatriz da Holanda ou acreditem que tenha sido uma cerimônia voltada para atender à noiva e sua família, em vez de um espetáculo para a imprensa, continuidade e alianças da família real. O que importa e legitima a manutenção desse tipo de ritual, bem como a ideologia que ele sustenta, é o fato de que ele continua, mesmo que criticamente, sendo consumido, comentado, pautando relações comerciais como venda de revistas, roupas etc., legitimando a existência de uma família real e de um casamento de uma princesa dos Países Baixos com um príncipe que serviu as forças de Hitler, frente à impotência crítica dos comentários negativos gerados pelo evento. E tudo isso ainda foi reiterado pela posterior popularidade de Claus, príncipe consorte dos Países Baixos.

⁴UOL. **Enquete Amanda e César estão na final do BBB 15. Quem será o campeão?** Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/bbb/bbb15/enquetes/2015/04/05/amanda-e-cezar-estao-na-final-do-bbb15-quem-voce-acha-que-sera-campeao.htm>>. Acesso em 08 de abril de 2015.

Sílvia Viana Rodrigues (2011) diagnostica, no modo como a ordem social se mantém, apesar de desvelada por mecanismos críticos e de linguagem, uma forma de resistência do encantamento à revelação. O exemplo da autora consiste em uma cena do filme *Mulholland Drive*, na qual as protagonistas vão a um lugar chamado “Clube Silêncio”, que se assemelha a um teatro antigo. Um homem no palco anuncia diversas vezes e em três idiomas diferentes que não há uma banda tocando, é apenas um *playback*. Um trompetista para de tocar e o som do trompete continua, para ilustrar e não deixar dúvidas a respeito do que o homem afirma. O número termina e, em seu lugar, Rebecca Del Rio aparece, com uma maquiagem carregada, uma miçanga em formato de lágrima colada na face, cantando uma música de uma tristeza imensa e com uma entrega total. A cena comove. As protagonistas choram. O espectador chora. A cantora, porém, desmaia e seu canto permanece, tornando a revelar o *playback* que já fora apontado. Fica claro, nesse momento, que embora o segredo tenha sido revelado antes do espetáculo, a ilusão permanece. A mentira adquire realidade através de um sentimento, capaz de se sobrepor ao desvelamento do mundo.

Olgária Matos (2006) também identifica a presença hipertrofiada do sensorial na cultura midiática contemporânea. Este sensorial hipertrofiado seria, para nós, uma das causas do fenômeno de resistência da ilusão apesar dos desvelamentos, ou da potência da sociedade cínica. A autora afirma que a interferência do que tratamos aqui como cinismo e crise de indexação das normas nas narrativas midiáticas é tal que elas se deslocam, deixando de gerar escândalos midiáticos, outrora tão importantes e frequentes.

Escândalos existiam quando uma explicação se rompia (...). Um escândalo é um impasse na compreensão moral: podia ocorrer no contexto ético do cristianismo, no romântico e no Burguês. (...) Enquanto ainda acreditava-se nesse conjunto de valores, escândalos eram possíveis. Escândalos supõem noções prescritivas e normativas indiscutíveis. (MATOS, 2006, p.22).

Na sociedade cínica contemporânea, na qual as normas e transgressões são enunciadas a partir do mesmo imperativo, o escândalo foi substituído pelo sensacionalismo, nova forma de seduzir o público que consome os espetáculos midiáticos. Esta nova forma de atração tem um caráter de *superficialidade* e *ausência de conteúdo*, e é marcada por imagens e impactos emocionais, “tão intensos quanto breves” (MATOS, 2006, p.23). O conteúdo midiático⁵ se faz com um grande mosaico de notícias que não exige atenção ou reflexão, pois não são relacionadas e nem fazem sentido entre si. Ele perde, assim, o poder de explicação do mundo que o cerca.

⁵ Conforme é tratado pela autora, embora sua análise pareça tender mais para a imprensa informativa.

É impossível deixar de relacionar as características do sensacionalismo sugeridas por Matos (2006) às de ironia levantadas por Safatle (2008). O uso disseminado da ironia, que para o autor é característica que faz parte da formação da sociedade cínica, pode à primeira vista parecer crítico, subversivo, progressista, contrário à ordem e ao poder, mas nada mais é do que o apontamento estético de uma inadequação que faz parte da ordem social. Um apontamento baseado no desinteresse, no distanciamento e na não-ação. É “um jogo infinitamente leve com o nada” (SAFATLE, 2008, p.41), identificado por Hegel (*apud* SAFATLE, 2008) como uma impossibilidade de conhecimento de si na efetividade. Da mesma forma que o sensacionalismo, a ironia se baseia em uma opção estética superficial, que embora intensa, não direciona uma ação, apenas mascara uma ausência de conteúdo.

A ironia da sociedade cínica é, antes de uma crítica, uma maneira de se indicar a compreensão de que a realidade não se adequa a seus próprios critérios de justificação, e por isso não deve ser levada a sério. Há um apelo sensorial nessa exposição de inadequações, que leva ao riso cínico, tão breve quanto os sentimentos gerados pelo sensacionalismo, e que logo conduz o público para a nova peça do mosaico midiático. A ironia é um convite a se inverter e perverter a realidade, mas de uma forma que pode ocorrer apenas no campo da linguagem, uma vez que a realidade da práxis não pode ser alterada com distanciamento, desinteresse e não ação. A crítica é que se enfraquece quando é feita em forma de ironia, e não a práxis e a ideologia para as quais a crítica se volta.

Para Safatle (2008) o uso indiscriminado da ironia está intimamente ligado ao exercício do poder na sociedade cínica. A ironia, usada neste contexto, funciona como uma maneira de perpetuar valores e, ao mesmo tempo, apontar para sua inadequação, criando os enunciados aparentemente contraditórios que dão sustentação à sociedade pós-ideológica. Por isso, para a compreensão das manifestações midiáticas de uma razão cínica, é necessário que tracemos um esboço crítico da ironia.

O estudo da ironia, embora seja um tropo extremamente nuançado, que vai desde a ironia instrumental, que funciona como figura de linguagem, até a ideia romântica de uma existência irônica, na qual as pessoas são meros atores em uma peça dirigida por divindades ou destino, aponta para alguns motes centrais. De acordo com o debate proposto por Muecke (2005), foi possível levantar algumas ideias principais que possibilitam a compreensão do que vem sendo tratado como ironia. São elas: (a) toda ironia é um contraste entre uma realidade e uma aparência, embora nem todo contraste desse tipo constitua uma ironia; (b) a intenção do ironista não é dissimular, mas ser compreendido. Se não houver acordo entre ironista e público, o que se dá é um mal entendido, e não uma ironia. A ironia é um jogo para dois, que

exige um repertório comum em relação a questões ideológicas e culturais, competências linguísticas, e uma dramaticidade por parte do ironista, de modo a indicar a forma como aquele texto deve ser lido; (c) toda ironia depende de seu oposto, a pureza ou a ingenuidade. A figura do ingênuo pode ser assumida por um terceiro, como é comum no caso das ironias do destino ou ironias observáveis, ou pelo próprio ironista, quando a proposta é fazer uso de uma ironia instrumental, na forma de figura de linguagem; (d) a ironia é prazerosa porque não descarta o sentido inicial do texto, apenas fornece novos. É como uma dupla exposição em uma chapa fotográfica, na qual é possível identificar duas camadas de significados. Se o texto deve ser lido apenas como seu contrário, ele é sarcástico, e não irônico. O prazer da ironia, e o que faz com que ela tenha efeito cômico, é a existência concomitante de duas ideias contraditórias, sem que nenhuma seja excluída. (e) há uma postura arquetípica do ironista, “que se caracteriza, emocionalmente, por sentimentos de superioridade, liberdade e divertimento” (MUECKE, 2005, p.67).

Para Muecke (2005), a ironia passa a ter uma nova definição: se antes era compreendida como o ato de se dizer uma coisa e dar a entender outra, a ironia agora ganha um significado bem mais amplo. Ela consiste em se dizer “alguma coisa de uma forma que ative não uma, mas uma série infundável de interpretações subjetivas” (MUECKE, 2005, p.48).

Embora Muecke (2005) identifique infundáveis tipos de ironia e desenvolva uma taxonomia bastante precisa, a ironia como aqui abordada para a compreensão da cultura midiática contemporânea dirá respeito a uma ideia menos ampla do conceito. Entenderemos como ironias as questões que se manifestam com clareza nos objetos de estudo selecionados, e portanto, recortaremos os jogos de linguagem e a interpretação de fenômenos e acontecimentos externos de modo a apontar uma ironia natural, externa ao texto, mas não generalizada ou escatológica. A ironia situacional faz parte do fenômeno que buscamos compreender. A ironia romântica, trágica, que vê os humanos como meras peças em um jogo controlado por uma divindade ou pelo destino, não o faz, e por isso não será discutida neste trabalho.

As ironias aqui em destaque são as que Linda Hutcheon (1994) chama de ironias verbais e estruturais, ou seja, as que são interpretadas como recursos retóricos e as que se mostram como maneiras de se ler o mundo, embora seus usos não se limitem a isso. Ainda que elas difiram da visão de ironia total ou romântica, isso não as faz menores ou menos políticas. Não sendo apenas um tropo de linguagem, e nem uma interpretação geral do mundo, resta que compreendamos a ironia como estratégia discursiva, política, e que depende

de uma interação social para que aconteça. Daí a necessidade de se compreender as ironias discursivas: elas são partes fundamentais da cultura em que estão inseridas, pois para acontecerem, precisam de interação, de compartilhamento de repertório entre ironista e público, e de todo um contexto que lhe dê sentido.

Para Hutcheon (1994), embora seja impossível afirmar que uma posição epistemológica ou ideológica é intrinsecamente certa ou errada, perigosa ou segura, reacionária ou progressista, é comum que a ironia seja vista como uma forma de “reforçar em vez de questionar atitudes estabelecidas” (HUTCHEON, 1994 p.26). Esse incômodo, que partilhamos com os autores que Hutcheon chama de “negativos” em relação ao uso da ironia, é muito mais acerca dos usos comuns da estratégia irônica nos produtos da cultura midiática do que de uma determinação semântica da estratégia discursiva da ironia. Ele não pode, porém, ser desconsiderado, uma vez que os usos sociais e políticos da ironia interessam tanto quanto a definição de suas características formais.

É importante que se compreenda, ao abordar a questão da positividade ou da negatividade da ironia, que o irônico sempre tem um alvo, uma vítima. As ironias são mais conservadoras à medida que seus alvos são indivíduos, e que o ironista adota uma postura de superioridade em relação a eles. Por outro lado, são mais subversivas e progressistas quando o alvo da ironia é o próprio sistema do qual ironista e plateia também são parte.

É claro que, de toda forma, a interpretação final de quem é o alvo da ironia é, em alguma medida, pessoal, e dependente das comunidades discursivas das quais o interpretador faz parte. Todas as complexidades micropolíticas da vida em sociedade, como classe, gênero, cor, orientação sexual, profissão, nacionalidade, entre outros, são formativas das comunidades discursivas, e terão influência no processo ativo de interpretação da ironia, fazendo com que cada indivíduo infira diferentes alvos para uma mesma ironia. Quando, por exemplo, Rafinha Bastos afirma que acha que Marco Feliciano é gay⁶, um ativista do movimento LGBT pode compreender aquilo como uma afronta aos homossexuais. Um evangélico pode entender que o alvo da piada foram os cristãos. O próprio Feliciano pode compreender como uma ofensa pessoal. Um político pode ver como uma subversão e uma afronta ao poder e ao sistema. E todas essas interpretações serão corretas, pois o interpretador é parte ativa da ironia, e ela só se completa quando é interpretada. A intenção de Rafinha Bastos pouco importa a partir do momento em que o texto foi lançado de forma irônica e suas possíveis interpretações foram deixadas em aberto.

⁶ Em um *drinking game* proposto por Rafinha Bastos a Jair Bolsonaro, na edição de *Agora é Tarde* do dia 08 de abril de 2014.

Um outro exemplo que devemos citar é o de um comportamento irônico considerado progressista por se voltar claramente contra um sistema, e não contra indivíduos ou grupos. É o caso de um grupo de jovens que viviam na França ocupada pelos nazistas, que ficaram conhecidos como Zazous e foram estudados por Bollon (1993) como símbolos de um inconformismo expresso esteticamente. Esses jovens eram, com suas atitudes desinteressadas, pretensões intelectuais e alienação política, quase que um resumo de todas as características que os jovens franceses poderiam ter tido antes da guerra, mas que passaram a ser mal vistas no início dos anos de 1940. A manutenção dessas características, anteriormente aceitáveis, mas altamente reprováveis no contexto da ocupação, como o desperdício de tecido em roupas extravagantes, o desinteresse por temas políticos (embora um livro proibido embaixo do braço fizesse parte da indumentária típica), o comportamento ocioso (em contraste com a juventude hitlerista, treinada para guerra e trabalho) e o gosto pela música negra estadunidense, mostravam certa afronta ao sistema que os nazistas tentavam impor aos franceses. A postura irônica, neste caso, apesar de estar ligada a uma *conservação* de hábitos libertários anteriores à guerra, é progressista e subversiva, pois se volta contra um sistema imposto.

De qualquer forma, a não-ação característica da ironia e as “arestas” deixadas por ela enfraquecem a crítica, ainda que não seja a crítica à ironia, mas a própria crítica feita em forma irônica, e ainda que ela se apresente como subversiva e voltada contra o sistema. Para Hutcheon (1994), uma das problematizações possíveis da ironia é que, devido à autonomia que ela concede aos interpretadores, ela pode ser usada para dar o “benefício da dúvida” (HUTCHEON, 1994, p.51) a qualquer texto. Isso é, por não haver um meio de se julgar o que o autor realmente quis dizer (se é que o autor realmente quis dizer alguma coisa, e não apenas deixar o texto em aberto e atribuir a responsabilidade ao leitor), torna-se impossível responsabilizá-lo pelo que diz. Por outro lado, ironia também pode ser usada para reduzir o estranhamento e os pontos que discordamos de um texto. Para isso, basta que chamemos esses discursos de irônicos, assim, fazemos com que confirmem, e não refutem nossas expectativas.

O conceito de ironia como subversiva, ideia que dá origem a uma visão de ironia como contra-discurso, considera que sua força consiste em suas afinidades com o discurso dominante.

Segundo esse conceito, a intimidade da ironia com os discursos dominantes que ela contesta – ela usa sua própria linguagem como seu dito - é sua força, pois ela permite ao discurso irônico tanto ganhar tempo (ser permitido e até ouvido, mas não entendido) quanto tornar relativas a autoridade e a estabilidade [do dominante]. (HUTCHEON, 1994, 54)

A mesma intimidade capaz de dar potência à ironia, porém, pode ser vista como cumplicidade. O discurso irônico que repete os ideais dominantes fica sujeito a ser assimilado pelos modos de poder com os quais busca romper.

A ideia de que a ironia é conservadora, por sua vez, está ligada a suas afinidades com a sátira, e portanto com o logro, a humilhação e desestabilização. Nem toda ironia é satírica, e nem toda sátira é irônica, mas a interseção entre esses dois conceitos é responsável pela ideia de ironia como uma força conservadora, usada para consolidar e apoiar a ordem estabelecida. Essa ideia, segundo Hutcheon (1994), foi a que prevaleceu nos estudos da ironia até a década de 1990.

A sátira é um gênero de origem latina (MINOIS, 2003), em grande parte das vezes, humorístico, mas que pode também estar ligado à tragédia. É um texto que faz uso da zombaria, do escárnio, e do grotesco para ridicularizar tudo o que está fora de um padrão, apontando e denunciando vícios e defeitos. A sátira tem alvos morais e políticos, podendo delatar as condutas de governantes ou de anônimos, e tem uma característica, na maior parte das vezes, conservadora, por escarnecer tudo o que não é hegemônico em uma sociedade. Conforme justifica Minois (2003), ao tratar da origem da sátira: “a arte nova sempre provocou a hilaridade do público médio. A distância crítica, necessária ao exercício do riso, é conquistada de imediato” (MINOIS, 2003, p.87). Embora não seja necessariamente irônica, paródica, cômica, a sátira é comumente vista sob essas formas.

O humor em geral, assim como a sátira, estabelece uma relação importante, mas não absoluta com a ironia. Existe humor não irônico, como o humor caricatural, de simples rebaixamento das personagens, ou mesmo gerado por uma surpresa simples, grosseira. Como exemplo, podemos tomar o humor visto em pegadinhas de programas televisivos ou nas “videocassetadas”. Nessas situações, sustos e tombos alheios entretêm e fazem rir pela surpresa do ocorrido e pela situação ridícula às quais as vítimas foram expostas. Existe, também, ironia sem intenções humorísticas, como as que se fazem em jornais, artigos acadêmicos e outros textos de caráter objetivo – muito embora elas causem, em sua maior parte, o riso, ou ao menos um sorriso em cumplicidade nos que a compreendem, conforme identifica Muecke (2005) ao mencionar seu efeito cômico.

Georges Minois (2003), seguindo a tendência descrita por Hutcheon (1994) entre os autores modernos, descreve a sátira como uma forma de humor por muitas vezes ofensiva, insolente, agressiva, que pode à primeira vista parecer progressista, mas que originalmente tem como característica se preocupar em proteger a ordem social. Da mesma forma, identifica a ironia como possivelmente nociva ao pensamento discursivo e questionador, uma vez que

ela agiria “pulverizando [o discurso] em uma multidão de pensamentos independentes” (MINOIS, 2003, p.436). A ironia, para o autor, se fez essencial entre a elite oitocentista, seus pensadores e reis. Se por um lado ela tinha como função fragmentar “o trágico da vida” para torná-lo risível, ela também tinha a capacidade de excluir, desqualificar alguém por meio do escárnio e de acusações de loucura. Dessa forma, a ironia funcionava como ferramenta de coesão social, mas também como constante ameaça. Tanto ironia quanto sátira, para Minois (2003), geram um riso que tem como verdadeiras vítimas aqueles que riem.

Em sua análise sobre o século XX (a obra data de 1946, por isso não é possível afirmar que seja uma observação contemporânea), Minois (2003) considera a ironia satírica - conjugação entre o gênero satírico e a ironia, que, conforme já apontamos, constitui uma manifestação do cinismo - como parte de uma *sociedade do riso*, que cria um “duplo cômico e caricatural” de toda a vida política. As referências diretas desse tipo de humor à vida social são, ao mesmo tempo, responsáveis por seu efeito cômico e por seu caráter conservador. Minois (2003) denuncia que “A zombaria política generalizada, longe de desembocar na subversão, acaba contribuindo para banalizar as práticas de denúncia” (MINOIS, 2003, p.593).

Ainda que não possamos, como enfatizou Hutcheon (1994), encerrar a questão considerando a ironia como conservadora, é possível observar em relação à ironia satírica e humorística - que segundo Muecke (2005), muitos consideram uma ironia “menor” ou mais “fácil” por se basear na zombaria – uma tendência a fragmentação da compreensão da vida social. Essa tendência, por sua vez, se revela complacente, e de alguma forma cúmplice de uma dada ordem hegemônica.

2.2 Lugares do sensacionalismo e do entretenimento

Certamente, o riso não é sinônimo de verdade. Não é necessário ter espírito para ter razão.
Georges Minois, *A história do riso e do escárnio*

A compreensão da ironia, do escárnio, da sátira, da paródia e do humor como maneiras de esvaziar significações (SAFATLE, 2008), concepção proposta pelo conceito de razão cínica, traz à discussão a possibilidade de não se ater apenas às sinceridades ou insinceridades do discurso quando da análise, uma vez que se entende que, na sociedade cínica, já não se fala *em nome* de verdade alguma – e isso é, ao mesmo tempo, sabido e ignorado pelo espectador.

O conceito de verdade, embora muito controverso e relativamente em desuso nos estudos contemporâneos de comunicação social⁷, existe ainda como ideia nos manuais de redação, nos editoriais dos jornais e nos compromissos firmados pelas empresas de comunicação que visam credibilidade. Supõe-se que o “poder de verdade” seja algo inerente aos fatos, e que o princípio de responsabilidade social do jornalismo, que regeria a profissão, daria ao público o quase sagrado “direito de saber” (MORETZSOHN, 2002). Embora a ideia esteja em desuso, os princípios de objetividade e imparcialidade designados ao jornalismo como maneira de se obter a “verdade” foram adotados, ao menos como discurso, pela imprensa ocidental em geral, e passaram a reger todo um modo positivista de se fazer jornalismo que agora, com o hibridismo com o entretenimento, o sensacionalismo e a tabloidização da mídia⁸ começa a entrar em crise.

A *verdade* seria, portanto, um compromisso firmado, mas nunca cumprido. Em parte pela impossibilidade de se “extrair a essência” dos fatos. Em parte, e conforme a crítica de Safatle (2008) aponta, por um descompromisso do discurso contemporâneo com critérios que se pretendem objetivos, e portanto uma dificuldade de indexação entre o discurso e o ocorrido.

Um exemplo para que se compreenda o descompromisso dos produtos midiáticos da sociedade cínica para com a “verdade”, ou seja, para com o *modus operandi* da imprensa moderna, é a convivência de telespectadores com programas que se dizem jornalísticos, mas têm apenas o sensacionalismo (e, conforme expusemos anteriormente o argumento de Matos (2006), não mais o “escândalo”, embora essa palavra seja recorrentemente utilizada pelos apresentadores desses programas) como critério de noticiabilidade. *Brasil Urgente*, programa apresentado por Datena na Band, e *Balanço Geral*, da Record, que adota o mesmo estilo, porém com abrangência regional, são recorrentemente criticados pelo público, pelo fato de tratarem de casos policiais, violência, e abordarem temas políticos apenas em tom de denúncia, embora essas denúncias não sejam embasadas em apuração jornalística, mas no senso comum⁹. Apesar das críticas e da desconfiança geral em relação a esses programas, é comum ouvirmos discursos como “o Brasil não tem mais jeito”, murmurados por pessoas

⁷ Sobre o conceito de verdade no jornalismo: CORNU, D. *Jornalismo e verdade*. Lisboa: Instituto Piaget, 1994; KIRKHAM, R. L. *Teorias da verdade: uma introdução crítica*. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

⁸ Conceitos que serão abordados a seguir

⁹ Como exemplo de denúncia política superficial, podemos citar um programa em que Datena passa mais de 15 minutos no ar tentando telefonar para a Sabesp, companhia responsável pela distribuição de água em São Paulo. Em vez de buscar por comunicados oficiais, explicações ou responsáveis, o jornalista entrevista a atendente que presta serviço para a empresa. **Datena se revolta e liga para a Sabesp**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TCEOMc8ifd8>>. Acesso em 07 de maio de 2015.

assistindo *Balanço Geral*, ou alguma explicação sobre “o novo golpe aplicado pelos bandidos”, aprendido por espectadores de *Brasil Urgente*.

Para Rosa Nívea Pedroso (1994) o tratamento sensacionalista da notícia coloca em questão sua credibilidade ou pode até mesmo sugerir que o jornalista esteja *inventando* o fato. O que ocorre em relação ao sensacionalismo na sociedade cínica é que a sensação e a razão, noções que se constituíram opostas no iluminismo, passam a fazer parte de um mesmo sistema de justificação, fazendo do jornalismo sensacionalista um produto midiático cínico, ou seja, baseado em noções contrárias, porém aceitas sem que pareçam contraditórias. Torna-se possível, assim, que uma reportagem ou um programa de televisão apele claramente para a sensação do público, mas ainda assim se afirme como racional, ou até mesmo como “objetiva” e “imparcial”, adjetivos ligados à ideia de verdade que o jornalismo contemporâneo insiste em não abandonar.

Pedroso (1994) caracteriza o sensacionalismo como uma atividade técnica e comercial, baseada em enfoques subjetivos das notícias, que podem ser opinativos, polêmicos, panfletários, justiceiros, condenadores, salvadores, perseguidores, vitimizadores, etc. São produtos que visam promover a aceitação ou a rejeição do público a respeito de uma determinada notícia ou assunto, e, portanto, envolver seus leitores por meio das paixões. Os jornais sensacionalistas seriam, para a autora, voltados para as classes populares, e por isso adotariam uma linguagem simples, com repetições, uma linha editorial que aborda as peculiaridades das notícias, e não o fato dessas aparentes peculiaridades apontarem para questões estruturais da sociedade. Eles ainda explorariam o gosto pela transgressão e pelo caráter brutal do cotidiano, características que, por alguma razão, a autora acreditava estarem ligadas à classe social do consumidor das notícias.

Turner (2010), ao desenvolver o conceito de tabloidização da cultura midiática contemporânea - da qual considera o sensacionalismo como uma das características marcantes - também nota sua afinidade com as tendências comerciais. Para o autor, as crescentes hibridações de jornalismo e entretenimento tendem a uma segmentação e ao mesmo tempo uma fidelização do público. O jornalismo sensacionalista certamente tem um público menor do que o jornalismo que se afirma “objetivo”, que busca atender a todas as demandas quando se declara imparcial. Mas esta segmentação de público criada pelo sensacionalismo e pela tabloidização atende às demandas publicitárias, e portanto é mais rentável.

A tabloidização seria, assim, um fenômeno, uma tendência da cultura midiática a gerar cada vez menos produtos puramente informativos, e cada vez mais híbridos de jornalismo e entretenimento, interesses humanos e interesse público, notícias e comportamento. O

infotimento, conceito que será discutido adiante, é o hibridismo característico desses produtos, ou seja, o resultado do processo de tabloidização da mídia. O crescimento do uso do sensacionalismo seria, por sua vez, uma das manifestações práticas do fenômeno de tabloidização, presente nos produtos de infotimento.

Um ponto de discordância que deve ser ressaltado entre Turner (2010) e Pedroso (1994) é que o primeiro não considera que a mídia tabloidizada e suas manifestações sejam uma demanda apenas das classes populares. Embora também afirme características como a o uso de linguagem popular, a exploração da sexualidade e um ponto de vista politicamente conservador nos produtos midiáticos que analisa, Turner (2010) acredita que é necessário limitar essa relação entre conteúdo textual e grupos sociais constitutivos da audiência. Se ligarmos um certo grupo apenas a determinado tipo de discurso, significa que duvidamos de seu poder cognitivo e de seu domínio de outros temas.

Para Olgária Matos (2006), o sensacionalismo funciona também como desinibidor da violência e do obsceno, e indica o fim da transgressão, uma vez que tudo é naturalizado. O extremo realismo midiático, que busca “mostrar as coisas sem qualquer mediação teórica” (MATOS, 2006, p.31), transforma os acontecimentos em abstrações, impermeáveis à razão. A descontextualização daquilo que gera ódio ou ressentimento não permite o conhecimento do objeto que as provoca, e nem o tempo de luto. Angústia e trauma na televisão geram, portanto, uma catarse ao revés: em lugar de uma produção cultural ter como função gerar luto, reflexão, palavras e categorias, ela ganha um potencial gerador de revolta e ressentimento.

Em entrevista ao programa *8 minutos*, que Rafinha Bastos conduz em seu canal no *Youtube*, Datena declara que não faz televisão para o público, mas para si, e afirma: “antigamente eu fazia humor na televisão brasileira. Hoje estou fazendo terror”. O próprio fato desse tipo de declaração não repercutir contra a credibilidade do programa aponta para a análise de Safatle (2008), de que na sociedade cínica já não se fala *em nome* da verdade. Não há problema em se admitir o sensacionalismo e a distorção de acontecimentos para que se obtenha uma reportagem “melhor”, e nem que isso seja feito para a realização pessoal: a apreensão do discurso pelos telespectadores não é comprometida.

Turner (2010) demonstra preocupação acerca do modo como esses produtos midiáticos que não têm compromisso com a verdade ou, melhor dizendo, com *o real*, possam ser apreendidos à partir do momento em que grande parte deles faz incursões ao real noticioso, embora sem se prender aos critérios de objetividade que cerceiam o jornalismo. Os valores-notícia desses programas não se pretendem universais ou objetivos, mas são definidos pelo apelo que determinado tipo de notícia parece ter para o público. No exemplo dos

programas policiais da tarde, as aproximações com o real noticioso são claras na medida em que *Brasil Urgente* e *Balanço Geral* se vendem como programas jornalísticos, ainda que sejam abertamente parciais e pouco objetivos. Nos *talk shows*, por outro lado, embora essas justaposições com o jornalismo fiquem menos evidentes, as referências são sempre acontecimentos que existem apesar do programa e fora dele: desde a política até a vida das celebridades.

O conceito de infotainment é uma entrada recorrente para o estudo de muitos produtos midiáticos contemporâneos. Desde o jornalismo sensacionalista até produtos televisivos dos mais variados formatos - passando pelo *talk show*, pelas longas reportagens de programas como o *Globo Repórter* ou *A Liga* da Band, por programas femininos matinais ou reportagens “bizarras”, como as apresentadas em uma das seções do portal de notícias G1 das organizações Globo - o entendimento do hibridismo entre informação e diversão perpassa essa ideia de que a mídia contemporânea tomou para si a função de reunir os dois papéis em programas diversos, especialmente devido à crise do modelo informativo, pouco atrativo para os sujeitos multifacetados da sociedade pós-industrial.

Para Fabiana Moraes da Silva (2008), o infotainment diz respeito a novas notícias - e de um modo de noticiar que lhes é próprio - que, para atender a uma demanda de mercado e ganharem audiência, se aproximam cada vez mais da diversão, criando (ou sofisticando) uma modalidade informativa que prioriza o espetacular. A ideia de entreter o público torna-se fundamental, e é levada para o ambiente do jornalismo, que aos poucos (e nem sempre assumidamente) abandona os ideais de objetividade e imparcialidade, tornando-se mais subjetivo e voltado para novos critérios de noticiabilidade. A informação e o espetáculo são, assim, “reunidos no mesmo pacote” (SILVA, 2008, p. 102). A autora diagnostica o surgimento de um novo conceito de notícia, que passaria por dois pontos: o antigo, que privilegia o entendimento de notícia como uma parte concreta da realidade, extraída e veiculada pela mídia, e um novo, cujo principal objetivo é entreter uma plateia.

É interessante notar a presença da plateia como um fator ligado ao entretenimento, ainda que a referência a ela seja apenas uma maneira figurativa de citar a audiência do programa de televisão ou o leitor de uma coluna de fofocas. Enquanto o público do jornalismo é referido como leitor ou espectador, e colocado semanticamente em um papel mais distante e impessoal, a plateia do entretenimento é participativa, conivente, próxima. É possível pensar, a partir dessa abordagem, como programas de auditório que têm uma plateia real, física, presente nos estúdios, estabelecem um contrato de leitura diferente dos programas informativos. Podemos inferir uma pretensão de entretenimento em programas que têm

plateias prontas a aplaudir, rir e chorar nos momentos que pedem essas intervenções. É importante notar, porém, que nem todo programa de entretenimento conta com uma plateia em estúdio – embora o fato dessa plateia existir seja um bom indicativo da intenção de entreter. Voltaremos a essa questão no próximo capítulo, em análise das matrizes discursivas e dos elementos constitutivos do *talk show*.

Para Aguiar (2008) o entretenimento é uma ferramenta mercadológica. O produto dos jornais continua a ser a notícia, mas o entretenimento é uma importante forma de estimular seu consumo. Embora o infotimento seja considerado um fenômeno recente, o autor observa sua presença nos jornais desde o século XIX, com os folhetins ficcionais nas páginas dos periódicos e, especialmente, o surgimento do lide no jornalismo e o modelo da pirâmide invertida. De acordo com sua análise, as técnicas de redação das matérias jornalísticas não surgiram para priorizar a informação mais importante, mas o que há de específico naquela notícia; a ênfase na singularidade é uma forma de entretenimento, uma maneira de reproduzir a experiência individual de percepção dos acontecimentos.

Para exemplificar o fascínio pelo singular e o potencial de entretenimento de reportagens com títulos que enfatizam as particularidades dos casos, é possível citar uma reportagem divulgada pelo R7, portal de notícias da Rede Record, no dia 26 de maio de 2015, na página denominada “entretenimento”. O título da matéria é: “Cleide espirrou enquanto fazia xixi e deu à luz bebê hermafrodita”¹⁰. Depois do título sensacionalista, o texto da matéria explica que a mulher não sabia que estava grávida, que começou a sentir contrações e pensou que fossem cólicas, por isso foi ao banheiro, e que a falta dos exames pré-natais impossibilitaram a detecção da má formação do bebê. O fato do nascimento de um bebê com uma deformidade genital ter sido considerado pelos editores uma notícia de entretenimento só pode ser explicado pela particularidade do caso, que depois apareceu no *Programa da Tarde*, da emissora de TV do mesmo grupo. Um título ou chamada tão singular atrai a curiosidade de espectadores e internautas, e a construção da matéria funciona exatamente da forma descrita por Aguiar (2008): parte-se do mais específico para depois mencionar o que há de geral ou comum no caso.

A visão positiva que Aguiar (2008) tem do infotimento se deve ao potencial de atração do público que o entretenimento agrega ao jornalismo. Para o autor, o infotimento é frequentemente entendido como um gênero inferior devido à crença de que o interesse despertado por aquele tema é incompatível com outro critério essencial de noticiabilidade: a

¹⁰ Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/programa-da-tarde/fotos/cleide-espirrou-enquanto-fazia-xixi-e-deu-a-luz-um-bebe-hermafrodita-entenda-o-caso-26052015#!/foto/9>>. Último acesso em 30 de maio de 2015.

importância da notícia. Aguiar (2008) acredita, porém, que essa incompatibilidade não seja um dado, mas uma opção. Seria possível assim conciliar interesse e importância, desde que haja um esforço editorial para isso, e o resultado dessa combinação seria um produto jornalístico que, ao mesmo tempo, fosse capaz de informar e entreter. O entretenimento seria, dessa forma, um meio muito eficiente para se atingir o objetivo maior do jornalismo, que é informar um grande número de pessoas.

Para Silva (2008), por outro lado, o infotimento nem sempre teria o papel de atrair o interesse do público para assuntos importantes. Isso porque a lógica do interesse como valor-notícia muitas vezes se sobrepõe à da importância. A autora afirma que o infotimento é responsável pela geração de *não notícias*, provenientes de *não acontecimentos*. Isso significa que o jornalismo passa a abrir mão da necessidade de acontecimento, antes considerada a base de toda notícia. Não é mais preciso esperar que algo aconteça: o acontecimento pode ser produzido para atender às demandas midiáticas. Os *pseudo eventos*, como ela denomina, não são acontecimentos espontâneos, mas planejados, plantados ou incitados. São feitos apenas para serem reportados e reproduzidos. Não se questiona a realidade de um pseudo evento, mas se aquilo vale a pena noticiar. Sua relação com o conceito de realidade é ambígua, e é isso que gera o interesse, critério de noticiabilidade fundamental no infotimento.

O sentido do pseudo evento descrito por Silva (2008) se encerra nele mesmo. Suas causas e consequências não são externas, mas internas ao evento, dessa forma há um deslocamento do valor-notícia da *importância* para o *interesse*, e não uma conciliação de ambos conforme descrito por Aguiar (2008). Isso daria, então, origem às não-notícias. Nesse tipo de jornalismo, marcado pelo infotimento, a produção toma o lugar dos conceitos de espontaneidade e de verdade. É como uma reportagem da revista *Caras*: o conteúdo é exclusivo, agendado e produzido pelo próprio veículo de comunicação, na medida em que, por exemplo, a revista leva um casal famoso para uma lua-de-mel na Ilha de Caras e a notícia é a própria viagem, financiada e produzida pela revista.

O *talk show* obedece à mesma lógica de agendamento e produção de notícias. A presença de um convidado ilustre e a entrevista criada são transformados em acontecimento e pautam o programa. Não é necessário que uma celebridade tenha algo de factual ou *importante* para dizer. A própria aparição e entrevista se transformam em razão suficiente para que aquilo seja considerado extraordinário, *interessante*, e ganhe espaço na televisão. O *talk show* controla, em parte, o regime de visibilidade das celebridades, convidando-as a participar das entrevistas. Ao mesmo tempo, ele é pautado e têm a audiência condicionada à disponibilidade e ao interesse das celebridades em participar do programa. O sentido do que é

discutido em um *talk show*, porém, nem sempre se encerra no próprio produto midiático. As celebridades muitas vezes comentam assuntos polêmicos da vida pública. Em outros casos, a polêmica se inicia em um *talk show* e se estende para muito além dele, agendando acaloradas discussões sociais.

Considerando a possibilidade de criação e produção dos eventos a serem noticiados, e também a total independência que eles adquirem dos acontecimentos externos em alguns casos, o entendimento de que o infotenimento funciona como estímulo ao consumo de notícias de assuntos importantes não se mostra legítimo. O potencial positivo que Aguiar (2008) enxerga no infotenimento pelo fato de que ele incitaria o público a se interessar pela informação ganha contraponto no texto de Silva (2008), uma vez que, para a autora, as notícias criadas pelo mundo do infotenimento são autorreferentes e não são permeáveis aos acontecimentos que pautam a vida em sociedade.

Ainda que possamos encontrar um equilíbrio entre as visões positivas e negativas do infotenimento, a insuficiência crítica do conceito aparece quando se nota que ele não alcança particularidades de cada produto midiático. Quando se coloca na mesma categoria de análise vários produtos tão diferentes, que vão desde reportagens jornalísticas até *reality shows*, torna-se impossível a análise de questões caras à compreensão de cada um deles. A aparente blindagem do discurso humorístico, que será discutida adiante e se faz um dos problemas centrais desta dissertação, uma vez que observamos que os produtos híbridos de humor não são responsabilizados pelas informações que transmitem ou pelos posicionamentos que assumem, é um exemplo de demanda não resolvida pela abordagem dos produtos híbridos através deste conceito.

Para que se possa analisar o *talk show* e o discurso humorístico, é preciso, para além do estudo do infotenimento, da ironia e do cinismo, uma busca pela melhor apreensão de como se dá a relação entre “mundo real” e piada. Por ter referentes no mundo real, ao tratar de pessoas e situações que existem para além dos domínios midiáticos, e ao mesmo tempo não tendo responsabilidade que o noticioso exige, a piada em estilo *stand-up*¹¹ dos *talk shows* de Danilo Gentili e Rafinha Bastos estabelece uma relação *sui generis* entre o real e o *ficcionalizante* na televisão.

¹¹ Tipo de humor sem personagens, ambientações, cenários, ou figurinos, no qual o humorista se vale apenas de sua visão peculiar sobre o mundo para entreter a plateia e fazê-la rir.

2.3 O mundo entre parênteses

Grande parte da nossa mídia tem uma relação visivelmente instável, para não dizer exploradora, com a realidade e com a verdade. Os limites entre a chamada pureza de informação e do entretenimento são diariamente cruzados. A confusão na distinção entre as reportagens descritivas e analíticas e os editoriais tornou-se uma característica da imprensa mundial. (Tradução nossa)¹²
Roger Silverstone, *Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life*

De acordo com a teoria de Wolfgang Iser (2002) sobre a ficção, o mundo ficcional é produto de uma relação que mistura real e imaginário, transgredindo ambos os universos: o do real, pois “irrealiza-o” com o imaginário, e o do imaginário, pois realiza-o com elementos do real, transformando-o assim em um texto inteligível. Essa mistura entre real e imaginário, porém, não está em partes iguais em todos os produtos do gênero ficcional. A seleção de elementos que partem do real ou do imaginário fica por conta do autor. Para Iser (2002), uma das características que diferencia o ato de fingir do texto que trata do real é a ausência de critérios nessa seleção de elementos, de maneira a se criar um novo mundo, um novo campo de referências. “Assim, os elementos escolhidos terão outro peso do que tinham no campo de referência existente” (ISER, 2002, p.962).

Os elementos textuais presentes no texto ficcional não são, por si só, ficcionais. A seleção que atua sobre eles é que os tira do lugar de real, transformando-os em objetos de percepção e em signos de outras coisas. Os elementos do texto têm seus significados alterados pela organização textual, pela combinação que o autor faz entre eles, e portanto é possível notar no texto ficcional muitos elementos reais, que são transgredidos pelo imaginário e portanto dão origem a um mundo reformulado, não empiricamente, mas em sua pragmática própria.

Para além da seleção e da combinação de elementos, que seguem suas próprias regras e ganham seus próprios significados por não serem versadas por acontecimentos externos, Iser (2002) identifica a necessidade de autodesnudamento como condição para que um texto ficcional seja compreendido como tal. Embora existam ficções que não são reconhecidas dessa forma, especialmente as ficções que têm valor de fundamentação e explicação do mundo (como mitos, teorias, etc.), estas geram um dilema filosófico voltado para a necessidade de desmitificação. Ainda que não se questione o valor heurístico de uma ficção

¹² Original: “Much of our media has palpably an unstable, not to say from time to time an explorative, relationship to reality and to truth. The boundaries are daily crossed between the so-called purity of information and entertainment. The blurring of the distinction between descriptive and analytic reporting and the op. ed. has become a feature of the world’s press.”

criada para possibilitar a simplificação e a compreensão do mundo, a filosofia tenta evitar que ela se qualifique como realidade, e volta-se para seu desnudamento.

No *texto* ficcional, porém, é importante que a ficção apareça acompanhada de signos compartilhados entre autor e público que convencionalmente assinalam o fato de que aquele texto não pretende tratar do mundo como ele é, mas de uma pequena parte do mundo colocada entre parênteses e que atende a critérios de seleção e combinação determinados não pelo mundo empírico, mas pelo desejo do autor. O contrato estabelecido entre autor e público passa por esse reconhecimento do fingir. Para além disso, esse acordo também implica que o leitor julgue esse mundo colocado entre parênteses de acordo com os mesmos critérios que julga o mundo real, mesmo que ele seja irreal ou impossível. A ideia é que se encontre, assim, um elemento de comparação, de equivalência, que dê sentido àquela ficção. O leitor, portanto, deve compreendê-la *como se* fosse real, embora tenha a consciência de que não o é. É esse contrato do “*como se*” que exime a ficção da necessidade de desmitificação, pela qual ela passaria se não fosse amplamente reconhecida como tal (como é o caso, conforme mencionamos, das ficções que se prestam a explicações do mundo: desde a mitologia até o modelo atômico, todas as ficções que não incluem o *como se* em seu contrato, incitam constantes tentativas de desmitificação, para que não se transformem em enganos).

Pelo reconhecimento do fingir, todo o mundo organizado no texto literário se transforma em um *como se*. O pôr entre parênteses explicita que todos os critérios naturais quanto a este mundo representado estão suspensos. Desta forma, nem o mundo representado retorna por efeito de si mesmo, nem se esgota na descrição de um mundo que lhe seria pré-dado. (ISER, 2002, p.973)

A ficção tem como grande potência a possibilidade de dar novos significados e novas perspectivas ao real, que surgem com a aproximação comparativa entre os dois mundos gerada pelo pacto de autodesnudamento, a colocação do mundo entre parênteses e a interpretação daquilo *como se* fosse real. Quando as ficções textuais não são eficientes em colocar o mundo entre parênteses, elas perdem o sentido e se tornam redundantes, meras cópias do real. Sem o distanciamento entre mundo real e fictício, o encantamento e o poder crítico da ficção se perdem junto com a possibilidade de comparação e da busca por novos significados no que é real, conhecido e cotidiano. Ao mesmo tempo, na medida em que o ficcional não é eficaz em separar o mundo que criou do mundo real, a responsabilidade do autor em relação ao que aquele texto afirma ou sugere é maior. Isso porque, ao se tornar uma cópia do real, o mundo ficcional passa a ficar cerceado por limites que não existem em uma ficção que cria seu próprio mundo.

Os gêneros, sejam literários, cinematográficos ou televisivos, são categorizações e, desde que não usados de maneira irônica, permitem o desnudamento das ficções, e portanto o cumprimento do “*como se*”, necessário ao pacto ficcional. O espectador de um filme de super-heróis, por exemplo, tem plena consciência da ficcionalidade daquele texto, e tacitamente aceita seu papel de compreendê-lo *como se* ele se referisse a uma realidade, possibilitando a fruição da obra ficcional. O público que assiste a um documentário clássico, por outro lado, busca uma visão a respeito do real, logicamente mediada, porém que obedeça a critérios mais objetivos de seleção e montagem.

Os exemplos usados são simplificadores, é claro, pois entre pessoas com superpoderes incumbidas de salvar o mundo e o documentário em seu sentido estrito, com o mínimo possível de interferência na realidade a ser registrada, existem incontáveis nuances. A dificuldade em se compreender o pacto de leitura que as obras estabelecem com seus públicos surge, assim, no momento em que pensamos em produtos híbridos, que habitam a difusa fronteira entre a objetividade dos critérios seleção, para que se fale sobre uma realidade, e a total liberdade de criação com o autodesnudamento do pacto ficcional.

No caso do humor baseado em ironias satíricas como o dos *talk shows* *Agora é Tarde* e *The Noite*, o papel do real parece ser muito proeminente, o que o diferencia de outros discursos humorísticos. A ironia satírica *não* é propriamente um discurso ficcional, e embora possa ser analisada em termos do que há de real e de imaginário, a melhor maneira para descrevê-la é como ficcionalizante. O mundo criado pelo humor em estilo *stand-up* de Rafinha Bastos e Danilo Gentili tem fronteiras muito frágeis em relação ao mundo real: é característica do *stand-up* não criar personagens, não criar ambientações, fantasias ou elementos lúdicos. O mundo ficcional, entre parênteses, não é construído para a piada. O humor se dá apenas através de uma leitura – ficcionalizante, por conter traços “irrealizantes” de imaginário - que o humorista oferece para o público a respeito do mundo real. É como Muecke (2005) descreve a ironia observável: ela não está no mundo em forma de ironia, mas não pode ser negada à partir do momento em que alguém assim interpreta uma sequência de acontecimentos externos. Além disso, o diálogo se dá com entrevistados reais, plateia real, e as referências das piadas são sempre notícias reais, e em geral do dia, ou seja, até o afastamento temporal, que poderia colaborar para “irrealizar” as piadas, não existe. Por outro lado, contribuindo para os elementos ficcionalizantes, os critérios de seleção não seguem definitivamente uma regra de conduta como os do jornalismo objetivo, e exatamente por essa razão se mantém a preocupação ressaltada por Turner (2010) de que as incursões desses

programas ao real noticioso possa fazer com que o público tome seu conteúdo por informativo.

Marcelo Tas, jornalista e ex-companheiro de bancada de Rafinha Bastos e Danilo Gentili no programa *CQC – Custe o Que Custar* da Band, resumiu essa preocupação em uma frase de seu artigo na revista ESPM de jornalismo: “Tem gente vendo o *CQC* como um programa jornalístico, como fonte primária de informação” (TAS, 2013, p.30). Torna-se, assim, relevante o questionamento a respeito dos limites daquela leitura de mundo ficcionalizante que dá origem às piadas, à visão enviesada e irônica dos programas que misturam jornalismo e humor na televisão.

Silmara Cristina Della-Silva (2008) observa que mesmo em gêneros televisivos tão diversos e aparentemente antagônicos no que diz respeito à relação entre realidade e ficção quanto o telejornal e a telenovela, existe um ponto de intercessão, uma transposição de temas, embora a abordagem se dê de formas diversas. Enquanto para o telejornalismo o sujeito é o próprio fato relatado, a telenovela cria personagens e um mundo ficcional, abordando questões das esferas públicas e privadas com um caráter de contemplação da experiência diária dos espectadores. Ainda assim, a autora conclui em sua análise do *Jornal Nacional* da Rede Globo e da novela *O Clone*, exibida logo a seguir no mesmo canal, que há uma relação de paráfrase entre a notícia do telejornal e vários temas abordados na novela, como as questões da falsificação, do contrabando e das drogas. O mesmo discurso moralizante, que encontramos nos jornais através de adjetivos ou descrições de sujeitos e seus papéis sociais, está presentes nas falas dos personagens da novela, como por exemplo a ideia de que o usuário de drogas age financiando o tráfico e, portanto, as mortes decorrentes dele. Essa continuidade discursiva mostra como, ainda que um discurso seja assumidamente ficcional, ele se posiciona em relação ao mundo real e, especialmente, em relação a uma visão institucional. A telenovela atua discursivamente de modo a legitimar o que foi dito no telejornal, ainda que apenas o segundo gênero tenha um compromisso mais direto para com a realidade.

Para Silverstone (2002) o problema ético na representação midiática do outro se dá no momento em que as fronteiras entre a pura realidade e o puro entretenimento ficcional se apagam, e a mídia deixa, portanto, de exigir do espectador um engajamento para com as representações que propõe. A mediação da tela nos coloca, muitas vezes, em contato com realidades duras, mas tira grande parte de sua dureza no processo de mediação da alteridade. Para o autor, a transposição ilusória dos limites entre o “como se” da representação midiática e o real tem fortes influências na maneira como nos colocamos no mundo.

A questão que compromete a representação do outro, e portanto o valor ético e social de nossas produções midiáticas é, para Silverstone (2002), o embaralhamento dos contratos de mediação. A partir do momento que a mediação se faz como um jogo, que mistura real e ficcional, notícia e entretenimento, há uma quebra de confiança, e já não fica claro o que tem compromisso com o real em meio a tantas produções midiáticas. A mediação transformada em jogo, que por vezes fala em nome do real, por vezes em nome da ficção e, outras vezes, ainda, em nome de ambos. Ela cria regras próprias, que não passam por critérios como “real” ou “inventado”. O que a sociedade cobra dessa mídia não é que ela noticie o fato com integridade, mas que siga as regras do jogo que criou, que passam por entretenimento, estética, valor cultural, etc. Quando se pensa na mediação como um jogo, isso significa que os participantes não precisam se responsabilizar por nada além do cumprimento de suas regras: o jogo em si e suas consequências deixam de ser uma preocupação dos espectadores e da mídia. O tipo de valor que o jogo midiático perpetua ou o tipo de representação que ele faz do outro deixam de ser questões centrais, em detrimento do valor estético ou de entretenimento do produto.

Há, portanto, uma diferença entre acreditar numa narrativa ou relato, que significa acreditar no ocorrido factual, e acreditar nas estruturas midiáticas que o veiculam. Quando se pensa nas estruturas midiáticas, o ocorrido pode ficar em segundo plano, superado, por exemplo, pela estética e pela autoridade do gênero, ou, no caso do *talk show*, pelo entretenimento e pelo humor. A mediação contemporânea envolve essas duas questões relativas à credibilidade, e esses dois tipos de textualidades, mesmo que sejam contraditórias. Isso complexifica muito sua relação entre factual e ficcional.

Podemos dizer, assim, que o *talk show*, ao colocar-se como um jogo que discute de maneira “leve e bem humorada” assuntos do dia, cria uma relação diferente com o real e o ficcional. Ele não se propõe a atender a nenhum dos dois critérios, mas a se fazer como um jogo midiático, cujo valor é medido pela celebração das personalidades convidadas, pela qualidade técnica, pela capacidade de fazer rir, pela perspicácia de seus apresentadores, tudo isso em detrimento dos valores por ele difundidos. O contrato que rege esse tipo de programa passa, assim, pela verificação do cumprimento das regras do jogo da mediação, mas não pelo questionamento do lugar desse jogo e dessas regras no mundo.

Rodrigues (2011), buscando a compreensão de produtos midiáticos através da ideia de cinismo, como também fazemos neste trabalho, afirma que a televisão já se mostra cínica a partir de um primeiro pacto estabelecido com o espectador, que a autora denomina “pacto cultural”. Para que tenham o direito de usar uma concessão pública, as emissoras declaram a

todo momento interesse em educar, entreter e informar indivíduos, afirmativas que nenhum de seus espectadores deixa de questionar. É transparente que, como empresas privadas, as emissoras visam o lucro, e não compromissos sociais. O desvelamento dessa contradição, porém, não tem nenhum potencial crítico. A contradição, a partir do momento em que é posta, é compreendida como resolvida, e seu apontamento se torna vão.

Para Rodrigues (2011), o cinismo na produção e no consumo televisivos é como uma práxis às avessas. “A enunciação da verdade anula uma prática contrária à falsidade” (RODRIGUES, 2011, p.16). É como se, em nosso exemplo anterior, a atitude de Datena ao se assumir adepto de um “jornalismo terrorista” fosse suficiente para a redenção do tipo de programa televisivo que ele faz, e portanto, ainda que nem jornalista e nem público acreditem na qualidade daquilo que se produz e consome, o ciclo mercadológico pode prosseguir, contraditoriamente justificado e de acordo com as regras propostas pelo jogo da mediação.

Se a crítica e o desvelamento de um sistema de exploração eram, para o marxismo, os caminhos que indubitavelmente levariam à revolução, o fim da ilusão levaria necessariamente ao fim do espetáculo. O que Rodrigues (2011) ressalta, porém, é que a contemporaneidade é cheia de personagens como o Mr. M: o mágico cujo espetáculo é cheio de desvelamentos – e isso, além de não prejudicá-lo, fortalece-o.

A autora vê, na dominação mercantil das relações humanas diagnosticada por Adorno (2002) ao apresentar a ideia da indústria cultural – a transformação de cultura em bens acumuláveis -, uma reificação muito naturalizada dos indivíduos. “Mesmo que saibamos que o trabalho é a origem desse mundo de coisas, agimos *como se* estivéssemos lidando com forças da natureza” (RODRIGUES, 2011, p. 22).

O grifo na expressão “como se” usado por Silvia Viana Rodrigues (2011), não passaria despercebido a ninguém que se dedique a pensar as relações entre realidade e ficção. É o mesmo *como se* do pacto ficcional proposto por Iser (2002): para que algo possa ser considerado ficcional, é necessário um acordo entre autor e público versando que aquele mundo não é real, mas deve ser compreendido *como se* o fosse. Iser, porém, propõe este pacto como forma de fruição de uma obra literária ficcional. Rodrigues (2011) o estende, dando a entender que ficcional não é apenas o *reality show* ao qual dedica seu estudo, mas todas as relações produtivas que mantêm coesa a sociedade que produz aquele ritual de sofrimento chamado – ironicamente - “*reality*”.

A abordagem da autora em relação aos *reality shows* que estuda vai de encontro a uma linha de produções acadêmicas anteriores¹³ que entendiam esse tipo de programa como propagador do voyeurismo. Para além das cenas sexualmente insinuantes (ou até mesmo explícitas), Rodrigues (2011) identifica uma relação cínica de exploração do sofrimento e do confinamento, uma forma de consumo dos indivíduos que determina um preço não mais por horas de trabalho como na interpretação marxista, mas pela exposição do que eles realmente são – quando comem, tomam banho, dormem, lavam a louça.

Mais do que apontar para as contradições do discurso e as distorções da linguagem, como o erro, as ilusões, as insinceridades e os mal entendidos, a análise de produtos midiáticos baseada no conceito de razão cínica visa questionar os modelos legitimadores das nossas formas de vida e a maneira como eles perpassam a cultura midiática contemporânea. O simples desvelamento da produção por trás do *Big Brother Brasil* não seria capaz de trazer questionamento, uma vez que, conforme já mencionamos e exemplificamos com esse mesmo produto midiático, a sociedade cínica é perfeitamente capaz de conviver com os discursos midiáticos contraditórios. O que Safatle (2008) pondera e Rodrigues (2011) usa como uma chave de leitura para a análise de um produto midiático é a possibilidade de fortalecimento da crítica – à revelia do enfraquecimento causado pelo uso indiscriminado da ironia – através da compreensão da cultura (e desta vez não no sentido relativo à indústria cultural, mas no sentido antropológico do termo) que justifica as contradições da linguagem e dos produtos midiáticos.

Para Rodrigues (2011), os rituais de sofrimento televisionados não o são por uma simples questão de voyeurismo, mas por causa da perversidade da sociedade que demanda e produz essa agonia. A autora vê, portanto, usando o cinismo como operador crítico, o produto midiático para além das regras do jogo da mediação. O que se busca, com a compreensão de uma mídia cínica, que se baseia em critérios indexadores contraditórios para sustentar uma visão de mundo hegemônica, é a crítica não dos fatores que fazem parte da mediação, como estética, técnica, etc., mas do lugar que o produto midiático analisado ocupa em nossa cultura.

¹³ A autora cita como exemplo dessas abordagens o trabalho de ROCHA, Débora Cristine. **Reality TV e Reality show: ficção e realidade na televisão**. In: Revista Associação Nacional dos programas de pós-graduação em comunicação. V. 12, n.3. Brasília, set/dez de 2009.

3. O *talk show* brasileiro: gênero, história, matrizes culturais

3.1 – Sobre o conceito de gênero

Pois falar sobre matrizes não é evocar o arcaico, mas explicar as permanências, para indagar não o que sobrevive do tempo em que os relatos ou os gestos populares eram autênticos, mas o que faz com que certas matrizes narrativas ou cenográficas sigam vivas, isto é, sigam secretamente conectadas à vida, aos medos e às esperanças do povo. (Tradução nossa)¹⁴
Jesús Martín-Barbero, *Oficio de cartógrafo*.

Muito embora o objetivo desta dissertação não se esgote na criação de uma taxonomia que permita analisar os *talk shows* enquanto produtos cínicos, híbridos ou relativos aos mundos real ou ficcional, a necessidade de classificá-los de alguma forma que permita compreender as expectativas geradas por esse tipo de programa se faz presente e determinante no estudo de *Agora é Tarde* e *The Noite*.

Ainda que compreendamos os problemas em torno da ideia de gênero, que envolve o risco de gerar uma taxonomia infértil, ou ainda de hierarquizar conteúdos e reforçar as ideias elitistas a respeito do (bom) gosto - ligando alguns produtos comunicacionais a classes sociais estabelecidas de acordo como sua complexidade, tradição ou mesmo a traços enunciativos -, a importância de se desenredar os direcionamentos extratextuais de um produto televisivo faz com que este campo conceitual não possa ser abandonado.

Se as concepções “puristas” acabaram revelando-se reprodutoras na descrição dos modos de organização dos programas e da programação na TV, isso não significa, no entanto, que o campo conceitual dos gêneros não possa ser operativo para tratar do que ocorre hoje com a linguagem televisual. (FECHINE, 2013, p.196)

A compreensão dos gêneros midiáticos enquanto 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 produtos estéticos e sociais, partes de uma construção histórica acerca da ideia do gênero. Fernanda Silva (2013) afirma que a noção que prevalece socialmente a respeito dos gêneros televisivos se aproxima ao conceito de formação discursiva de Foucault, “segundo o qual a compreensão dos fenômenos

¹⁴ Original: “Pues hablar de matrices no es evocar lo arcaico sino hacer explícito lo que carga hoy, para indagar no lo que sobrevive del tiempo aquel en que los relatos o los gestos populares eran auténticos sino lo que hace que ciertas matrices narrativas o escenográficas sigan vivas, esto es sigan secretamente conectando con la vida, los miedos y las esperanzas de la gente.”

contemporâneos resulta de uma série de disputas discursivas históricas que tendem a apagar as rupturas em nome das continuidades” (SILVA, 2013, p. 126). Pensando deste modo, a autora conclui 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 Fechine (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*. 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) de recepção. Isso nos leva à compreensão de que a ideia de gênero, mesmo que controversa nos estudos da comunicação, não pode ser negada ao se falar de televisão, uma vez que ela guia produtores e espectadores no contato com o conteúdo televisivo, e se torna, dessa forma, fundamental para sua compreensão e análise.

Vera França (2006) reconhece a dificuldade em se lidar com o estudo de gêneros na televisão, uma vez que eles constituem categorias com grande mobilidade. Ainda assim, a autora afirma:

A mistura e mobilidade de gêneros não eliminam sua existência – toda linguagem constrói seus formatos estandardizados e reconhecíveis, sob a pena de criar incomunicabilidade. E as dificuldades de reconhecimento não diminuem a necessidade de buscar sua identificação. (FRANÇA, 2006, p.31)

Adotando o desafio proposto por França (2006), 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 são colocados em perspectiva histórica pelo estudo das matrizes culturais, e 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.

Para Jost (2007) a ideia de “promessa” de gênero se adequa melhor a este tipo de relação do que o conceito de “contrato” usado pelos analistas de discurso. Isso porque “o ato promissivo é um ato primeiramente unilateral e performativo” (JOST, 2007, p.72). O telespectador não precisa, portanto, aceitar aquelas promessas para assistir a um determinado programa. A ideia de que ele aceita, “assina” o contrato, se faz com base em uma concepção de leitor modelo que não pode ser tomada como base para que se estudem essas relações. Para o autor, o espectador crítico não deve apenas aceitar aquelas promessas de sentido, mas confrontá-las com o produto a que assiste para verificar se foram ou não cumpridas. Esse movimento de empoderamento do espectador da televisão por trás da troca de palavras de “contrato” para “promessa” é interessante para nós, pois aponta para o fato de que o telespectador não precisa, como discutimos anteriormente, se ater ao jogo da mediação, mas pode questioná-lo.

A taxonomia apresentada por Jost (2007) para tentar confrontar a dificuldade em se lidar com gêneros televisivos trabalha com grandes categorias de referência como chaves para o entendimento dos diferentes programas televisivos. Dois fatores são, portanto, importantes para que se possa sistematizar genericamente as emissões. O primeiro deles é o mundo ao qual a enunciação se refere. Para o autor, os diferentes produtos televisivos dos mais variados gêneros se referem: (a) ao mundo real, no qual os gêneros fazem referência ao mundo externo ao texto, como é o caso das reportagens, dos documentários e das entrevistas; (b) ao mundo

ficcional, regido por regras diferentes, que supõem a suspensão da incredulidade, como acontece nos filmes de ficção e nas telenovelas, nos quais é possível que personagens mortos voltem à vida, animais falem, etc.; ou ainda (c) ao mundo lúdico, baseado em jogos, no qual “os atos, os gestos ou as imagens fazem sempre referência às regras que os organizam” (JOST, 2007, p.64), como é o caso dos concursos, sorteios, *reality shows*, shows de calouros, entre outros.

Ao *para a verdade* da informação, que toma o mundo como referente, ao *para a falsidade* da ficção, que visa a um universo mental, é necessário então acrescentar um *para o riso*, cuja mediação toma por objeto, quer se trate de jogar com a linguagem (enunciação), de jogar com o jogo (*aléa*) ou de fazer a arte pela arte. (JOST, 2007, p.65)

O *talk show* estaria, assim, na categoria do mundo lúdico, que aponta o fazer televisivo pelo próprio jogo enunciativo. Novamente, vemos uma indicação de um gênero que, entre o comprometimento com a realidade e o afastamento da ficção, se faz em fronteiras próprias, tomando notícias e atualidades como campos de referência. O lúdico é, portanto, um mundo que cria suas regras de enunciação, circulando entre as questões do mundo real e as da ficção, mas sem compromisso com a realidade ou com as consequências que ultrapassam os limites do jogo, conforme observamos no capítulo anterior, com a retomada de ideias propostas por Silverstone (2002).

Para além da grande questão do mundo de referência, um segundo ponto relevante proposto por Jost (2007) para a classificação das emissões é o tom. Uma entrevista, como formato, pode ter diferentes tons: seriedade, humor, sarcasmo, insolência, etc. O tom não se confunde com o mundo. Ele se ancora na figura do apresentador (no caso dos mundos real e lúdico) ou dos personagens. Ainda que uma reportagem seja permeada por momentos de descontração, isso não é suficiente para considerarmos que seu mundo é lúdico: o mundo de referência da reportagem é o real, apenas seu tom que pode ser informal, humorístico, divertido, enfim.

Ainda que seja impossível que se tente compreender *todos* os produtos televisivos aos quais temos acesso através dessa taxonomia, a principal qualidade dessas maneiras de classificar propostas por Jost (2007) é o fato de elas permitirem que se pense na recepção. Os gêneros, compreendidos como um padrão amplamente aceito de estruturação de determinados tipos de discurso, influenciam a maneira como se estabelece o contato entre espectador e produto, e o sistema de expectativas que cada produto midiático cria em seus espectadores é

muito bem problematizado quando se pensa na interferência dos fatores tom da enunciação e mundo de referência.

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 televisivos e seus formatos. Ele não está ligado ao purismo classificatório da forma, e por isso funciona aqui como um operador analítico que aproxima e caracteriza os programas estudados. As ideias de formato, programa e tom do discurso fazem parte da revisão bibliográfica sobre o tema, e permitem um melhor desenvolvimento do que se entende como gênero televisivo.

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, de mundos e tons diversos, 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) o gênero televisivo, por ser apenas um modelo e em constante atualização, é algo da ordem da virtualidade. 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

(embora tendam para uma linha bastante opinativa). Outros, como *Humor na Caneca*, que convida a cada edição um comediante diferente para apresentar cinco minutos de seu texto de *stand-up comedy*, direcionam o programa para o entretenimento. Cada alteração ou novo quadro é fruto de uma negociação entre direção, produção, audiência, apresentador, entrevistados, etc. São espaços para novas disputas relativas ao programa e ao gênero, que ocorrem mesmo em um produto comercialmente sólido e facilmente classificável quando se fala sobre gêneros televisivos.

Sobre as transformações que ocorrem mesmo dentro de um conceito aparentemente fechado de gênero televisivo, Fechine (2013) 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 Martín-Barbero (2002), o entendimento das chamadas mídias massivas¹⁵ por meio do conceito de gêneros permite pensar o popular, as tradições, e especialmente as maneiras como eles se manifestam na cultura midiática, que não se dão apenas por uma imposição cultural, mas se fazem em 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 ele, “um lugar específico de interseção entre as matrizes culturais e as práticas comerciais” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.168, tradução nossa).¹⁶ São práticas enunciativas, e não estão ligadas à tradicional ideia desenvolvida em estudos de literatura que pensa o 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.

¹⁵ 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 são adotadas. É importante, aqui, apontar para a diferença dos públicos, bem como dos usos e apropriações do conteúdo.

¹⁶ Original: “un específico lugar de ósmosis entre matrices culturales y formatos comerciales”.

3.2 – Matrizes constitutivas do *talk show*

Podemos falar da TV como uma arena de discursos – lugar onde ecoam e ganham visibilidade os diferentes atores da vida social. Esta constatação, no entanto, não deve obliterar o reconhecimento da dominância de certos discursos (os grupos não falam em igualdade de condições, e empiricamente é possível constatar a presença de falas hegemônicas) – o que, no entanto, não advém ou não é uma característica do meio televisão, mas da própria estrutura social da qual a atividade televisiva faz parte.

Vera França, *A TV, a janela e a rua*.

Williams (2003) desenvolve um trabalho de rastreamento das matrizes culturais, ou seja, origens, continuidades e rupturas em diversos gêneros televisivos. Este estudo, 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 origens estrangeiras. Para o autor, os *talk shows* fazem parte de um grupo de gêneros 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 (2003) acredita que o modelo de discussões estabelecido nos programas de *talk show* já seja qualitativamente diferente dos programas que o originaram.

A ruptura que o autor observa entre os *talk shows* e os gêneros de discussões televisivas que lhes deram origem se dá por um “relaxamento nos modos”¹⁷ (WILLIAMS, 2003, p. 73, tradução nossa). Williams afirma que a efetivação desse relaxamento acontece quando a importância da entrevista deixa de estar no conteúdo, e seu ponto central passa a ser a própria presença do 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”.

Essa ruptura do *talk show* com a tradição das discussões e debates, que faz com que Williams (2003) considere-os como produtos que obedecem uma lógica televisiva própria, de alguma maneira em descontinuidade com suas matrizes culturais, de fato se verifica. Apenas para citar um 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*, no dia 21 de maio de 2015. 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

¹⁷ Original: “loosening of manner”.

turnê do cantor: CD, DVD e vinil, enfatizando que o sucesso de vendas é possível para alguns artistas, mesmo em uma época em que todo o material está disponível gratuitamente online. Com entusiasmo, o apresentador folheia o encarte, pede que o entrevistado comente as fotos, e conclui que os CDs são muito vendidos porque o acabamento é “muito caprichadinho”, e por isso os fãs não se contentam apenas com o *download* das músicas. As piadas *politicamente incorretas*, neste programa, se voltam 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 do apresentador: “você beijou ela? Melhor ir no médico depois”. Fica evidente, até pela maneira de Gentili ao se dirigir ao entrevistado, o objetivo do programa de sustentar e ser sustentado pelo *star system* e 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 *Revisa Playboy*¹⁸: “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 gênero 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 gênero *talk show*, como os debates televisivos, os programas de variedades, as notícias e os jogos e passatempos, rastreados por Williams (2003), 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 gênero proveniente dos debates.

Williams (2003) atribui a origem dos gêneros televisivos que envolvem discussão e debates aos sermões, palestras e discursos políticos não midiáticos. Essas formações

¹⁸ Leandro Saioneti e Sérgio Xavier Filho. **Rafinha Bastos fala sobre limite do humor**. *Playboy*, fev. 2015.

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”, 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 chamados “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.

As notícias do telejornalismo, também identificadas como constitutivas do gênero estudado, têm, 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 continua sendo marcada por um ordenamento das reportagens que não permite 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 sujeita o espectador do telejornal a um controle editorial que, para Williams (2003), 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 por 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 de equipes de produção, de reportagens, editores, agências de notícias, etc. Nesse sentido, 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 usam de maneira intensiva o material visual, imagens do fato; 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. Esses dois modos de visualidades impactam de formas diferentes o processo de veiculação de notícias, e ainda que sejam diversos, partem, de acordo com Williams (2003), 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 macrocategoria 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 matriz cultural do jornalismo e o uso de recursos do telejornalismo no *talk show* aponta, ainda, para a questão do embaralhamento entre entretenimento e referências ao real levantada por Silverstone (2002), conforme trabalhamos no capítulo anterior. O *talk show* como produto televisivo de infotimento, que transforma portanto a mediação em um jogo com regras próprias, desconectadas do real, tem origem nas formas de narrar desenvolvidas para dar conta deste real, ou seja, tem o jornalismo como uma de suas matrizes culturais. Isso

só confirma a validade do questionamento do autor sobre os limites éticos desse hibridismo, e especialmente sua aplicação ao caso dos produtos que propomos estudar.

A entrevista midiática, muitas vezes matéria prima do jornalismo, mas também dos mais diversos gêneros que daí derivaram, é descrita por Leonor Arfuch (2010) como gênero de nascimento incerto, provavelmente na segunda metade do século XIX, “como maneira de resguardar e autenticar palavras ditas na imprensa” (ARFUCH, 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, também, 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, são ainda pilares 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 parte central dos *talk shows*, já que esses programas se configuram em torno da dinâmica do convidado ilustre e sua conversa com um apresentador que deve ser divertido e perspicaz.

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 (1994) 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 tensionam: 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 rigorosidade do tempo de duração, que se limita ao tempo que o programa pode ocupar na grade de programação 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 (2003) 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. Os 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 seus monólogos e performances, então adaptadas para as telas.

O hibridismo dos *talk shows* com os programas de variedades pode ser identificado nos monólogos e piadas contadas pelos apresentadores, na presença de uma banda, em quadros diversos, e, especialmente, na apresentação frequente do *stand-up comedy* e na figura do apresentador como anfitrião e *entertainer*, que tenta convocar a atenção e ganhar o riso da plateia. Essa matriz cultural é, assim, responsável por boa parte das cargas de entretenimento e humor nos programas estudados, e conseqüentemente, de suas manifestações por meio de ironias satíricas, consideradas aqui indicativas das relações cínicas (SAFATLE, 2008) estabelecidas por eles.

Os programas de jogos e passatempos, segundo Williams (2003), surgem da tradição, já em desuso quando resgatada pelos moldes televisivos, dos jogos de salão, antes entretenimento restrito a famílias ou a pequenos grupos. Jogos de adivinhação, pergunta e resposta, gincanas, entre outros, são atividades praticadas milenarmente, que ganharam novas formas e cenários, apresentadores, publicidade e prêmios em dinheiro, e se transformaram em entretenimento para grupos bem maiores quando apropriados pela televisão. Eles se fazem presentes no *talk show* através de jogos de associação, com perguntas e respostas rápidas, que têm a intenção de questionar os entrevistados quando eles estão despreparados, e fazer com que “deixem escapar” algo revelador sobre suas personalidades ou a maneira como pensam (já que a entrevista, no *talk show*, não cumpre essa função, pois passa por um *briefing* rigoroso, como abordaremos adiante). Os jogos aparecem também em momentos em que os apresentadores propõem brincadeiras aos entrevistados. Danilo Gentili e Sandy jogaram, em *The Noite* do dia 22 de maio de 2014, um jogo em que quem perdesse postaria uma frase com erros gramaticais e ortográficos no *twitter*. Rafinha Bastos propôs um *drinking game* a Jair Bolsonaro no programa *Agora é Tarde* de 08 de abril de 2014 para obter respostas do entrevistado sobre questões polêmicas. Vemos aqui, portanto, a expressão mais literal (embora, é essencial pontuar, a literalidade não faça dela a mais importante) do que Silverstone (2002) chama de “fazer da mediação um jogo”. A ludicidade do *talk show*, ressaltada por essa matriz, é central à ideia do autor de que a mídia, contando com a cumplicidade do público, cria um jogo com regras próprias, se fechando em uma lógica autocentrada e se eximindo, assim, da responsabilidade para com as visões de mundo que sustenta.

Dentre as várias formas destacadas por Williams (2003) como constituintes da televisão contemporânea, identificamos as que foram citadas, somadas à conversação e à entrevista estudadas, respectivamente, por Braga (1994) e Arfuch (2010), como as mais importantes para a compreensão das matrizes culturais sobre as quais o *talk show*, como produto híbrido se apoia. Contudo esse conceito de hibridismo seja insuficiente para a abordagem do uso do humor, sátira e ironia no *talk show*, conforme foi apontado no capítulo anterior, ele é útil na identificação de matrizes culturais que permitem problematizar a questão do gênero televisivo, de modo a colocar os produtos contemporâneos em uma perspectiva histórica. É importante, ainda, considerarmos que a televisão articula todas essas referências históricas a questões de natureza técnica, institucional, política, econômica, etc.

Vera França (2006) lembra que a televisão é uma prática comunicativa. É uma *prática*, por estar relacionada a ações humanas e sociais, ao lugar do fazer, das intervenções

dos sujeitos sociais; e *comunicativa* por se tratar de “uma relação mediada simbolicamente, que se efetiva através da criação e partilhamento de discursos, de sentido” (FRANÇA, 2006, p.32). O trabalho de identificação das origens das formas discursivas que geram o *talk show* se faz, assim, necessário para permitir a compreensão de alguns dos tensionamentos que perpassam esse gênero, permitindo sua compreensão enquanto parte das experiências que regem a vida social. Nessa perspectiva, a televisão pode ser entendida, ao mesmo tempo, como produto da sociedade na qual se origina e como balizadora dos costumes dessa sociedade. É por isso que, para França, ela é “sensível ao seu ambiente, e colada ao que chamamos de senso comum” (FRANÇA, 2006, p.33).

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

3.3 O *talk show*: história, origens e características discursivas

Na televisão, o *talk show* tem se dedicado tradicionalmente ao entretenimento leve com comédia, esquetes, músicas e convidados célebres, ou à discussão mais séria de notícias e questões de interesse público (...). Raramente o gênero inclui pessoas comuns; na verdade, apenas em *game shows* ou programas híbridos de conversas e *games* as pessoas comuns costumam ocupar mais do que um papel periférico.¹⁹

Laura Grindstaff, *Producing trash, class, and the money shot*.

Os *talk shows* como gêneros 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 da Silva (2009) afirma que há três tipos de *talk shows* observados predominantemente na tradição estadunidense: os 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

¹⁹ Original: “On television, the talk show has traditionally been devoted to either light entertainment, with comedy, skits, music, and celebrity guests, or more serious discussion of news and public affairs (...). Rarely did the genre feature ordinary people; indeed, only on game shows or game/talk hybrids did ordinary people routinely play more than a peripheral role.”

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 subgênero 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 descritos 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 no ar 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. Além de *Agora é Tarde* (Band) e *The Noite* (SBT), aqui estudados, o *Programa do Jô* (Rede Globo) é um exemplo importante a ser mencionado. Jô Soares vem apresentando *talk shows* desde o final dos anos 80, quando deixou o programa de humor *Viva o Gordo* (Rede Globo), no qual encenava personagens e fazia esquetes humorísticos, para começar a receber entrevistados no sofá de *Jô Soares Onze e Meia* (SBT), confrontando-os com humor sem personagens, em estilo *stand-up*, que fazia parte das entrevistas. É consenso que o *talk show* brasileiro teve origem com Jô Soares, e por isso é impossível deixar de pensar o *Programa do Jô* como referência importante para os produtos estudados.

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. Esses programas, que, conforme apontamos, são a origem dos “programas de baixaria” brasileiros, surgiram nos EUA anos de 1970 e se popularizaram uma década depois. Eles seriam, para alguns, responsáveis 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 (2008), por uma forte produção, que tenta prever reações e roteirizar jogos de conflitos e confrontos que geram respostas emotivas exageradas por parte dos participantes, comprometendo a voz e a autonomia da aparição dos comuns na televisão.

Assim, conclui-se que a mudança de forma que ocorre com a migração dos *talk shows* do rádio para a televisão gera também 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. Enquanto nos *talk shows* vespertinos os anônimos têm suas vozes silenciadas em detrimento de uma roteirização de suas participações, nos noturnos o abandono dessa perspectiva aparece 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.

Um caso interessante a se pensar é que, mesmo que o movimento de transição do *talk show* do rádio para a televisão tenha alterado aspectos relativos à visibilidade e à temática que os programas abordam, o gênero continua se apoiando sobre a fala, muito mais do que sobre o espetáculo televisivo das imagens. É possível pensar nessa relação ao considerar que o *Programa do Jô*, por exemplo, vai ao ar simultaneamente pela TV Globo e pela rádio CBN, em um movimento de retorno às origens radiofônicas. *Agora é Tarde*, igualmente, era exibido na Band e na Rádio Band em 2014. Isso mostra como, no aspecto audiovisual do *talk show*, certamente o áudio é a esfera privilegiada.

Silva (2009) afirma ainda que, no início da consolidação do *talk show* como gênero televisivo nos Estados Unidos, havia clara intenção de informar a audiência, obtendo-se pronunciamentos de pessoas importantes sobre fatos da atualidade ou notícias.

Nesses casos, os *talk shows* eram tidos como representantes do campo jornalístico, comprometidos com o interesse público, a dimensão da vigilância e com a esfera pública num sentido mais habermasiano. (...) os *talk shows* viveram a fase do “debate cortês”, cuja finalidade era educar a população. Para isso, políticos, representantes de organizações, jornalistas e professores compartilhavam seu conhecimento afim de ampliar o repertório cultural da audiência (SILVA, 2009, p.2).

A autora atribui, porém, as crescentes hibridações do *talk show* com gêneros de 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 mistura o jornalismo e o *stand-up comedy*, gênero de humor teatral, e introduz, com cada vez mais ênfase, o papel dos apresentadores-estrela. Essas personalidades 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.

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 desse gênero televisivo chegou ao Brasil na década de 1980, importado da tradição estadunidense. Gomes e Araújo (2015) 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, em “Marcos históricos do talk show no Brasil”, *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. Na altura do surgimento do programa, em 1988, as revistas e jornais identificavam a origem do estilo estadunidense na TV brasileira, pontuavam a importância do livre debate de ideias, especialmente dado o cenário político brasileiro, e elogiavam a educação e perspicácia do apresentador ao fazer humor sem grosserias e sem agredir os convidados. 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 na época de seu lançamento, por causa do cenário e do modelo importado dos Estados Unidos e, 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, e 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 (2015) 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 dos objetos empíricos. *The Noite com Danilo Gentili*, programa que tem consideravelmente menos “*talk*” e mais “*show*” do que *Agora é Tarde com Rafinha Bastos* (conforme apontaremos adiante, quando abordaremos a análise da empiria), 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 para o programa em termos de audiência. Os espectadores rejeitaram as (ainda que muito limitadas) incursões de Rafinha Bastos aos programas de entrevista, que serão analisadas detalhadamente no próximo capítulo, e optaram 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.

No que diz respeito ao formato, cenário e situação comunicativa, o *Programa do Jô* estudado por Silva (2013) (e entendido como uma continuidade de *Jô Soares Onze e Meia*) é muito semelhante aos programas *Agora é Tarde* e *The Noite*. Os três cenários são constituídos por bancada à direita da tela, sofá à esquerda, onde senta o entrevistado, fundo iluminado e logotipo do programa bem visível. O cenário de *The Noite*, à exemplo do *Programa do Jô*, e talvez por ter seguido a tradição de *Jô Soares Onze e Meia*, que também era exibido pelo SBT²⁰, mostra uma cidade iluminada ao fundo, remetendo ao espaço público e à noite. No cenário de *Agora é Tarde*, o que se vê são cômodos iluminados, como se a vista do prédio do estúdio fosse em direção a um outro prédio, com apartamentos. A sugestão desse cenário é mais intimista e remete ao espaço privado, especialmente por, à distância, as cores dos cômodos e as separações das janelas se parecerem com uma estante de livros. Os cenários dos

²⁰ Quando a emissora anunciou que contrataria Gentili para apresentar um *talk show*, falava-se da possibilidade de denominá-lo “Jô Soares Onze e Meia com Danilo Gentili”, com o claro objetivo de afirmar a ligação entre os dois programas. A marca *Onze e Meia*, que na década de 1990 gerava piadas envolvendo a falta de pontualidade da emissora, seria ainda de propriedade do SBT. No período de lançamento do novo programa, o cenário de *Jô Soares Onze e Meia* chegou a ser montado para que Gentili posasse para a divulgação. O uso do nome, porém, foi vetado por questões legais, uma vez que Jô Soares apresentava o *Programa do Jô* na Rede Globo no mesmo horário.

talk shows, em geral, mostram a vista de uma cidade à noite. A sugestão cosmopolita da cidade iluminada reforça a ideia de dinamicidade dos programas. É como se os *talk shows* falassem do centro do mundo: da grande metrópole, onde “as coisas acontecem”, onde estão todas as celebridades, onde não se dorme. As luzes da cidade grande do cenário dos *talk shows* ajudam a construir a ideia de que a madrugada é um momento de diversão, de *show*, e não de sono.

Os três programas são marcados por forte personalismo, que Gomes e Araújo (2015) descrevem como característica do *talk show*, bem como a liberdade criativa e interpretativa do apresentador. Todos os três apresentadores dos principais *late night talk shows* brasileiros vieram do humor. Rafinha Bastos e Danilo Gentili vieram do *CQC*, programa em que a sátira – política e cotidiana – e o humor baseado no escárnio se misturam ao jornalismo. Antes de participarem do programa, ambos apresentavam seus textos de *stand-up comedy* no teatro. Jô Soares na década de 1980 tinha o programa *Viva o Gordo*, e viveu mais de 300 personagens em cena, fazendo humor com os costumes dos brasileiros e com a vida imediata. Antes disso, “o Gordo” participava do *Satiricom* (Rede Globo), programa que parodiava a televisão e satirizava os meios de comunicação. Esse currículo de humorista foi o que o qualificou para a apresentação de *Jô Soares Onze e Meia*, que surgiu anos depois. O fato das origens de todos os apresentadores serem ligadas ao humor, e não necessariamente ao jornalismo (embora Rafinha Bastos seja jornalista de formação), indica a orientação de entretenimento que o gênero televisivo assumiu no Brasil – e especialmente a importância da comédia *stand-up* em sua consolidação.

Ainda no sentido de observar o personalismo existente nos programas de *talk show*, interessa notar como o logotipo do *Programa do Jô* é o próprio nome do apresentador, em letras “gordas” e que formam a lua. Os nomes de Danilo Gentili e Rafinha Bastos, por sua vez, vêm logo à seguir dos nomes dos programas em todas as chamadas. Na logo de *The Noite*, um letreiro de *neon* mostra o nome do programa e acrescenta, em letras cursivas embaixo, “com Danilo Gentili”. O nome de Rafinha não estava na logo do programa e nem escrito no cenário, mas as locuções que divulgam o programa nos intervalos da programação da Band fazem referência a ele.

Figura 1: Cenário de *Agora é Tarde*



Fonte: conexaol.com

Figura 3: Cenário *Programa do Jô*



Fonte: rd1.ig.com.br

Figura 2: Cenário de *The Noite*



Fonte: cache.sbt.com.br

Figura 4: Danilo Gentili no cenário de *Jô Soares Onze e Meia*



Fonte: compartilhandosbt.blogspot.com

Todos os programas contam com bandas, que ficam em um palco fora da cena principal, e os músicos participam, também, fazendo comentários ou sendo alvos de piadas dos apresentadores. Jô Soares tem, em seu programa, o Sexteto, grupo de jazz que, além de fazer a trilha sonora ao vivo, anima a plateia nos intervalos. A banda de *Agora é Tarde*, Abujamra e os Nerds também toca jazz, além de um mix de estilos que passa por pop rock experimental. Abujamra se orgulha em afirmar que já compôs uma banda que tinha um cachorro como um dos músicos. O programa *The Noite* conta com o acompanhamento da banda Ultraje a Rigor, de pop rock, e cujo vocalista, Roger, é conhecido por posicionamentos políticos de direita e ajuda Gentili com as entrevistas, fazendo perguntas aos convidados.

A plateia, 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 eles saibam se aquela piada de *stand-up* realmente cumpriu o objetivo de fazer rir. Os apresentadores, ligados à tradição da comédia teatral, se dirigem à plateia nos monólogos e anedotas, e também quando fazem expressão de surpresa, desagrado ou riso durante as falas dos entrevistados. O espectador televisivo é colocado na posição de integrante da plateia, tanto pelo posicionamento (as câmeras são colocadas na plateia e encaram o apresentador de frente) quanto pelo que se espera dele: momentos de riso, atenção ou admiração.

Conforme mencionamos no capítulo anterior, a plateia é característica do entretenimento. Ela acompanha uma ideia de recepção conjunta, na qual todos riem ou choram. As interpretações da plateia são conduzidas, e não supõem, como o público do jornalismo, dissidências e críticas. A plateia existe quando há um espetáculo a ser visto. Ela, como todos os elementos citados aqui como parte da construção do *show*, existem para reforçar a carga de entretenimento do programa. A parte informativa, quando ocorre, fica restrita ao “*talk*”.

Para Paiva (2007) a alternância “entre riso e siso” (PAIVA, 2007) é um jogo de linguagem do *talk show*, responsável pela possibilidade de jogar luz sobre assuntos políticos e sobre temas importantes da vida pública de maneira pouco convencional. De fato, assuntos da agenda pública são frequentemente discutidos, ao lado de questões relativas ao mundo das celebridades. Como exemplo de momentos em que o *talk show* se aproxima de questões de interesse público, podemos citar o momento em que o pastor Silas Malafaia entra no estúdio de *The Noite* no dia 31 de março de 2014 e a banda Ultraje a Rigor, toca a música *Money*, indicando, ironicamente, uma relação desonesta do pastor com o dinheiro do dízimo pago a sua igreja, questão retomada posteriormente no programa, no momento da entrevista.

O hibridismo de entretenimento e informação, porém, não pode encerrar a questão da análise desse gênero televisivo. Para além de misturar piadas e assuntos do dia, o *talk show* é um produto de difícil análise porque aponta 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 em *Agora é Tarde* do dia 08 de abril de 2014. Quando se faz humor, porém, o discurso pode facilmente assumir uma direção contrária, e excluir minorias. 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.

4. Como o cinismo se faz discurso

4.1 – Considerações metodológicas

A hipótese que desenvolvemos neste trabalho – e que será testada com a análise aprofundada dos objetos empíricos – é a de que o cinismo (SAFATLE, 2008) pode ser observado nos *talk shows* estudados através de uma racionalidade que faz uso de um discurso que afirma não estar submetido a determinadas regras e critérios do mundo real, mas através desse mesmo discurso se posiciona de forma muito potente sobre esse mundo. O que acontece, portanto, é que à medida que os *talk shows* reivindicam para si os rótulos do jogo, da piada, do mundo à parte, mas não se esgotam nesse mundo, eles repetem posicionamentos e rituais ideológicos ligados (e posicionados em relação) ao mundo real. Os programas são, assim, formas de mediação de discursos hegemônicos com grande poder de penetração social, pois se afirmam descompromissadas com esses (e quaisquer outros) discursos. Essa mediação se faz como em um jogo (SILVERSTONE, 2002), que só assume compromissos para com as próprias regras, e não com a maneira como seus produtos se colocam no mundo.

O humor usado nos *talk shows* reivindica o jogo e a brincadeira, construindo um mundo entre parênteses (ISER, 2002). Esse mundo, porém, não é afastado do real, mesmo que declare abdicar de suas regras e não ter nenhum compromisso em relação a ele. O modo cínico como esse humor é empregado faz uso desse descompromisso declarado: o humor se compromete com uma visão de mundo, mesmo quando parece desqualificar o próprio discurso afirmando-se como “só uma piada”. A piada, quando se justifica dessa forma, não perde sua carga ideológica, apenas se preserva e torna impotentes as investidas críticas que incidem contra ela. Isso porque o ritual de repetição de valores (RODRIGUES, 2011), mesmo sob a forma de ironia ou piada, contribui para naturalizá-los.

Quando entendemos que a ideologia se faz pela repetição da *práxis*, e portanto o discurso colocado em forma de humor e ironia é mantido e fortalecido, apesar do desvelamento do jogo e das regras próprias do humor, apontamos para o uso desses recursos como uma tentativa de blindagem ideológica do *talk show*. Mesmo que a ironia seja um apontamento de inadequações, e portanto sinalize uma crítica, o cinismo absorve essas inconformidades apontadas, naturalizando uma visão dominante de mundo.

Em nossa hipótese, o caráter historicamente híbrido do *talk show* (SILVA, 2009) propicia, na programação televisiva, essas manifestações do cinismo. A mistura de questões

informativas com o entretenimento, do noticioso com o satírico, das entrevistas de personalidades com piadas politicamente incorretas, fazem do *talk show* um espaço de múltiplos modos de engajamento. Ao se comprometer com discursos aparentemente contraditórios e justificar-se por meio do humor, os *talk shows* aqui estudados se fazem arenas discursivas de particular interesse para o estudo por meio da concepção de cinismo.

A relação cínica estabelecida pelos *talk shows* estudados, é importante notar, perpassa toda a estrutura do programa. Isso acontece tanto por uma questão de unidade temática, que faz com que muitas vezes os diferentes formatos constitutivos do *talk show* estejam ligados (por vezes em consonância, por outras em negação), quanto por ser verificável isoladamente em cada uma das formas contidas nos programas. Se a entrevista muitas vezes aponta para direções diversas e aparentemente paradoxais, como indica a abordagem que fazemos por meio da perspectiva do cinismo, o mesmo pode acontecer no momento das piadas, nos quadros, nas encenações. É possível ainda que a aparente divergência de engajamentos se dê entre as formas: em um quadro, um posicionamento pode ser assumido, enquanto no quadro seguinte, ele pode ser negado em nome da piada e do jogo. É importante, então, que notemos o sentido que prevalece, ao fim e ao cabo.

A entrevista, embora seja um ponto central no *talk show*, não resume o gênero: os programas trazem vários quadros e diversas questões a serem analisadas, e são caracterizados por sua história, marcas discursivas, elementos da *mise-en-scène*, mais do que por este momento de bate-papo. Em suma, para que possamos empreender uma análise do *talk show* usando o cinismo como chave, é necessário olhar para os programas em sua totalidade.

Tendo como horizonte a metodologia levantada por Diana Rose (2002) para o estudo de representações sociais na televisão, propomos uma sistematização do percurso analítico desta dissertação. A metodologia de Rose, desenvolvida para dar conta das representações de loucura no horário nobre da TV britânica, foi adaptada aqui para atender ao nosso problema de pesquisa, que passa pela identificação e problematização do cinismo em dois *talk shows* diários. Embora a questão que trazemos seja diferente da de Rose (2002), acreditamos que a maneira como a autora organiza os estudos de produtos audiovisuais, pensando na seleção do corpus, na transcrição e propondo uma análise de resultados através de referenciais de

codificação, seja metodologicamente apropriada para a observação sistemática dos *talk shows*.²¹

A primeira observação a ser feita é a de que a televisão oferece uma vasta gama de elementos que produzem significados, e cada escolha implica uma simplificação. Parte-se, portanto, do princípio de que

(...) não há um modo de coletar, transcrever e codificar um conjunto de dados que seja 'verdadeiro' com referência ao texto original. A questão, então, é ser o mais explícito possível, a respeito dos recursos que foram empregados pelos vários modos de translação e simplificação (ROSE, 2002, p. 344).

Queremos, por essa razão, apontar o motivo de cada uma das escolhas feitas neste trabalho, tomadas sempre em função do problema e das melhores maneiras de observá-lo no objeto empírico.

O primeiro ponto proposto por Rose (2002) para que se pense em uma análise televisiva é a seleção de programas a serem estudados. Fizemos, como sugerido pela autora, uma ampla varredura do objeto de estudo, que consistiu em um levantamento de todos os entrevistados de *The Noite e Agora é Tarde* em 2014 e na observação atenta e decupagem de cerca de 40 programas distribuídos aleatoriamente ao longo do ano. Esse levantamento dará origem a uma descrição de cada um dos programas, com olhares sobre seus quadros, *mise-en-scène*, temáticas abordadas e escolha de entrevistados. A relevância de se pensar nos temas e entrevistados se dá porque o *talk show* é um gênero marcado, em geral, por conversas amenas, com pouco embate entre visões conflitantes, e o seus posicionamentos em relação a temas atuais podem ser verificados, na maior parte das vezes, mais nas escolhas de convidados e de perguntas do que em confrontos discursivos. As questões políticas, no *talk show*, são vistas mais no acordo do que no desacordo. Observamos, portanto, na questão dos temas e dos entrevistados, um indicativo da maneira como os programas se dispõem politicamente, e assim analisamos suas escolhas e critérios de seleção. Cabe colocarmos aqui que, embora a questão do consenso seja característica marcante do gênero, escolhemos, entre os programas analisados detalhadamente, uma edição de *Agora é Tarde* marcada por confrontos discursivos, que tem como entrevistado o deputado Jair Bolsonaro. Essa escolha se deu por considerarmos a exceção importante e representativa: no *talk show* apresentado por Rafinha Bastos, as entrevistas com personalidades da área da política são marcadas por mais dissenso

²¹ A metodologia aqui adotada, é importante ressaltar, difere da de Rose especialmente no que diz respeito ao recorte do corpus – pois aqui tratamos de programas específicos, enquanto a pesquisa da autora engloba todo o horário nobre da TV britânica – e na exposição de resultados, que buscamos fazer aqui através de citações ilustrativas, evitando uma tabulação quantitativa de resultados feita pela autora.

do que parece comum para o gênero, especialmente quando comparamos com *The Noite* e com outros episódios do próprio *Agora é Tarde*. Ainda assim, isso não impede que o embate seja, em alguns momentos, atenuado pelo riso cínico, como abordaremos adiante.

Para recorte do *corpus* a ser estudado em profundidade, respeitamos especialmente dois critérios: a representatividade de um certo tipo de entrevistado em relação ao número total de programas exibidos em 2014 e a adequação do tema (presumido através de um levantamento de entrevistados que pode ser verificado em tabela anexa) ao problema desta pesquisa. A opção de selecionar o *corpus* de análise a partir de um levantamento de todos os entrevistados de 2014 se deu pela centralidade que a entrevista assume na estrutura do *talk show*, uma vez que ela acaba, no fluxo do programa, por pautar determinados outros quadros e momentos. A observação dos nomes elencados garante, dessa forma, algum conhecimento prévio a respeito do conteúdo daquela edição.

Por meio do levantamento de entrevistados e do contato exploratório com vários programas, consideramos que as presenças mais comuns nos sofás de Rafinha Bastos e Danilo Gentili são especialmente: *convidados ligados à emissora*, como jornalistas, apresentadores e participantes de *reality shows* do SBT, no caso de Gentili, e da Band, no caso de Rafinha Bastos, cuja função é divulgar um produto “da casa”; *humoristas e comediantes*; *atores consagrados*, que participam de filmes e telenovelas conhecidos; *músicos de variados estilos* que vão aos *talk shows* especialmente para divulgar álbuns, turnês e videoclipes; *personalidades políticas*, especialmente deputados e candidatos às eleições²²; *esportistas e ex-esportistas de várias modalidades*; *subcelebridades*, ou seja, pessoas cuja fama é ou foi efêmera, como as que ficaram conhecidas por algum vídeo na internet, ex-participantes de *reality shows* de outras emissoras (que estão no *talk show* cumprindo uma função de sustentação do *star system* e não de divulgação de programas), pessoas que ganharam visibilidade midiática por ocorrências pontuais ou por atributos físicos que foram notados em um dado momento, mas que depois não mantiveram o *status* de celebridade.

Para adequar o *corpus* a ser examinado ao problema de pesquisa e à proposta de análise do programa como um todo, desde as falas até a *mise-en-scène*, passando pelo cenário, o uso de recursos audiovisuais como encenações e trilhas etc., consideramos necessário selecionar um número pequeno de programas, mas que inclui edições que sejam representativas do total, bem como das questões a serem observadas. A importância de se analisar programas cujos entrevistados são *humoristas e comediantes* consiste na observação

²² Os programas levantados aqui são de 2014, ano eleitoral, o que deve justificar a presença de tantos políticos nos *talk shows*.

de um posicionamento institucional (se houver) em relação ao uso da ironia e do humor politicamente incorreto, que podem ser extraídos da maneira como o tema é abordado. Neste caso, dos programas que recebem convidados humoristas, selecionamos episódios de *Agora é Tarde* e *The Noite* com o mesmo entrevistado, e cujas gravações foram feitas em um curto intervalo de tempo, favorecendo o estudo comparativo. Selecionamos também programas cujos entrevistados são *personalidades políticas*, para mostrar a questão do engajamento em relação a temas relevantes da atualidade através do recurso do humor e do jogo. Pela mesma razão, mas pesando na direção contrária, escolhemos programas cujos entrevistados são *subcelebridades*: como fica a questão da interação, quando, em vez de um deputado, temos no sofá do *talk show* uma musa do futebol? Por fim, os programas com convidados autorreferentes, ou seja, *ligados à emissora*, foram escolhidos como parte do corpus. Essa escolha foi feita para possibilitar que se pense no *talk show* como um lugar de visibilidade, celebração e divulgação, quase como um espaço publicitário usado pelos canais para divulgarem outros programas de suas grades. Essas questões podem ser especialmente observadas nos programas que remetem à própria emissora.

Os programas escolhidos, respeitando esses critérios, foram, portanto, oito ao todo: *The Noite* recebe Gregório Duvivier, exibido no dia 16 de dezembro de 2014; *Agora é Tarde* recebe Gregório Duvivier, exibido no dia 24 de dezembro de 2014; *The Noite* recebe Aloysio Nunes, exibido no dia 17 de novembro de 2014; *Agora é Tarde* recebe Jair Bolsonaro, exibido no dia 08 de abril de 2014; *The Noite* recebe Fernanda Colombo, “a bandeirinha gata”, exibido no dia 06 de junho de 2014; *Agora é Tarde* recebe Larissa Riquelme, exibido no dia 04 de julho de 2014; *The Noite* recebe Rachel Sheherazade, exibido no dia 12 de março de 2014; *Agora é Tarde* recebe Ana Paula Padrão e Jaime, do *Masterchef*, exibido no dia 09 de dezembro de 2014.

O movimento seguinte da aproximação com a empiria é a transcrição de cenas, que tem como objetivo “gerar um conjunto de dados que se preste à análise cuidadosa e a uma codificação” (ROSE, 2002, p.348). Optamos, novamente, por transcrever momentos dos programas representativos dos critérios estabelecidos para a observação e o estudo do cinismo no *talk show*. Além deste recorte, foi necessário fazer uma escolha de que elementos da enunciação televisiva devem ser transcritos, para além da fala. Entre iluminação, trilha sonora, enquadramentos, cortes de câmera, figurinos, cenários, ângulos, e muitas outras questões, algumas são mais caras do que outras para o estudo da presença da racionalidade cínica no discurso do *talk show*. Uma vez que cenário, iluminação, angulação e figurinos dos apresentadores são praticamente inalterados entre as edições dos programas estudados, esses

elementos fazem parte da descrição geral dos programas, e não precisam constar em todas as transcrições. Risos e expressões faciais, por outro lado, são questões especialmente caras ao que queremos observar, e por isso foram transcritos sempre que participaram da construção de sentido das cenas. Pausas nas falas, participações da plateia, tudo isso gera um sentido próprio do *talk show*, e portanto precisou ser observado no momento de transcrição. As músicas e trilhas, tocadas pelas bandas dos programas, também carregam sentido, criando um “clima” de entretenimento e ajudando a diferenciar a entrevista do *talk show* de uma entrevista jornalística, o que também foi lembrado na transcrição. Por vezes, a própria canção é responsável pela carga de ironia de uma cena, como acontece nos momentos em que a letra da música tocada faz referência a algum aspecto da vida do entrevistado.

Mesmo com a observação atenta de todos esses elementos geradores de sentido característicos do estudo de produtos audiovisuais, é relevante mencionar que a palavra falada ainda se faz central na análise e nas transcrições. Isso se dá, principalmente, por causa de duas características intrínsecas ao *talk show*: a importância das conversas, que abordamos ao tratar do gênero televisivo e identificamos como reminiscência das origens radiofônicas²³, e o uso frequente da comédia *stand-up*, que, sendo resultado de uma leitura particular de mundo exposta por um humorista, também é marcada por uma forte oralidade.

4.1.1 – Referenciais de codificação

O material transcrito deve, então, segundo Rose (2002), ser lido por meio de um referencial de codificação. O referencial adotado aqui é, assim, o conceito de cinismo (SAFATLE, 2008), e para observá-lo em *Agora é Tarde* e *The Noite* usaremos duas grandes categorias analíticas transversais, ou seja, categorias capazes de perpassar todo o programa, desde a entrevista até os quadros, piadas e encenações. Pretendemos, por meio desses operadores, observar o modo como o cinismo (e sua constituição por meio do humor e da ironia) e as especificidades genéricas se manifestam nos programas estudados, produzindo um discurso que se posiciona ativamente em relação ao mundo, mas é protegido pela blindagem da piada e do jogo. Sendo o este nosso problema, pontuamos que a pesquisa qualitativa não visa esgotar as possibilidades de análise desses objetos, mas identificar neles as disposições para as quais a discussão teórica apontou.

²³ *Agora é Tarde*, além de remeter ao rádio por sua origem, foi também, durante todo o ano de 2014, veiculado na emissora de rádio Band News FM simultaneamente à exibição televisiva.

Como primeira categoria analítica, usaremos a *sobreposição de engajamentos* no discurso dos programas, resultado de hibridismos entre informação e entretenimento, referências ao mundo real e ao mundo entre parênteses, posicionamento político e ironia. Essa duplicidade de engajamento é o que faz com que os programas falem, em alguns momentos, como legítimos representantes e defensores do interesse público, e em outros, como produtos totalmente descompromissados para com o mundo real, como se seus posicionamentos em relação a esse mundo fossem irrelevantes por se colocarem em forma de humor ou por estarem em um programa de entretenimento. Entendemos como engajamento a adesão do programa a um tipo de discurso, seja ele relacionado ao real noticioso ou ao mundo do jogo e da piada. A sobreposição de engajamentos seria, portanto, uma questão relacionada ao duplo compromisso de entendimento firmado entre espectadores, produtores e participantes dos programas.

A questão da sobreposição ou duplicidade de engajamentos perpassa os vários elementos presentes nos *talk shows*, e pode ser observada nas entrevistas, nos monólogos, nos quadros, encenações e jogos, e até mesmo no próprio fluxo do programa, que apresenta quadros e momentos diversos no que diz respeito ao envolvimento e comprometimento com o mundo real. A partir dessa categoria, será possível compreender os enunciados aparentemente contraditórios presentes nos discursos dos *talk shows* estudados, e como essas contradições são assimiladas pela lógica do programa, apontando para a questão do cinismo (SAFATLE, 2008). Poderemos, ainda, apontar para os momentos em que, conforme identificado por Silverstone (2002), a mediação deixa de assumir um compromisso para com o mundo real e passa a se voltar apenas para as próprias regras, fazendo-se, assim, um jogo.

Como segunda categoria analítica trataremos a questão das *formas humorísticas* nos programas e a maneira como esse humor é construído através de ironias (MUECKE, 2005) (HUTCHEON, 1994), sátiras (MINOIS, 2003), sarcasmos e *nonsense*²⁴. Além das formas humorísticas apontarem para a perspectiva cínica dos *talk shows* estudados, uma vez que a ironia é parte integrante e essencial da racionalidade cínica em si, este critério analítico permitirá que apontemos para o posicionamento expresso no humor politicamente incorreto de Rafinha Bastos e Danilo Gentili, buscando compreender quem são as “vítimas” ou “alvos” das piadas. Poderemos, portanto, ressaltar a maneira como o discurso humorístico é usado como blindagem de um ponto de vista, que se expressa através da sobreposição de sentidos nessas piadas. Esta categoria analítica, assim como a primeira, busca uma transversalidade,

²⁴ Tipo de humor gerado pela exploração de situações absurdas, aparentemente sem sentido.

servindo para a apreciação de diversos quadros dos programas, mas também para a observação dos vários aspectos semióticos da televisão: recursos de texto, sonoros e visuais.

As duas categorias de análise que propomos aqui estão, assim, imbricadas. Alguns dos exemplos escolhidos para a exposição de resultados poderiam constar em uma ou outra divisão, porque o próprio humor muitas vezes se faz por meio de sobreposições de engajamentos. A separação dessas categorias se dá, porém, de acordo com os pontos que buscamos observar por meio de cada uma delas. Com a análise das *formas humorísticas*, observaremos o posicionamento político e a maneira como ele se expressa em cada piada, bem como a blindagem – cínica – que os gêneros humorísticos fornecem para esses discursos. Quando pensamos nas *sobreposições de engajamentos*, buscaremos no objeto o hibridismo característico do *talk show* e analisaremos seu papel para a construção de um discurso cínico. Embora ambas as categorias nos permitam compreender o cinismo como referencial de codificação, elas o fazem, então, de maneiras diferentes.

Por fim, Rose (2002) fala sobre a tabulação dos resultados. Nossa adaptação da metodologia leva em conta, porém, que o número exato de vezes em que as questões levantadas por nossos critérios analíticos aparecem nos programas não é relevante. Esse levantamento seria infértil e, especialmente, subjetivo, uma vez que a ironia, principal manifestação do cinismo, é extremamente nuançada, e a observação dos engajamentos dos programas não nos leva a verdades irrefutáveis, mas a apontamentos qualitativos. Visamos então compreender a maneira como essas categorias se manifestam, e expressá-las por meio de citações ilustrativas, exemplos, que nos permitam abordar nossas proposições teóricas, confirmando-as ou refutando-as.

A análise será apresentada, assim, em um texto não segmentado, que descreve, examina e compara elementos de ambos os programas. Dividiremos os exemplos citados de acordo com os critérios analíticos levantados, e não por programa ou edição. Isso permitirá a aproximação de questões que vemos como semelhantes, favorecendo as comparações, além de expressar com maior clareza as observações às quais chegamos através de cada um dos operadores de análise.

4.2 – *Agora é Tarde* e *The Noite*: descrição dos programas

4.2.1 – A origem comum

Em março de 2011, as palavras de Danilo Gentili em entrevista ao portal IG marcavam o lançamento de *Agora é Tarde*, programa que apresentou na Band até o final de 2013: “Eu quero ser o Jimmy Fallon brasileiro”, disse o humorista²⁵. Com a promessa de comentar as notícias da atualidade de forma engraçada, Gentili levou o projeto do *talk show* para a emissora no final de 2009, momento de renovação do seu contrato como integrante do *CQC – Custe o Que Custar* (programa semanal que mistura telejornalismo e humor). Durante o ano de 2010 foram gravados pilotos e, em 2011, foi ao ar o primeiro *Agora é Tarde*, produzido pela Eyeworks e exibido pela Band, que tinha como convidado da noite o humorista Marcelo Adnet.

A equipe montada por Gentili incluía os comediantes Léo Lins, Murilo Couto e Marcelo Mansfield, a banda Ultraje a Rigor e, posteriormente, a única mulher do grupo, a assistente de palco Juliana Oliveira, que se juntou à equipe em 2013, selecionada em um quadro do programa chamado *Teste do Sofá*, nome que ironizava o assédio sexual em entrevistas de emprego. Quase todo o grupo – com exceção de Marcelo Mansfield –, em um segundo momento, acompanharia Gentili na troca de emissora para o SBT.

Durante os anos de 2012 e 2013, *Agora é Tarde* foi sucesso de audiência²⁶. Gentili comemorava os picos de seis pontos de audiência em 2012 publicamente, por meio de sua conta no *twitter*, e considerava-os altos para a emissora e para o horário (o programa ia ao ar a partir da meia-noite). Em 2013, *Agora é Tarde* chegou a marcar nove pontos²⁷ segundo o Ibope. A relação entre apresentador e emissora, porém, se desgastava, especialmente por causa de cortes de custos. Em dezembro de 2013, a tensão culminou na censura da Band ao

²⁵ Isabelle Mani. **Danilo Gentili: “Eu quero ser o Jimmy Fallon brasileiro”**. TV e Novela, Portal IG, 01 de março de 2011.

²⁶ Mya Pacioni. **Agora é Tarde bate recorde de audiência e coloca a Band em terceiro lugar**. Portal Stand up Comedy, 11 de junho de 2012. Disponível em: <<http://www.portalstandupcomedy.com.br/agora-e-tarde-bate-recorde-de-audiencia-e-coloca-band-em-3-lugar/>>. Acesso em 15 de outubro de 2015.

²⁷ O ponto de audiência do IBOPE é medido pela porcentagem de domicílios cuja televisão está ligada em determinado canal. Em 2013, o instituto considerava 20.410.785 domicílios como o universo total de pesquisa. Cada ponto de audiência era, assim, equivalente a 204.108 aparelhos ligados (1% do total) e aproximadamente 608.165 espectadores. Os nove pontos de audiência atingidos por *Agora é Tarde* neste ano equivalem a 1.836.972 aparelhos ligados e cerca de 5.473.485 espectadores.

programa especial de Natal²⁸, e Gentili, convidado pelo SBT, migrou para o novo canal com o programa praticamente inalterado.

A reformulação de *Agora é Tarde* para outra emissora exigiu apenas troca de nome e de cenário (ambos propriedade da Band), e integração do novo programa à grade. No dia da estreia, a equipe do *The Noite* (novo nome do *talk show*), passou por todos os programas do SBT para divulgá-lo. Murilo Couto se vestiu como uma das *Chiquititas*, os integrantes da banda Ultrage a Rigor participaram de *A Praça é Nossa* etc. O primeiro programa *The Noite* começou no antigo estúdio de *Jô Soares Onze e Meia*²⁹, ainda como parte da ideia de adequar o *talk show* que já veio pronto, com a equipe montada, à nova emissora.

Agora é Tarde, que passava por cortes de custos na Rede Bandeirantes, ficou, enfim, sob o comando de Rafinha Bastos no ano de 2014. O cenário foi atualizado, mas a identidade visual do programa foi mantida, assim como o nome do *talk show*. Rafinha Bastos tinha sido afastado da Band em 2011 (quando fazia parte da equipe do *CQC* junto com Danilo Gentili), depois de uma piada com a cantora Wanessa Camargo³⁰ que rendeu processos a ele e à emissora. Depois, voltou às telas em meados de 2013, e integrando a equipe do programa *A Liga* como repórter. As parcerias dele com Gentili, tanto no programa *CQC* quanto no *Comedians*, grupo teatral de *stand-up comedy* sediado em São Paulo, bem como o novo vínculo do humorista com a emissora, fizeram com que a sucessão na apresentação de *Agora é Tarde* parecesse uma escolha óbvia.

Com essa origem comum, os programas *Agora é Tarde* e *The Noite* eram, em 2014, ano em que estiveram no ar simultaneamente, muito parecidos em forma e conteúdo. As principais diferenças entre os dois ficaram a cargo das emissoras, que por várias vezes usaram os *talk shows* como lugar de afirmação institucional,³¹ e também do estilo pessoal de cada

²⁸ Em dezembro de 2013 a Band vetou um programa especial de Natal de *Agora é Tarde com Danilo Gentili*. A gravação daquela edição, que havia reunido várias subcelebridades (denominadas por Gentili “os convidados mais *nonsense* do ano”), acabou com guerra de comida na ceia preparada pela produção, Gentili vestido de Papai Noel e seguranças da emissora retirando convidados do estúdio, segundo a jornalista Keila Jimenes, da *Folha de S. Paulo*. JIMENES, Keila. **Band veta especial de Natal de Danilo Gentili**. Caderno de Televisão, Folha de S. Paulo, 18 de dezembro de 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/144151-band-veta-especial-de-natal-de-danilo-gentili.shtml>>. Último acesso em 2 de julho de 2015.

²⁹ Antes do lançamento do programa, circularam rumores de que o nome do novo *talk show* seria *Jô Soares Onze e Meia com Danilo Gentili*. O veto teria partido do departamento jurídico do SBT, uma vez que Jô Soares apresentava um concorrente direto, o *Programa do Jô* da Rede Globo.

³⁰ Em setembro de 2011 Rafinha Bastos falou, no *CQC*, que Wanessa Camargo estava tão bonita grávida que ele “comeria ela e o bebê”.

³¹ O que fica evidente nos momentos em que os apresentadores entrevistam jornalistas e personalidades das emissoras das quais fazem parte. O maior exemplo de momento em que isso ocorre é a entrevista de Danilo Gentili com Rachel Sheherazade, no programa *The Noite* do dia 12 de março de 2014. A jornalista, na época envolvida em polêmicas por ter mostrado posicionamento reacionário e contrário aos direitos humanos no telejornal que apresentava, dá as boas vindas a Gentili e usa do espaço do *talk show* para se justificar e se defender das acusações.

apresentador, já que o personalismo e a liberdade criativa são marcas fortes dos *talk shows*. Atualmente, apenas *The Noite* continua no ar. *Agora é Tarde* foi descontinuado pela Band, que alegou necessidade de reduzir os custos de produção da programação.

4.2.2 - *Agora é Tarde* com Rafinha Bastos: estrutura e quadros

O site do programa *Agora é Tarde*, ainda no ar em novembro de 2015, meses depois do encerramento do programa, traz um breve texto de abertura³². Entre as informações que a produção considerou cruciais sobre o *talk show*, expostas em quatro parágrafos curtos, estão o fato de o programa ser exibido desde 2011, a apresentação do elenco – composto pela banda Abujamra e os Nerds, os humoristas Gustavo Mendes e Marcelo Mansfield, e comandado por Rafinha Bastos – e a ênfase na formação do apresentador, que além de humorista é jornalista. A ideia de juntar notícias e humor fica clara, portanto, desde um primeiro contato com o produto.

A equipe de *Agora é Tarde* unia um ator e humorista com mais de 30 anos de carreira, Marcelo Mansfield, que já escreveu colunas de jornais e peças de teatro, participou de longas-metragens, programas infantis e telenovelas; um humorista revelado há pouco tempo por *shows* de talentos promovidos pelo SBT e pela TV Record, e que ficou famoso por sua imitação de Dilma Rousseff no programa *Casseta e Planeta* da Rede Globo, Gustavo Mendes; uma banda formada por André Abujamra, músico multi-instrumentista, filho do diretor de teatro Antônio Abujamra e conhecido de um público “cult” por tocar rock experimental; e, por fim, à frente do programa, Rafinha Bastos, jornalista que se revelou como humorista na internet e, posteriormente, no teatro, e ficou conhecido pelo público em 2008 na bancada do programa *CQC – Custe o Que Custar* na Band. O elenco do programa é, portanto, diversificado. A presença de Abujamra mostra uma disposição a fugir de um lugar comum midiático, em que circulam as mesmas celebridades e bandas *pop*. Marcelo Mansfield traria uma comédia mais tradicional que, no final dos anos 1980, em um contexto de recente abertura política, era tida como subversiva e até educativa. Gustavo Mendes e Rafinha Bastos representariam, por sua vez, a nova geração do humor, que surgiu com a popularização da internet. Rafinha seria uma figura ligada ao *stand-up* e Gustavo Mendes faz, especialmente, comédia de situação (*sitcom*), representando personagens e fazendo imitações. As

³² Disponível em: <<http://entretenimento.band.uol.com.br/agoraetarde/2015/programa.asp>>. Último acesso em 19 de novembro de 2015.

particularidades ficam, porém, em segundo plano no programa, que, sob a marca de personalismo do *talk show*, é muito voltado para o apresentador.

A estrutura do programa é comum a praticamente todas as edições de 2014: se inicia com uma vinheta de fundo preto e desenhos de linhas simples, coloridas, representando prédios, uma câmera fotográfica, uma guitarra, um homem andando de moto e a figura do apresentador, Rafinha Bastos. Marcelo Mansfield, que desempenha o papel de locutor e segundo humorista, anuncia o início da transmissão do programa ao vivo pela Band e pela Band News FM, e chama Rafinha, que entra no estúdio ao som da música animada da vinheta, tocada por Abujamra e Os Nerds, entre muitos aplausos da plateia. O apresentador chega por uma porta larga, cujo funcionamento parece o da coxia de um teatro, mas é cheia de luzes, traz o nome do programa escrito e fica em uma posição central no cenário, entre a banda e a bancada (FIG. 5). Em pé e bem no meio do estúdio, Rafinha faz reverências, gesticula, por vezes dança, e, quando o volume da música diminui, começa dando as boas vindas para os espectadores, agradecendo a audiência, anunciando quem será o entrevistado (ou os entrevistados) do dia e por vezes fazendo alguma piada.

Figura 5: Entrada de Rafinha Bastos



Fonte: youtube.com

Neste momento de abertura, é comum que se façam referências a assuntos do dia misturados com piadas. No programa do dia 21 de maio de 2014, por exemplo, o apresentador fala do caos no trânsito de São Paulo devido à greve do transporte público e faz uma piada com travestis e com o jogador de futebol Ronaldo Nazário³³: “Quando não tem ônibus, o paulistano só tem uma opção: a mesma dos travestis, tomar no rabo. Se bem que os travestis têm uma segunda opção de transporte que é pegar carona no helicóptero do Ronaldo”. Esse

³³ Ronaldo Nazário chamou a atenção de parte da imprensa em 2008 por ter se envolvido com três travestis, que afirmavam que o jogador não quis pagar pelo programa.

tipo de piada, que mistura a informação (a greve de ônibus em São Paulo) com piadas excludentes e agressivas, mostra um jogo satírico (que em alguns casos também pode ser irônico, mas não necessariamente), que, ao mesmo tempo em que se afirma utilidade pública por transmitir uma informação, ridiculariza comportamentos considerados marginais, como a transexualidade.

Em alguns casos, uma pequena encenação ou peça gráfica na tela acompanha essa abertura. Ainda usando como exemplo o programa do dia 21 de maio, Rafinha fala que convidaram um doutor especialista em trânsito. A tela se divide ao meio (FIG. 6), mostrando o apresentador de um lado e o ator Marco Gonçalves usando uma peruca grisalha do outro. “Doutor, é possível evitar que a cidade pare a cada manifestação?”, indaga Rafinha. “Não”, responde Marco Gonçalves. A plateia ri e aplaude.

Em outras edições, em vez de encenações como essa, o momento do humor misturado com atualidades na abertura do programa se dá apenas através do monólogo do apresentador, que tem clara afinidade com o *stand-up comedy*. Nesses casos, Rafinha Bastos comenta em tom irônico, notícias e assuntos que viralizaram na internet, fotografias que saíram nos jornais do dia, vídeos do *youtube*, etc., exibindo na tela, por vezes, imagens dos alvos desse humor. Em geral, essas leituras do apresentador sobre outros produtos midiáticos ou da internet tendem a desqualificá-los.

Figura 6 – Encenação do especialista em trânsito



Fonte: youtube.com

O único quadro de *Agora é Tarde* que apresenta periodicidade é o diário “Passou na TV”, que acontece sempre depois do monólogo. Os outros quadros são inconstantes, e cada um deles é encaixado em um momento diferente do programa. Durante o monólogo, por exemplo, em algumas edições, é exibido o quadro “Top 10 igualzinho ao David Letterman”, que, como o próprio nome diz, é importado do estadunidense *Late Show with David*

Letterman. O quadro consiste em convidar alguém para falar 10 frases (previamente preparadas pela produção) sobre algum determinado assunto. No dia 04 de julho de 2014, por exemplo, a Barbie Fitness, celebridade do *instagram*, lia “os 10 mandamentos da Maria Chuteira”, dentre os quais constavam frases sexistas, que subjugavam mulheres e faziam ligações entre sexo e futebol, como por exemplo “nunca estarás impedida, nem ‘naqueles dias’”, ou “não falarás sobre futebol. Aliás, não falarás nada”. No dia 12 de junho de 2014, o quadro “Top 10 igualzinho ao David Letterman” contou com a presença da esposa do apresentador, que lia as “10 razões para odiar ser casada com Rafinha Bastos”. As razões citadas por ela nesta edição do quadro envolviam, especialmente, os processos judiciais voltados contra seu marido, por exemplo: “parar de receber a visita das amigas quando elas ficam grávidas”, em referencia à já citada piada com Wanessa Camargo grávida que causou o afastamento do apresentador da Band, e “ter que dar presente de Natal para o oficial de justiça, de tanto que ele vai lá em casa”. Isso aponta para um movimento de auto-ironia de Rafinha Bastos e do próprio *Agora é Tarde*, que analisaremos mais adiante.

O quadro “Passou na TV” é, pela ordem em que aparece no programa, o que se segue. Ele traz uma compilação de cenas passadas na TV brasileira, entre telejornais, programas de humor, programas de auditório etc., em todas as emissoras. A edição e a montagem são feitas de modo a gerar um diálogo entre as cenas, que em geral satiriza a qualidade da programação, em um claro movimento cínico: a crítica que poderia incidir sobre *Agora é Tarde* é incorporada pelo *talk show*, que aponta, através do quadro “Passou na TV”, para uma má qualidade da programação televisiva de modo geral, neutralizando possíveis julgamentos a respeito do programa.

Na volta do “Passou na TV”, quando o programa já está no ar há cerca de 10 minutos entre piadas *stand-up*, quadros e encenações, Rafinha Bastos já está sentado na bancada onde acontecem as entrevistas. Junto com Marcelo Mansfield e Abujamra, o apresentador comenta algumas cenas do quadro, criticando apresentadores de outras emissoras, destacando detalhes e fazendo piadas. Em algumas edições do programa, são usados recursos como “povo-fala” ou imagens na tela para reforçar observações do apresentador.

O quadro “Mentira FM”, exibido eventualmente, entra nesse momento do programa. O ator e humorista Marco Gonçalves se disfarça de taxista, e, quando as pessoas entram no carro, liga o rádio com uma notícia falsa. A câmera escondida registra a reação das pessoas a “notícias” como Maradona ser o novo técnico da seleção brasileira ou o Papa admitir fumar maconha.

Outros quadros recorrentes em *Agora é Tarde* são os que envolvem a personagem de Gustavo Mendes, que satiriza a presidenta da república Dilma Rousseff. Em “Dilma responde”, o humorista, fantasiado de Dilma, responde “sem rodeios” perguntas das pessoas das ruas. Em “Dilma visita”, a personagem entrevista celebridades fora do estúdio, em locações externas. Além disso, participações “por telefone” durante as entrevistas são marcas registradas da personagem, que aparece, em tela dividida, num cenário que imita o gabinete da presidência, falando com Rafinha Bastos e com os convidados do dia por meio de um telefone de disco vermelho. A Dilma de Gustavo Mendes tem como principais marcas a franqueza excessiva, o gosto por músicas populares, que sempre aparece cantando de modo desafinado, e muitas referências a sexualidade na fala.

A estrutura do programa é fixa e muito parecida em todas as edições, mas não seus quadros. Na verdade, muitos quadros de *Agora é Tarde* não têm periodicidade ou são criados e extintos quase que instantaneamente. Eles recebem nomes e vinhetas mas têm apenas uma ou duas exhibições. Tudo o que foge da estrutura monólogo-entrevista-música é denominado quadro pela produção, mas alguns VTs se parecem mais com reportagens, “povo-fala”, pegadinhas, jogos, gincanas ou até mesmo partes do monólogo do apresentador. Podem ser, portanto, gravados em locações externas ou acontecerem no estúdio. A função dessas peças e produções é, na maior parte das vezes, expandir os temas abordados na entrevista. Isso acontece especialmente com os quadros que envolvem jogos no estúdio. Em outras situações, os quadros funcionam apenas para diversificar a estrutura do *talk show* e fazer rir, pois não se conectam com o tema maior daquele episódio.

Depois do monólogo e da exibição dos quadros, começa a entrevista, parte central do programa. Marcelo Mansfield anuncia o nome do convidado daquela edição, acrescentando, por vezes, algum comentário sobre a figura pública. No programa com Datena, por exemplo, a locução é: “ele vai te dar imagens. Datena!”. A banda toca, em geral, a música da vinheta enquanto o convidado entra no estúdio, cumprimenta o anfitrião e senta no sofá. Em algumas edições, a trilha sonora da entrada do convidado varia para combinar com algum aspecto de sua biografia, como no caso do programa com o lutador Minotauro, em que Abujamra e os Nerds tocam *Eye of the Tiger*, trilha do filme *Rocky Balboa*, para a entrada do lutador. As entrevistas duram de 20 a 30 minutos, e são marcadas por um tom de intimidade entre entrevistador e convidado. Os confrontos discursivos são reservados a alguns poucos entrevistados, em geral nomes do ramo da política, como veremos adiante na análise do programa em que Rafinha entrevista Jair Bolsonaro.

Marcelo Mansfield faz participações estratégicas na entrevista. Ele entra como um segundo comediante que, nos momentos em que Rafinha Bastos assume o papel de entrevistador, mais do que de humorista, é Mansfield quem puxa a conversa para o lado cômico e faz piadas quando vê alguma “deixa” na fala do convidado ou do apresentador. Ele ressalta com frequência frases com duplo sentido do entrevistado, mas volta suas piadas, na maior parte das vezes, para a figura de Rafinha Bastos. Quando o entrevistado faz alguma revelação negativa sobre sua vida pessoal, Mansfield está sempre a postos para redimi-lo, dizendo que Rafinha é pior.

Quando o apresentador anuncia o fim da entrevista e agradece o convidado, há um novo espaço para a inserção de quadros, de peças de *merchandising* ou para uma apresentação do convidado, que as vezes canta, dança ou interpreta. O programa sempre se encerra com música, na maioria das vezes tocada por Abujamra e os Nerds, ou, eventualmente, pelo convidado. O próprio Rafinha Bastos se encarrega, por vezes, do encerramento musical, cantando propositalmente mal para gerar um efeito cômico. Algumas edições dos programas, embora respeitem uma estrutura parecida, recebem mais de um convidado, sendo compostas por duas entrevistas. Quando é o caso, e algum dos entrevistados é cantor ou instrumentista, em geral ele é deixado para o final, de modo a tocar no encerramento.

Os elencos de *Pânico na Band*, *CQC – Custe o que Custar* e *Masterchef* são participações muito frequentes em *Agora é Tarde*. No fim do ano, especialmente, quando *Masterchef* estava no ar e era transmitido pela Band logo antes de *Agora é Tarde*, a emissora usava o *talk show* como uma continuidade do *reality*, fazendo os programas ao vivo com os convidados eliminados. Essa tendência, que mostra o fluxo televisivo na programação, foi muito significativa no número total de programas de 2014.

Personalidades políticas tanto de direita quanto de esquerda foram entrevistadas por Rafinha Bastos na temporada de 2014. O deputado conservador Jair Bolsonaro, o então presidente da Comissão de Direitos Humanos na câmara dos deputados, pastor Marco Feliciano, o deputado Jean Willys, representante do ativismo LGBT, o senador Eduardo Suplicy, do PT, e os candidatos “nânicos” à presidência da república, Luciana Genro e Levy Fidelix. Independente do partido, Rafinha Bastos adota um tom mais conflituoso ao entrevistar políticos do que celebridades. Com Luciana Genro, o confronto ficou por conta da proposta de regulamentação da mídia defendida pela candidata. Com Jair Bolsonaro, a legalização da maconha, defendida pelo apresentador (que, em tom de piada, afirmou ter fumado antes do programa) e condenada pelo convidado, foi uma das questões responsáveis pelo dissenso.

4.2.3 – *The Noite* com Danilo Gentili: estrutura e quadros

“O que importa não é o nome. O que importa não é o conteúdo, tampouco. O que importa são as aparências”. Com essa frase dita em tom irônico, Danilo Gentili começa, no primeiro programa *The Noite*, a listar as questões técnicas que melhoraram em seu programa com a mudança de emissora, da Band, onde apresentava o *Agora é Tarde*, para o SBT, com o *The Noite*. Ao agradecer a nova emissora pela acolhida, o apresentador fala, com o apoio de Roger, vocalista da banda Ultraje a Rigor, sobre o cenário, que julgam de muito melhor qualidade do que o anterior.

De acordo com a descrição em seu site oficial, *The Noite* é um programa que “traz muitos entrevistados interessantes e alto índice de piadas por minuto, abordando os fatos mais (e menos) relevantes do dia”³⁴. Assim como em *Agora é Tarde*, a relação do *talk show* com as atualidades e com as notícias do dia é ressaltada pela produção. Na descrição de *The Noite*, porém, o discurso institucional destaca também os critérios de noticiabilidade do programa: as questões *mais e menos* relevantes do dia. Danilo Gentili, ao contrário de Rafinha Bastos, não é jornalista, mas publicitário e humorista. Sua equipe, composta por uma banda de *pop rock*, dois humoristas da mesma geração que o apresentador, um locutor e uma assistente de palco, parece menos heterogênea do que a de *Agora é Tarde*.

O programa, como parece ser característica geral dos *talk shows*, obedece a uma estrutura que pouco se altera entre as edições. A vinheta mostra cenas noturnas das principais capitais do país, e uma locução apresenta o elenco, que aparece nessas cenas, e o convidado do dia, cuja foto é colocada em um *outdoor* (FIG. 7), em clara alusão ao processo de celebração promovido pelo *talk show*. A locução se estende e a imagem é cortada para o estúdio. A voz *off* do locutor Diguinho Coruja apresenta, então, Danilo Gentili, que entra no estúdio pela porta-coxia ao fundo do cenário, assim como Rafinha Bastos em *Agora é Tarde*, acenando e dançando exageradamente a música da vinheta tocada pela banda Ultraje a Rigor.

³⁴ Disponível em: < <http://www.sbt.com.br/thenoite/programa/sobre/>> . Último acesso em 20 de novembro de 2015.

Figura 7: Vinheta de abertura do programa com David Brazil



Fonte: youtube.com

O monólogo de abertura acontece na frente de uma cortina de veludo vermelha, que esconde a porta por onde Gentili passou e dá um ar teatral para o início do programa, combinando com as origens do apresentador, que fez carreira apresentando *stand-up comedy* no teatro. Danilo Gentili anuncia o entrevistado daquela edição e agradece algum “convidado especial” da plateia (os engraxates que “trabalham na plateia”, o homem “sereio”, a menina que sentou no lugar errado, as modelos de camisetas molhadas, a mulher que deu à luz no palco, entre outros. Esses personagens aparecem, então, entre os integrantes do público e fazem uma curta encenação da função que o apresentador lhes atribuiu), satirizando a tradicional abertura dos programas de auditório, na qual os apresentadores agradecem a audiência, a plateia, a emissora etc.

Danilo Gentili começa, então, a abordar os assuntos do dia, contando com o apoio de fotografias e vídeos que aparecem na tela quando o apresentador solicita. Ele faz piadas especialmente com questões políticas e econômicas que ganharam destaque nos jornais do dia, com a programação televisiva, mostrando e ridicularizando trechos de programas de outras emissoras, e com celebridades.

Neste momento, o apresentador convoca, por vezes, quadros como “Leite Show”, no qual entrevista crianças em um cenário em miniatura, fazendo um mini *talk show*, e “Adultos com voz de criança porque é engraçado”, no qual Leo Lins e Murilo Couto criam uma cena usando o áudio de uma brincadeira entre crianças. Ele chama, ainda, VTs de encenações que não têm título ou periodicidade, e por isso não constituem quadros, como por exemplo a campanha de Leo Lins para ser presidente na CIPA (Comissão Interna de Prevenção a Acidentes) nos corredores do SBT, exibida no programa do dia 07 de maio de 2014. O humorista aparece distribuindo santinhos, com um capacete amarelo, andando pela sede da

emissora e mostrando interesse em um cargo que, em geral, os funcionários não gostam de ocupar, o que dá uma graça *nonsense* à interpretação.

As encenações no próprio estúdio são, também, recorrentes. No programa do dia 4 de junho de 2014, por exemplo, falando das notícias do dia, Gentili ironiza a decisão do Conar (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) de tirar do ar uma propaganda na qual o Compadre Washington da banda É o Tchan chamava uma mulher de “ordinária”, jargão famoso do cantor. Murilo Couto, então, entra no estúdio com maquiagem negra no rosto, interpretando o cantor, e propondo “versões politicamente corretas” para suas frases de efeito. A piada tem a intenção de apontar para a suposta inadequação do uso de uma linguagem inclusiva e não ofensiva. Ao fim, como acontece depois de cada piada ou encenação, ouvem-se os pratos da bateria de Bacalhau, músico de Ultraje a Rigor, marcando o momento de comicidade.

A banda, o locutor e os outros humoristas do programa participam com frequência deste momento de piadas de abertura, descaracterizando o monólogo, embora este seja o nome dado pela produção. Gentili faz piadas com os colegas, especialmente os integrantes da banda e o locutor, que respondem enfaticamente, xingando-o com insultos e palavrões. A única a não responder com grosseria as piadas do apresentador é a assistente de palco, Juliana Oliveira, que acena e ri quando Danilo Gentili critica seu cabelo afro ou sua forma física.

Os VTs que o apresentador chama no momento de abertura do programa funcionam também como um ponto de corte de câmera. No fim do monólogo, que Gentili faz em pé, enquanto coloca no ar o último vídeo, o anfitrião se acomoda na bancada e, quando a câmera volta a filmá-lo, ele já está sentado. Em seu lugar, por vezes, o apresentador brinca com a plateia antes de chamar o convidado da noite. O quadro “Desenhos de Danilo”, que não tem periodicidade certa mas está presente em vários programas, se dá neste momento: ele mostra desenhos simples, feitos com linhas pretas em uma cartolina, e desafia a plateia a descobrir o que são. A graça fica por conta da quebra de expectativa: os desenhos nunca são o que parecem à primeira vista.

Ao convidar o entrevistado para entrar no estúdio, o apresentador começa a anunciá-lo, fazendo algum comentário sobre a figura, e o locutor Diguinho, sentado em frente a uma saída de emergência cenográfica, que é o lugar que ocupa no cenário, diz o nome do convidado. A música que a banda toca para a entrada do entrevistado, como em *Agora é Tarde*, varia: em alguns casos, é a música da vinheta do programa. Em outros, é uma trilha que faça referência à personalidade daquela celebridade. Durante a entrevista, a banda Ultraje a Rigor toca músicas que têm relação com o assunto que está em discussão sem precisar ser

solicitada. Quando Danilo Gentili comenta com Dr. Rey que ele tinha muitas bandeiras do Brasil na roupa, por exemplo, e o médico responde que vai mostrar a cueca do Brasil que está usando, Roger puxa uma música de mistério e suspense, *The Pink Panther Theme*, e mistura com os primeiros acordes de Aquarela do Brasil. A questão do *show*, é, como o exemplo mostra, muito explorada.

A entrevista dura entre 30 e 40 minutos, um pouco mais do que a de *Agora é Tarde*. O tempo de fala é livre e o entrevistador não costuma interromper seus convidados. Várias das piadas usadas pelo apresentador entre as falas dos entrevistados cabem em qualquer contexto, como por exemplo, a dramatização recorrente de mostrar a revista G Magazine em que o Roger posou nu para quase todos os convidados.

Em que pese a escolha de convidados, chama atenção a orientação política clara, que difere *The Noite* do concorrente *Agora é Tarde*: a única pessoa de posicionamento de esquerda entrevistada no programa de Danilo Gentili foi Luciana Genro, no momento em que a produção do programa convidou todos os candidatos a presidência, mas só Luciana e Levy Fidelix aceitaram. De vertente conservadora, *The Noite* recebeu, em 2014: Levy Fidelix, candidato à presidência pelo PRTB; a jornalista do SBT Rachel Sheherazade, que ficou conhecida por discursos reacionários no *SBT Brasil*; Paulo Batista e Eduardo Bolsonaro, organizadores de protestos anti-Dilma; Silas Malafaia, pastor conhecido por sua atuação política, que critica os direitos dos homossexuais e é adepto da Teologia da Prosperidade³⁵; Ron Paul, ex-congressista estadunidense pelo Tea Party, partido conservador dos Estados Unidos; Aloysio Nunes, candidato a vice-presidente pelo PSDB; Reinaldo Azevedo, jornalista da revista Veja.

Assim como em *Agora é Tarde*, algumas edições de *The Noite* recebem dois entrevistados, e são compostas, portanto, por duas entrevistas mais curtas. Ao fim da última entrevista (ou da única, dependendo do programa), Gentili chama o intervalo. Depois dos comerciais, o programa sempre volta com um quadro de encerramento. Os quadros do final de *The Noite*, ao contrário dos de *Agora é Tarde*, têm certa periodicidade. Às terças-feiras é exibido o “*Cyberbullying*”, em que Murilo Couto e Leo Lins, sentados no estúdio, ridicularizam vídeos, fotos e textos que circulam na internet. Nas quartas, vai ao ar o quadro “Mestre Mandou”, em que os humoristas vão para uma gravação externa e, enquanto um deles interage com as pessoas na rua, os outros ficam no carro de reportagem, dando ordens *nonsense* no ponto eletrônico do tipo: “pede um cigarro. Agora tosse na cara dele e diz que

³⁵ Doutrina religiosa cristã que defende que o dinheiro é uma bênção de Deus para os que têm fé, e que a doação de recursos para a igreja aumenta a riqueza material do fiel.

não fuma”. Nos outros dias, o quadro “Rodada da Noite” reúne humoristas da equipe do programa e convidados em um balcão que imita um bar no canto do cenário, e enquanto Juliana Oliveira serve *chopp*, os comediantes fazem apresentações de *stand-up*.

4.3 – Operadores analíticos

4.3.1 - Sobreposição de engajamentos

Talvez uma boa metonímia da maneira como os programas analisados aderem a determinados tipos de discursos seja um jogo de improviso proposto por Rafinha Bastos a Gregório Duvivier no *Agora é Tarde* do dia 24 de dezembro de 2014. O apresentador explica as regras: seria uma competição entre Marco Gonçalves e Gregório Duvivier. Rafinha determina um tema e cada improvisador precisa fazer um discurso se posicionando de maneira favorável a esse tema. Quando Rafinha tocar uma campainha, o improvisador deve mudar de posicionamento e falar contra aquele tema. Quando a campainha soar novamente, o participante volta a defender o posicionamento inicial. “Até o cérebro fundir”, diz Marco Gonçalves. “Até você ter um derrame cerebral”, concorda Rafinha Bastos.

Depois de Marco Gonçalves discutir sobre calcinhas, Gregório Duvivier recebe o tema nariz. A transcrição do momento vem a seguir: Duvivier diz que “o nariz do Rafinha... [Rafinha protesta, dizendo ‘ai!'] é o nariz mais bonito que eu já vi, ele é aquilino, ele é...” [Rafinha toca a campainha.] “Horroroso, ele é um nariz disforme, ele é um nariz que mostra na verdade o caráter péssimo que ele tem, ele tem...” [Rafinha, encenando ter sido desagradado, diz “Não, pelo amor de Deus!” e toca novamente a campainha] “uma beleza de um ser humano, de um humorista talentosíssimo, nascido no...” [campainha] “Rio Grande do Sul, ou seja, horroroso, porque é um estado separatista que quer sair do Brasil” [campainha] “Apesar de ser a coisa mais bonita que eu já vi na minha vida”.

A instabilidade de posicionamentos, discursos e engajamentos é frequente em *Agora é Tarde* e *The Noite*, e identificamos isso como um sintoma do que Silverstone (2002) identificou como a mediação transformada em um jogo. Se para o autor essa forma de encarar a mídia prejudica sua credibilidade e sua responsabilidade para com o conteúdo que veicula, nos programas estudados, a adesão a vários tipos de discursos, desde o político até o bufão, é

entendida como uma qualidade capaz de atrair a audiência, e por isso enfatizada pelas equipes de produção de ambos.

No início do programa do dia 04 de julho do 2014, em que Rafinha Bastos entrevista Larissa Riquelme³⁶, a locução de Marcelo Mansfield anuncia que “vai começar o programa que é como a polícia: só joga bomba no público”. Essa introdução, que toma para si a responsabilidade de criticar uma instituição pública, acaba por, no mesmo momento em que é feita, ser esvaziada de sentido. Isso porque, sendo um programa popular e de humor, e sendo *Agora é Tarde* comparado, humoristicamente, à polícia, a violação de direitos humanos – que uma instituição faz com armas, e outra, por vezes, por meio do discurso – parece menos importante e mais aceitável. A crítica surge, deste modo, junto com a redenção, atreladas como um par oposto, mas ainda assim complementar, identificado por Safatle (2008) como característico do discurso de legitimação de uma sociedade cínica.

No momento de entrevista com a musa da Copa, o discurso de Rafinha Bastos oscila entre demonstrar interesse na vida da moça e especialmente na construção de sua figura, que teve alcance mundial (o que, podemos observar, tem muito de um interesse jornalístico de abordar a maneira como funciona o regime de celebração) e adotar um posicionamento machista, de assédio constante e piadas de cunho sexual. O entrevistador pergunta, para exemplificar o primeiro caso, por que existem tantas mulheres interessadas em serem as novas musas da Copa, e Riquelme responde que essa visibilidade criou um enorme mercado para sua carreira de modelo, que conheceu 50 países e hoje tem 4 passaportes, de diferentes nacionalidades. No momento seguinte, o apresentador pede para que ela tire os brincos, que, segundo a produção o informou, estão batendo no microfone. “Eu gostaria de pedir pra você tirar outra coisa, mas o brinco tá batendo no microfone. Tá, agora você poderia tirar essa partezinha preta aqui?”, diz Rafinha Bastos, se referindo ao vestido dela. A entrevistada ri e, visivelmente constrangida, esconde o rosto. “Ela não fica envergonhada porque ela já mostrou os peitos, pra que ter vergonha?” diz o entrevistador, a despeito da reação da moça. Ela afirma, então, que ele está errado e que é tímida. É possível ver que, embora o tom do diálogo seja ameno, o apresentador se coloca hierarquicamente acima dessa entrevistada, e não se constrange em afirmar o que ela sente: não importa o que ela diga, Rafinha Bastos afirma que ela não é tímida e que ele não a está envergonhando, silenciando, assim, sua voz.

³⁶ Atriz e modelo paraguaia que ficou mundialmente conhecida após aparecer fazendo propaganda de uma empresa de telefonia móvel na Copa do Mundo de 2010, guardando um telefone celular no decote. Ela passou a ser reconhecida, então, como “musa da Copa”.

Durante a entrevista com Larissa Riquelme a duplicidade de engajamentos se dá especialmente entre uma conversa amigável, interessada na construção da figura midiática de uma “Musa da Copa”, que tem como gancho a realização dos jogos da Copa do Mundo de 2014, e um humor machista, construído principalmente nos momentos em que o apresentador encena assediá-la. No caso do próximo programa analisado, em que Rafinha Bastos entrevista o deputado Jair Bolsonaro, no dia 08 de abril de 2014, vemos uma maior complexidade de engajamentos, pois as piadas são, em sua maioria, voltadas contra o posicionamento do entrevistado, o que constitui uma exceção no discurso adotado pelos *talk shows*.

No monólogo de introdução deste programa, Rafinha Bastos deixa claro o critério de seleção das notícias que serão satirizadas na abertura daquela edição: são notícias sobre parlamentares, já que o entrevistado do dia é um deputado. O apresentador, assim, afirma que Romário entrou na justiça para proibir a transexual Thalita Zampirolli de falar sobre o relacionamento que tiveram. Compara, por meio de fotos exibidas no telão, a transexual que se envolveu com Romário e a que acusou Ronaldo, em 2008, de não pagar pelo programa. Conclui, então, que Romário provava que era melhor que Ronaldo “até na hora de pegar traveco”.

O critério de seleção das notícias, portanto, além do recorte de tratar de parlamentares, como foi explicitado pelo apresentador, também se mostra limitado a questões privadas, especialmente que dizem respeito a vida sexual dos parlamentares, e são facilmente transformadas em piadas. A abordagem humorística das notícias está baseada especialmente na sugestão da homossexualidade (e seu tratamento como algo vergonhoso) e na comparação entre sexo e futebol. Notamos, aí, como a característica do gênero, de hibridar assuntos públicos com *stand-up comedy* tende, nesses programas, a direcionar as notícias para uma abordagem sensacionalista, que, conforme tratada por Olgária Matos (2006), tem um caráter de superficialidade, ausência de conteúdo e fragmentação de sentido das notícias.

Na mesma linha, sobre o deputado e então presidente da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados, o Pastor Marco Feliciano, Rafinha Bastos comentou: “o Marco Feliciano falou para a Revista Playboy que tem homens que têm tara pelo ânus, sim (...). E complementou: ‘eu não entendo nada dessa área porque eu nunca fiz, graças a Deus’. Quer dizer então, Feliciano, que foi Deus que impediu você de dar a bunda? Você tava quase lá, chegando, daí a pouco uma luz desce do céu e fala ‘não! Na bundinha não’. Taí os milagres: abrir o mar vermelho e fechar o rabo do Feliciano.”

A ligação entre notícias e piadas, nesta edição, é mais próxima e nuançada do que nos outros programas analisados. Isso porque a sátira política, ainda que muito voltada

(especialmente no momento do monólogo) para pequenos escândalos da vida privada, ganha o contraponto do entrevistado, que é uma das personalidades contra as quais esse tipo de humor se volta. O resultado é um programa com mais enfrentamentos, tanto discursivos quanto ideológicos.

O momento de maior enfrentamento ideológico nesta edição se dá, certamente, quando a entrevista se aproxima do final, e Abujamra, líder da banda Abujamra e os Nerds, pede a palavra, contrariando o modelo de *Agora é Tarde* em que só Rafinha Bastos e Marcelo Mansfield falam com os convidados. Ele confronta Jair Bolsonaro, que dizia que a maior parte das pessoas que afirmam terem sido torturadas no regime militar, não o foram. O músico pergunta para o entrevistado: “o senhor só falou do PT quando falou da ditadura. Mas e meu pai, Antônio Abujamra? E Plínio Marcos? O senhor vai falar que eles não foram torturados? Eu sei que foram, porque ele é meu pai”. Quando Bolsonaro pergunta o que eles fizeram para merecerem a tortura, a fala de André Abujamra toma tom de discurso político: “Mau pai é o maior ator e diretor de teatro do país! O meu pai não *merecia* ter sido torturado” (grifo nosso, no momento de ênfase na fala).

Em outro momento de conflito, Rafinha Bastos, que defende publicamente a descriminalização da maconha, pergunta para Jair Bolsonaro se ele “já fumou um baseadinho”. O deputado responde que não, nunca fumou nem cigarro de palha, porque teve um mau exemplo em casa, do pai que fumava quatro maços por dia. “De maconha?”, pergunta o entrevistador. “Não, de cigarro. No período militar, droga não corria solta na rua como hoje, na democracia do PT”, responde Bolsonaro. Quando interpelado sobre qual seria o problema da maconha, o deputado responde que considera uma porta de entrada para outras drogas. Rafinha Bastos, então, usa do humor de quebra de expectativa para contestar esse argumento, dizendo: “Deputado, fumei maconha a vida inteira e nunca experimentei nenhuma outra droga. Nunca. Vou até dizer uma coisa: pra relaxar, fumei antes de entrevistar o senhor. É verdade! Falei assim: ‘não quero ficar nervoso’”.

Outro momento que mostra múltiplos engajamentos na entrevista com Jair Bolsonaro é a intervenção da personagem Dilma, do humorista Gustavo Mendes. Um telefone vermelho toca na mesa de Rafinha Bastos, que atende, dividindo a tela entre o que acontece no cenário da entrevista e em um segundo cenário que imita o gabinete da presidência (FIG. 8).

Figura 8: Dilma de Gustavo Mendes fala com Jair Bolsonaro



Fonte: youtube.com

A personagem da presidenta, entre gritos, palavrões e excessos de afetividade que soam falsos, diz para o entrevistado: “Bolsonaro, vou falar pra você: o mesmo médico que eu mandei o Rafinha Bastos pra parar de falar merda... ele falava merda! Ele falava ‘cantora, ui, eu sou polêmico’ e fazia piada com ela, aí se fodeu. Então ele tomou uns remédios e tá uma pessoa mais tranquila, mais bonita, você devia tomar esses remédios também. Porque eu amo você! Você não é envolvido com mensalão... você é uma pessoa boa.”

Novamente, notam-se múltiplos engajamentos. Além de fazer humor, a intromissão de “Dilma” serve para propósitos políticos ao lembrar que o deputado conservador é da base aliada do governo, para lembrar um escândalo político recente, e ainda para um fim de autopromoção do programa e de reforço à imagem do apresentador, o que fica claro quando “Dilma” aponta para um novo Rafinha Bastos, que “tomou remédios” e ficou mais contido em relação ao seu humor. Ao mesmo tempo, também mostrando os múltiplos engajamentos deste momento do programa, a comparação entre Rafinha Bastos e Jair Bolsonaro redime, de alguma forma, o discurso do deputado. Se o apresentador, com toda a sua postura politicamente incorreta, polêmica e controversa, “ainda tem jeito”, Bolsonaro também não pode estar tão distante disso. A convivência para com o entrevistado, característica do *talk show*, ainda se mostra presente nessa edição de *Agora é Tarde*, mesmo que haja um intenso confronto discursivo.

Ainda no sentido de reforçar a nova imagem do apresentador, recurso utilizado para driblar a má fama que ele adquiriu, especialmente, quando fez uma piada de cunho machista com Wanessa Camargo e foi processado pela cantora (conforme já mencionamos neste trabalho), é possível ver novamente, no programa do dia 09 de dezembro de 2014, um esforço. Quando entrevista Jaime, candidato recém-eliminado do *reality show Masterchef*, da Band, Rafinha Bastos pergunta sobre a ONG para ensinar crianças a cozinhar que ele planeja

montar, e o que falta para “realizar esse sonho”. Quando o entrevistado afirma que precisa de um patrocinador para o primeiro ano de aluguel do imóvel, Rafinha Bastos diz que ele mesmo será o patrocinador. Assim, o apresentador mostra, em *Agora é Tarde*, um discurso social, que depois é reiterado no programa de 24 de dezembro, quando sua equipe distribui presentes de Natal para crianças carentes.

No mesmo programa do dia 09 de dezembro, porém, observam-se ainda discursos “politicamente incorretos”, que vão de encontro a essa ideia de melhorar a imagem de Rafinha Bastos. No quadro “Vai ou Racha”, comandado por Gustavo Mendes, a equipe de *Agora é Tarde* vai para o bairro de periferia onde nasceu Jaime, o entrevistado da noite, e faz perguntas sobre pratos com nomes em francês, rindo do fato das pessoas ignorarem o que é um *Ris Au Lait*. Gustavo Mendes grita na porta da casa de Jaime, dizendo que ficou muito triste com a eliminação do candidato no *reality show*. “Jacan filho da puta, Paola gostosa, Fogaça filho da puta”, ele grita, afrontando os jurados. Quando as imagens voltam para o estúdio, Rafinha Bastos comenta o VT e fala sobre um dos participantes do quadro, Celso, um anão que mora no bairro: “por favor, eu só peço que você que está em casa não durma agora com a imagem desse anão fazendo assim [e imita o movimento que Celso fez com os braços para comemorar quando acertou as perguntas de Gustavo Mendes]”.

Na edição de *Agora é Tarde* do dia 24 de dezembro de 2014, em que Rafinha Bastos entrevista Gregório Duvivier, pelo menos 5 tipos de discursos podem ser percebidos: o de *celebração do convidado*, já que o apresentador enfatiza a qualidade do trabalho de Gregório Duvivier, o fato de ele produzir muito e de ser um bom humorista; o discurso de *divulgação*, que tem lugar quando o apresentador mostra o livro lançado pelo convidado, lê trechos e incita o público a comprá-lo; o discurso *político*, que toma ares de discussão séria e ocupa boa parte da entrevista, especialmente com a exposição dos posicionamentos do convidado, que chega a citar dois livros durante a entrevista para respaldar suas opiniões; o discurso *humorístico*, que pode ser irônico, satírico, bufão, situacional; um discurso *social* que legitima o programa, no momento em que o quadro de encerramento mostra os humoristas levando presentes de Natal para crianças carentes.

Rafinha Bastos, que conversa com o entrevistado especialmente sobre carreira e política, afirma por duas vezes durante o programa que o clima está muito pesado. O engajamento constante em temas políticos ou em fatos negativos a respeito do entrevistado (como o momento em que Gregório Duvivier “desabafa” sobre a exposição de sua vida em uma revista de fofocas, reclama que não houve sequer apuração antes de publicarem que ele estaria envolvido com alguém e que essa negligência magoou pessoas próximas a ele) deixou

pouco espaço para piadas nesta edição, e isso é visto pelo apresentador como algo ruim. O posicionamento institucional sobre o humor, é, portanto, o de que ele se faz necessário para deixar a conversa mais leve e palatável.

A sobreposição de engajamentos, que entendemos fazer do *talk show* um produto cínico, não existe, porém, só nesses programas. Ela parece uma característica da nossa cultura midiática, indo além de seu papel no *talk show*, que aqui apontamos e analisamos. O próprio entrevistado em comum em *Agora é Tarde* e *The Noite*, Gregório Duvivier, se engaja em discursos e posturas diferentes entre um programa e outro. Enquanto em *Agora é Tarde*, no dia 24 de dezembro, o humorista afirmou constantemente seu posicionamento político, chegando a dizer que não se arrepende de ter tornado pública sua visão de mundo, porque queria fazer um contraponto a “uma direita muito reacionária e muito raivosa, muito unida”, em *The Noite* ele diminui essa questão, como veremos a seguir.

No programa do dia 16 de dezembro de 2014, em que Danilo Gentili entrevista Gregório Duvivier, o monólogo do apresentador aborda questões políticas. As piadas de abertura desta edição, ao contrário do que se esperaria, *refutam* o principal assunto discutido entre Gentili e Duvivier, mostrando novamente uma duplicidade de engajamentos no *talk show*. Enquanto na entrevista os humoristas parecem negar os posicionamentos políticos pelos quais são conhecidos (Gregório Duvivier seria, de acordo com a opinião pública, de esquerda, e Danilo Gentili, de direita), neste monólogo o apresentador reforça o discurso pelo qual já é conhecido, fazendo piadas com a crise na Petrobrás e ligando-a ao governo do PT. “Ela [Graça Foster] não viu nada, o Lula não viu nada, o Cerveró... só viu alguma coisa se estiver na altura da bochecha dele [gesticulando com a mão imitando um olho na bochecha]. Pelo jeito, a Petrobrás não precisa de auditoria, precisa de um oculista”, diz Gentili na abertura, relacionando, em forma de piada, o ex-presidente ao escândalo de corrupção na empresa.

A duplicidade de engajamento desta edição do programa é identificada especialmente entre as questões políticas, recorrentemente discutidas por Gentili em forma de piadas e sátiras. O que acontece nesta edição, porém, é uma negação do discurso comum do apresentador. Quando Gregório Duvivier afirma que não se considera “a nova cara da esquerda” na entrevista, Gentili afirma que tem os mesmos posicionamentos que ele, porém é considerado de direita. Quando diz isso, o apresentador nega todo um discurso político que sempre adotou, de ataque ao governo e a minorias. Como os discursos políticos do apresentador são todos construídos em forma de piada, é possível, para ele, negá-los, e as contradições que constrói são absorvidas pelo próprio humor e usadas em sua construção. É possível, assim, uma cena como a que ocorreu em *The Noite* do dia 16 de dezembro de 2014,

em que Gregório Duvivier e Danilo Gentili concordam sobre a necessidade de legalização da maconha, e o entrevistado estende a mão para o apresentador dizendo, ironicamente: “Bate aqui, ‘petralha’”. Gentili, então, corrige-o, em tom sarcástico: “Não, eu sou ‘reaça’”.

Esse embaralhamento de engajamentos políticos é cínico, na concepção aqui trabalhada, porque aponta para direções opostas como complementares, e faz com que a negação de um discurso adotado publicamente não pareça uma contradição. Isso é favorecido, conforme mencionamos, pelo hibridismo histórico do gênero, que permite que piada e discussão política se apresentem como dois objetivos de um mesmo produto. É importante notar, assim, que esse tipo de situação só pode ocorrer por causa da blindagem oferecida pelo humor: Gentili usa do fato de Duvivier também ser um comediante para fazer dele um par, um igual. Embora sejam vistos como sujeitos de orientação política diversa, eles se colocam acima disso, pois se encontram no humor, e o humor tudo blinda e tudo redime.

No monólogo de abertura de *The Noite*, no dia 6 de junho de 2014, em que Danilo Gentili entrevista a bandeirinha Fernanda Colombo, logo depois de discutir se Marcos Kleine, guitarrista da banda Ultraje a Rigor, estaria ou não namorando, e ser alvo da pilhéria do locutor Diguinho Coruja por usar creme antirrugas, o apresentador começa a falar um texto que parece estar escrito no *teleprompter*: “Esse ano a taxa de desemprego *subiu quase 8%*. Pelo jeito a única coisa que cai com a Dilma é a rola mesmo” (grifo nosso). Entre os pratos da bateria da banda que soam a cada momento de humor e os risos da plateia, Gentili inicia uma série de piadas com relação ao dado noticiado. Esse momento de *stand-up* que abre o programa não tem relação com os quadros ou com a entrevista desta edição, exceto, talvez, pelos traços de misoginia marcantes no humor do apresentador, que no início se voltam para a presidenta e, depois, para a entrevistada e para a assistente de palco.

O texto prossegue: “A taxa de *emprego* (sic) chegou a 8% e a Ana Paula Arósio tá esnobando ainda, hein, porque a Record chamou ela para apresentar o programa e ela não aceitou”. A locução do apresentador traz um erro que compromete a informação, trocando taxa de *desemprego* por taxa de *emprego*, mas isso passa despercebido. Gentili, então, finge parar de ler o texto e pergunta: “Quem escreveu essa piada de merda, hein?”. O enquadramento da câmera, que antes estava só no humorista, se abre, e permite ver o roteirista do programa entrando no estúdio. “Tá demitido”, diz Gentili, e a banda toca uma música triste enquanto o funcionário finge chorar e sair de cena. “Bom, corrigindo, a taxa de desemprego agora é de 9%”, completa o apresentador.

É possível ver, a partir desse exemplo, como a informação é tratada junto com a piada, ficando, por vezes, comprometida. O dado real, de que o desemprego havia subido naquele

mês e *atingido* quase 8%, não foi passado em nenhum momento: entre as leituras subjetivas de Gentili que dão origem às piadas e as imprecisões na fala do apresentador, o factual simplesmente não foi dito. Na primeira menção, a frase fez parecer que a taxa de desemprego tinha subido *mais* 8%, e não *para* 8%. Na segunda, o apresentador fala “taxa de *emprego*”, e não de *desemprego*. Na terceira, em forma de piada, o Gentili brinca como se a taxa tivesse aumentado 1% com uma única demissão que teria acontecido no programa.

Vemos, no mesmo episódio, outras situações em que a sobreposição de engajamentos se faz presente. Dessa vez, em lugar de um discurso humorístico sobreposto a um informativo, pensamos na sobreposição de posicionamentos sobre determinado tema. Em um dado momento, o entrevistador pergunta para a convidada, Fernanda Colombo, bandeirinha de futebol, porque ela acha que foi tão “crucificada” pela torcida e por diretores do clube que foi prejudicado pelo erro que cometeu. Gentili afirma que já viu outros erros de arbitragem piores, mas que não repercutiram para os árbitros responsáveis da mesma maneira. A pergunta orientava a convidada para a resposta: ela disse que, pelo fato de ser mulher, o erro gerou vários comentários machistas, e que a mídia alimentou. Mesmo apontando para a visibilidade midiática e para o machismo como negativos, Fernanda Colombo aceita o convite para participar de *The Noite*, onde se reforçam as duas questões. Gentili faz o mesmo movimento de crítica à exposição midiática da bandeirinha quando formula a pergunta e afirma que “mulher bonita, futebol e crucificando alguém (sic), é tudo que dá clique na internet”. O desvelamento, porém, aponta para o jogo midiático sem romper com ele, uma vez que o apresentador perpetua as relações machistas, falando várias vezes que a entrevistada devia posar nua, mesmo quando ela afirma não ter interesse, e também alimenta o jogo de visibilidade e celebração, características do próprio *talk show* como gênero televisivo. Notam-se, assim, ao menos dois discursos nesse momento do programa: o que critica o tratamento que a imprensa deu ao caso, e o que o reproduz, se não piora, a versão dos jornalistas. Esta duplicidade de engajamentos aponta, como indicamos, para a questão do cinismo (SAFATLE, 2008), pois mostra como a lógica do programa assimila e neutraliza suas contradições internas.

O programa em que Gentili entrevista Aloysio Nunes, por outro lado, mostra menos momentos de sobreposição de engajamentos. A entrevista praticamente não tem piadas ou contradições e é toda feita em um tom ameno, com poucos momentos de descontração. A única exceção aos assuntos políticos e biográficos do entrevistado é o momento em que o apresentador pede para que a produção coloque uma foto do senador quando jovem no telão e diz que ele era um esquerdista histórico, que participou da luta armada contra a ditadura.

“Você sente falta disso aqui, ó?”, pergunta o entrevistador. “Do que?” responde Aloysio Nunes. “Do cabelo”, ri Gentili, enquanto vemos na tela a foto do entrevistado quando jovem, com os cabelos chegando quase até os ombros. Todo o resto da entrevista decorre como uma exposição séria dos pontos de vista do convidado.

É possível interpretar que a produção do programa tenha consciência dos problemas de credibilidade que os múltiplos engajamentos podem trazer, conforme discutimos a partir dos apontamentos de Silverstone (2002), e por isso opte por preparar esta edição com os momentos de humor e de notícias mais claramente separados. Isso acontece, especialmente, porque a intenção não é desacreditar, desestabilizar ou ridicularizar o convidado, que tem o mesmo posicionamento político que o programa assume a partir das figuras de Danilo Gentili e Roger. O cantor chega a usar as palavras “nós” e “eles” quando fala com Nunes sobre o atual contexto político brasileiro, pontuando claramente seu alinhamento com o entrevistado. O apresentador, por sua vez, comenta: “Mas não são esses que sempre ganham?”, quando Aloysio Nunes afirma que o PT é autoritário e caluniador. Vemos, assim, a partir dessas afirmações de posicionamento político das duas principais figuras do elenco de *The Noite*, que existe uma intenção de preservar a figura do entrevistado e a credibilidade daquele espaço de fala concedido a ele. Interpretamos portanto que a opção de manter as piadas separadas da entrevista nesta edição se dê por essa razão.

O programa do dia 12 de março de 2014, em que Danilo Gentili entrevista Rachel Sheherazade, jornalista do SBT, também demonstra uma intenção de preservar o entrevistado, mas a estratégia adotada é diferente: como Sheherazade estava com má fama nas redes sociais depois de discursar defendendo os autores de um linchamento, a imagem que se vende da âncora em *The Noite* é a de uma pessoa bem humorada, e seus gostos pessoais são explorados para que se crie uma identidade entre ela e o público. A capacidade de rir de si, muito exaltada por esse discurso do *talk show* que afirma não se levar a sério (e por isso pode misturar, de maneira por vezes descompromissada, humor e notícias) é o que redime Sheherazade.

Essa edição do programa mostra, assim, mais um tipo de discurso, para além do noticioso e do humorístico já apontados: um discurso institucional, em que a emissora usa o espaço do *talk show* para falar de si, divulgar os próprios programas e profissionais, e até desfazer “mal entendidos” que pudessem existir entre emissora e público, como acontece nesse episódio em que a jornalista explica o posicionamento que expressou como apresentadora do jornal *SBT Brasil*.

Embora o uso de humor e de sátiras durante a entrevista com Sheherazade seja recorrente, ao contrário do programa “sério” em que Gentili entrevista Aloysio Nunes, essas piadas têm um direcionamento expresso. O monólogo de abertura, neste programa, dialoga com a entrevista, em um movimento de confirmação. Enquanto a entrevistada ficou conhecida por afirmar que a ação de justiceiros era compreensível dada a falta de segurança pública, duas das três notícias que Danilo Gentili comenta no início do programa fazendo piadas são relativas à insegurança: uma delas diz que presidiários estão usando *drones* para obterem drogas (e o humorista faz trocadilhos com nomes de drogas e de produtos tecnológicos, dizendo, por exemplo, que se eles usassem *tablets*, a marca seria *iPó*); a outra fala de um posto de gasolina em São Paulo que foi assaltado mais de mil vezes. O monólogo de introdução do programa, que se apresenta como um momento de humor, se mostra, assim, a serviço da sustentação do discurso da jornalista.

4.3.2 - Formas humorísticas

“Me chamam de polêmico e eu não tô fazendo polêmica, eu tô fazendo piada”, diz Danilo Gentili para Rachel Sheherazade no programa *The Noite* do dia 12 de março de 2014. O humorista parece, com esta frase, desacreditar de qualquer implicação de suas piadas para além do riso, ou ao menos, afirmar tal posicionamento. Ele mostra ignorar a relevância da maneira como a piada se coloca no mundo, bem como a potência do humor para naturalizar discursos hegemônicos, que são capazes de se perpetuarem mesmo sob o rótulo de brincadeira ou ironia, conforme discutimos anteriormente através de ideias de Silverstone (2002), Hutcheon (1994), Safatle (2008), Rodrigues (2011).

A ironia em si é apenas um dos recursos humorísticos usados por Gentili em *The Noite*. Ela está presente, por exemplo, quando o apresentador pergunta para Fernanda Colombo: “Já teve corinho de torcida respeitosa? A bandeirinha/ é muito bonita/ essa dama/ mora em meu coração [cantando e movimentando os braços, como se tivesse torcendo para um time de futebol]”. Com essa pergunta, o entrevistador aponta para uma inadequação, que será percebida pelo público que compartilha de um repertório cultural com o ironista, e portanto percebe que a musiquinha de Gentili não atende as expectativas acerca de gritos de torcidas.

Para além do uso cômico da ironia, que foi exemplificado acima, a maneira como o apresentador e o próprio discurso do programa se colocam é irônica. Isso porque as inadequações entre o discurso e a prática são constantemente apontadas; tudo o que se afirma no programa é sempre colocado em cheque, como se a leitura que se faz de qualquer momento ali colocado pudesse ser questionada por se tratar de um produto humorístico; há, o tempo todo, uma sobreposição de camadas de significados, conforme apontamos quando mencionamos as duplicidades de engajamentos; o apresentador adota o que Muecke (2005) chama de uma “postura arquetípica” de um ironista, marcada por um ar de superioridade, liberdade e divertimento. Todos esses fatores fazem com que todas as formas humorísticas inseridas em *The Noite*, passem, também, pela ironia.

A sátira, muito utilizada no programa, é responsável, em grande parte, pelo que se chama de *politicamente incorreto* no humor de Gentili. Embora a ideia do politicamente incorreto passe mais pelos alvos do humor (quando o humor é voltado contra minorias, grupos oprimidos ou alvos individuais), e não pela forma, a característica derrisiva da sátira favorece esse tipo de ataque. Um exemplo do uso da sátira é a “homenagem” prestada às bibliotecárias no programa do dia 12 de março de 2014. A profissão é ridicularizada no monólogo de Gentili, que diz, sarcasticamente, que o dia da bibliotecária é “muito importante”. Murilo Couto, em mais um movimento sarcástico, vai até uma biblioteca levar uma flor para a bibliotecária, e organiza um grito de guerra entre os presentes em comemoração ao dia. Em um segundo momento, Murilo Couto diz “chega, né?!” e todos vão embora, deixando a bibliotecária novamente sozinha e perplexa, vítima da piada.

Para além das ironias e das sátiras, o programa *The Noite* faz uso constante do humor de situação, ou *sitcom*, especialmente em seus quadros. Quando interpretam brincadeiras entre crianças, por exemplo, como acontece no quadro “Adultos com voz de crianças porque é engraçado” do dia 17 de novembro de 2014, Léo Lins e Murilo Couto mostram um humor que, ao contrário do *stand-up*, conta com personagens e ambientações, e se faz não em torno de um jogo de palavras ou leituras de mundo, mas pela criação de cenas que quebram expectativas.

A comédia de situação em *The Noite*, quando apresentada nos quadros do início e do fim do programa, que em geral não estão relacionados a atualidades ou temas da agenda pública, fica à parte dos momentos em que se discutem notícias. Ela pode ter um engajamento com temas da atualidade, mas, ao contrário do *stand-up*, que se faz a partir de uma leitura de mundo enviesada, isso não é uma exigência. A *sitcom* é usada, assim, por vezes, de maneira estratégica: é uma possibilidade de fazer humor sem satirizar o entrevistado ou tornar jocoso o

momento da entrevista. Em outros casos, mesmo que a entrevista tenha piadas, os quadros de humor de situação, como “Leite Show” e “Mestre Mandou”, descritos anteriormente, são momentos em que não se criam múltiplos engajamentos, mas situações à parte. Isso mostra, mais uma vez, a necessidade metodológica de criarmos duas categorias separadas para o estudo dos programas: nem todas as formas humorísticas atuam alternando engajamentos. Os quadros do início e do fim dos programas são capazes de criarem, quando é conveniente, mundos de fato entre parênteses (ISER, 2002).

A criação de mundos à parte, porém, não é característica intrínseca à *sitcom*, mas apenas uma das maneiras como esse tipo de comédia é usado. Quando faz parte das entrevistas, por outro lado, o humor de situação mostra uma grande potência satírica, que pode ser verificada na maneira como essas encenações dialogam com os posicionamentos expressos em relação a situações da atualidade. Um exemplo é a encenação feita no programa *The Noite* do dia 12 de março de 2014, em que Danilo Gentili entrevista Rachel Sheherazade. Em conversa com a entrevistada sobre ela ter ou não defendido justiceiros no telejornal em que é âncora, o apresentador pergunta: “Mas você não é a favor de fazer justiça com as próprias mãos então. Eu não fui com a cara de alguém, eu posso prender no poste?”. Ela responde, sorrindo: “claro que não!”. Gentili olha para o lado e diz para a assistente de palco: “então solta, Juliana”. A câmera então se desloca para um canto do estúdio no qual a assistente de palco mostra, preso a um mastro, o humorista Murilo Couto seminu, gritando (FIG. 9)

Figura 9: Murilo Couto preso ao poste



Fonte: youtube.com

Esta encenação aponta para uma comédia de situação satírica, engajada com o tema que está sendo discutido no estúdio. Ela funciona de modo a diminuir a gravidade da fala de Sheherazade no jornal, naturalizando o justicamento. Omitem-se, na piada, aspectos

relevantes da ação do justiceiro (que Rachel Sheherazade disse compreender): o fato de o garoto amarrado no poste ter sido espancado e levado uma facada na orelha, de ser adolescente, de ser negro, da cena real remeter a um pelourinho de menos de dois séculos atrás. A âncora, entre risadas depois da encenação, diz que isso é crime de cárcere privado. “Não pode”, ela diz em tom professoral, apontando o dedo indicador para o apresentador e sorrindo.

Assim como ficou claro na encenação da edição de 12 de março de 2014 que a piada tinha como alvo um discurso de defesa dos direitos humanos que se voltava contra a conduta da entrevistada, Rachel Sheherazade, o programa *The Noite* do dia 06 de junho de 2014 permite ver com bastante clareza, em piadas no momento da entrevista, outras das “vítimas” do humor de Danilo Gentili. Quando a entrevistada do dia, a bandeirinha Fernanda Colombo, falava sobre sua infância e sobre a opinião da família a respeito da escolha de sua carreira como árbitra, ela mencionou que gostava de esportes desde criança. Quando se divertia com seus primos, conta a convidada, as brincadeiras variavam entre bonecas e futebol na rua. O anfitrião faz, então, dois comentários: (1) “Hoje você é bandeirinha e eles são estilistas? [sorrindo]”; (2) “Quando você era menina e jogava bola na rua, aposto que todo mundo queria que você jogasse no time dos ‘sem camisa’”.

Conforme identificamos em Muecke (2005), toda ironia tem um alvo. E de acordo com Hutcheon (1994), as ironias são mais conservadoras à medida que estão ligadas ao logro, à desestabilização e à humilhação. As ironias de Gentili neste caso, além de se voltarem contra a bandeirinha e seus familiares, também satirizam homens que têm profissões tidas como “femininas” ou “de gays”, no primeiro caso, e naturalizam o assédio sexual infantil, quando afirmam, no segundo caso, que *todos certamente* queriam ver Fernanda Colombo sem camisa quando criança.

O humor caricato, exagerado, também é presente em *The Noite*. No programa do dia 16 de dezembro de 2014, Gentili chama o VT de uma encenação do Foro de São Paulo, em que Gregório Duvivier, sentado em torno de uma mesa com outros humoristas, todos caracterizados com capas e chapéus, discute de maneira caricata temas de esquerda. O comediante começa a discursar, dizendo: “Companheiros, estamos com um problema. Acabou o nosso caviar. Temos que tomar providências urgentes. Não dá! O Brasil do sul aqui não para de crescer [mostra um mapa de votos, com os estados que tiveram maioria de votos no PSDB pintados de azul e os que tiveram a maior parte dos votos no PT pintados de vermelho], esse Brasil tão poderoso, tão instruído. Temos que transformar tudo em uma grande massa vermelha. Alguém tem alguma sugestão?”. Ele fala ainda que eles precisam

pintar a rodovia transamazônica de vermelho, transformando-a em uma grande “transciclofaixa”, ciclovia para uso exclusivo de pessoas transexuais, além de instaurar o aborto obrigatório, acabar com a família heterossexual. Fala que as pessoas de direita “não são imunes a nossa arma secreta que é o bolsa esmola, digo, bolsa família”. Tudo isso segurando um objeto de borracha que imita um braço decepado.

Essa hipérbole, que reúne em uma só peça todas as acusações que o senso-comum faz em relação à esquerda, se revela também irônica, a partir do momento em que cria uma sobreposição de engajamentos. Isso é visto claramente no momento em que Roger, o vocalista da banda do programa, conhecido por seus posicionamentos de direita, entra em cena e pede desculpas pelo atraso. Diz que o Lobão, cantor também de direita, já vai entrar, “tá só amarrando a bike”. Roger pergunta o que eles estão fazendo e Gregório diz que estão comemorando a derrota da elite branca. Eles, então, comemoram juntos. A sobreposição de significados que satiriza, ao mesmo tempo, direita e esquerda, mostra a ironia desta peça, feita com a colaboração do entrevistado.

No humor de *Agora é Tarde*, por sua vez, as comédias de situação são menos presentes, e quando acontecem estão, em geral, desvinculadas da entrevista. As encenações ficam por conta, principalmente, de quadros (que não são fixos, conforme apontamos anteriormente) no início e no fim do programa, como na edição do dia 24 de dezembro de 2014 em que, no início, exibe-se um VT de Rafinha Bastos no psicólogo. O apresentador começa aparecendo na tela, falando sobre problemas de sua vida, e quando a câmera se volta para o interlocutor, que Rafinha Bastos chama de doutor, o público percebe que se trata de uma criança. O humor é construído tanto com base no *nonsense* dos conselhos do menino, que aparenta menos de dez anos de idade, quanto no apontamento de sua ingenuidade. Em uma das cenas, Rafinha Bastos diz: “Eu não gosto de Natal, doutor”. O garoto sugere: “Faz outra coisa. Viaja. Faz uma festa de aniversário. Vai pra Marte!”. O apresentador, com olhar sério, questiona: “Quando o senhor fala viagem, o senhor quer dizer pegar um avião ou... [faz um gesto imitando alguém fumando maconha]”. O menino, sem entender, sugere que o apresentador pegue um foguete e vá para Marte, afinal.

O humor de situação é explorado ainda em matérias feitas pelo humorista Marco Gonçalves, que com frequência são exibidas no final do programa, dessa vez de maneira não ficcional (ao contrário da consulta de Rafinha ao psicólogo), apenas exagerada e satírica. Um exemplo é o “povo-fala”, que foi ao ar na edição do dia 04 de julho de 2014 de *Agora é Tarde*. Gonçalves gravou, na entrada de um jogo da seleção da Argentina, torcedores dizendo coisas que contrariam a tradicional rivalidade entre brasileiros e argentinos, e portanto o

humor se dá pela quebra de expectativa. Em uma gradação de intensidade das afirmações, que intensifica o sentido humorístico, os entrevistados dizem que gostam do Brasil, que jogadores brasileiros são melhores do que Maradona, que a Copa do Mundo de 1978 que a Argentina venceu foi roubada, que o país do tango é o Afeganistão e que a Argentina foi responsável pelo atentado de 11 de setembro nos Estados Unidos e pelo desaparecimento de um avião na Malásia.

O uso humorístico da ironia parece mais recorrente entre as edições analisadas de *Agora é Tarde* do que em *The Noite*. Rafinha Bastos faz uso desse recurso, por vezes, para criticar o entrevistado, como acontece quando Jair Bolsonaro sugere, durante a entrevista do dia 08 de abril de 2014, que Rafinha é gay. “Já tá indo no meu rabo de novo. O deputado escapa da conversa e vai no rabo das pessoas!”, reclama o apresentador, sobrepondo sentidos para rebater a “acusação”, fazer humor sugerindo uma relação sexual entre os dois e apontar o fato do entrevistado estar mudando de assunto.

Outro uso comum da ironia como forma humorística em *Agora é Tarde* está ligado a reclamações do apresentador sobre funções que lhe são atribuídas no programa. No dia 09 de dezembro de 2014, quando entrevista Jaime, eliminado do *Masterchef*, e Ana Paula Padrão, apresentadora do *reality*, Rafinha Bastos usa da ironia para criticar o fato de *Agora é Tarde* ter se tornado um espaço de repercussão das eliminações de *Masterchef*. Dialogando com a afirmação que faz no início do programa, de que não gosta de entrevistar os eliminados porque eles sempre estão tristes, o apresentador adota uma perspectiva cética em relação àquela edição. “Vamos ver desgraça, então!” ele diz com os braços pra cima e um tom ironicamente animado, em resposta a Ana Paula Padrão que chama o VT da eliminação de Jaime. Em outro momento, Rafinha Bastos comenta, quando é informado sobre a presença de um advogado amigo do entrevistado entre os integrantes da plateia: “Ah, que ótimo! Vou ser processado de novo! [A câmera fecha no apresentador, que aponta pra frente como se tivesse falando diretamente para a lente]. Amor, amor, um beijo, não compra o sofá, tá bom?”.

Os alvos das piadas de Rafinha Bastos variam, portanto, desde os processos que sofre até pessoas públicas e minorias, passando por discordâncias que parece ter em relação própria emissora e, em menor escala, seus entrevistados. A auto-ironia, marcante especialmente quando ele fala sobre processos judiciais que sofre, faz parte da construção de uma figura que afirma não se levar a sério – mas que, por meio do humor, se posiciona “seriamente” em relação ao mundo. As constantes piadas sobre sexualidade transformam mulheres, homossexuais e transexuais em alvos fáceis. O caso de 2008 sobre o jogador de futebol Ronaldo Nazário ser acusado de não ter pago as travestis com quem se envolveu aparece em

vários programas *Agora é Tarde* de 2014. A encenação de assédio a entrevistadas mulheres, tomada como piada, se repete desde a entrevista com Larissa Riquelme, musa da Copa, até Ana Paula Padrão, jornalista e colega de emissora, que o repreende dizendo que ele “só pensa naquilo”.

A sátira, muito presente nos monólogos de Rafinha Bastos, em geral tem alguma relação com o tema desenvolvido no programa. Quando o entrevistado é o deputado Jair Bolsonaro, as sátiras dos monólogos se voltam para comportamentos desviantes (e pessoais) de parlamentares, conforme já apontamos. Quando a entrevistada é Larissa Riquelme, o apresentador satiriza as outras candidatas a musas da Copa. Nesta edição, depois de exibir no telão uma foto da modelo Andressa Urach, Rafinha Bastos ridiculariza: “Ela nunca seria musa por causa do currículo dela. Ela é ex do Cristiano Ronaldo, ex-vice miss bumbum... é um currículo pior que terminar o maternal no supletivo”.

A sexualidade feminina é constantemente alvo de piadas derrisivas do apresentador. Nesse sentido, é possível indicar um conservadorismo satírico (MINOIS, 2003), uma vez que esse discurso aponta para a sexualidade das mulheres como um desvio moral, passível de uma denúncia por meio do escárnio. Mais um exemplo dessa relação pode ser visto quando Jaime, eliminado do programa *Masterchef*, diz que um jantar romântico não precisa ser chique, mas precisa ter uma comida que a outra pessoa goste. O cozinheiro conta que prepara rabada, o prato preferido de sua esposa, quando quer agradá-la. Quando Rafinha Bastos faz um trocadilho ligando o nome do prato a práticas sexuais, Marcelo Mansfield o repreende. A resposta do apresentador é a seguinte: “Marcelo, eu vou te falar uma coisa, o Jaime vai na culinária básica, eu vou na comédia básica”. Com essa colocação ele aponta, assim, para uma compreensão da piada como uma finalidade do discurso, e não um instrumento. A responsabilidade do apresentador do *talk show* é para com a piada, e não com o posicionamento político que ela expressa, o que remete à ideia de Silverstone (2002) da mediação como um jogo: as regras deste jogo passam pela ideia de humor como finalidade, e não envolvem uma tomada de responsabilidade para o que está além do riso, ou seja, a maneira como as piadas se posicionam em relação a discursos hegemônicos na sociedade. Este é, ao menos, o discurso afirmado.

As sátiras de Rafinha Bastos não são, porém, todas conservadoras. Neste mesmo programa, quando parodia Pedro Bial ao falar sobre a eliminação de um candidato em um *reality show*, o humorista imita o tom poético do apresentador da emissora concorrente e recita um texto vazio de sentido: “os heróis se despedem. Os heróis têm força. Têm batalha, e é isso que caracteriza uma luta. Este homem, este homem venceu. Não é porque ele foi

eliminado que a vida acaba. A vida agora começa, e começa com o coração reforçado”. Esta sátira paródica, que coloca em cheque os sentidos dos programas que fazem parte da nossa cultura midiática, se mostra, também, cínica. Ao reforçar a inadequação do tratamento estético dado a uma situação ocorrida em um *reality show*, satirizando o *Big Brother Brasil* e seu apresentador, e, ao mesmo tempo recebendo em seu estúdio um participante de outro *reality*, doando dinheiro para que ele abra uma ONG e participando do ritual de sua celebração, Rafinha Bastos cai em uma daquelas contradições que sustentam a cultura midiática de uma sociedade cínica.

5. Apontamentos finais

A partir dos questionamentos teóricos levantados e da análise empírica dos programas *Agora é Tarde* e *The Noite*, podemos apontar para alguns motes centrais desta dissertação. Primeiramente, ficou claro que, ao assumirem um discurso típico do *talk show*, que oscila entre humor e informação, sobrepondo constantemente os sentidos desses dois tipos de engajamento (e, por vezes, somando-os a outros, como um discurso publicitário ou de celebração do entrevistado), ambos os programas estudados constroem uma relação cínica de reforço de alguns valores sociais hegemônicos. Isso ocorre porque os engajamentos que os programas estabelecem com discursos, visões de mundo e promessas de leitura por muitas vezes parecem conflitantes, e essa contradição é apontada por Safatle (2008) como expressão de uma racionalidade cínica. Esses discursos que supostamente apontam para lados opostos não constituem, porém, reais incoerências na sociedade cínica, uma vez que sua simples existência ou desvelamento equivale a uma solução. Não se busca resolver contrassensos, mas naturalizá-los.

Os engajamentos múltiplos e sobrepostos nesses produtos midiáticos de infotimento mostram, assim, uma capacidade de absorção e neutralização de discursos sociais tidos como incompatíveis. A coerência, que segundo Safatle (2008) já foi vista como um valor, não constitui mais um objetivo a ser alcançado, porque já não se acredita mesmo que ela seja possível. Um exemplo de como discursos opostos não são, de fato, encarados como contradições nos programas estudados, pode ser verificado na entrevista de Danilo Gentili com Gregório Duvivier. Ambos os humoristas, conhecidos por defenderem posicionamentos políticos opostos, acabam por diminuir o valor de suas diferenças durante a entrevista, e isso acontece apenas poucos minutos depois de um monólogo totalmente partidário proferido por Gentili na abertura do programa. Como os discursos do *talk show* são protegidos pelo rótulo do jogo e da ironia, é possível que tudo aquilo que separa Gentili e Duvivier seja relativizado, e a mensagem que se passe seja a de um descompromisso irônico para com questões políticas. Descompromisso este que se nega tanto através do monólogo de Gentili nessa edição de *The Noite* quanto por meio da postura adotada por Duvivier, dias depois, no sofá de *Agora é Tarde*.

Observamos, assim, que ambos os programas se colocam perante o espectador de maneira irônica: os sentidos e posicionamentos assumidos ali funcionam para a manutenção de ideologias *sob a forma de ironia*, já que, conforme identifica Rodrigues (2011), os rituais

de justificação social são constantemente repetidos, e são eles que têm a potência de legitimar um sistema de ideias. O humor machista e homofóbico, por exemplo, presente em ambos os programas, mesmo que se afirme como algo que não deve ser levado a sério, contribui com os discursos de sustentação de uma ordem social dominada por homens heterossexuais – como os próprios apresentadores. A repetição desses discursos, seja ou não irônica, os naturaliza, e legitima visões de mundo hegemônicas e baseadas nesses preceitos.

Da mesma forma, as constantes piadas que questionam a qualidade das produções midiáticas supõem, na medida em que são feitas, um consumo, ao menos, da cultura de celebridades e do próprio *talk show*, que também é um produto midiático e está sujeito às mesmas críticas que direciona a todo o resto da programação. Ideias contraditórias surgem, assim, de um mesmo pressuposto: critica-se, mas repetindo. Há que se saber, para compreender as piadas de Rafinha Bastos, por exemplo, que o ex-jogador de futebol Ronaldo Nazário se envolveu com travestis em 2008 e foi acusado de não pagar pelo programa. Ao mesmo tempo, no quadro “Passou na TV”, *Agora é Tarde* ironiza a superficialidade de uma cultura midiática que dá visibilidade e esse tipo de ocorrido.

O caráter conservador das piadas fica, em *Agora é Tarde*, especialmente por conta de um humor que usa como alvos minorias sociais, tais como mulheres, homossexuais, transexuais, pobres (como fica claro no programa com Jaime, eliminado de *Mastechef*), anões. Em *The Noite*, além de todas essas mesmas vítimas, o humor se volta também contra negros, especialmente através da figura da assistente de palco, Juliana³⁷. Para além das minorias, em *The Noite*, grupos políticos, como os defensores dos direitos humanos ou as pessoas que têm um posicionamento diverso do assumido pelo programa, tornam-se vítimas das piadas de Gentili. Mesmo profissionais que atuam em áreas consideradas “desimportantes” pelos produtores e roteiristas, como as bibliotecárias e os membros das comissões internas de prevenção a acidentes de trabalho, são satirizados.

Observamos ainda que o humor funciona como uma blindagem da expressão de posicionamentos políticos. No caso do humor contra minorias, afirma-se que não há, por exemplo, homofobia nas falas dos apresentadores, já que aquilo “é só uma piada!”. Essa justificativa, presente nas falas de Danilo Gentili e Rafinha Bastos para o documentário *O Riso dos Outros*, aponta para a ideia de que o humor é tido como um espaço à parte. É como se as consequências do que se diz (e se naturaliza) em forma de piada não fossem reais e concretas.

³⁷ Não é possível afirmar que não tenha havido, em *Agora é Tarde*, um humor voltado contra negros, apenas que ele não foi observado nos programas que constituíram o *corpus* desta pesquisa.

Tudo o que é afirmado em *Agora é Tarde* e *The Noite* pode, quando conveniente, ser colocado em cheque por causa da postura irônica adotada pelos apresentadores, que são, antes de mais nada, humoristas. Isso torna possível uma afirmação como a de Gentili sobre o escândalo da Petrobrás, de que se o Lula não viu nada é porque, em vez de auditoria, a empresa precisava de um oculista. Sob o rótulo do humor, as informações ali veiculadas, ligadas ao real, podem ser lançadas sem fontes, apuração, responsabilidade ou pretensão de verdade, mas ainda assim contribuem para a construção de um ponto de vista hegemônico a respeito de um ocorrido. Entende-se, no caso da piada com Lula, que o nunca comprovado envolvimento do ex-presidente no escândalo de corrupção é colocado como um dado. Caímos, assim, na preocupação de Silverstone (2002) acerca dos produtos de infotenimento: ao estabelecerem um contrato de mediação que se faz como um jogo, esses produtos se mostram preocupados apenas com o cumprimento de suas regras. No caso do *talk show*, a preocupação com o humor e o entretenimento é o ponto central. Dentre as responsabilidades assumidas por esses produtos não estão, porém, as consequências desse jogo perante o mundo real, frente ao público e à sociedade na qual os programas se inserem. As regras incluem, apenas, a promessa de entreter e divertir.

As matrizes culturais (WILLIAMS, 2003) do *talk show*, conforme indicamos, mostram as origens, permanências e continuidades do gênero, e a partir delas observamos a crescente hibridação de entretenimento, humor e notícias nos programas. As constantes renegociações genéricas que estabelecem o peso das influências de cada uma das matrizes culturais no produto final levaram o *talk show*, antes tido como um gênero de entretenimento complementar ao jornalismo e importante para um país que passava por um momento de redemocratização (SILVA, 2013), a se aproximar cada vez mais de um programa de variedades, que traz a noção do apresentador-estrela e a influência do *stand-up comedy* teatral. A ideia de que a mediação se faz como um jogo – e, acrescentamos, um jogo cínico, que opera com aparentes contradições na legitimação da ordem social – parece, então, uma maneira ainda mais relevante de se encarar programas deste gênero, que têm se voltado cada vez mais para as regras próprias e contratos que regem a estética, o entretenimento e o humor em detrimento de uma responsabilidade para com o mundo.

Observamos também sobre o *talk show* que a entrevista, embora ainda se faça um ponto central, tem sua importância diminuída com as crescentes hibridações de engajamentos. O personalismo do *talk show*, no qual a figura do apresentador é tida como parte importante do espetáculo televisivo, as participações de outros humoristas, da banda e da plateia são características que, lembrando a matriz cultural dos programas de variedades, se tornam

necessárias para a identificação do gênero, mostrando como ele vai muito além da conversa que acontece entre sofá e bancada. Existem mesmo, em algumas edições de ambos os programas, quadros de humor que não estão ligados a assuntos discutidos na entrevista, o que mostra uma fragmentação dos formatos contidos no *talk show*. Acreditamos, conforme apontado na análise do programa em que Danilo Gentili entrevista Aloysio Nunes, que os momentos em que o humor é usado totalmente à parte das atualidades, notícias e entrevistas, denotam, por vezes, uma percepção por parte da produção acerca dos problemas de credibilidade que as hibridações de engajamentos podem trazer.

Embora ambos os programas estabeleçam, inegavelmente, uma relação cínica, a maneira como esse cinismo se constrói é diferente em cada um deles. Danilo Gentili apresenta, em *The Noite*, um tipo de humor bufão e explícito, que conta com muitas encenações satíricas e hipérboles. Embora seja possível identificar uma blindagem humorística de tudo o que se afirma no programa, especialmente por causa de uma *postura* irônica, que coloca em cheque tudo o que é dito, as piadas, em geral, são menos nuançadas e seus alvos mais explícitos. O uso de sátiras é predominante no humor de Gentili, fazendo com que a maior parte de suas piadas sejam derrisivas e ligadas ao escárnio, mas não necessariamente usem a ironia de maneira *humorística*. Consideramos irônica, assim, a maneira de se colocar de Gentili, muito mais do que seu humor, que nem sempre envolve múltiplos sentidos ou interpretações subjetivas. As duplicidades de engajamentos estão presentes, em *The Noite*, muito mais no *contraste* entre o discurso humorístico e a informação do que nas próprias formas de se fazer humor. Essas duplicidades são usadas com frequência para estabelecer um posicionamento político partidário, e não deixam dúvidas a respeito da orientação política do apresentador.

Agora é Tarde, por sua vez, parece ainda mais eficiente na blindagem de seus posicionamentos. O humor mais refinado, irônico e nuançado que aparece no programa faz uso da sobreposição de engajamentos *inserida* nas próprias formas humorísticas, como fica claro, por exemplo, no momento em que a personagem de Dilma, interpretada por Gustavo Mendes, fala com Jair Bolsonaro pelo telefone. Esse humor irônico e, por muitas vezes, conservador, convive cinicamente com pequenas incursões do *talk show* ao gênero dos programas de entrevistas, que se dão a ver em certas perguntas feitas por Rafinha Bastos a seus entrevistados e em um discurso de defesa do interesse público assumido eventualmente pelo apresentador. Na entrevista com Jair Bolsonaro, por exemplo, existe um discurso de que o confronto se dá em defesa de ideais minoritários. No programa em que entrevista Larissa

Riquelme, o apresentador se mostra interessado em entender um regime de visibilidade midiática que fez dela a “musa da Copa”.

O tipo de humor usado por Rafinha Bastos inclui, ainda, uma auto-ironia constante, tanto em relação a sua figura, já que ele lembra, rindo, das controvérsias e processos judiciais gerados por suas piadas, como se ele fosse um sujeito inábil para o *showbusiness*, quanto em relação ao próprio programa e à emissora. Isso pode ser verificado, por exemplo, no episódio em que Rafinha Bastos entrevista Jaime, participante eliminado do *reality show Masterchef*, e mostra, de forma irônica, um descontentamento em relação ao uso de seu programa como espaço de divulgação pela emissora. Existe, assim, em *Agora é Tarde*, uma crítica às próprias características do *talk show*: desde o seu uso publicitário até o sucesso de um humor ofensivo e que rende processos judiciais. Essa crítica, porém, feita aos moldes cínicos, não impede a convivência de dois posicionamentos aparentemente contrários em relação à realização do programa: ao mesmo tempo em que questiona, o apresentador opta por fazer tudo aquilo que critica, dando continuidade ao *show*.

6 – Referências

6.1 - Referências Audiovisuais

- 8 minutos – Datena.** Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=7wHnZE8RnwU>>. Acesso em 07 de maio de 2015.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA ALOYSIO NUNES. **The Noite.** São Paulo, SBT, 17 de novembro de 2014.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA DAVID BRAZIL. **The Noite.** São Paulo, SBT, 09 de abril de 2014.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA DR. REY. **The Noite.** São Paulo: SBT, 30 de abril de 2014.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA FERNANDA COLOMBO. **The Noite.** São Paulo, SBT, 06 de junho de 2014.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA GREGÓRIO DUVIVIER. **The Noite.** São Paulo, SBT, 16 de dezembro de 2014.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA LUAN SANTANA. **The Noite.** São Paulo: SBT, 21 de maio de 2015.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA MC LUDMILLA. **The Noite.** São Paulo: SBT, 04 de junho de 2014.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA RACHEL SHEHERAZADE. **The Noite.** São Paulo, SBT, 12 de março de 2014.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA SANDY. **The Noite.** São Paulo, SBT, 22 de maio de 2014.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA SILAS MALAFAIA. **The Noite.** São Paulo, SBT, 31 de março de 2014.
- DANILO GENTILI ENTREVISTA THAMMY MIRANDA. **The Noite.** São Paulo: SBT, 07 de maio de 2014.
- JÔ SOARES ENTREVISTA DILMA ROUSSEFF. **Programa do Jô.** São Paulo: Globo, 12 de junho de 2015.
- Mulholland Drive.** Dir. David Lynch, 2001.
- O Riso dos Outros.** Dir. Pedro Arantes, 2012.
- RAFINHA BASTOS ENTREVISTA DATENA. **Agora é Tarde.** São Paulo: Band, 30 de maio de 2014.
- RAFINHA BASTOS ENTREVISTA DJALMINHA. **Agora é Tarde.** São Paulo: Band, 12 de junho de 2014.
- RAFINHA BASTOS ENTREVISTA GREGÓRIO DUVIVIER. **Agora é Tarde.** São Paulo: Band, 24 de dezembro de 2014.
- RAFINHA BASTOS ENTREVISTA JAIR BOLSONARO. **Agora é Tarde.** São Paulo: Band, 8 de abril de 2014.
- RAFINHA BASTOS ENTREVISTA JAIME E ANA PAULA PADRÃO. **Agora é Tarde.** São Paulo: Band, 09 de dezembro de 2014.
- RAFINHA BASTOS ENTREVISTA LARISSA RIQUELME. **Agora é Tarde.** São Paulo: Band, 04 de julho de 2014.
- RAFINHA BASTOS ENTREVISTA LUCIANA GENRO E MARLI. **Agora é Tarde.** São Paulo: Band, 23 de setembro de 2014.
- RAFINHA BASTOS ENTREVISTA MINOTAURO. **Agora é Tarde.** São Paulo: Band, 17 de julho de 2014.
- RAFINHA BASTOS ENTREVISTA RENATA FAN. **Agora é Tarde.** São Paulo: Band, 21 de maio de 2014.

6.2 - Referências Bibliográficas:

- ADORNO, Theodor. **Tempo livre**. In: ADORNO, Theodor. Indústria Cultural e Sociedade. São Paulo: paz e terra, 2002.
- AGUIAR, Leonel Azevedo de. **Entretenimento: valor notícia fundamental**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano V – n. 1 pp. 13 – 23 jan./jun. 2008.
- ARFUCH, Leonor. **Espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea**. Rio de Janeiro, EDUERJ, 2010.
- BOLLON, Patrice. **A moral da máscara: marveilleux, zazous, dândis, punks, etc.**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- 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.
- DELLA-SILVA, Silmara Cristina. **O telejornal e a telenovela: o discurso realidade – ficção**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano V – n. 1 pp. 87 – 98. jan./jun. 2008.
- 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.
- FRANÇA, Vera. **A TV, a janela e a rua**. In: FRANÇA, Vera (org.). Narrativas televisivas: programas populares na TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- GOMES, Itânia 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.
- GRINDSTAFF, Laura. **Producing trash, class and the money shot: a behind-the-scenes account of daytime TV talk shows**. In: BIRESI, Anita; NUNN, Heather. The tabloid culture reader. Maidenhead: Open University Press, 2008.
- HUTCHEON, Linda. **Teoria e política da ironia**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1994.
- ISER, Wolfgang. **Os atos de fingir ou o que é fictício no texto ficcional**. In: LIMA, Luiz Costa (org). Teoria da literatura em suas fontes. Vol. 2. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo: travesias latino-americanas de la comunicación en la cultura**. Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- MATOS, Olgária. **Democracia midiática e república cultural**. In: MATOS, Olgária. Discretas esperanças. São Paulo: Nova Alexandria, 2006.
- MINOIS, Georges. **História do riso e do escárnio**. São Paulo: Editora UNESP, 2003.
- MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”: o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- MUECKE, D.C.. **Ironia e o irônico**. São Paulo: Editora Perspectiva, Coleção Debates: crítica na perspectiva, 2005.
- PEDROSO, Rosa Nívea. **Elementos para uma teoria do jornalismo sensacionalista**. Revista Biblioteconomia e Comunicação. Porto Alegre. V.6. pp. 35-50, jan-dez. 1994.
- RODRIGUES, Sílvia Viana. **Rituais de Sofrimento**. São Paulo: USP, 2011. Tese de doutorado, Faculdade de filosofia, letras e ciências humanas, São Paulo, 2011.
- ROSE, Diana. **Análise de imagens em movimento**. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Petrópolis: Vozes, 2002.
- SAFATLE, Vladimir. **Cinismo e falência da crítica**. São Paulo: Boitempo, 2008.
- SILVA, Fabiana Moraes da. **A não-notícia, um produto do infotimento**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano V – n. 1 pp. 99 – 108 jan./jun. 2008.

- 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.
- SILVERSTONE, Roger. **Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life**. New Literary History, Fall 2002.
- PAIVA, Cláudio Cardoso. **O riso e o siso no Programa do Jô: a televisão como canal de informação e entretenimento**. Publicação Acadêmica de Estudos sobre Jornalismo e Comunicação, n.9. São Paulo: ECA USP, dez. 2007.
- TAS, Marcelo. **Humornalismo**. In: Revista de jornalismo ESPM. Ano 2, n.7, out./nov./dez. de 2013.
- TURNER, Graeme. **Ordinary people and the media – the demotic turn**. New York: Routledge, 2010.
- WILLIAMS, Raymond. **Television**. London, New York: Routledge, 2003.

7 - Apêndice

7.1 - Lista de episódios *Agora é Tarde* 2014

Agora é Tarde / entrevistado	Quem é	Data	OBS
Luan Santana	Cantor sertanejo	5 de março de 2014	Primeiro dia de Rafinha Bastos. 4 pts. de audiência
Lobão	Cantor de rock conhecido por postura política conservadora	6 de março de 2014	
MC Guimê	Cantor funk ostentação	7 de março de 2014	
Latino; Márcio Chagas	Cantor brega; árbitro vítima de racismo	11 de março de 2014	Inicialmente a entrevistada seria a cantora Dulce Maria, mas foi alterada porque The Noite colocaria no ar uma entrevista com ela no mesmo dia. 2 pts de audiência.
Ronnie Von	Cantor pop rock e apresentador	12 de março de 2014	
Maria Melilo; Ana Paula Maciel	Ex-BBB; bióloga que posou para a playboy	13 de março de 2014	
Mr. Catra	Cantor de funk, poligâmico, pai de 28 filhos	14 de março de 2014	
Dulce Maria	Cantora mexicana	18 de março de 2014	
Negra Li; João Blumel	Cantora e atriz; mentalista	19 de março de 2014	
Priscila Fantin	Atriz da Globo	20 de março de 2014	2 pts de audiência
Gracyanne Barbosa; NX Zero	Atriz, dançarina e fisiculturista; banda de rock	21 de março de 2014	
Oscar Schmidt; Júlia Rabello	Ex jogador de basquete e comentarista esportivo da Record; comediante Porta dos Fundos	25 de março de 2014	
Sérgio Mallandro	Comediante	26 de março de 2014	

Munhoz e Mariano	Dupla Sertaneja	27 de março de 2014	
Emílio Surita; Carioca; Eduardo Sterblitch	Diretor; comediante; roteirista, todos do programa Pânico na Band	28 de março de 2014	
MC Nego do Borel; Jorge Maria	Cantor de funk ostentação; poligrafista (detector de mentiras) do CQC	1 de abril de 2014	
Richard Rasmussen	Apresentador de Aventura Selvagem no SBT	2 de abril de 2014	Richard Rasmussen saiu do SBT no dia 20 de abril, pouco mais de 2 semanas depois da exibição deste programa)
Mel Fronckowiak	Atriz de Rebelde (Record)	3 de abril de 2014	
Restart	Banda de pop rock	4 de abril de 2014	
Jair Bolsonaro	Deputado conservador do PP	8 de abril de 2014	
Gominho; MC Marcelly	Participante de A Fazenda; cantora de funk	9 de abril de 2014	
Dudu Nobre	Sambista	10 de abril do 2014	
Rainha Naja; Micael Borges	Dominatix; Ator e cantor de Rebelde (Record)	11 de abril de 2014	
Agnaldo Timóteo	Cantor de brega	15 de abril de 2014	Inicialmente estava previsto que fosse ao ar a entrevista com Edmundo (ex- jogador de futebol)
Antônia Fontenelle	Atriz Record	16 de abril de 2014	
Gilberto Miranda	Adestrador de animais	17 de abril de 2014	
Inri Cristo	Missionário que se declara novo messias	18 de abril de 2014	
Marco Feliciano	Deputado bancada evangélica, presidente da comissão de direitos humanos da câmara	22 de abril de 2014	
Edmundo	Ex- jogador de futebol	23 de abril de 2014	
Eduardo Costa	Cantor sertanejo	24 de abril de 2014	

Vivi Fernandez; MV Bill	Ex-atriz pornô; rapper	25 de abril de 2014	Audiência 4 pst com pico de 5
Fernando e Sorocaba	Dupla Sertaneja	29 de abril de 2014	
Cacá Bueno	Automobilista filho de Galvão Bueno	30 de abril de 2014	
Thaís Bianca; Tati Müller	Panicat, coelhinha da playboy; apresentadora multishow e blogueira de moda	1 de maio de 2014	
André Vasco	Apresentador Band	2 de maio de 2014	
Fani Pacheco; Paula Lima	Ex-BBB; cantora MPB	6 de maio de 2014	
Fábio Rabin	Comediante	7 de maio de 2014	
Thalita Zampirulli	Modelo transsexual	8 de maio 2014	Inicialmente seria com o funkeiro MC Galo
Rodrigo Faro	Apresentador Record	9 de maio 2014	
Mamma Bruschetta	Personagem TV Gazeta (interpretada por Luis Henrique Benicasa)	13 de maio de 2014	
Ken Brasileiro; MC Galo	Versão humana do boneco Ken; Cantor de funk	14 de maio de 2014	
MC Gui	Cantor de funk ostentação	15 de maio de 2014	
Boris Casoy	Jornalista Band	16 de maio de 2014	
Fafy Siqueira	Atriz, humorista (atualmente na TV Globo)	20 de maio de 2014	
Renata Fan	Apresentadora esportes Band	21 de maio de 2014	
Alexandre Frota	Ator, ex-ator pornô, apresentador (SBT), empresário	22 de maio de 2014	
Dr. Rey	Cirurgião plástico do reality show	23 de maio de 2014	
Maria Fernanda Cândido	Atriz da Globo (últimos trabalhos em 2012)	27 de maio de 2014	
Fernanda Colombo; Marcelinho Carioca	"Bandeirinha gata"; ex-jogador de futebol	28 de maio de 2012	

Datena	Jornalista e apresentador Band	29 de maio de 2014	
Frank Aguiar; Jean Wyllis	Cantor brega; deputado do PSOL conhecido por defender as pautas LGBT	30 de maio de 2014	
Mel Lisboa	Atriz (ex-Globo, atualmente atua no teatro)	03 de junho de 2014	
Matheus Mazzafera; Amanda Ramalho	Estilista, apresentador de TV e repórter, primeiro Panicat homem; repórter Pânico	04 de junho de 2014	
Vampeta	Ex- jogador de futebol	05 de junho de 2014	
Yasmin Ferreira; Kiko Pissolato	Estudante assediada por porteiro em Copacabana; ator Globo	06 de junho de 2014	
Kiomi Nakamura; Luiz Pondé	Repórter japonesa "queridinha" de Felipão; escritor, filósofo e colunista da Veja	10 de junho de 2014	
Val Marchiori	Socialite, participante do programa "mulheres ricas" da Band	11 de junho de 2014	
Djalminha	Ex- jogador de futebol	12 de junho de 2014	Abertura Copa do Mundo 2014
É o Tchan	Banda de axé	13 de junho de 2014	
Lucas Salles; Naty Graciano	Repórteres CQC Band	17 de junho de 2014	
Anitta	Cantora de funk	18 de junho de 2014	
Milton Naves	Jornalista esportivo Band	19 de junho de 2014	
Fabiano Augusto; Giselle Kenj	Ator e garoto-propaganda das casas Bahia; dançarina do ventre (com cobras)	20 de junho de 2014	
Fátima Toledo	Preparadora de elenco "tropa de elite"	24 de junho de 2014	

Beto Barbosa; Falamansa	"Rei da Lambada" e compositor de "adocica"; banda de forró	25 de junho de 2014	
MC Guime; Família Hexa	Cantor de funk ostentação; família com polidactilia	26 de junho de 2014	
Fatboy Slim e Batman justiceiro	DJ inglês; homem que se vestia de batman para protestar e amarrou o suspeito de furtar seu celular	27 de junho de 2014	
André Sanchez	Ex- presidente do corinthians e ex-diretor da CBF	01 de julho de 2014	
Denílson	Ex- jogador de futebol	02 de julho de 2014	
Projota; Felipão Genérico	rapper; sócia de Felipão entrevistado por Mario Sergio Conti (Folha e O Globo) por engano.	03 de julho de 2014	
Larissa Riquelme	Paraguaia musa da copa do mundo de 2010	04 de julho de 2014	
Buchecha	Cantor de "funk melody"	08 de julho de 2014	Brasil perde para Alemanha por 7x1
Roberto Justus	Empresário, reality "O Aprendiz" Record	09 de julho de 2014	
Elke Maravilha	Atiz e chacrete	10 de julho de 2014	
Carol Marra; Agnaldo Bueno	Modelo transsexual; dublê	11 de julho de 2014	
Mariana Weickert	Modelo e apresentadora (trabalhou em A Liga 2013 junto com Rafinha Bastos. Em 2014, estava no GNT)	15 de julho de 2014	
Lucas Silveira	Vocalista e guitarrista da banda Fresno, de emcore e pop rock	16 de julho de 2014	
Minotauro	Lutador de MMA	17 de julho de 2014	

Letícia Wiermann; Tiago Splitter	Modelo filha de Datena; jogador de basquete	18 de julho de 2014	
Oscar Filho	Comediante CQC	22 de julho de 2014	
Castelo Rá-Tim- Bum	Elenco	23 de julho de 2014	
Ângela Ro Ro; Joe Penna	Cantora mpb; produtor de vídeos para o youtube	24 de julho de 2014	
Shakiti Shivani; Tico Santa Cruz	Massagista tântrica; cantor de rock (Raimundos e Detonautas)	25 de julho de 2014	
Pastor Giuliano Ferreira	Pastor, ex-stripper e ator pornô.	29 de julho de 2014	
Kéfera	Vlogueira	30 de julho de 2014	
Rionegro e Solimões	Dupla Sertaneja	31 de julho de 2014	
Luiz Bacci	Jornalista Band	01 de agosto de 2014	
Rafael Ilha	Ex cantor do grupo polegar, ex drogado, repórter do programa de Sônia Abrão	05 de agosto de 2014	
Renata Dominguez	Atriz Record	06 de agosto de 2014	
Cazé Peçanha	Jornalista e apresentador A Liga Band	07 de agosto de 2014	
Lígia Mendes e Maurício Meirelles	Apresentadora "top 20" Band; comediante CQC	08 de agosto de 2014	
Luiza Possi	Cantora, filha de Zizi Possi	12 de agosto de 2014	
João Dória Jr.	Empresário e apresentador Band	13 de agosto de 2014	
Ovelha	Cantor brega	14 de agosto de 2014	
Manu Gavassi	Cantora pop teen e atriz Malhação	15 de agosto de 2014	
Fábio Porchat; Miá Melo	Comediante Porta dos Fundos; Atriz humorista da Globo (globosat)	19 de agosto de 2014	
Gui Santana	Humorista pânico na Band	20 de agosto de 2014	

Tereza Brant; Barbichas	Transsexual que ficou famoso através do programa Pânico; grupo de comediantes	21 de agosto de 2014	
Dommenique Luxor	Dominatrix	22 de agosto de 2014	
Ticiano Villas Boas	jornalista Band e esposa do dono da Friboi	26 de agosto de 2014	
RPM	Banda new wave	27 de agosto de 2014	
Antônio Tabet; Lucinha Araújo; Emílio Dantas	Humorista blog Kibe Loco; mãe de Cazuzo; ator que interpretou Cazuzo	28 de agosto de 2014	
Dunga; Ana Paula Padrão	Novo técnico da seleção; jornalista, chegou na Band em jun/2014	29 de agosto de 2014	
Brothers of Brazil	Dupla de Pop Rock formada por Supla e João Suplicy	02 de setembro de 2014	
Shogun; Tuca Andradas	Lutador de MMA; ator (estava na Globo até 2013)	03 de setembro de 2014	
Théo Becker; Mister Lúdico	Ator ofendido por piada do Pânico na Band; humorista, ex-MTV	04 de setembro de 2014	
Simony	Cantora, ex- Balão Mágico	05 de setembro de 2014	
Marissol Goes; Sheilas do Brasil	Ex- Masterchef (Band); Dançarinas	09 de setembro de 2014	
Natália Sarraff; PC Siqueira	Cantora de forró, filha de Joelma; vlogger	10 de setembro de 2014	Natália Sarraff e a mãe haviam brigado no mês anterior (11/08/2014) no programa Domingo Show, da Record, no qual a filha acusou a mãe de abandono e de não dar apoio a sua carreira.
Neto	Comentarista futebol Band	11 de setembro de 2014	
Ludmilla; Marcelo Nascimento	Cantora de funk; cantor gospel	12 de setembro de 2014	

Jurados Masterchef	Programa cuja franquia brasileira foi comprada pela Band	16 de setembro de 2014	
Thaíde	Rapper	17 de setembro de 2014	
Falcão	Cantor de brega	18 de setembro de 2014	
Felipe Neto	Vlogger	19 de setembro de 2014	
Luciana Genro; Marli	Candidata "nanica" à presidência pelo PSOL; ex-masterchef	23 de setembro de 2014	
Wanderley Silva; Henri Sobel	Lutador de MMA; rabino	24 de setembro de 2014	
Levy Fidelix	Candidato "nanico" à presidência pelo PRTB	25 de setembro de 2014	
Narcisa Tamborindeguy	Socialite, participante do programa "mulheres ricas" da Band	26 de setembro de 2014	
Melissa Gurgel	Miss Brasil	30 de setembro de 2014	
Coronel Mascarenhas	Especialista em negociação de reféns	01 de outubro de 2014	
Maurício Cid; Molejo	Blogueiro; banda de pagode	02 de outubro de 2014	
Kelly Key	Cantora pop	03 de outubro de 2014	
Gustavo Mendes	Humorista Globo	07 de outubro de 2014	Gustavo Mendes ficou famoso por suas imitações da presidente Dilma, e foi o convidado do primeiro programa depois do segundo turno das eleições
Mara Maravilha; Deu Branco	Apresentadora e cantora de música gospel infantil; grupo de teatro de improviso	08 de outubro de 2014	
Felipe Andreoli; Bento Ribeiro	Repórter CQC; ator e humorista, ex-Globo e MTV	09 de outubro de 2014	

Lola Benvenuti; Mendigata	Garota de programa e blogueira; panicat que faz papel de moradora de rua	10 de outubro de 2014	
Eduardo Suplicy	Senador (PT) que não foi reeleito	14 de outubro de 2014	
Lua Blanco	Atriz de Rebelde (Record)	15 de outubro de 2014	
Netinho de Paula; Alexandre Abraão	Cantor de pagode (Negritude Júnior) e vereador de SP pelo PCdoB; filho do cantor Chorão, do Charlie Brown Jr., que cometeu suicídio	16 de outubro de 2014	
Repórter Vesgo	Pânico na Band	17 de outubro de 2014	
Mônica Lima	Sexóloga	21 de outubro de 2014	
Diego Hypolito	Atleta ginástica olímpica	22 de outubro de 2014	
Manuela D'ávila; Luan Castro	Deputada mais votada do RS (PCdoB); criador do perfil "corretor ortográfico" no facebook	23 de outubro de 2014	
Ivo Mozart	Cantor Pop que ficou conhecido pela internet	24 de outubro de 2014	
Cláudia Alencar; Paulo Sérgio de Camargo	Atriz (Globosat) torturada durante a ditadura militar; especialista em leitura corporal que avalia Dilma e Aécio	28 de outubro de 2014	
Lyoto Machida; Ek Muzik	Lutador de MMA; dupla de eletropop	29 de outubro de 2014	
Karina Bacchi; Cachorro Grande	Modelo e apresentadora (SBT); banda de rock	30 de outubro de 2014	
Grupo Polegar	Banda pop dos anos 80 e 90	31 de outubro de 2014	

Joel Datena; Franciene Lima; Fogaça	Filho do jornalista José Luiz Datena; Blogueira que desvenda rótulos de alimentos; Jurado do programa Masterchef (Band)	4 de novembro de 2014	
Família Lima	Grupo gaúcho de música clássica	5 de novembro de 2014	
Ricardo Boechat	Jornalista Band	6 de novembro de 2014	
David Brazil; Jerome Jarre	Repórter, apresentador, ator (Multishow); Celebridade do snapchat	7 de novembro de 2014	
Chiquinho Scarpa	Socialite	11 de novembro de 2014	
Palmirinha Onofre	Apresentadora de programa de culinária (Canal Bem Simples / Grupo Fox)	12 de novembro de 2014	
Rita Cadillac; Clara Aguilar	Dançarina do chacrinha, atriz, atriz pornô; ex-BBB	13 de novembro de 2014	
LaVelle Smith; Rodrigo Teaser	Dançarino e coreógrafo americano; cover de Michael Jackson	14 de novembro de 2014	
Luciana Tamburini	Agente de trânsito condenada por desacato ao afirmar que juiz não é Deus	18 de novembro de 2014	
Babu Santana	Ator (Globo)	19 de novembro de 2014	
Melanina Carioca	Grupo de Hip Hop	20 de novembro de 2014	
Dani Bolina	Panicat e ex-A Fazenda	21 de novembro de 2014	
Erick Jacquin	Jurado Masterchef (Band)	25 de novembro de 2014	
Pitty; Flávio Takemoto	Cantora; eliminado do programa Mastechef (Band)	26 de novembro de 2014	
Oscar Schmidt; Maite Perroni	Ex-jogador de basquete; Atriz de Rebelde (exibida	27 de novembro de 2014	

	pele SBT)		
Marcos Mion	Apresentador (Record, ex-MTV)	28 de novembro de 2014	
Washington Olivetto	Publicitário	02 de dezembro de 2014	
Gabi Levinnt; Pietra Príncipe; Beto Siqueira	Miss Bumbum do Pânico (Band); Apresentadora do programa Papo Calcinha (Multishow); Irmão do vlogger PC Siqueira	03 de dezembro de 2014	
Jacaré Banguela; Robson Nunes	Blogueiro de humor; ator que interpretou Tim Maia	04 de dezembro de 2014	Aniversário de Rafinha Bastos
Naldo Benny	Cantor de Funk Melody	05 de dezembro de 2014	
Ana Paula Padrão	Jornalista (Band)	09 do dezembro de 2014	
Rogério Skylab	Cantor e poeta	10 de dezembro de 2014	
Mohamed, Jaquin, Fogaça	Eliminado e jurados do Masterchef (Band)	11 de dezembro de 2014	
Massakazu Nagai	Acupunturista e especialista em hipnose	12 de dezembro de 2014	
Elisa Fernandes	Primeira vencedora Masterchef (Band)	16 de dezembro de 2014	
Finalistas Masterchef Brasil	Finalistas Masterchef Brasil	17 de dezembro de 2014	Programa ao vivo, logo após a final de Masterchef
Falcão; Padre Beto	Jogador de Futsal; Padre excomungado por defender casamento gay e segundo casamento	18 de dezembro de 2014	
João Vicente de Castro; ForFun	Humorista Porta dos Fundos; banda de Pop Punk	19 de dezembro de 2014	
Léo Áquila; Biquini Cavado	Jornalista (Rede Record) e Drag Queen; Banda de Rock	23 de dezembro de 2014	

Gregório Duvivier	Humorista Porta dos Fundos	24 de dezembro de 2014	
Bruno Sutter	Humorista, ator e músico (Rádio Kiss FM)	25 de dezembro de 2014	
Melhores do Mundo	Grupo teatral cômico	26 de dezembro de 2014	
Rick Bonadio; Ricardo Kherlakian	Produtor musical; herdeiro da Galeria Pajé	30 de dezembro de 2014	
Sem entrevistado – retrospectiva 2014		31 de dezembro de 2014	

7.2 - Lista de episódios *The Noite* 2014

The Noite / Entrevistados	Quem é	Data	OBS
Fábio Porchat	Humorista Porta dos Fundos	10 de março de 2014	Audiência média 6,1 com pico de 7,5 pts
Dulce Maria	Cantora pop mexicana	11 de março de 2014	
Rachel Sheherazade	Jornalista SBT	12 de março de 2014	Rachel Sheherazade estava envolvida em uma polêmica por ser acusada de defender justicamentos no Jornal do SBT. O programa teve uma das melhores audiências do início das apresentações - 6,8 com 9,7 pts de pico
Palmirinha	Apresentadora e culinária TV Gazeta que virou hit na internet depois de aparecer várias vezes no quadro Top 5 do CQC	13 de março de 2014	
Rey Biannchi; Alexandre Porpetone, Livia Andrade e Thomaz Rafael	Músico e humorista; elenco do programa Arena SBT	14 de março de 2014	
Patrícia Abravanel	Apresentadora SBT e filha de Sílvio Santos	17 de março de 2014	
Fred Melo Paiva; Paulo Goulart Filho	Jornalista e apresentador de "O Infiltrado" The History Channel; ator filho de Paulo Goulart	18 de março de 2014	
Jorge Kajuru	Jornalista esportivo SBT	19 de março de 2014	
Nego do Borel	Cantor de funk ostentação	20 de março de 2014	

Gabriel Neves; Ted Kaput	Cego campeão de videogame; apresentador do talk show mais trash do Brasil (TV Urbana/Rede Brasil)	21 de março de 2014	
Sérgio Mallandro	Humorista	24 de março de 2014	
Márcio Victor	Cantor de arrocha (canta o sucesso Lepo-lepo)	25 de março de 2014	
Anderson Silva; Bob Júnior	Lutador de MMA; wrestler (lutador de uma luta profissional coreografada e ensaiada)	26 de março de 2014	
Sérgio Loroza	Cantor de samba e ator da Globo	27 de março de 2014	
César Menotti e Fabiano	Dupla sertaneja	28 de março de 2014	
Silas Malafaia	Pastor pentecostal e figura pública que se posiciona contrária aos direitos dos homossexuais	31 de março de 2014	
Sérgio Hondjakoff e Dino Boyer	"Cabeção" de Malhação e seu parceiro musical	01 de abril de 2014	
Rionegro e Solimões	Dupla sertaneja	02 de abril de 2014	
Banda Calypso	Banda de brega	03 de abril de 2014	
Roberta Miranda	Cantora sertaneja	04 de abril de 2014	
Carlos Alberto da Silva	Humorista, "mendigo" do Pânico	07 de abril de 2014	
Jéssica Andrade; Alexandre Abraão	Lutadora de MMA; Filho do Chorão, Vocalista da banda Charlie Brown Jr. que cometeu suicídio	08 de abril de 2014	
David Brazil	Promoter e radialista gago	09 de abril de 2014	
Luisa Mell	Protetora de animais	10 de abril de 2014	
Velhas Virgens	Banda de rock de letras irreverentes (em geral sobre sexo e alcool)	11 de abril de 2014	

Fafá de Belém	Cantora de MPB	14 de abril de 2014	
Ricardo Geromel; Hungria Hip Hop	Jornalista especialista em bilhonários da revista Forbes; rapper ostentação	15 de abril de 2014	
Elza Soares	Cantora MPB	16 de abril de 2014	
Fernandinho Beat Box	Beatboxer (rapper que faz efeitos sonoros com a boca)	17 de abril de 2014	
Léo Santana	Cantor de axé (banda Parangolé)	18 de abril de 2014	Audiência média 5,5 com pico de 7,6 pts.
Fernanda Takai	Cantora de MPB	21 de abril de 2014	Audiência média 5,3 com pico de 7,3 pts.
Paulo Soares; Antero Greco	Jornalistas esportivos ESPN	22 de abril de 2014	
Carol Portaluppi	Modelo e filha de Renato Gaúcho, técnico recém demitido do Fluminense	23 de abril de 2014	
Corona	Grupo italiano de música pop e eurodance	24 de abril de 2014	Destaque de audiência no período - média 6,4 com pico de 9,1 pts.
Bella Falconi; Banda Uó	Musa Fitness; banda de tecnobrega	25 de abril de 2014	Audiência média 4,2 com pico de 6,9 pts.
Otávio Mesquita	Apresentador que acabava de voltar ao SBT para apresentar seu novo programa "Okay pessoal".	28 de abril de 2014	
Rebecca da Costa	Atriz e modelo brasileira que atua nos EUA	29 de abril de 2014	
Dr. Rey	Cirurgião plástico e apresentador de reality (Rede TV)	30 de abril de 2014	
Jean Paulo Campos	Ator Mirim (Cirilo, da novela infantil Carrossel do SBT)	1 de maio de 2014	Destaque de audiência no período - média de 6,8 e pico de 8,6 pts.
Buchechea	Cantor de funk melody	2 de maio de 2014	
Ana Paula Padrão	Jornalista, ex- SBT, atualmente na Band	5 de maio de 2014	

Lea DeLaria; Nany People	Atriz norte americana, primeira comediantes gay e cantora de jazz; humorista transsexual	6 de maio de 2014	
Thammy Gretchen	Atriz, cantora, ex-atriz pornô	7 de maio de 2014	
Luciano Amaral	Ator (ex- Castelo Rá-Tim-Bum)	8 de maio de 2014	
Sarah Oliveira	Ex- VJ da MTV	9 de maio de 2014	
Juca Chaves	Músico e humorista	12 de maio de 2014	
Ricardo Alexandre Ferreira	Historiador que escreveu um livro "desmistificando" Zumbi	13 de maio de 2014	126 anos da abolição da escravidão. O convidado foi um historiador que desqualifica um movimento de resistência. Teve uma das audiências mais baixas do período: 4,3 pts de média e 5,3 pts de pico
Édgar Vivar	Ator mexicano, "Senhor Barriga" de Chaves	14 de maio de 2014	
Carlos Alberto de Nóbrega	Humorista de "A Praça é Nossa" SBT	15 de maio de 2014	
Raimundos; Max Trombini	Banda de rock; Judoca cuja vida inspirou o filme "Aprendiz de Samurai"	16 de maio de 2014	
Agnaldo Rayol	Cantor de música clássica e MPB	19 de maio de 2014	
Geraldo Magela; Latino	Humorista cego e radialista; cantor de brega	20 de maio de 2014	
James McAvoy, Patrick Stewart	Atores de X-men	21 de maio de 2014	
Sandy	Cantora pop	22 de maio de 2014	

Deive Pazos, Érico Borgo, Thiago Borbs e Nadijda Ferreira; Marcos Castro e Matheus Castro	Nerds da internet; dupla de músicos e humoristas	23 de maio de 2014	Especial Dia do Orgulho Nerd
Marcelo de Carvalho	Dono da Rede TV	26 de maio de 2014	
Alexandre Frota; Nadja Haddad	Ator, apresentador, empresário, ex- ator pornô; apresentadora SBT na web	27 de maio de 2014	
Rafael Cortez	Ex- CQC, repórter da Rede TV	28 de maio de 2014	
Lucas Lucco	Cantor de sertanejo universitário	29 de maio de 2014	
Harmonia do Samba	Banda de axé e pagode	30 de maio de 2014	
Marcos Lord	Pastor e Drag Queen	2 de junho de 2014	
Paulo Barboza	Radialista Rádio Capital	3 de junho de 2014	
Ludmilla	Cantora de funk	4 de junho de 2014	
Marcos Oliver	Modelo, ator de "teste de fidelidade" (Rede TV), esteve preso no início de 2014 por não pagar pensão para a filha	5 de junho de 2014	
Fernanda Colombo Uliana	Bandeirinha Gata	6 de junho de 2014	
Cátia Fonseca	Apresentadora do programa "Mulheres" da TV Gazeta	9 de junho de 2014	
Marcelo Duarte; Sky Ferreira	Jornalista esportivo ESPN; cantora indie pop estadunidense	10 de junho de 2014	
Daniel Madeira	Personal Paquera	11 de junho de 2014	
Jaime Camil	Ator e locutor brasilo-mexicano	12 de junho de 2014	Abertura da Copa do Mundo 2014 (Brasil enfrentou o México na primeira rodada)
Luiza Possi; Márcio Américo	Cantora, filha de Zizi Possi; comediante stand-up e roteirista	13 de junho de 2014	

Álvaro Garneró	Herdeiro e apresentador de 50 por 1, programa de viagens da Record.	16 de junho de 2014	
João Wainer; Oba Oba Samba House	Fotógrafo da Folha que lançava exposição sobre as jornadas de junho de 2013; Grupo de samba e música eletrônica	17 de junho de 2014	
Marcelo Nascimento da Rocha; Eliana	Ex- golpista que inspirou filme e hoje vive de palestras sobre persuasão; apresentadora programa infantil SBT	18 de junho de 2014	
Silvio Luiz; The Dollar Bills	Comentarista esportivo Rede TV e ex- árbitro de futebol; banda de rock que toca em bares de SP	19 de junho de 2014	
Fatboy Slim; Milene Domingues	DJ inglês; modelo e ex jogadora de futebol	20 de junho de 2014	
Pastor Caio Fábio	Pastor, escritor, acusado de vazar um dossiê falso contra o governo FHC	23 de junho de 2014	
Rafael Sawaya; Ivan Charoux	Amigos que viajaram do Brasil ao México em um fusca 62, repetindo o caminho de quando eram jovens	24 de junho de 2014	
Don Blanquito	Americano que trocou vida de empresário nos EUA para virar funkeiro no Rio	25 de junho de 2014	
João Bosco e Vinícius	Dupla sertaneja	26 de junho de 2014	
Serginho Chulapa; Jones Rossi e Leonardo Mendes Júnior	Ex- jogador de futebol; jornalistas e autores do guia politicamente	27 de junho de 2014	

	incorreto do futebol		
Rodrigo Capella	Ator e humorista Record	30 de junho de 2014	
Simoni Renée	Mestranda em jornalismo que afirma que Hitler foi enterrado no Brasil	1 de julho de 2014	
Rafael Carvalho; Jeffinho; Duca Pantaleão	Humoristas	2 de julho de 2014	
Daniel	Cantor sertanejo	3 de julho de 2014	
José Alberto Lovetro e João Gualberto Costa; Onze:20	Cartunistas; banda de reggae	4 de julho de 2014	
Dejan Petković	Ex- jogador de futebol, estreante como técnico no atletico paranaense sub-23	7 de julho de 2014	
Edmilson	Ex- jogador de futebol e comentarista do SBT	8 de julho de 2014	Dia em que o Brasil perdeu para a Alemanha por 7x1 e foi eliminado da copa.
Diogo Portugal	Humorista (Rede TV)	9 de julho de 2014	
Celso Portioli	Apresentador "Domingo Legal" SBT	10 de julho de 2014	
Marcos e Belutti	Dupla sertaneja	11 de julho de 2014	
Mauro Beting, Mauro Cezar Pereira	Jornalista esportivo FOX esportes; comentarista esportivo ESPN	14 de julho de 2014	Primeiro programa após a final da Copa do Mundo 2014
Fabrizio Carpinejar	Jornalista, cronista e poeta, jornal Zero Hora	15 de julho de 2014	
Scheila Carvalho, Sheila Mello	Dançarinas ex- é o tchan	16 de julho de 2014	
Marcelo de Nóbrega	Humorista diretor de "A praça é nossa" SBT	17 de julho de 2014	

Daniel Furlan e Juliano Enrico; Jair Oliveira	Ex- VJs da MTV; cantor, ex-integrante do Balão Mágico	18 de julho de 2014	
Ami James	Tatuador estadunidense, reality Miami Ink Discovery	21 de julho de 2014	
Ivo Mozart; Juliano Barreto	Cantor pop que ficou famoso pela internet; jornalista autor de livro sobre Os trapalhões	22 de julho de 2014	
MC Gui	Cantor de funk ostentação	23 de julho de 2014	
Buddy Valastro	Confeiteiro estadunidense, reality cake boss Discovery	24 de julho de 2014	
Deco Neves, Lucas Stegmann; Julinho Bernardo	Ex- VJs da MTV; chef de cozinha	25 de julho de 2014	
Chris Claremont	Roteirista X-Men	28 de julho de 2014	
OtarioAnonymous, Priscilla Alcântara	Criador do Canal do Otário, que faz denúncias pela internet; cantora gospel, ex-apresentadora de programas infantis SBT	29 de julho de 2014	
Hellen Ganzarolli	Apresentadora SBT	30 de julho de 2014	
Richard Rasmussen	Apresentador de "Aventura selvagem" SBT	31 de julho de 2014	
Zéu Britto	Ator (Globo) e cantor	01 de agosto de 2014	
Gilberto Barros	Apresentador Rede TV	04 de agosto de 2014	
Vivi Seixas; Nil Agra	DJ, filha de Raul Seixas; comediante stand-up	05 de agosto de 2014	
Cafu	Ex-jogador de futebol	06 de agosto de 2014	
Mc Guimê	Cantor de funk ostentação	07 de agosto de 2014	

Caju e Castanha	Dupla de embolada (estilo musical de improviso, típico do nordeste, com versos métricos, no qual um integrante da dupla denigre o outro)	08 de agosto de 2014	
Alexandre Rossi	Doutor Pet, adestrador do programa da Eliana SBT	11 de agosto de 2014	
Ronnie Von	Cantor Pop	12 de agosto de 2014	
Antônia Fontenelle	Atriz Record	13 de agosto de 2014	
Zezé di Camargo e Luciano	Dupla sertaneja	14 de agosto de 2014	
Meninas do Handball	Seleção brasileira feminina de handball de praia	15 de agosto de 2014	
Elenco de "Esse Artista Sou Eu"	Elenco do reality musical do SBT	18 de agosto de 2014	
Diego Aranha; DJ Cinara	Professor da Unicamp que idealizou aplicativo para fiscalizar as eleições; DJ campeã nacional	19 de agosto de 2014	
Famke Janssen	Atriz de X-Men	20 de agosto de 2014	
Bruno e Marrone	Dupla sertaneja	21 de agosto de 2014	
Uma Noite em Buenos Aires; Alexandre e Lucas Barros	Dupla de Tango e Maestro; pai e filho motociclistas do Moto GP	22 de agosto de 2014	
Syang	Cantora de rock, capa da playboy e parte do elenco de "Esse Artista Sou Eu" do SBT	25 de agosto de 2014	
Grupo Kabum; Omara Portuondo	Equipe brasileira que competiu o campeonato mundial de Video Game; cubana cantora de bolero	26 de agosto de 2014	

Leão Lobo	Jornalista e apresentador, quadro no Programa do Ratinho do SBT	27 de agosto de 2014	
Paulinho Serra	Humorista, ex-pânico, integrou o programa Famoso Quem? do SBT	28 de agosto de 2014	
La Fênix; Bruninho e Davi	Grupo de comediantes que tem um canal no youtube; dupla sertaneja	29 de agosto de 2014	
Daniela Albuquerque	Apresentadora Rede TV	01 de setembro de 2014	
Celtic Woman; Maiara Dias Gomes	Grupo de música celta composto por quatro irlandesas; escritora, reporter da revista Rolling Stones e ex-colaboradora literária da MTV	02 de setembro de 2014	
Gaby Amarantos	Cantora de tecnobrega	03 de setembro de 2014	
Falcão	Cantor brega	04 de setembro de 2014	
Ian Thomas	Cantor belga de pop	05 de setembro de 2014	
Carlinhos de Jesus	Dançarino e coreógrafo de escolas de samba	08 de setembro de 2014	
Ron Paul; Cymcolé	Político conservador estadunidense (Partido Tea Party); cantora pop estadunidense de origem latina	09 de setembro de 2014	
Randy Baldresca	Biólogo especialista em pragas urbanas	10 de setembro de 2014	
Danilo Gentili	Episódio de lançamento da série Politicamente Incorreto, que Gentili apresenta no canal FX	11 de setembro de 2014	Danilo Gentili se transforma em entrevistado do programa, e a entrevistadora é Rachel Sheherazade, jornalista do SBT.

Irmãos Cavallera	Igor e Max Cavallera, membros fundadores da banda de metal Sepultura	12 de setembro de 2014	
Luciana Genro	Candidata "nanica" à presidência pelo PSOL	15 de setembro de 2014	
Thomaz Bellucci; Maria Eugênia	Tenista; apresentadora MTV	16 de setembro de 2014	
César Filho	Jornalista SBT	17 de setembro de 2014	
Mocinha de Passira	Repentista pernambucana (uma das únicas mulheres repentistas do Brasil)	18 de setembro de 2014	
Luiz França	Comediante stand-up	19 de setembro de 2014	
Luciano Faccioli	Jornalista da TV Jornal, afiliada do SBT em Pernambuco	22 de setembro de 2014	
Levi Fidelix	Candidato "nanico" à presidência pelo PRTB	23 de setembro de 2014	
Túlio Maravilha	Ex-jogador de futebol	24 de setembro de 2014	
Matheus Ceará	Ator e humorista "A praça é nossa" SBT	25 de setembro de 2014	
Léo e Leite	Apresentadores do programa Desafio em Dose Dupla, reality de sobrevivência do Discovery	26 de setembro de 2014	
Raul Gazolla	Ator Record	29 de setembro de 2014	
Bel Pesce	Fundadora de escola de empreendedorismo	30 de setembro de 2014	
Bianca Jahara	Ex- BBB	01 de outubro de 2014	
Victor e Leo	Dupla sertaneja	02 de outubro de 2014	

Marcelo Tavares; Lucarelli e Lucão	Especialista e colecionador de Games; jogadores da seleção brasileira de volei	03 de outubro de 2014	
Christian Chávez	Cantor mexicano da banda RDB, participante do programa "Esse Artista Sou Eu" do SBT	06 de outubro de 2014	
Heródoto Barbeiro; Vespas Mandarinas	Jornalista e historiador TV Record; banda de rock	07 de outubro de 2014	
Pitty	Cantora de rock	08 de outubro de 2014	
Jairo Bouer	Psiquiatra e apresentador de TV (teve passagem pelo SBT no programa Esquadrão do amor)	09 de outubro de 2014	
Maisa Silva	Apresentadora mirim SBT	10 de outubro de 2014	Especial dia das crianças
Maria Alcina	Cantora de samba e MPB (fio maravilha)	13 de outubro de 2014	
Dudu Marotti e Edu K; Jon Anderson	Apresentadores do reality Breakout Brasil na Sony; roqueiro britânico, integrante da banda Yes	14 de outubro de 2014	
Isa Souza	Chef de cozinha brasileira e apresentadora de um programa de TV estadunidense	15 de outubro de 2014	
Carlos Villagrán	Ator mexicano que interpretou Quico de Chaves	16 de outubro de 2014	
Ed Boon	Programador de videogames estadunidense	17 de outubro de 2014	
Silvia Poppovic	Jornalista e apresentadora (passou pela globo e SBT, atualmente na	20 de outubro de 2014	

	Band)		
Rominho Braga; Paulo Bonfá	Comediante stand-up; humorista e ex-VJ da MTV	21 de outubro de 2014	
Paula Fernandes	Cantora sertaneja	22 de outubro de 2014	
Carlos Alberto de Nóbrega; Keké Isso na TV	Humorista de "A Praça é Nossa" SBT; Humoristas, criadores do canal no youtube	23 de outubro de 2014	
Sandro Dias	Skatista profissional	24 de outubro de 2014	
Padre Fábio de Melo	Padre cantor	27 de outubro de 2014	
Richard Clayderman; Carol Zoccoli	Pianista francês; humorista de stand-up que tentou vaga no programa CQC da Band	28 de outubro de 2014	
Angel Lima; Soraya Carioca; Brad Montana	Atrizes e diretor de filmes pornô	29 de outubro de 2014	
Valesca Popozuda	Cantora de funk	30 de outubro de 2014	
Romeu Del Duque	Criador da Monga, brinquedo do playcenter	31 de outubro de 2014	
Milionário e José Rico	Dupla sertaneja	03 de novembro de 2014	
Paulo Batista; Eduardo Bolsonaro	Candidato a Deputado Estadual em São Paulo que tinha a privatização como lema; deputado federal conservador e filho de Jair Bolsonaro	04 de novembro de 2014	
Robson Nunes	Ator que interpretou Tim Maia	05 de novembro de 2014	

Eliana	Apresentadora de programa infantil (SBT)	06 de novembro de 2014	
José Augusto	Cantor romântico	10 de novembro de 2014	
Érikka; Felioe Xavier	Cantora de funk; humorista e radialista (Pânico no rádio / Jovem Pan)	11 de novembro de 2014	
Neila Medeiros	Jornalista SBT	12 de novembro de 2014	
Jason Derulo	Cantor de pop e hip hop estadunidense	13 de novembro de 2014	
Paul Zaloom	Ator estadunidense	14 de novembro de 2014	
Aloysio Nunes	Candidato a vice presidente na chapa de Aécio Neves (PSDB)	17 de novembro de 2014	
Carlos Bertolazzi; Hellen Caroline	Chef do programa Cozinha sob Pressão (SBT); cantora pop	18 de novembro de 2014	
Evair	Ex-jogador de futebol	19 de novembro de 2014	
Roupa Nova	Banda de rock	20 de novembro de 2014	
Takumi Tsutsui	Ator, dublê e dublador japonês	21 de novembro de 2014	
Roberto Leal; Equipe de criação visual do SBT	Cantor, ator e compositor português; Equipe de criação visual do SBT	24 de novembro de 2014	
Reinaldo Azevedo	Colunista revista Veja; comediante stand-up	25 de novembro de 2014	
Adriane Galisteu	Apresentadora (Rede Record)	26 de novembro de 2014	

Eduardo Costa	Cantor sertanejo	27 de novembro de 2014	
Ja Rule	Rapper estadunidense	28 de novembro de 2014	
Felipe Folgosi; Tarso Araújo e Raphael Erichsen	Ator (SBT); Produtores do curta metragem Illegal, sobre o uso da maconha medicinal	01 de dezembro de 2014	
Wendel Bezerra; Érico Borgo	Dublador; fundador do portal Omelete (site sobre cultura pop)	02 de dezembro de 2014	
Solange Frazão	Apresentadora (RedeTV), modelo e fitness coach	03 de dezembro de 2014	
Ivete Sangalo	Cantora de axé	04 de dezembro de 2014	
Sean Astin; Edgar Vivar	Ator de Senhor dos Anéis; Ator mexicano que interpretou Seu Barriga	05 de dezembro de 2014	
Cao Hamburger; Daphne Bozaski	Diretor de cinema e produtor de Castelo Rá-tim-bum; Atriz de série infanto- juvenil (TV Cultura)	08 de dezembro de 2014	
Brad Dourif; Marcela Leal	Ator estadunidense de filmes de terror; Atriz e humorista	09 de dezembro de 2014	Marcela Leal é conhecida como madrinha de Danilo Gentili, por tê-lo incentivado a escrever os primeiros textos de humor
Lola Melnick	Bailarina russa	10 de dezembro de 2014	
Café com Bobagem	Quinteto humorístico	11 de dezembro de 2014	
David Brevik	Designer de vídeo games	12 de dezembro de 2014	

Roseane Malta	Ex-esposa de Fernando Collor de Mello	15 de dezembro de 2014	
Gregório Duvivier; Gigante Léo	Humorista Porta dos Fundos; Comediante stand-up	16 de dezembro de 2014	
Fabrizio Werdum	Lutador UFC	17 de dezembro de 2014	
Patrick Maia	Comediante, co-roteirista de Politicamente incorreto, DVD de Danilo Gentili	18 de dezembro de 2014	
Mônica e Magali	Filhas de Maurício de Souza, que inspiraram as personagens dos quadrinhos	19 de dezembro de 2014	
Sérgio Mallandro; Monja Coen	Comediante; monja zen budista	22 de dezembro de 2014	
Taumaturgo Ferreira	Ator (Rede Record)	23 de dezembro de 2014	
Padre Zezinho, Pastor Ed René, Padre Basílio	Líderes cristãos das igrejas Católica Apostólica Romana, Batista e Ortodoxa Grega, respectivamente	24 de dezembro de 2014	
Thalles Roberto	Pastor e cantor	25 de dezembro de 2014	
Projota; Sidney Gusman; Danilo Beyruth	Rapper; especialista em quadrinhos; quadrinista	26 de dezembro	
Rodrigo Rodrigues	Jornalista (saindo da ESPN e começando um programa na TV Gazeta) e músico	29 de dezembro de 2014	
Chester Williams; Bruno Motta	Ex-jogador sul-africano de rugby; humorista stand-up	30 de dezembro de 2014	
Sem entrevistados – especial de Ano Novo		31 de dezembro de 2014	

