

Apontamentos para uma história cultural dos *talk shows* brasileiros

Fernanda Mauricio da Silva

RESUMO

Os anos 1970 representam o início do processo de consolidação de *talk shows* na grade televisiva brasileira. Sua relevância está associada ao enfraquecimento da ditadura militar e o processo de redemocratização do país. Apesar da importância histórica, a bibliografia disponível sobre essa modalidade da programação, no Brasil, ainda é escassa. O presente artigo tem como objetivo apontar alguns caminhos para uma história cultural de *talk shows* jornalísticos brasileiros levando-se em conta três aspectos: o contexto sócio-cultural, o contexto televisivo e as configurações formais dos programas.

PALAVRAS-CHAVE: *Talk shows*. História cultural. Televisão.

1 Introdução

Os *talk shows* têm ocupado um lugar de destaque entre os pesquisadores de televisão, especialmente os de língua inglesa¹, desde os anos 1990, quando os modelos norte-americanos se disseminaram pelo restante do mundo e se espalharam pela grade de programação. A participação ostensiva de políticos – inclusive candidatos à corrida presidencial –, a visibilidade às pessoas comuns, a exposição da vida privada de celebridades, a possibilidade de democratização da televisão pelo acesso do público às personalidades públicas, são alguns dos temas que freqüentam os trabalhos acadêmicos que tomam os *talk shows* como objeto de análise.

No Brasil, porém, as pesquisas referentes a esse gênero são bem mais incipientes, o que provoca uma lacuna na compreensão da história televisiva, uma vez que esses programas fazem parte da grade de programação nacional desde o surgimento da televisão. Aproximando-se dos modelos radiofônicos, os *talk shows* brasileiros não apenas se mantiveram no fluxo televisivo, como se disseminaram, de modo que, hoje, é possível encontrar nas TVs comerciais, públicas e fechadas uma quantidade significativa de programas de entrevistas e debates, além dos vespertinos e noturnos², que dialogam mais fortemente com o entretenimento. A aproximação com formatos norte-americanos provoca uma impressão de que houve uma transposição direta de modelos. Mas o desenvolvimento da televisão no Brasil, o cenário político instável, a economia em emergência dão subsídios para pensarmos que os *talk shows* nacionais ganharam contornos próprios, dialogando com as transformações na televisão e na sociedade brasileira³.

O objetivo deste artigo é oferecer pistas preliminares para preencher parte dessa lacuna por meio de uma análise do desenvolvimento histórico dos *talk shows* brasileiros levando em conta três parâmetros. Em primeiro lugar, consideramos o contexto televisivo, que ora inibiu, ora estimulou a criação de programas dessa natureza a partir de uma discussão mais ampla sobre a qualidade da programação televisiva em diferentes momentos. Em segundo lugar, tomamos como parâmetro o contexto sócio-político, que trouxe constrangimentos tanto do ponto de vista das temáticas e personalidades que poderiam fazer parte dos programas, quanto das expectativas da sociedade com relação aos *talk shows*. Por fim, nossa perspectiva recai sobre as características internas dos programas e sua articulação com os dois primeiros aspectos. Assim, o cenário, a proposta, o papel dos apresentadores, a participação da audiência serão levados em conta para demonstrar as relações entre texto e contexto.

A perspectiva histórica aqui adotada procura não se limi-

¹ Algumas referências significativas são Clayman e Heritage (2004); Corner (1999); Ekstrom (2001); Jones (2008); Livingstone e Lunt (1994); Lunt e Steanner (2005); Martinez (2003); Mateu (1998); Önebring (2003); Timberg e Erler (2004); Tolson (2001).

² A TV aberta (comercial e pública) dispõe de nove *talk shows*; as TVs fechadas, levando em conta apenas as que se dedicam ao jornalismo (*Globonews* e *Bandnews*), levam ao ar mais de oito programas de entrevistas e debates. Não foram consideradas as mesas redondas de futebol.

³ Vale ressaltar que existem análises de *talk shows* brasileiros, especialmente no que diz respeito às possibilidades dialógicas (FRANÇA; TRINDADE, 2009); à representação do popular (ALMEIDA; SILVA, 2006) e aos novos sentidos da partilha de intimidades por pessoas comuns (FREIRE FILHO, CASTELLANO; FRAGA, 2010).

tar a uma cronologia linear do surgimento e desaparecimento de produtos para pensá-la como um processo, cuja ênfase se coloca no conteúdo, nas gramáticas de produção e nos modos de recepção, contemplando uma dimensão interna e externa dos produtos. Seguimos, portanto, o pensamento de Raymond Williams (1979), segundo quem

[...] na análise histórica autêntica, é necessário, em todos os pontos, reconhecer as inter-relações complexas entre movimentos e tendências, tanto dentro como além de um domínio específico e efetivo. É necessário examinar como estes se relacionam com a totalidade do processo cultural, e não apenas com o sistema dominante selecionado e abstrato (1979, p. 124).

Desse modo, a observação do desenvolvimento histórico dos *talk shows* não pode ser tomada como fenômeno isolado, mas a partir dos múltiplos fatores que interferem nesse desenvolvimento. A análise que aqui apresentamos levará em conta a bibliografia disponível sobre o tema e as críticas televisivas do período, a fim de dar uma dimensão da aceitação/rejeição dos programas, as características internas e o cenário midiático/jornalístico que o inseria⁴.

■
⁴ A ausência de registros audiovisuais desses programas se impõe como o principal desafio para uma análise mais aprofundada. Os exemplos aqui mencionados estão baseados em descrições disponíveis nos sites das emissoras, na crítica televisiva e em trechos disponíveis no Youtube.

2 A História de *talk shows* em três momentos

A seguir são apresentados os três momentos da história dos *talk shows* no Brasil, por períodos de tempo.

2.1 Fase de experimentação (1950-1978): os *talks shows* numa TV popular

A chegada da televisão no Brasil, em 1950, foi fruto de um movimento de modernização da sociedade que se iniciou na década anterior. Segundo Renato Ortiz (2006), o período pós-guerra encadeou um conjunto de mudanças de ordem política, econômica e cultural que buscava concretizar o progresso nacional através da implantação de uma indústria cultural. Sendo assim, o Estado - por meio da criação de órgãos de controle das telecomunicações e da concessão de canais de radiodifusão - e os empresários se uniram no esforço de modernizar o Brasil através da cultura, o que implicava investir nos meios de comunicação de massa.

Foi, portanto, na década de 1940 que o Brasil iniciou sua modernização por meio da industrialização, o que se intensificou ainda mais em 1950, quando Assis Chateaubriand inaugurou o primeiro canal de televisão do país, a TV Tupi de São Paulo. Ainda muito pouco estruturada, a televisão nacional não possuía racionalização de sua produção: os profissionais migraram de outros veículos (teatro, rádio, cinema), não havia uma programação fixa e um “acordo de cavalheiros” proibia a contratação de profissionais

de emissoras concorrentes. Essa fase inicial da televisão nacional foi marcada pela experimentação e por programas importados de outros meios, como o teleteatro, os programas de auditório, os shows musicais, as telenovelas e seu principal telejornal, o *Repórter Esso*.

Desde seus primeiros anos, a televisão incitou diversas críticas entre os literatos que defendiam ser seu papel levar a alta cultura para as classes populares (FREIRE FILHO, 2004). Como era comum que os críticos confundissem capital cultural com capital econômico, acreditava-se que, porque a TV era ainda um produto consumido pelas elites, seu conteúdo deveria ser, também, o da alta cultura – concertos, óperas, adaptações de obras literárias, telejornalismo - o que não aconteceu inicialmente. Durante sua primeira década, a programação televisiva era marcada por programas populares vindos do rádio.

Ao apontar a baixa qualidade televisiva, embora não tivessem um referencial muito bem definido, os críticos brasileiros rejeitavam os programas televisivos que contradiziam a alta cultura. Um deles era o *Mesa Redonda do Video*, estreado em fevereiro de 1952, com a proposta de oferecer aos telespectadores um debate sobre assuntos de interesse público. Segundo João Freire Filho, porém, a temática girava em torno de questões de apelo emocional, ao exibir “crianças aleijadas e o seu arrimo, a muleta” (FREIRE FILHO, 2004, p. 92). Embora não haja muitos registros, sabe-se que se trata de um programa de debates que utilizava certa concepção de interesse público – representado pelos assuntos que tratam das mazelas da sociedade - para atrair a audiência.

O privilégio a uma programação voltada para o popularesco levou os jornalistas de televisão a iniciarem um movimento em prol do aumento da qualidade televisiva e da definição do que é, efetivamente, telejornalismo. Reivindicando um aumento do nível dos programas, duzentos jornalistas de São Paulo solicitaram junto ao Ministro das Telecomunicações, Carlos Simas, que cinco por cento da programação diária da TV comercial fosse dedicada às informações e aos noticiários. As hibridações de jornalismo com humor estariam excluídas desse percentual, como o programa apresentado por Hebe Camargo e Dercy Gonçalves, que fazia entrevistas num palco, sem pretensão de “informar jornalisticamente, mas explorar fatos curiosos” (A TV Contra..., 1969, p. 59).

Na década de 1960, a expectativa por uma programação baseada em parâmetros que privilegiavam a alta cultura permaneceu, como se pode ver na matéria intitulada “Televisão, subcultura a serviço da alienação”, publicada pelo *Jornal do Brasil* (sem data). De acordo com a reportagem, o que a classe média instruída esperava da TV eram “[...] shows bem feitos de música popular,

sem a imposição de ídolos, documentários e filmes de bom nível, telejornais que exploram mais a imagem dos fatos, e **debates políticos livres**” (*apud* FREIRE FILHO, 2004, p. 96, grifo nosso).

Se do ponto de vista político o golpe de 1964 trouxe para o Brasil censura e repressão, do ponto de vista econômico, muito menos discutido, o governo militar aprofundou bastante as medidas de modernização visando implementar uma segunda revolução industrial no país, o que transbordava para os produtos culturais (ORTIZ, 2006). A Ideologia da Segurança Nacional, segundo a qual o Estado era responsável por assegurar a ordem e o progresso nacionais, permitia que o governo reprimitesse os movimentos contrários à ordem dominante, ao mesmo tempo em reconhecia o alcance e penetração dos meios de comunicação de massa para a transmissão da ideologia. Assim, de acordo com Ortiz (2006), o País começou a viver um paradoxo: enquanto o governo censurava as obras específicas que se colocavam contrárias ao poder, ele incentivava fortemente o desenvolvimento da indústria cultural. É nesse período que surgem instituições promotoras da cultura como a Embrafilme, a Funarte, o Instituto Nacional de Cinema, o que levou a um período de efervescência e criatividade cultural.

A postura incisiva do Estado agradou a crítica televisiva, pois implicava assegurar melhor qualidade na televisão, que chegava ao limite com programas sensacionalistas como *O Homem do Sapato Branco* (TV Globo). As emissoras concordaram em prezar pela qualidade dos programas, o que levou a TV Globo e a TV Tupi a assinarem um protocolo de autocensura que legava às próprias empresas a responsabilidade de efetivar uma programação de qualidade, de acordo com os parâmetros de modernização do estado. Foi assim que a Globo criou seu Padrão de Qualidade que existe ainda hoje, impondo, sobretudo, qualidade técnica às obras audiovisuais.

A fim de propor um produto de qualidade e ao mesmo tempo inovador, a Globo levou ao ar o *Globo Gente* (1973-1974), programa noturno no qual o apresentador, o humorista Jô Soares, entrevistava personalidades públicas. No programa de estréia, em abril de 1973, os convidados foram o humorista Raul Solnado, a atriz Dina Staf, a cantora Maria Creuza, o ator Luiz Lopes Coelho e o então Secretário da Fazenda de Minas gerais, Fernando Roquete Reis (ESTRÉIA PARADOXAL, 1973, p. 66). Segundo a revista *Veja*, o programa era uma tentativa de replicar o norte-americano *Tonight!*, comandado inicialmente por Steve Allen e posteriormente por Jack Paar (até 1962) e Jonny Carson, seu principal apresentador (1962-1967)⁵. O programa estreado pela Rede Globo, no início dos anos 1970, já anunciava uma tendência que se cumpriria vinte anos mais tarde: “[...] um estilo

■
⁵ Cf. Timberg e Erlar, 2004.

simples de fazer jornalismo, mas também divertir” (ESTRÉIA ..., 1973, p. 66). Naquele período, o *Globo Gente* tinha caráter experimental, marcando um momento em que a emissora buscava emplacar uma nova linguagem e nova forma de fazer jornalismo, o que também caracterizou a estréia do *Fantástico* meses mais tarde.

Numa mistura entre show de auditório (o *Globo Gente* era gravado no Teatro Municipal do Rio de Janeiro) e programa de entrevista, a estréia de Jô Soares como entrevistador⁶ foi caracterizada pelo nervosismo e pela falta de habilidade em lidar com o novo gênero. Assim, os dez minutos que tinham os convidados para falar sobre suas áreas de atuação foram interrompidos por uma quantidade excessiva de perguntas, deixando as informações dispersas ao longo da entrevista. Entretanto, segundo *Vêja*, o programa anunciava um potencial de tornar-se o melhor programa de entrevistas da televisão por conta das “espirituosas observações de Jô Soares”, que “conquistaram as atenções, os risos e os aplausos” da platéia (formada por estudantes de comunicação da PUC do Rio de Janeiro) e dos telespectadores (ESTRÉIA ..., 1973, p. 66).

Num momento em que prevaleciam os enlatados norte-americanos e a sociedade ainda não tinha contato com *talk shows* norte-americanos, o *Globo Gente* teve vida curta (apenas sete meses), dando lugar na programação para o seriado policial *Jogo Mortal*. Independentemente disso, o programa deixou uma marca na tradição televisiva que se veria anos mais tarde: a mistura de informação com humor na programação noturna, a inspiração em modelos norte-americanos, a presença de uma platéia no estúdio, a improvisação, a leveza e a ênfase na intimidade, que ficou evidente na estréia do programa pela pergunta que o apresentador dirigiu a Maria Creuza: “você se dá bem com seu marido Antônio Carlos do Jocaí?” (ESTRÉIA ..., 1973, p. 66).

2.2 Fase de disseminação (1978-1986): democracia e debate público

O controle do Estado sobre o conteúdo televisivo só teve modificações mais significativas em 1975, após a morte de Wladimir Herzog, diretor de jornalismo da *Hora da Notícia*, telejornal exibido pela TV Cultura que tinha como foco o depoimento popular sobre os problemas da comunidade. A morte do jornalista provocou uma série de manifestações sociais contra a política repressora do Estado, o que acabou levando a um abrandamento das prisões, dos atos de tortura, da censura e, finalmente, na revogação do Ato Institucional 5, em 1978. Como consequência, o cenário de abertura política provocou uma dupla reconfiguração do conteúdo televisivo: primeiro, ampliou a agenda temática que passou a incluir assuntos políticos de esquerda; em segundo

■
⁶ Jô Soares teve uma experiência anterior na TV Record, entre 1962 e 1965.

lugar, buscou maior aproximação com o público, ratificando os valores democráticos que a sociedade, os críticos e os jornalistas passariam a demandar.

Nesse contexto, os *talk shows*, especialmente os jornalísticos, explodiram na programação televisiva, uma vez que, pela conversação entre os participantes, seria possível concretizar ideais democráticos (liberdade de expressão, igualdade, participação) através de um debate público. O próprio nome dos programas que surgiram nesse período evidenciava o novo momento político: *Canal Livre*, *Sem Censura*, *Roda Viva*, *Vox Populli*, entre outros.

Em 1979, pouco antes de sua falência, a TV Tupi levou ao ar o programa *Abertura*, que promovia entrevistas e reportagens com pessoas comuns, a fim de mostrar uma realidade brasileira que não estava presente no vídeo. Sob a direção de Fernando Barbosa Lima e a liderança do cineasta Glauber Rocha, o programa inovou a estética televisiva, desafiando os limites do Padrão Globo de Qualidade. Glauber ancorava suas entrevistas da rua e questionava pessoas comuns sobre os assuntos em pauta na mídia nacional. Num superclose do entrevistado, o cineasta buscava “devolver” ao público sua cidadania, o que ficava claro com o bordão “estou devolvendo o poder ao povo”, que era acompanhado pela entrega do microfone ao entrevistado. Inventivo, o *Abertura* foi uma experiência única na programação televisiva. Os programas que se seguiram, apesar da ênfase na política, buscavam consolidar os aspectos formais do gênero, através de um uso bem comportado da linguagem televisiva, como ficou evidente na reportagem de *Veja* (A FÁBRICA..., 1982) sobre os debates políticos: boa postura, serenidade (evitar atitudes que indiquem nervosismo como engolir a seco, piscar várias vezes), informalidade (falar como quem conversa), olhar para a câmera a fim de dirigir-se ao telespectador, demonstrar segurança, entre outros. A influência dos assessores de imprensa se multiplicou nesse período para reeducar os políticos a lidar com o veículo. Com isso, a televisão reforçou padrões de comportamento que deveriam ser buscados durante as conversações, demonstrando os procedimentos ideais que os entrevistados deveriam ter para conquistar a audiência: uma conduta regrada, calculada e performática.

Numa história do telejornalismo brasileiro, Guilherme Rezende (2000) oblitera os programas que se aproximam do entretenimento. Tal postura, por exemplo, desconsidera que uma das entrevistas mais relevantes na história do *Canal Livre* foi com a comediantes Dercy Gonçalves (1980). Desse modo, a forma de contar a história dos *talk shows* destituiu a vinculação com o entretenimento de sua configuração, focando de modo privilegiado na relação com a democracia e numa aproximação com os pressupostos do jornalismo moderno, voltado especialmente

para assuntos “sérios” da sociedade, a saber, política e economia. É como se tais programas se legitimassem socialmente pela vinculação com essas esferas, ao mesmo tempo em que se desligavam do entretenimento, humor e diversão. Os ideais de democracia se fizeram notáveis no modo de construir os programas, o que influenciou, por um lado, uma postura mais questionadora dos jornalistas, por outro, a inserção da audiência no programa, a fim de construir-se como um debate público⁷.

O programa *Roda Viva* (TV Cultura, 1986), estreado já num cenário de redemocratização, representa bem essa nova proposta dos *talk shows* jornalísticos. Cercado por jornalistas de diversos veículos de comunicação, o convidado do programa, geralmente um representante central da cena política, cultural ou científica nacional ou internacional, responde à sabatina de perguntas de seus entrevistadores. Num andar abaixo dos jornalistas, o entrevistado fica acuado em meio às questões de caráter investigativo feitas pelos jornalistas. As disposições cênicas e a postura adversarial dos jornalistas que interrogam o entrevistado criam uma atmosfera de dureza e inquisição, ressaltando valores como “verdade”, “interesse público” e “vigilância”. Para estender as perguntas para o público e legitimar-se como porta-voz dos valores democráticos da sociedade, o *Roda Viva* abriu um espaço de comunicação com os telespectadores que podiam enviar perguntas e comentários aos participantes, como também ressaltou uma reportagem de *Veja*:

Muitas vezes as melhores perguntas são dos telespectadores”, diz Gamberini [primeiro apresentador do programa]. Na entrevista de Meneguelli [presidente da Central Única dos Trabalhadores], por meio de uma centena de telefonemas, o público queria saber coisas bem mais concretas – se o sindicalista trabalhava, qual o seu salário, quem pagou suas viagens a Cuba e à União Soviética. -, enquanto a bancada de entrevistadores fazia perguntas sobre a Assembléia Constituinte e a dívida externa brasileira (DEBATE..., 1987, p. 113).

Também na década de 1980, o cenário televisivo nacional se modificou a partir da criação de duas emissoras: o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), comandado por Sílvio Santos, e a TV Manchete, sob liderança de Adolpho Bloch. Como consequência, as emissoras modificaram sua programação a fim de manterem-se na liderança da preferência dos telespectadores. Os anos 1980, portanto, foram um período bastante fértil e criativo da televisão nacional, uma vez que o acirramento comercial levou as emissoras a ousarem na produção, no conteúdo e no uso da linguagem televisiva. Além disso, a sociedade demandava programas que escapassem dos modelos já estabelecidos, o que ficou evidente com a criação de formatos como a videoreportagem e programas como o *TV Mulher* (TV Globo, 1980-1986), programa matinal que misturava entrevistas e reportagens. Sob o comando de Marília Gabriela, *TV Mulher* buscava a valorização da mulher

■
⁷ O clima de democracia e de formação de um debate público se espalhou pelo telejornalismo. O surgimento do telejornal *Bom Dia Brasil* (Globo), em 1983, reconfigurou o formato, ao inserir entrevistas com políticos no estúdio.

numa sociedade em transformação. Mais do que uma mudança no formato, *TV Mulher* anunciava uma nova agenda temática nas entrevistas, dessa vez valorizando temas de comportamento, sexualidade, relações familiares e celebridades.

2.3 Fase de diversificação (1986-2010): celebridades vida privada e *infotainment*

Na segunda metade da década de 1980, a disputa pela preferência do público intensificou-se. SBT e Manchete utilizavam estratégias distintas para desequilibrar a primazia da Globo: enquanto a Manchete investia num telejornalismo tradicional, voltado para as notícias e o aprofundamento das informações, a emissora comandada por Sílvio Santos apostava nos programas populares, como programas de auditório, telenovelas mexicanas e *games*. O aumento de programas populares não apenas reacendeu as críticas sobre a qualidade televisiva, como levou o SBT a uma crise econômica: os anunciantes não queriam associar sua imagem a esse tipo de programação. Desde seu surgimento, o SBT buscou associar seus altos índices de audiência (em dois anos de existência, o SBT alcançou o segundo lugar no IBOPE) com seu potencial de mercado:

Em menos de dois anos, conseguimos consolidar nosso segundo lugar em média de audiência nacional. Com nossos atuais índices, o anunciante que veicula um comercial nacional no SBT atinge mais de 10 milhões de telespectadores ao mesmo tempo (SEGUNDO..., 1983, p.73).

Como consequência, o SBT precisou se reestruturar e apostou numa mistura entre exibição de cultura erudita - como o show do tenor Luciano Pavarotti - e cultura pop, com shows das cantoras Madona e Tina Turner (FREIRE FILHO, 2004). Segundo a revista *Veja*, para aprimorar a programação e torná-la mais competitiva, o SBT passou a “[...] investir em jornalismo, melhorar o elenco dos atores e dar mais atenção aos detalhes técnicos” (O FANTASMA DO VÍDEO, 1983, p. 74). Sem abandonar sua vocação para o popular, a emissora de Sílvio Santos levou ao ar o primeiro programa nomeadamente de *talk show* da televisão brasileira, o *Jô Onze e Meia*. Essa foi a segunda tentativa de Jô Soares de fazer um programa dessa natureza, seguindo o modelo norte-americano⁸ de estruturação do cenário e pegando aquilo que parecia ser o elemento central: informação com humor. Ao contrário da versão inicial (o *Globo Gente*, na década de 1970), o *Jô Soares Onze e Meia* foi logo reconhecido como o “melhor programa da TV brasileira” (A VITÓRIA ..., 1992, p. 82).

O contexto sócio-político e televisivo do período, além da habilidade de seu apresentador, justifica o sucesso do programa. No final dos anos 1980, a sociedade ainda vivia um período de

⁸ A proposta do *Jô Soares Onze e Meia* e a estruturação cênica se assemelhavam bastante ao norte-americano *Late Night With David Letterman*, estreado em 1982 pela *National Broadcast Corporation* (NBC). O programa, comandado por David Letterman, inovou os *talk shows* noturnos com uma forte influência da *stand-up comedy* e piadas de alto nível cultural (TIMBERG ; ERLER, 2004).

instabilidade política, por conta das prévias para as primeiras eleições diretas após a ditadura e a formulação da nova Constituição. Ainda motivada por um jornalismo que queria dar relevo a valores democráticos, a sociedade desejava informações que contemplassem o novo cenário do país. Além dos já existentes programas de entrevistas característicos do período anterior, o telejornalismo ofereceu essa temática de maneira mais criativa, através da efetivação da promessa de unir informação e entretenimento, como foi o caso do *Jô Onze e Meia*⁹.

Como jornalismo, *Onze e Meia* é uma aula de pós-graduação. Com a curiosidade de uma criança e os reflexos de um adulto lido e viajado, Jô recebe seus convidados [...] com a naturalidade de quem conversa numa sala de visitas e é capaz de fazer perguntas incômodas sem agredir o entrevistado [...]. Como humor, o programa exhibe um talento nato, que não dedica a piada pela piada e passa longe de qualquer atitude que lembre a palavra grossura (A VITÓRIA ..., 1992, p. 82-83).

Quando foi contratado pelo SBT, Jô declarou que seu objetivo era “[...] entrevistar desde o presidente da República até o gari mais eficiente da cidade de São Paulo, desde que tenham coisas interessantes a dizer” (A PESO..., 1987, p. 114), o que foi feito quando levou para o programa o então presidente da República, Fernando Collor de Melo. A postura inquiridora e rígida dos *talk shows* jornalísticos dava espaço para uma mais leve, mas igualmente eficiente para a obtenção de informações pertinentes, uma vez que o apresentador usava o “[...] humor em sintonia com os grandes acontecimentos políticos” (A VITÓRIA..., 1992, p. 83).

O *Onze e Meia* e o *TJ Brasil*, comandado por Boris Casoy, foram algumas tentativas do SBT de aumentar a qualidade da sua programação. Outra aposta da emissora numa renovação de sua grade foi a contratação de Serginho Groisman para comandar o *Programa Livre* (1991-2001¹⁰), uma mistura de programa de auditório, entrevistas e shows musicais voltados para a juventude. O apresentador, que fazia um programa semelhante da TV Cultura, o *Matéria Prima*, comandava as atrações do programa de pé, “correndo” de um lado para outro a fim de que não apenas ele, mas também sua platéia, formada essencialmente por jovens e adolescentes, fizessem perguntas aos convidados, que podiam ser artistas, pessoas comuns, representantes políticos, etc. O *Programa Livre* teve um papel significativo no período em que foi ao ar, pois parecia dialogar com a intrepidez juvenil que era reforçada pela mídia nas manifestações que culminaram no *impeachment* do presidente Fernando Collor (1992). A ousadia juvenil manifestava-se nas perguntas destinadas aos convidados. Quando o próprio ex-presidente compareceu ao programa, seis anos após o *impeachment*, a platéia foi muito pouco diplomática ao perguntar “o senhor dorme tranquilo mesmo sabendo que

■
⁹ A relação de informação com humor não foi privilégio de Jô Soares. Em 1984, o então estagiário em jornalismo Marcelo Tas criou o personagem Ernesto Varela, um repórter “ingênuo e aplicado” que fazia perguntas que ninguém esperava, obtendo respostas reveladoras: “você corre atrás de que?”, perguntou Varela ao piloto Nelson Piquet, que respondeu: “grana” (Veja, 17 out. 1984, p. 82).

■
¹⁰ Em 2001, Serginho Groisman foi para a Globo comandar o *Altas Horas* e o *Programa Livre* passou a ser apresentado por Babi, antiga VJ da MTV.

150 milhões de pessoas o odeiam?”, ou afirmar “o senhor pode ser legalmente inocente, mas moralmente não é bem por aí” (JOGADO ... , 1998, p. 149).

No entanto, nem a “domesticação” da emissora de Sílvio Santos impediu que nos anos 1990 o debate sobre a qualidade da TV voltasse em intensidade semelhante à dos anos sessenta. O surgimento do Plano Real em 1994 permitiu que as classes C e D pudessem comprar televisores a crédito, o que aumentou significativamente o número de aparelhos nos domicílios brasileiros. Diferentemente dos anos sessenta, porém, dessa vez havia uma disposição da audiência em receber programas “popularescos” de modo que o já consolidado Padrão Globo de Qualidade fora ameaçado.

A invasão dos dramas mexicanos na programação do SBT e os altos índices de audiência alcançados pelas telenovelas demonstraram uma nova disposição da audiência em ver dramas emocionais, ao invés de uma discussão racional. Conquanto a emoção fizesse parte dos hábitos de audiência, a crítica televisiva ainda não admitia essa nova característica da televisão como algo de qualidade. O sentimentalismo das produções de entretenimento penetrou também outros gêneros da programação, como programas de variedades e as narrativas jornalísticas que passam a valorizar os dramas humanos e a humanização do relato. Num posicionamento nefasto com relação a esses programas, a revista *Veja* de 22 de julho de 1992 apresentou um quadro bastante ilustrativo sobre a televisão do período:

[...] nos anos 70, viveu-se a explosão dos enlatados. Na década de oitenta, foi a vez das grandes telenovelas, dos programas infantis, do investimento no telejornalismo e das cenas de nudez e violência em cascata. Agora vive-se no reinado do blá-blá-blá. Nunca se falou tanto sobre tudo em todos os canais da televisão (COM a língua ..., 1992, p. 92).

Segundo a revista, o investimento das emissoras em *talk shows* visava driblar a crise econômica por que passavam, uma vez que o formato exige pouco investimento. Como consequência, multiplicaram-se *talk shows* que mais se aproximavam dos programas de auditório e não do jornalismo: *Clodovil Abre o Jogo* (TV Manchete), *Gente de Expressão* (TV Manchete) e *Silvia Poppovic* (Bandeirantes). Os exemplares encontrados na televisão dos anos noventa se repaginaram e continuam ocupando a grade de programação da TV nacional ainda hoje.

Freire Filho, Castellano e Fraga (2010) afirmam que os olhares da crítica recaíram sobre os novos gêneros e formatos televisivos, especialmente *reality shows* e *talk shows*, sinalizando o caráter *voyerista* desses programas e a exploração da intimidade e da vida privada, convertendo em mercadoria “assuntos, sentimento, emoções e relações interpessoais historicamente circuns-

critos ao ambiente doméstico, ao confessionário religioso ou ao consultório terapêutico” (FREIRE FILHO; CASTELLANO; FRAGA, 2010, p. 241-242). Classificados como “*trash TV*”, esses programas põem em ênfase no cotidiano e não no inusitado. São as experiências íntimas e as relações familiares que dão significado a esses programas e permitem identificação com a audiência, o que, segundo os autores, não possui caráter negativo. Em *Casos de Família* (SBT), comandado por Regina Volpato, situações do cotidiano são expostas ao público com a intenção de partilhar questões domésticas: “se você não me sustentar eu vou embora de casa”, “meus filhos não precisam de você”, etc. Também nesse programa, a platéia tem direito à participação a fim de dar sugestões para a resolução dos conflitos, ou apenas para mostrar sua empatia. Em a *Hora da Verdade* (Band, 2001-2004), apresentado por Márcia Goldschmidt, a exposição do privado coloca em evidência o papel da apresentadora, que atua como conciliadora, juíza ou confidente, sem que, no entanto, nenhum dos casos seja resolvido.

A ênfase na vida íntima não tem como personagens apenas as pessoas comuns. Ao contrário, é cada vez mais freqüente a presença de celebridades em *talk shows*, a fim de mostrarem seu “lado comum, ordinário, privado”. Esse é o principal papel do atual *Programa do Jô* (Globo, 2000) e também dos programas comandados por Marília Gabriela¹¹, *De frente com Gabi* (SBT, 2010) e *Marília Gabriela Entrevista* (GNT, 1996). A apresentadora, que ganhou notoriedade como entrevistadora ainda nos anos 1980, hoje, apresenta programas que têm como objetivo obter informações pertinentes para a vida cotidiana a partir de testemunhos pessoais de seus célebres convidados (SILVA, 2009a). Embora tenha construído sua credibilidade como jornalista, Marília Gabriela atualmente se dedica também à carreira de atriz, o que transparece em seus programas pelo acesso a fontes que fazem parte, preferencialmente, do universo midiático.

Por conta do avanço dos *talk shows* voltados ao entretenimento e à intimidade, os programas jornalísticos reafirmaram seu papel social de assegurar a qualidade do debate público. Programas que já existiam, como o *Roda Viva* e o *Canal Livre*, ganharam mais prestígio junto à audiência e à crítica televisiva e mantiveram os mesmos valores que suscitaram seu surgimento: a vigilância dos poderes públicos, a busca da verdade por meio do inquérito dos agentes sociais e o serviço ao interesse público. Para asseverar o lugar dos *talk shows* jornalísticos num momento em que se disseminavam *talk shows* populares, outros programas surgiram com forte ligação com o jornalismo, como o *Conversa Afada* (TV Cultura, 1999), comandado por Paulo Henrique Amorim, *Passando a Limpo* (Record, 1997-2003), com apresenta-

■
¹¹ Em agosto de 2010, Marília Gabriela estréia no comando do *Roda Viva*, da TV Cultura.

ção de Boris Casoy, e *Observatório da Imprensa* (TV Brasil, 1998), sob o comando de Alberto Dines. Em comum, os três programas trazem um entrevistador com ampla trajetória no jornalismo, seja no impresso (como é o caso de Dines), seja na televisão (como de Amorim e Casoy) e a exibição na programação noturna de suas emissoras, a fim de dar relevo a assuntos relevantes e atuar como uma forma de “resistência” do jornalismo sério aos apelos da programação sentimentalista e intimista da televisão.

3 Considerações finais

Essa breve história cultural dos *talk shows* no Brasil teve como objetivo sair de uma cronologia linear da programação televisiva para ilustrar aspectos relevantes sobre a sociedade e a televisão brasileira. A relação com o cenário político nacional parece ter sido significativa para a formação de uma tradição daquilo que é socialmente aceito como *talk show* de qualidade. Estão excluídos desses os que se voltam para o entretenimento, a intimidade e o sentimentalismo.

A história demonstra, porém, que os dois modelos sempre caminharam lado a lado. Aliás, no caso do Brasil (diferentemente de Europa e Estados Unidos), foram os *talk shows* populares que mais fizeram sucesso e pressionaram, especialmente nos anos mais recentes, os modos de fazer *talk show* jornalístico. Essas relações e tensionamentos demonstram o caráter processual da programação televisiva que, a todo o momento, busca dialogar com a sociedade, a política, a tecnologia. Por isso, efetuar uma história cultural dos gêneros televisivos, no nosso caso, os *talk shows*, permite retomar boa parte da memória do país e o papel da televisão como parte das práticas culturais.

Notes for defining the cultural history of Brazilian talk shows

ABSTRACT

The 1970s represent the beginning of the consolidation process of talk show in the Brazilian television grid. Its relevance is associated with the fall of the military dictatorship and the redemocratization process in the country. Despite the historical importance of talk show, there is still little literature on such type of television show in Brazil. This article seeks to indicate paths toward defining the cultural history of Brazilian talk shows, taking into account three aspects: the social-cultural context, the context of television, and the formal structure of the shows.

KEYWORDS: Talk shows. Cultural history. Television.

Apuntes para una historia cultural de los *talk shows* brasileños

RESUMEN

La década de 1970 representa el inicio del proceso de consolidación de los *talk shows* en la grilla de la televisión brasileña. Su relevancia está asociada al debilitamiento de la dictadura militar y al proceso de redemocratización del país. A pesar de la importancia histórica de los *talk shows* periodísticos, la bibliografía disponible sobre esta modalidad de programación en Brasil aún es escasa. El presente artículo tiene como objetivo señalar algunos caminos para una historia cultural de *talks shows* brasileños tomándose en cuenta tres aspectos: el contexto sociocultural, el contexto televisivo y la estructura formal de los programas.

PALABRAS CLAVE: *Talk shows*. Historia cultural. Televisión.

Referências

- A PESO de ouro. SBT contrata Jô Soares com salário recorde. **Veja**, São Paulo, p. 114, 1987.
- CLAYMAN, Steven; HERITAGE, John. **The News Interview**. Journalists and Public Figures on the Air. Londres, Cambridge University Press, 2004.
- CORNER, John. Talk. **Critical ideas in television studies**. Oxford, Oxford University Press, 1999. p. 37-46.
- DEBATE vivo: inovações nas entrevistas do programa Roda Viva. **Veja**, São Paulo, 25 fev. 1987.
- EKSTRÖM, Mats. Politicians interviewed on television news. **Discourse and Society**, London, v. 12 n. 5, p. 563-584, 2001.
- ESTRÉIA paradoxal. **Veja**, São Paulo, p. 66, 25 abr. 1973.
- A FÁBRICA de votos: a caminho das urnas, políticos tentam desvendar os segredos da maior vitrina eleitoral do país. **Veja**. São Paulo, p. 60-61, 13 jan. 1982.
- O FANTASMA do vídeo: com dois anos de vida, a TVS conquista 25% da audiência da TV e ameaça o poder da Globo. **Veja**, São Paulo, p. 72-74, 1983.
- FREIRE FILHO, João. Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. **Galáxia**, São Paulo, n. 7, p. 85-110, abr. 2004.
- FREIRE FILHO, João; CASTELLANO, Mayka; FRAGA, Isabela. “Essa tal de sociedade não existe...”: o privado, o popular e o perito no talk show Casos de Família. In: GOMES, Itania. **Televisão e realidade**. Salvador: EDUFBA, 2010. P. 241-266.
- JOGADO às feras. Fernando Collor enfrenta os jovens do Programa Livre. **Veja**, São Paulo, p. 149, 17 jun. 1998.
- JONES, Jeffrey P. Beyond Genre: Cable’s Impact on the Talk Show. In: EDGERTON, Gary R. & ROSE, Brian G. (Eds.) **Thinking outside the box**. A Contemporary Television Genre Reader, The University Press of Kentucky, 2008.
- LIVINGSTONE, Sonia M.; LUNT, Peter. **Talk on television: audience participation and public debate**. London and New York: Routledge, 1994.
- LUNT, Peter; STEANNER, Paul. The Jerry Springer Show as an emotional public sphere. **Media Culture & Society**, London, v. 27, n.1, p. 59-81, 2005.
- MARTÍNEZ, Esperanza Rama. Accomplishing closings in talk shows interviews: a comparison with news interviews.

Discourse Studies, London, 2003, v. 5, p. 283-302, 2003.

MATEU, Manuel. La entrevista en televisión. In: BALSEBRE, Armand; MATEU, Manuel; VIDAL, David. **La Entrevista em radio, televisión y prensa**. Madrid: Cátedra, 1998. p. 149-244.

ÖRNEBRING, Henrik. Televising the Public Sphere: forty years of current affairs debate programmes on swedish television. **European Journal of Communication**, London, v. 18, n. 4, p. 501-527, 2003.

ORTIZ, Renato. **A Moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

SEGUNDO lugar. **Veja**, São Paulo, p. 73-74, 13 maio 1983.

SILVA, Fernanda Mauricio. Conversa leve e embate intelectual: o infotainment no Marília Gabriela Entrevista. **Eco-pós**, v. 12, n 2, p. 190-205, maio-ago. 2009a. Disponível em: <<http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/article/view/109>>. Acesso em: 10 jan 2010.

_____. Os Usos da conversação em programas jornalísticos brasileiros: uma abordagem histórica. In: LUSOCOM, 8., 2009, Lisboa. **Textos apresentados**. Disponível em: <<http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/lusocom/8lusocom09/paper/viewFile/68/45>>. Acesso em: 28 jul 2009.

_____. Talk show: um gênero entre o jornalismo e o entretenimento. **E-Compós**, Brasília, v. 12, n. 1, jan./abr. 2009c. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/289/315>. Acesso em: 26 jun. 2009.

TIMBERG, Bernard M.; ERLER, Robert J. **Television talk: a history of the TV talk show**. Texas: University of Texas, 2004.

A TV contra a notícia. **Veja**, São Paulo, p. 59, 25 jun. 1969.

A VITÓRIA da graça e da inteligência. **Veja**, São Paulo, p. 82-83, 19 ago. 1992.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

Fernanda Mauricio da Silva

*Doutora em Comunicação e Cultura
Contemporâneas pela Universidade Federal da
Bahia (UFBA).
E-mail: fernandamauricio@gmail.com*

Recebido em: 31/08/2010

Aceito em: 08/11/2010