

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

Guilherme de Mattos Fontes

Talk Show:

Um gênero em transformação

Juiz de Fora

2024

Guilherme de Mattos Fontes

Talk Show:

Um gênero em transformação

Memorial Descritivo apresentado ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Flávio Lins Rodrigues

Juiz de Fora

2024

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Fontes, Guilherme .

Talk show: : um gênero em transformação / Guilherme Fontes. -- 2024.

39 p. : il.

Orientador: Flávio Lins

Coorientador: João Gabriel Marques

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2024.

1. INTRODUÇÃO. 2. HISTÓRIA DA TELEVISÃO BRASILEIRA. 3. PENSANDO SOBRE OS TALK SHOW. 4. CONCLUSÃO. 5. MEMORIAL DESCRITIVO. I. Lins, Flávio , orient. II. Marques, João Gabriel, coorient. III. Título.

AGRADECIMENTOS

É clichê começar a parte de agradecimentos citando a própria família, mas não poderia começar de outra forma. Agradeço à minha mãe, Luciana, meu pai, José Geraldo e minha avó Marisa, que sempre acreditaram em mim e me apoiaram a entrar no curso de jornalismo mesmo após eu largar o curso de agronomia, no sexto período, para começar do zero meu sonho de ser jornalista.

Agradeço aos meus primos Jules e Túlio, que se tornaram meus irmãos desde meu primeiro dia em Juiz de Fora, ao abrirem as portas de sua casa para mim. Por lá morei por anos e pude conhecer e desfrutar o que tem de melhor em Juiz de Fora. Ao lado de Jules e Túlio, não poderia deixar de citar meus outros irmãos: Caio, Larissa e Nilton, que também me receberam nesta minha primeira república juiz-forana, e sempre foram companheiros para todas as horas.

Agradeço aos meus amigos Lucas Pititinho e João Lima, por, além de serem camaradas de longa data, me ajudaram na captação e edição do trabalho prático neste TCC.

Agradeço aos meus camaradas de sala de aula: Lucas César, Matheus, João Vitor, Victor, e Gustavo, por, desde o primeiro dia de aula, me acolherem como um amigo e servirem de apoio durante todos os anos de curso.

Agradeço a professora Iluska Coutinho, por me ajudar a chegar onde cheguei, sempre com bons conselhos e me oferecendo novas oportunidades de poder mostrar minhas habilidades audiovisuais.

Agradeço ao meu coorientador João Gabriel Marques, por ter sido um grande companheiro na execução deste trabalho, sempre me ajudando com o possível e o impossível, e nunca desistindo de mim, mesmo quando parecia improvável que haveria tempo hábil para a entrega do TCC.

E por último, mas não menos importante, agradeço ao meu orientador, professor Flávio Lins, que foi um achado de ouro para a execução deste trabalho. Afirmando que sem ele, seus ensinamentos e sua paciência, este trabalho não existiria.

A todos os queridos, o meu muito obrigado!

RESUMO

Este memorial tem como objetivo descrever a produção de um talk show que tem como principal característica fugir de padrões pré estabelecidos no formato tradicional do gênero. Propõem-se adentrar na intimidade dos entrevistados e realizar conversas profundas - e leves ao mesmo tempo - dentro da própria vivência dos participantes. Além de refletir sobre aspectos técnicos acerca da produção de episódios do gênero talk show, o trabalho também detalha passo a passo nos processos da pré-produção, produção e pós-produção dos dois episódios concluídos do “Fora do Estúdio”

Palavras-chave: Talk show; Televisão; Entrevista; Gênero; Transformação

LISTA DE IMAGENS

FIGURAS

Figura 1: Equipamentos de TV chegam às ruas de São Paulo.

Figura 2: Anúncio da RCA parabenizando São Paulo pela primeira transmissão de TV

Figura 3: Lia Marques se apresentando na primeira transmissão de TV

Figura 4: Silvio Santos durante o programa “Vamos Brincar de Força”

Figura 5: Glória e Tarcísio: primeiro par romântico da novela diária no Brasil

Figura 6: Jô entrevista Dina Sfat na estreia de “Gente Globo”

Figura 7 - Iago Morales e Guilherme Mattos durante a entrevista

Figura 8 – Mariana Tiso e Guilherme Mattos durante a entrevista

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO.....	7
2 - HISTÓRIA DA TELEVISÃO BRASILEIRA.....	8
2.1 - PROGRAMAS DE ENTREVISTAS E TALK SHOWS.....	15
2.2 - HISTÓRICO.....	17
2.3 – FORMATOS.....	23
3 - PENSANDO SOBRE OS TALK SHOWS.....	25
4 - CONCLUSÃO.....	28
5 - MEMORIAL DESCRITIVO.....	30
5.1 - PRÉ PRODUÇÃO.....	30
5.2 - PRODUÇÃO.....	31
6 - REFERÊNCIAS.....	35

Talk Show: um gênero em transformação

1- INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como foco observar o formato talk show, como produto jornalístico audiovisual, e propor a experimentação de outras possibilidades deste tipo de programa, através de um trabalho prático, passando informações de interesse público de forma leve. O trabalho pretende explorar como a informalidade pode agregar à capacidade de um jornalista de cativar o público no exercício de seu trabalho, sem perder sua principal função, informar.

Mesmo antes de ingressar no curso de Jornalismo, sempre me interessei por programas de entrevistas. A minha percepção foi que no formato talk show, os entrevistados davam depoimentos e contavam histórias de forma mais natural, sem o engessamento recorrente de quando um repórter coloca um microfone na boca de alguém e faz perguntas objetivas, sem muitas delongas. Cresci, virando madrugadas, assistindo escondido as entrevistas irreverentes guiadas por Jô Soares, que instigava o entrevistado a contar histórias pessoais com naturalidade, de maneira que o telespectador chegava a pensar que entrevistado e entrevistador já eram amigos antigos. Jô Soares também fazia parte do espetáculo.

Nossa proposta é de realizar um talk show fora da caixa, ou seja, sem estúdio e sem plateia, no universo dos entrevistados, podendo ser, inclusive, durante alguma situação inusitada. Ainda que o formato possa se assemelhar a alguns programas de entrevistas, nossa proposta é de manter o espírito dos talk shows, mais alinhado com o bom humor e a irreverência, ressaltando que ambos os produtos fazem parte de um formato semelhante, o que é evidenciado também nos textos de pesquisadores da área, que abordam suas características, sem unanimidade. Lery (2016, p.124) destaca como os formato permanece em transformação, Williams (2016) ressalta que os talk show já romperam com as tradições das quais se originaram e ganharam sua própria lógica, Silva (2009, p.1) destaca que os programas de debate também são talk shows, que a plateia pode ou não existir e, em resumo, que a tradição televisiva norte-americana

utiliza esta denominação para “qualquer programa que utiliza a conversação como base estruturante”, o que também afeta nossas designações.

Partindo desta premissa e de nosso levantamento e pesquisa, damos forma a este trabalho, que propõe uma experimentação, mesmo sabendo que as características do produto dificilmente vão obter consenso, devido à fluidez de um formato que se adequa ao contexto social em que é realizado.

2 - HISTÓRIA DA TELEVISÃO BRASILEIRA

A televisão brasileira foi fundada oficialmente em 18 de setembro de 1950, quando o empresário Assis Chateaubriand criou a primeira emissora do país, a TV Tupi (PEDROSA, FERREIRA, 2020). Inicialmente foi ao ar apenas em São Paulo, mas logo se expandiu para outras cidades, tornando-se um fenômeno nacional.

Chateaubriand não mediu esforços para implementar a novidade. Em 1948, Chatô visita os estúdios RCA e NBC, em Nova York, com o intuito de conhecer mais sobre os equipamentos tecnológicos que fariam a novidade acontecer em solo brasileiro (PEDROSA, FERREIRA, 2020). O empresário da comunicação foi apresentado a modelos de transmissão a cores, mas preferiu começar com o preto e branco, devido aos altos custos que a transmissão colorida traria.

Dono dos Diários Associados, Chateaubriand já fazia sucesso no ramo da comunicação, quando decidiu investir na TV. Chatô trouxe técnicos norte-americanos, instalou antenas, e, segundo o advogado Sérgio Ribeiro, responsável pela pesquisa que gerou o livro “Chatô - O rei do Brasil” (1994), ele chegou a contrabandear 200 televisores dos Estados Unidos, para a estreia da TV no Brasil, em 1950.

A expansão começou de forma lenta no país. TV era artigo de luxo durante a década de 1950, e somente a elite dispunha do aparelho dentro de casa.

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. (SILVA, 2010, p. 122).

Não havia de forma concreta uma cartilha de como se fazer televisão naquela época. Por isso, os estúdios foram ocupados por profissionais do rádio, que produziam os programas em moldes semelhantes aos feitos em suas emissoras. Além destes, profissionais do cinema e do circo, também ajudaram a criar os primeiros programas. (GAMBARO; FERREIRA, 2012, p. 32).

Em 1950, quando os equipamentos comprados por Chatô finalmente chegaram ao Brasil, profissionais da Rádio Tupi e Difusora foram até o Porto de Santos para receberem a novidade que acabara de chegar de barco, vindo dos Estados Unidos. A caravana de caminhões chegou a desfilar pelo Centro de São Paulo, exibindo à população aqueles aparelhos que haviam chegado para transformar de vez o cenário da comunicação brasileira (PEDROSA; FERREIRA, 2020).

Figura 1: Equipamentos de TV chegam às ruas de São Paulo.



Fonte: Acervo AMM.CCSP, 1950

A primeira transmissão dos recém comprados equipamentos de Chateaubriand foi acontecer no dia quatro de junho de 1950. Televisores foram espalhados em pontos estratégicos da cidade de São Paulo, e também no saguão do prédio sede dos Diários Associados. O debut da TV brasileira contou com a apresentação musical de Frei José Mojica, no auditório do Museu de Artes de São Paulo, que também ficava no mesmo

prédio dos Diários Associados. (PEDROSA; FERREIRA, 2020). A apresentação musical transmitida em quatro de junho era um teste. A inauguração oficial da TV no Brasil ocorreu apenas no dia oito de setembro. A emissora era a PRF-3-TV – que viria a se chamar TV Tupi tempos depois – e o sinal foi difundido através da antena instalada no topo do edifício sede do Banco do Estado de São Paulo. Após este dia, o Brasil se tornou o quinto país do planeta a realizar uma transmissão oficial de TV. Estando atrás apenas de Estados Unidos, Inglaterra, Holanda e França. (PEDROSA; FERREIRA, 2020)

Figura 2: Anúncio da RCA parabenizando São Paulo pela primeira transmissão de TV



Fonte: TV Tupi/RCA, 1950

O primeiro programa exibido naquela noite de sábado foi o espetáculo “Show na Taba”, comandado pelo apresentador Homero Silva. Teve números musicais, show de humor e danças. Existe a estimativa que havia 300 aparelhos de TV espalhados pela Capital São Paulo naquele dia, contando com os televisores que Chateaubriand colocou nas vitrines de lojas do Centro. (PEDROSA; FERREIRA, 2020)

Figura 3: Lia Marques se apresentando na primeira transmissão de TV



Fonte: Arquivo Multimeios. CCSP, 1950

A década de 1950 foi relativamente fraca em números de audiência e compra de televisores no país. Existe a estimativa que em 1958, havia 78 mil aparelhos televisores espalhados pelo Brasil. A título de comparação, em 1952 havia 17 milhões de televisores nos Estados Unidos. A ascensão da TV, de fato, só ocorreu a partir da década de 1960 (GAMBARO; FERREIRA, 2012, p. 32). Foi na década de 1960 que as emissoras se expandiram por outros estados do Brasil, e isso contribuiu para que mais pessoas adquirissem o aparelho, e com isso a rede de anunciantes publicitários também aumentasse.

Além disso, o Brasil viveu um período de rápido desenvolvimento industrial que possibilitou a produção em larga escala de televisores e os tornou mais acessíveis ao público. Outra revolução que começou no início de 1960 foram os videotapes.

A TV Tupi de SP foi a primeira a usar a novidade. A emissora gravou a festa de inauguração de Brasília, em 21 de abril de 1960, e exibiu em várias cidades. O videoteipe foi uma grande revolução. As primeiras máquinas tinham 2 metros de altura e pesavam quase uma tonelada. As fitas de gravação tinham duas polegadas de largura. A primeira emissora a utilizar

todo o potencial do novo equipamento foi a TV Excelsior. E quem ganhou muito com o novo equipamento foram as telenovelas, que passaram a ser diárias e pré-gravadas. (GAMBARO; FERREIRA, 2012, p. 33)

Outro fator relevante é o impacto das políticas governamentais. O Governo Federal reconheceu o potencial da televisão como ferramenta de propaganda e investiu na criação de uma emissora nacional (SOBRINHO, 2000, p. 253). A partir de abril de 1964 o Brasil entrou em um dos momentos mais obscuros de sua história, com o início da Ditadura Militar. Os militares – que se mantiveram no poder por 21 anos – perceberam que a publicidade seria uma arma importante na aceitação daquele regime, e por isso investiram na modernização dos canais de TV.

[...] ao mesmo tempo em que instituiu a censura, criou possibilidades de expansão da TV: o governo militar foi um dos principais financiadores de emissoras por meio de propagandas; criou ferramentas para incentivar a indústria nacional de eletrônicos; estabeleceu uma rede de telecomunicação eficiente, com cobertura de antenas micro-ondas em todo o território nacional e contratos internacionais para uso de satélites; destacou um ministério exclusivamente para cuidar dos assuntos ligados às comunicações e criou empresas estatais para operar/administrar os serviços (Embratel, Telebrás, Radiobrás etc.) (GAMBARO; FERREIRA, 2012, p. 33)

Os programas de televisão na década de 1960 eram diversos, incluindo novelas, programas musicais, programas de auditório e programas de notícias, criados a partir de uma lógica para agradar classes mais baixas da sociedade brasileira. (GAMBARO; FERREIRA, 2012, p. 32). E foi em 1960 que o apresentador Silvio Santos fazia sua estreia em um programa de auditório, pela antiga TV Paulista. O programa em questão tinha o nome de “Vamos brincar de forca”, e durou até 1963.

Figura 4: Silvio Santos
durante o programa “Vamos
Brincar de Forca”



Imagem sem Direitos Autorais, 1960

As novelas em particular tornaram-se muito populares e um fenômeno cultural, captando a atenção e o interesse do grande público, até aí, fiel às radionovelas. O ano era 1963 quando foi ao ar a primeira novela transmitida diariamente no Brasil. Tarcísio Meira e Glória Menezes protagonizavam o casal romântico na novela “2-5499 Ocupado”, exibida na TV Excelsior (MIYASHIRO, 2023). Edson Leite, então diretor artístico da Excelsior, se encantou com os formatos das novelas diárias do México e Argentina em uma viagem pela América Latina em 1960. Voltando ao Brasil, Leite compra os direitos de 2-5499 Ocupado do diretor argentino Alberto Migré, e bota em prática o formato diário no país.

2-5499 Ocupado foi produzida de modo improvisado e teve 42 capítulos gravados e transmitidos por videoteipes. Passadas seis décadas de sua estreia, ela sintetiza quanto o gênero evoluiu desde então: após tomar um banho de loja na Globo da era Boni, nos anos 1970, as novelas se converteram em produtos culturais do país — inclusive para lustrar nossa imagem lá fora, via exportação até para a China. (MIYASHIRO, 2023)

Figura 5: Glória e
primeiro par
novela diária no



Tarcísio:
romântico da
Brasil

Fonte: Reprodução, 1963

Além disso, a década de 1960 testemunhou a transmissões de grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo de 1962, o primeiro campeonato mundial de futebol exibido na televisão brasileira, aumentando o interesse do público pela televisão. Os jogos eram gravados em filme, trazidos de avião e transmitidos até dois dias após o encerramento das partidas, que eram jogadas no Chile. (G1, 2014)

Um marco importante na história da televisão brasileira foi a transmissão pela Rede Globo da Festa da Uva, em 19 de fevereiro de 1972. A primeira transmissão a cores do Brasil. Na ocasião, a Globo transmitiu a festa usando as imagens geradas pela TV Difusora, de Porto Alegre. O evento foi narrado pelo jornalista Sid Moreira. “Em 31 de março daquele ano, o novo padrão de transmissão em cores, chamado PAL-M, foi oficializado. O advento das cores elevou a televisão a um outro patamar, dando mais emoção ao telespectador.” (GUIMARÃES, 2022). Naquele 19 de fevereiro, o então Presidente do Brasil – durante a Ditadura Militar - Emílio Garrastazu Médici, também teve seu discurso exibido a cores durante o 12º Festival da Uva. O evento foi estrategicamente pensado pelos militares, para ser o marco da TV colorida no Brasil. (OLIVEIRA, 2017).

Esse avanço não foi apenas fruto do desenvolvimento tecnológico percorrido pelas emissoras. Houve uma pressão do regime militar para que o sistema de cores fosse rapidamente implantado nas transmissões da televisão brasileira,

criando a sensação de avanço tecnológico equivalente ao que já acontecia nos países desenvolvidos. Assim como o rádio foi o meio de comunicação estratégico de Getúlio Vargas, o regime militar tentou usar a televisão (OLIVEIRA, 2017).

Com a nova tecnologia de cores se espalhando aos poucos pelo país, a programação começou a migrar aos poucos do preto e branco, e isso gerou um boom na venda de televisores com o passar dos anos. “A evolução nas telinhas não parou, em 1974 a Copa do Mundo de Futebol foi exibida inteiramente em cores e acelerou a venda de aparelhos de TV no Brasil. Três anos mais tarde, em 1977 os conteúdos em preto e branco deixaram por completo a televisão brasileira.” (MACHADO, 2022).

Nos anos seguintes, a televisão brasileira passou por diversas transformações, com o surgimento de novos gêneros e formatos na programação, como programas de comédia, séries e reality shows.

2.1 PROGRAMAS DE ENTREVISTAS E TALK SHOWS

Os programas de entrevista são uma oportunidade de troca entre entrevistado e entrevistador que gera um conteúdo útil ao público que assiste. Seja para informar sobre algum assunto específico ou simplesmente entreter a audiência com histórias contadas pelos participantes do programa. Gomes e Araújo (2015, p. 177) definem que a principal diferença entre o gênero talk show e os programas de entrevista é que o segundo tem um apelo mais jornalístico, enquanto o foco principal dos talk shows é o entretenimento. Os autores se justificam dizendo que os programas de entrevista se concretizaram como forma de respiro no combate à censura na época da ditadura militar.

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)

Entretanto, no caderno de estudos “Introdução à Televisão”, os autores Gambaro e Ferreira (2012) apresentam uma outra definição quanto aos programas de entrevistas

produzidos no Brasil. Eles definem os programas de entrevista como informativo-noticioso ou bate-papo. Segundo os autores, no subgênero bate-papo, as entrevistas raramente são feitas em estúdios, pois o foco é tentar explorar um lado mais íntimo do entrevistado, muitas vezes mostrando a casa dele, o local de trabalho, etc.

Além da gravação em externa fornecer um ar de intimidade com o entrevistado, o uso de câmera mais solta traduz o ponto de vista do apresentador. Quando o apresentador conhece a casa do entrevistado, temos um acesso à intimidade daquela pessoa. É muito comum também o entrevistado ser convidado para conhecer um restaurante, uma exposição, ou participar de uma atividade inusitada. Isso ajuda a criar o clima de descontração, que é normalmente a proposta desse programa. (GAMBARO; FERREIRA, 2012, p. 16).

José Carlos Aronchi destaca o significativo papel do apresentador, como um dos elementos que aproximam o programa de entrevistas do talk show.

Tanto o gênero Talk show quanto o gênero entrevista representam o triunfo da personalidade do apresentador, que tem a tarefa de manter o clima do programa em alta, qualquer que seja o assunto ou o entrevistado. Além disso, deve contar sempre com uma equipe de produção primorosa, que acompanhe todos os momentos da entrevista e passe para o apresentador as informações e dicas necessárias para manter a conversa interessante (ARONCHI, 2004, p. 137).

Segundo Fernanda Maurício Silva (2009. p. 2), o talk show no Brasil surgiu após a consolidação dos programas de entrevistas. Para a autora, o gênero talk show apresenta características que colaboram com a ideia de que este tipo de programa surgiu nos Estados Unidos, onde “o talk show se apropriou do modelo de apresentação, baseada num apresentador estrela que conta piadas e entretém o público”, utilizando elementos dos *stand-up comedies* e programas de auditório.

A consolidação do talk show no cenário televisivo e a efetivação de um formato próprio se deu de maneira gradual, a partir de relações que se estabeleciam entre o gênero e a sociedade. Portanto, os gêneros televisivos não são uma estrutura rígida, mas modificam-se em função das transformações na política, economia, tecnologia, cultura, e de novas demandas que emergem no público (SILVA, 2009, p.2).

A capacidade do apresentador de envolver o público e fazer perguntas inteligentes é essencial para o sucesso do talk show, que “combina algumas das principais qualidades de outros gêneros dramáticos de sucesso: intimidade emocional e

um pouco de bom humor. Sua versatilidade permite passar do musical para o jornalismo, da política para o esporte” (ARONCHI, 2004, p. 137).

Outra característica notável é a presença de diversos convidados, que podem incluir celebridades, especialistas, políticos e pessoas comuns com histórias interessantes. Esses convidados são entrevistados pelo anfitrião e muitas vezes suas aparições são acompanhadas de discussões sobre temas atuais, culturais ou pessoais. O formato pode permitir uma exploração mais aprofundada dos temas abordados, proporcionando ao público uma visão mais íntima e pessoal dos entrevistados. Williams (2003, p. 73) afirma que o talk show se remodelou ao longo dos anos e por isso já rompeu com as tradições que originaram o gênero, em meados do século XX. O Autor alega que essa transformação se justifica principalmente que o foco da versão contemporânea do gênero não é mais focada no que se diz, mas sim em quem diz.

Geralmente, o programa é gravado e se passa em um estúdio (com marcações fixas ou não), embora alguns tenham reportagens externas. Grande parte é transmitida em horário avançado e, para manter o telespectador atento, além de ter bons convidados, o apresentador tem de saber prender a atenção do seu público – e, para isto, muitos deles usam de informações privilegiadas, aprofundamento de temas e até toques de humor. Não é de se estranhar, assim, que muitos dos entrevistadores sejam atores. (GARRIDO, 2009 p.18).

Se observarmos as definições apresentadas por dicionários, como o Priberam (2024) e no Michaelis (2024), temos no primeiro “Emissão de televisão que consiste numa conversação entre um animador e um ou vários convidados sobre um determinado tema”, no segundo “Programa de entrevistas e/ou debates, frequentemente intercalados com apresentações artísticas de diversos gêneros”, ambas evidenciando a fluidez do formato e sua característica principal, uma conversa entre o entrevistador e seu(s) convidado(s), cuja forma de condução irá caracterizar o gênero do produto final.

2.2. HISTÓRICO

A pesquisadora Fernanda Maurício Silva endossa a teoria de que os programas de entrevista surgiram como resultado do afrouxamento da censura imposta pelo regime

militar (2009. p. 4). As emissoras se modernizaram, e, em 1979, a TV Tupi lançou o programa de entrevistas “Abertura”, seguido pelo “Canal Livre”, criado pela TV Bandeirantes.

Nos dois casos o foco temático dos programas era dar visibilidade a assuntos e personalidades do campo da política que não tinham espaço na televisão até então. No início na década de oitenta, esse gênero televisivo pareceu se consolidar na grade de programação nacional, com programas como Cara-a-Cara com Marília Gabriela. (SILVA. 2009. p. 4)

Quando se completou 40 anos da estreia de “Abertura” pela TV Tupi, o portal UOL fez uma matéria classificando o antigo programa como um dos mais importantes da história da TV brasileira.

Figuras como Fernando Sabino, Glauber Rocha, João Saldanha e Norma Bengell participaram daquelas edições e falavam abertamente sobre temas como anistia, exílio, censura e eleições diretas. Tido como um dos programas mais importantes da época naquele processo de redemocratização, o “Abertura” era visto como uma exceção na TV, onde as emissoras não investiam tanto em conteúdo intelectual. (FORATO. 2019).

No início da década de 1970, mais precisamente em 1973, Jô Soares fazia sua estreia como apresentador na Rede Globo, com o programa noturno “Gente Globo”. Programa em que o “Gordo” entrevistava personalidades públicas (SILVA, 2010). Era o início de um produto audiovisual que resultaria num formato ainda pouco conhecido pelos brasileiros: o talk show.

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 entrevistador 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. (SILVA, 2010, p. 124).

Jô Soares é tido como detentor do primeiro programa talk show no Brasil (SILVA, 2010, p. 127), o “Globo Gente”, lançado em 17 de abril de 1973 e exibido mensalmente, às segundas terças-feiras de cada mês, na Rede Globo, na faixa das 23h (CASTRO, 2015). O intuito do programa era levar ao povo brasileiro conversas com

figuras públicas, as quais revelavam um lado dessas celebridades que, normalmente, não eram mostradas ao público. Na estreia do programa, foram convidadas as atrizes Dina Sfat e Sandra Bréa, além da cantora Maria Creuza e do humorista português Raul Solnado. Evidenciamos que Jô Soares havia começado a carreira ainda nos anos 1950, mas até aí só havia trabalhado em programas com viés humorístico e escrevendo roteiros.

O jornalista Artur da Távola publicou uma crítica no jornal O Globo, dois dias após a estreia do primeiro talk show de Jô Soares.

Globo Gente pretende realizar dois aspectos modernos da comunicação: o jornalismo de 'gente' e a entrevista simples e direta, que anda meio sumida da televisão. (...) Bocós e convencionais não foram as entrevistas feitas por Jô Soares na estreia do programa. Foi buscada a linha de conversa leve, interferida pelo bom humor de Jô, sem, no entanto, enveredar pela comicidade. Finalidade: papo agradável. Foi conseguida. (...) Achei o Jô Soares um tanto nervoso. Fumando muito, falando com uma rapidez que atropelou palavras, inquieto na cadeira. Duas sugestões para terminar: vamos melhorar um pouco a cenografia? Vamos diminuir, pelo menos, um entrevistado para dar mais tempo para todos? (CASTRO, 2015).

No dia 2 de Agosto de 1973 o “Gente Globo” deixou de ser um produto mensal para começar a ser exibido semanalmente, todas às quintas-feiras, no mesmo horário. Jô pensava que nesse novo formato, o programa teria mais dinamismo, trazendo mais descontração ao público (CASTRO, 2015). Mas o primeiro talk show do Gordo durou pouco mais de cinco meses, sendo encerrado no dia 27 de setembro daquele ano.

Figura 6: Jô entrevista Dina Sfat na estreia de “Gente Globo”



Fonte: Reprodução/Globo Memória, 1973

Durante as décadas de 1970 e 1980, a carreira de Jô Soares continuou a se desenvolver, tornando-se um dos artistas mais importantes do Brasil, sobretudo como humorista, nos programas “Família Trapo”, “Faça humor não faça a guerra”, “Satiricom”, “Planeta dos homens” e “Viva o Gordo” (FERNANDES, 2022).

No Programa do Jô, há a criação de uma “situação comunicativa concreta” que corrobora com essa perspectiva, na medida em que posiciona o telespectador como se estivesse em um espetáculo cômico. É pela partilha de uma experiência exterior à cena televisiva que o talkshow comandado por Jô Soares cria um contexto comunicativo no qual a posição do telespectador é de participante de um show de comédia. (SILVA, 2009, p. 7)

O ano era 1988, quando o humorista e apresentador estreava o programa “Jô Soares Onze e Meia”, no SBT. O produto audiovisual era inspirado nos já consagrados talk shows norte-americanos, onde a plateia era um elemento importante no desenvolvimento do programa, e o entrevistado se acomodava em um sofá ao lado da mesa do entrevistador. O gênero ainda engatinhava no Brasil, e as entrevistas, muitas das vezes eram focadas em temas relacionados à política. Grande parte da população brasileira clamava por eleições diretas, e Jô soube aproveitar o “time”. Suas sátiras políticas de humor ácido foram sucesso no recém lançado programa, no SBT. Apesar do

modelo ter ganhado força em terras brasileiras apenas no fim dos anos 1980, os talk-shows nasceram mais de 30 anos antes, nos Estados Unidos. O modelo de entrevistas televisivas se consolidou e faz sucesso em terras norte-americanas até os dias de hoje.

Nomes como Oprah Winfrey e Jay Leno são figuras consagradas dessas produções. No artigo “Apontamentos para uma história cultural dos talk shows brasileiros”, Fernanda Maurício Silva (2010) defende que a criação do gênero no país se deve a diversos fatores que influenciaram os comunicadores de outrora a apostarem no possível sucesso do formato que nascia:

[...] 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. (SILVA. 2010. p. 121)

O gênero talk show continua obtendo bons números de audiência no Brasil nos últimos anos. O que colabora com essa afirmação é, por exemplo, consultar os números de audiência do programa *The Noite*, apresentado diariamente por Danilo Gentili, nas madrugadas do SBT. Segundo o instituto de pesquisas Kantar Ibope, na sexta-feira do dia 31 de maio de 2024, o talk show teve média de 3.3 pontos de audiência. Número que supera a audiência de todos os programas exibidos durante o dia no SBT naquele 31 de maio (FORATO, 2024), assim como os novos programas deste gênero que surgem em diferentes emissoras.

Os talk shows se tornaram parte integrante da programação televisiva, conquistando um público fiel e diversificado. Englobando entrevistas, debates, performances e entretenimento, este formato de programação oferece uma plataforma de interação entre celebridades, especialistas e personalidades do país. Os programas de entrevistas também são atraentes porque criam uma conexão pessoal entre o apresentador e o público. Acreditamos que a espontaneidade, o humor e a informalidade desses programas permitem que os espectadores criem empatia com seus convidados e os façam se sentir parte da conversa, criando uma relação próxima e afetuosa com o programa. A continuidade dos talk shows depois de tantos anos também é impulsionada pela presença de apresentadores talentosos que se tornaram verdadeiros ícones da televisão brasileira. Personagens como Jô Soares, Serginho Groisman, Tatá Werneck,

Fábio Porchat, Pedro Bial, Marília Gabriela, Rafinha Bastos, Danilo Gentili e outros, se destacam pela versatilidade, tornando-os referências para o gênero e atraindo fãs e audiência.

Também houve uma expansão para além da tradicional TV aberta, para os canais fechados, plataformas de streaming e canais de vídeos na Internet. Um exemplo disso é o sucesso de audiência que canais da plataforma Globoplay vêm atingindo. Segundo o instituto de pesquisas Kantar Ibope, houve um aumento de audiência de 66% se comparados os números dos dois primeiros meses de 2023 com os dois primeiros de 2024.

A Globoplay fechou o mês de fevereiro com a maior audiência de sua história, chegando a 1,5% de todos os telespectadores sintonizados em algum aparelho do Brasil. Este é o segundo recorde consecutivo, já que em janeiro a empresa havia tido seu melhor desempenho, com 1,3%. (CÉSAR, 2024)

Programas nacionais e internacionais encontram espaço nessas plataformas, atingindo diversos públicos ao redor do mundo. O crescimento do gênero no Brasil reflete a adaptação da televisão ao contexto cultural e social do país e às novas tecnologias.

Na web, por exemplo, programas inspirados nos talk shows dos canais abertos e fechados se multiplicam, como o Irlanda Talk show e o Talk show do Iguinho, que acumula milhões de visualizações e inscritos (Youtube).

Esses programas têm conseguido atrair e engajar um público cada vez maior, por meio da interação, entretenimento e discussão de temas de interesse do público, consolidando-se como um dos principais pilares da programação televisiva brasileira e reforçando o poder da televisão como meio de comunicação de massa.

No entanto, a televisão brasileira enfrenta desafios significativos no século XXI. A crescente popularidade da Internet e das plataformas de streaming mudou a forma como as pessoas consomem conteúdos audiovisuais, afetando a audiência das emissoras tradicionais. Segundo o Kantar Ibope Media, a novela Senhora do Destino, exibida na faixa das 21h em 2004 atingia picos de 50 pontos de audiência quando era transmitida no horário nobre nacional. Passadas quase duas décadas, o mesmo instituto de pesquisa publicou que a novela Terra e Paixão, exibida na Globo também às 21h oscilava com números perto dos 25 pontos de audiência. Ou seja, metade da audiência de vinte anos atrás (MIYASHIRO, 2023).

A audiência caiu, afinal, porque as pessoas mudaram radicalmente seus hábitos a partir do advento da TV paga e, notadamente, da explosão da internet e do streaming. Hoje, tudo concorre com elas — e, a afora uma franja das gerações mais velhas e das classes D e E, ninguém mantém o hábito de sintonizar a TV no sofá toda noite. A teledramaturgia vem se adaptando em busca de engajamento nas redes sociais — que se tornaram não só um novo termômetro de sucesso, mas a vitrine em que as novas gerações assistem aos melodramas, em lugar da velha TV (MIYASHIRO, 2023).

Entretanto, apesar da queda de números em horários consagrados, como a faixa das 21h na TV aberta, os números mostram que a TV aberta ainda é a principal escolha pela maioria da população brasileira. Segundo estudos realizados pela Kantar Ibope, e divulgados pela Associação Brasileira de Agências de Publicidade (2023), o Brasil é o país que mais consome TV aberta na América Latina. Os números indicam que 68% da população consumiu uma média de quatro horas e 54 minutos de TV aberta por dia em 2022.

2.3 – FORMATOS

A diversidade de formatos e estilos dos programas de entrevistas brasileiros reflete a pluralidade da sociedade brasileira e suas demandas por conteúdo televisivo. Essa variedade é importante para atrair e atender a diferentes públicos e abordar uma ampla gama de temas. Nosso levantamento indica que o programas como "Altas Horas", apresentado por Serginho Groisman, e The Noite, apresentado por Danilo Gentili, são exemplos de programas de entrevistas, mas os dois se diferem totalmente em como a mensagem é apresentada à audiência. No caso de Gentili, o apresentador se coloca como um agente da comédia, pregando o chamado humor politicamente incorreto. O talk-show do SBT se mostra mais voltado ao público jovem. Já no caso de Serginho Groisman, o conteúdo exibido mais filtrado, passando por um maior rigor editorial. Trazendo diversos convidados de forma simultânea em um mesmo dia, o semanal da Globo é um bom exemplo de como entretenimento e a informação podem coexistir em um mesmo programa, oferecendo diversão e informação ao espectador.

Outro talk show contemporâneo de sucesso é o Lady Night, apresentado pela humorista Tatá Werneck. Lady Night é um exemplo marcante de como os talk shows

contemporâneos exploram a interatividade e a autenticidade para conquistar os espectadores. Com um estilo descontraído e irreverente, o programa combina entrevistas com celebridades, jogos divertidos e esquetes humorísticas, criando um ambiente acolhedor e envolvente para o público. Além disso, a presença marcante de Tatá Werneck nas redes sociais, onde interage com os fãs e compartilha momentos dos bastidores, amplia a experiência do programa para além da tela da televisão, criando uma comunidade virtual de fãs dedicados.

Os talk shows brasileiros, como Lady Night e The Noite, exemplificam a evolução e a diversidade do gênero na era digital, destacando diferentes possibilidades e formatos que cativam públicos diversos, valendo-se de múltiplas estratégias.

Danilo Gentili faz seu programa focado em entrevistas e monólogos de humor. No entanto, o programa também incorpora elementos da cultura digital, como memes e desafios virais, para atrair e engajar o público mais jovem. Ambos os talk shows demonstram como os meios de comunicação tradicionais estão se adaptando às demandas da era digital, utilizando plataformas online como o Youtube, Instagram e Tik Tok para aumentar o envolvimento do público. Além disso, eles refletem a diversidade de conteúdo e perspectivas presentes na sociedade contemporânea, abordando uma variedade de temas que vão desde o entretenimento até questões sociais e políticas. Assim, Lady Night e The Noite exemplificam não apenas a popularidade contínua dos talk shows (vide pesquisa de audiência do The Noite citada acima) na cultura brasileira, mas também o seu potencial para influenciar e moldar a comunicação midiática na era digital.

3 - PENSANDO SOBRE OS TALK SHOW

O impacto dos programas de entrevistas na cultura e na sociedade brasileira aponta para a forma como eles atuam como formadores de opiniões e comportamentos.

Segundo a teoria da “agenda-setting”, desenvolvida por Maxwell McCombs e Donald Shaw, na década de 70, a televisão tem o poder de moldar a percepção pública sobre questões sociais e políticas, e os programas de entrevistas desempenham um papel importante nesse processo. “A mídia talvez não tenha o poder de nos dizer o que pensar, mas ela tem muito sucesso em nos dizer o que pensar a respeito de algum assunto” (McCOMBS; SHAW, 1993).

Ao abordar temas diversos e promover o debate público, esses programas contribuem para uma maior conscientização e engajamento da população. Para Mauro Wolf (1985. p. 65), a TV possui vantagens de execução que corroboram com essa ideia de que a mídia pauta o que é discutido pela população.

O meio televisivo - em determinadas condições e segundo características que lhe são próprias - também pode obter um efeito de agenda-setting. A cobertura televisiva determina um relevo especial em circunstâncias tais como a interrupção da programação normal para informar sobre acontecimentos «extraordinários», a utilização de uma apresentação visual, eficaz e envolvente, dos acontecimentos noticiados, a cobertura ao vivo, em directo, de um acontecimento. Estas características comunicativas e estas condições técnicas atribuem um relevo especial à informação televisiva e, conseqüentemente, uma maior capacidade para obter efeitos de agenda-setting. A utilização dos visuals (isto é, dos acontecimentos públicos programados de uma forma tal que encontrem amplo espaço e imediata cobertura em directo nos telejornais: por exemplo, a viagem de Reagan à China, as celebrações na Normandia, etc.) confirmam precisamente o facto de que o meio televisivo possui igualmente um efeito de agenda particular e específico (WOLF. 1985. p.65)

As peculiaridades dos programas de entrevistas ao redor do mundo refletem as diferentes culturas e audiências de cada país. Para Thompson (1998. p. 78), os programas de entrevistas são um reflexo da sociedade em que estão inseridos, adaptando-se às demandas e expectativas do público local. Thompson detalha que existem três tipos de interação criadas pelos meios de comunicação. Interação face a face, interação mediada e quase interação mediada. Os talk shows fazem parte da primeira classificação. Essa interação face a face é uma das grandes responsáveis pelo sucesso, por décadas, deste formato televisivo.

Os participantes de uma interação face a face são constantemente e rotineiramente instados a comparar as várias deixas simbólicas, e a usá-las para reduzir a ambiguidade e clarificar a compreensão da mensagem. Se os participantes detectam inconsistências, ou deixas que não se encaixam umas com as outras, isto pode tornar-se uma fonte de confusão, ameaçar a continuidade da interação ou lançar dúvidas sobre a sinceridade do interlocutor (THOMPSON, 1998, p.78)

Em alguns casos, a plateia foi incorporada, impactando em como a conversa entre entrevistado e entrevistador será recebida pela grande massa que também assiste no sofá de casa.

O programa coloquial inclui uma plateia em estúdio que fornece aos interlocutores uma série de respostas (risos, palmas, aclamações) e lhes permite monitorar a recepção de suas expressões e ações. A plateia ocupa uma posição peculiar. Seus participantes compõem a interação face a face que acontece entre o anfitrião do programa e o convidado especial. Eles podem ser chamados ocasionalmente ou convidados a participar diretamente da interação, mas seu papel é geralmente restrito ao de receptores co-presentes que podem responder de certas maneiras convencionais e não discursivas (THOMPSON, 1998. p. 96).

Uma das características distintivas dos talk shows modernos é a sua capacidade de engajar e entreter uma ampla audiência. Autores como McLuhan (1964) destacaram a importância do meio de comunicação na mensagem transmitida, e os talk shows utilizaram diversos formatos e plataformas para alcançar diferentes públicos. Seja na televisão tradicional, streaming ou nas redes sociais, esses programas adaptam-se aos hábitos de consumo de mídia do público contemporâneo.

Além disso, a natureza interativa dos talk shows os torna mais envolventes e relevantes para os espectadores. Autores como Jenkins (2006. p. 28) argumentam que a convergência midiática e a participação ativa do público nas discussões online estão redefinindo a dinâmica da comunicação de massa. Nos talk shows, os telespectadores têm a oportunidade de interagir em tempo real por meio de comentários na plateia, nas redes sociais, enquetes online etc.

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias. O consumo tornou-se um processo coletivo. (JENKINS, 2006. p 28)

Outra característica marcante dos talk-shows contemporâneos é a diversidade de conteúdos informais, divertidos e perspectivas apresentadas. (SILVA. 2009. p. 12). Os shows fornecem uma plataforma onde uma variedade de temas, opiniões e vozes podem

ser ouvidas. Desde questões políticas e sociais até entretenimento e cultura pop, esses programas refletem a diversidade da sociedade contemporânea e contribuem para a formação de uma esfera pública plural.

Marshall McLuhan, em sua obra "*Understanding Media: The Extensions of Man*" (1964. p. 38) explora profundamente como os meios de comunicação não são apenas veículos passivos de informação, mas têm o poder de moldar e reestruturar as relações sociais e culturais. Ele introduz o conceito de "meios quentes" e "meios frios", onde os meios "quentes" são intensos e de alta definição, enquanto os "frios" são mais participativos e envolvem mais o público na interpretação da mensagem. No contexto dos talk shows, McLuhan destacaria que esses programas são exemplos de meios "frios", pois incentivam a participação ativa dos espectadores através da discussão e do debate. A natureza conversacional dos talk shows não só proporciona uma plataforma para a disseminação de ideias e informações, mas também para a interação social e cultural em tempo real, refletindo a ideia de McLuhan de que os meios de comunicação são extensões do homem e influenciam diretamente a percepção e o comportamento social.

Há um princípio básico pelo qual se pode distinguir um meio quente, como o rádio, de um meio frio, como o telefone, ou um meio quente, como o cinema, de um meio frio, como a televisão. Um meio quente é aquele que prolonga um único de nossos sentidos e em "alta definição". Alta definição se refere a um estado de alta saturação de dados. Visualmente, uma fotografia se distingue pela "alta definição". Já uma caricatura ou um desenho animado são de "baixa definição", pois fornecem pouca informação visual. O telefone é um meio frio, ou de baixa definição, porque ao ouvido é fornecida uma magra quantidade de informação. A fala é um meio frio de baixa definição, porque muito pouco é fornecido e muita coisa deve ser preenchida pelo ouvinte. (McLUHAN, 1964. p. 38)

Portanto, os talk shows não apenas contam histórias, mas também facilitam a criação de significado e a construção de consenso público sobre questões diversas. Eles se tornam, assim, espaços onde a dinâmica dos meios de comunicação modernos conforme interpretada por McLuhan pode ser observada em ação, influenciando e sendo influenciada pela cultura e pela sociedade contemporânea.

Os talk shows são muito mais do que simples programas de entretenimento. Eles são espaços de interação, debate e reflexão que moldam a cultura midiática. Ao adaptarem-se às demandas da era digital e abraçarem a diversidade de conteúdo e perspectivas, esses programas continuam a desempenhar um papel significativo na comunicação contemporânea.

Os talk shows desempenham também um papel relevante na construção da identidade cultural e na negociação de significados na sociedade. Stuart Hall (1997. p. 19) destaca a importância dos meios de comunicação na formação das identidades individuais e coletivas. Nos talk shows, os apresentadores e convidados muitas vezes representam diferentes grupos étnicos, sociais e culturais, proporcionando uma plataforma para a expressão e validação de diversas identidades.

Cultura é um dos conceitos mais complexos das ciências humanas e sociais, e há várias maneiras de precisá-lo. Mas definições tradicionais do termo, cultura é vista como algo que engloba "o que de melhor foi pensado e dito" numa sociedade. É o somatório das grandes ideias, como representadas em obras clássicas da literatura, da pintura, da música, e da filosofia - é a "alta costura" de uma época. Pertencente a um mesmo quadro de referência, mas com um sentido mais moderno, é o uso do termo cultura para se referir às formas amplamente distribuídas de música popular, publicações, arte, design e literatura, ou atividades de lazer e entretenimento, que compõem o cotidiano da maioria das "pessoas comuns". É a chamada "cultura de massa" ou "cultura popular" de uma época. (HALL, 1997. p. 19).

4 - CONCLUSÃO:

Em suma, os talk shows podem atuar como agentes construtores e modeladores da cultura de uma sociedade, que é composta não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. “Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos” (HALL, 2006. p. 50). Podem atuar dessa forma pois são produtos midiáticos que possuem apelo público.

Ao fim deste trabalho chegamos à conclusão que o gênero talk show é um gênero fluido que vem se inovando ao longo dos anos e atendendo as demandas de novas gerações de espectadores, sem deixar de agradar também um público mais antigo. Desde a sua origem, os talk shows representam um reflexo das mudanças sociais, políticas e culturais, adaptando-se a diferentes contextos e expectativas do público. Essa adaptação é uma das principais razões pelas quais o gênero se mantém relevante na programação televisiva até os dias atuais. Uma característica central dessa fluidez é a capacidade de os talk shows incorporarem novas temáticas. A transição de formatos tradicionais, que priorizavam entrevistas formais, para abordagens mais interativas e pessoais, demonstra uma mudança significativa. Há os mais conservadores que podem

pensar que o talk show necessariamente precisa ter um auditório, uma banda, cenário e uma plateia fervorosa. Mas um exemplo que aponta para como esses detalhes são escolhas, é o fato de que durante a pandemia da Covid-19, que acometeu o Brasil e o Mundo entre 2020 e 2022, os talk shows continuaram existindo. Eles se adaptaram, viraram uma conversa à distância e online entre entrevistado e entrevistador. O programa global “Conversa com Bial” foi um exemplo disso. As conversas não deixaram de ser divertidas e/ou informativas neste período.

Programas contemporâneos muitas vezes misturam elementos de entretenimento, informação e ativismo social, criando um espaço onde questões como diversidade, inclusão e justiça social podem ser discutidas de maneira acessível. Isso não só enriquece o conteúdo apresentado, mas também permite que a audiência se sinta mais engajada e representada, através da entrevista conversada.

A evolução das plataformas de mídia e o surgimento das redes sociais têm reconfigurado a dinâmica dos talk shows. O público cada vez é menos passivo; agora, cada vez mais ele interage, influenciando pautas e discutindo temas em tempo real. Essa interação não só redefine o papel do apresentador, que se torna um mediador de vozes diversas, mas também transforma a própria estrutura do programa, tornando-o mais ágil. Além disso, a diversidade de formatos, como talk shows digitais expande as possibilidades do gênero, permitindo que novas vozes e experiências sejam compartilhadas. Essa multiplicidade contribui para a descentralização da produção de conteúdo, dando espaço a narrativas que anteriormente não encontravam espaço nas plataformas tradicionais. O resultado é uma rica gama de opiniões e histórias, refletindo a pluralidade da sociedade contemporânea.

Por fim, ao considerar o impacto cultural e social dos talk shows, fica evidente que eles não apenas entretêm, mas também informam, educam e provocam reflexões sobre questões da nossa realidade. A capacidade de se adaptar e evoluir frente a novas demandas e contextos reafirma a natureza do talk show como um gênero não apenas relevante, mas essencial para a comunicação moderna. Essa fluidez, portanto, não é uma fragilidade, mas uma força que permite que o gênero continue a inovar e a conectar-se com o público, fazendo do talk show uma manifestação cultural em constante diálogo com o tempo presente.

5 - MEMORIAL DESCRITIVO

5.1 - PRÉ-PRODUÇÃO

A ideia de produzir um trabalho de conclusão de curso focado nos talk shows começou a aflorar em meados de 2023. Eu voltava de uma tradicional “pelada” em um sábado de manhã, no banco carona do carro de meu amigo - e jornalista - Lucas César. No dia conversávamos sobre minha angústia de já me aproximar do fim do curso e ainda não ter definido o tema de estudo para o TCC. Lucas então aconselhou a me agarrar em minha aptidão de apresentar na frente das câmeras e misturar com a descontração natural que segundo ele eu tinha. Por gostar muito de conversar com as pessoas e conhecer suas histórias, logo me veio à mente a estética de um programa de entrevistas, que em seguida se afunilou para virar um talk show. Minha orientadora à época, Iluska Coutinho, gostou da ideia. Iluska pontuou que eu precisava focar em um tema base para este programa ter conteúdo e assim funcionar. Ela sugeriu que eu fizesse um programa inspirado nos 65 anos da criação do curso de jornalismo na UFJF. A ideia era fazer um resgate da memória, utilizando personagens que fizeram parte desta história. Eu entrevistaria um professor da Faculdade de Comunicação, um ex-aluno e um técnico administrativo da instituição. Só que com a mudança de semestres, por força do destino, preciso procurar um novo professor para me ajudar. Com a iminência do início do novo semestre, me indicam conversar com o professor Flávio Lins, que tem conhecimentos sobre TV e seria um bom nome para agregar à minha pesquisa. Flávio topa logo de início, e se mostra animado com a proposta, que ainda engatinhava. Em nossa primeira reunião, Flávio Lins me provoca a sair da caixa, e mudar a ideia de fazer entrevistas baseadas na história da Facom, repetindo o formato de talks shows como o do Jô Soares e outros tantos. Segundo ele, o formato estava batido e não trazia inovação. De cara concordei com o professor e me desafiei a pensar algo diferente para minha pesquisa. E assim surgiu a ideia de fazer um talk show que destoasse dos modelos convencionais que nos acostumamos a ver na TV. O “Fora do Estúdio” surgiu para ser um exemplo de talk show onde eu, o apresentador, converso com os entrevistados dentro do próprio ambiente de trabalho deles. Criando assim uma maior imersão e trazendo ao público uma experiência mais intimista do personagem que conta sua história à frente da câmera. Com produtos finais variando entre 17 e 20 minutos de duração, foi escolhido este tempo médio para que a audiência possa usufruir de uma conversa leve em um curto espaço de tempo.

Dessa forma defini que o objetivo do produto seria conhecer histórias, e entreter quem assistisse às entrevistas. Durante a pré-produção foram selecionados os entrevistados levando em conta as diferentes áreas de atuação profissional. O convite foi realizado através de mensagens pelas redes sociais. Os entrevistados foram Iago Morales, 25 anos, tatuador em Juiz de Fora, e Mariana Tiso, 34 anos, artista, musicista e professora. Através de conversas online pude fazer uma apuração prévia para saber um pouco da vida de cada um dos participantes e já chegar para as entrevistas conhecendo o mínimo de cada um.

5.2 - PRODUÇÃO:

O primeiro dia de gravação foi marcado para 13 de abril de 2024. O primeiro entrevistado do talk show que nascia era o tatuador Iago Morales. Para dar autenticidade e inovação ao projeto, sugeri a Iago que ele me tatuasse enquanto fizessemos a entrevista. Ele achou a ideia curiosa e topou. Tudo pronto para nossa primeira entrevista naquela manhã ensolarada de sábado. Conteí com a ajuda dos amigos Lucas Godinho, que é jornalista, atuante na área audiovisual. E João Pedro Lima, estudante de Cinema. Os equipamentos utilizados foram:

1 Câmera Sony alpha NEX 7

1 Câmera Sony alpha a7

1 Câmera Sony xdcam zeiss 4k

1 Tripé de iluminação

2 Microfones de lapela

1 Microfone Zoom H1n

Iago Morales começou nosso bate-papo se apresentando e mostrando o estúdio para nós. Logo em seguida começaram os preparativos para dar início a tatuagem e iniciamos o processo. A conversa - e produção da tatuagem - se estendeu por volta de

três horas e meia. Como sabíamos que o processo seria demorado, optamos por gravar em partes a entrevista, e não ficar com o REC contínuo. No total, juntando as três câmeras, saímos do estúdio com um total bruto de uma hora e 30 minutos de conteúdo gravado, dentre diálogos e planos detalhes. Durante nosso bate-papo, conversamos sobre assuntos variados dentro do universo das tatuagens. Iago contou histórias de vida, sonhos e casos inusitados.

Figura 7 - Iago Morales e Guilherme Mattos durante a entrevista



A segunda gravação foi realizada no dia 21 de setembro de 2024. A artista, musicista e professora Mariana Tiso nos recebeu em sua casa para conversarmos sobre sua história na música, vivências, trajetória acadêmica e lições aprendidas em sua trajetória. Essa gravação foi bem mais rápida que a anterior. Chegamos na casa de Mariana por volta 9h45. A equipe, além de mim, era formada por João Gabriel Marques, meu coorientador, que esteve no set para supervisionar a ação, e João Lima, estudante de cinema. João Lima montou o esquema de câmeras com uma gravando um quadro mais aberto e a segunda fazendo planos detalhes para facilitar uma edição mais dinâmica posteriormente. Encerramos as gravações às 11h. No total, nossa conversa se estendeu

por exatos 30 minutos, em gravação contínua. Após a edição no Premiere, o produto final ficou com 20 minutos de duração. Os equipamentos utilizados foram:

1 Câmera Sony alpha NEX 7

1 Câmera Sony xdcam zeiss 4k

1 Tripé de iluminação

2 mini led VL49 RGB Ulanzi

1 Microfone Zoom H1n



Figura 8 – Mariana Tiso e Guilherme Mattos durante a entrevista

Vivenciar esse projeto e poder contar as histórias desses dois entrevistados foi uma experiência muito marcante para mim. Além de entrar na intimidade de ambos, fui feliz em viver a conversa com os entrevistados. Com Iago, fiz uma tatuagem durante a entrevista. Uma marca que ficará para sempre em meu corpo. E com Mariana, pude ter o prazer de ser recebido em sua casa, ser apresentado para sua filha e ter a oportunidade de registrar tudo isso. Um privilégio e uma honra.

6 - REFERÊNCIAS:

ARONCHI, José Carlos de Souza. Gêneros e formatos na televisão brasileira. São Paulo: Summus, 2004.

CASTRO, Thell de. Primeiro talk show de Jô Soares durou apenas cinco meses em 1973. UOL, 2015. Disponível em: noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/primeiro-talk-show-de-jo-soares-durou-apenas-cinco-meses-em-1973-6215. Acesso em: 16/09/2024.

CÉSAR, Daniel. Efeito BBB 24: Globoplay cresce 66% em 2024 e tenta colar na Netflix. UOL, 2024. Disponível em: natelinha.uol.com.br/audiencias/2024/03/11/efeito-bbb-24-globoplay-cresce-66-em-2024-e-tenta-colar-na-netflix-208852.php. Acesso em: 16/09/2024.

FERREIRA, Gisele Sayeg Nunes; GAMBARO, Daniel. Introdução à TV: Cadernos de Estudos. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2012.

FERNANDES, Vitória. Conheça a trajetória de Jô Soares, o apresentador mais querido da televisão brasileira. Forbes, 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbeslife/2022/08/conheca-a-trajetoria-de-jo-soares-o-apresentador-mais-querido-da-televisao-brasileira/>. Acesso em: 16/09/2024.

FORATO, Thiago. Há 40 anos, estreava um dos programas mais importantes para a redemocratização do Brasil. UOL, 2019. Disponível em: natelinha.uol.com.br/televisao/2019/02/04/ha-40-anos-estreava-um-dos-programas-mais-importantes-para-a-redemocratizacao-do-brasil-124420.php. Acesso em: 16/09/2024.

FORATO, Thiago. No feriado, The Noite com Danilo Gentili dá mais Ibope que programas vespertinos no SBT. UOL, 2024. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/audiencias/2024/05/31/no-feriado-the-noite-com-danilo-gentili-da-mais-ibope-que-programas-vespertinos-no-sbt-212517.php>. Acesso em: 16/09/2024.

GAMBARO, Daniel; FERREIRA, Gisele Sayeg Nunes. Introdução à TV: Cadernos de Estudos. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2012.

GARRIDO, Lima Cláudio. Talk Show na era da TV digital, novo conteúdo, nova recepção, nova programação. Dissertação de mestrado em comunicação da Faculdade Cáper Líbero, São Paulo, 2009.

GOMES, Itania Maria Mota; ARAÚJO, Valéria Maria S. Vilas Boas. Ai que infortúnio! Disputas de gênero em um produto da indústria pop. In: SÁ, Simone Pereira; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério (Orgs.). Cultura pop. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015.

GUIMARÃES, Thiago. Primeira transmissão em cores na TV completa 50 anos. Agência Brasil, 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-02/primeira-transmissao-cores-na-tv-completa-50-anos>. Acesso em: 16/09/2024.

HALL, Stuart. (1997) A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Educação & Realidade, Porto Alegre.

HALL, Stuart. (2006) A identidade cultural da pós-modernidade. São Paulo: DP&A.

JENKINS, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press.

MACHADO, Simone. TV em cores completa 50 anos no Brasil; veja o que vem pela frente. UOL, 2022. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/02/21/tv-em-cores-completa-50-anos-no-brasil-o-que-vem-pela-frente.htm>. Acesso em: 16/09/2024.

McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. (1993). “The evolution of agenda setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas”. Journal of Communication. Oxford, Spring.

McLUHAN, Marshall. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. McGraw-Hill.

McLUHAN, Marshall, e Quentin Fiore. (1967). The Medium is the Massage: An Inventory of Effects. Bantam Books.

MIYASHIRO, Kelly. Quem te viu, quem te vê: os 60 anos da primeira novela diária no país. VEJA, 2023. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/quem-te-viu-quem-te-ve-os-60-anos-da-primeira-novela-diaria-no-pais>. Acesso em: 16/09/2023.

OLIVEIRA, Simone. Exibição da Festa da Uva, no Sul, marca início da TV em cores no Brasil, em 1972. O Globo, 2017. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/exibicao-da-festa-da-uva-no-sul-marca-inicio-da-tv-em-cores-no-brasil-em-1972-20942942>. Acesso em: 16/09/2024.

OLIVEIRA SOBRINHO, J. B. 50 anos de TV no Brasil. São Paulo: Globo, 2000.

PEDROSA, Leyberson; FERREIRA, Luiz Cláudio. TV brasileira: a cronologia dos primeiros anos. Agência Brasil, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-09/tv-brasileira-programacao-primeira-decada>. Acesso em: 16/09/2024.

SILVA, Fernanda Maurício. Apontamentos para uma história cultural dos talk shows brasileiros. Porto Alegre: Em Questão, 2010.

SILVA, Fernanda Maurício. Entrevista no telejornalismo: configurações históricas da vigilância em programas de entrevista. Curitiba: 2012.

SILVA, Fernanda Maurício. Talk show: um gênero televisivo entre o jornalismo e o entretenimento.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira. São Paulo: Summus, 2004.

THOMPSON, John B. (1998). A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Vozes.

WILLIAMS, Raymond. Television. London, New York: Routledge, 2003.

WOLF, Mauro. (1985). Teorias da Comunicação. Milão. Presencial.

A PESO de ouro. SBT contrata Jô Soares com salário recorde. Veja, São Paulo, p. 114, 1987.

TECNOLOGIA de transmissão de TV evolui junto com Copas; veja vídeo. G1, 2014. Disponível em: g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/06/tecnologia-de-transmissao-de-tv-evolui-junto-com-copas-veja-video.html. Acesso em: 16/09/2024.