

**Entre o humor e a informação:
marcas da espetacularização no *talk show* Agora é Tarde**

***Between humor and information:
marks of spectacularization in the talk show Agora é Tarde***

Afonso Ribas MOREIRA¹

Mary WEINSTEIN²

Resumo

Este artigo revisa discussões teóricas sobre o gênero televisivo *talk show*, com o objetivo de identificar marcas da espetacularização no programa *Agora é Tarde*, tendo como base, para isso, alguns dos fundamentos descritos por Guy Debord (1997) no livro “A sociedade do espetáculo”. Enquanto gênero televisivo, o *talk show* apresenta um conjunto de diferentes formatos e tem ganhado cada vez mais ênfase na televisão brasileira com programas que têm alcançado boa audiência em diferentes emissoras. Com um elevado tom humorístico e com uma enorme carga de entretenimento, fica clara a tendência desses programas em espetacularizar diversos aspectos acerca da vida de personalidades públicas ou famosos, ou ainda, acontecimentos que repercutem nas diversas mídias.

Palavras-chave: Agora é Tarde. Espetacularização. Humor. Talk show.

Abstract

This article reviews theoretical discussions about the television genre talk show with the aim of identifying marks of the spectacularization in the *Agora é Tarde* program, based on some foundations described by Guy Debord (1997) in the book “The society of the spectacle”. As a television genre, the talk show presents a set of different formats and has gained more and more emphasis in Brazilian television with programs that have reached a good audience in different broadcasters. With a high humorous tone and a huge amount of entertainment, the tendency of these programs to showcase various aspects about the lives of public or famous personalities, or events that have repercussions in the various media, becomes clear.

Keywords: Agora é Tarde. Spectacularization. Humor. Talk show.

¹ Graduando do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb). Membro do Grupo de Estudos e Pesquisas Narrativas Formação e Experiência (Naforme). E-mail: afonsoribass@gmail.com.

² Doutora em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (Ufba). Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (Uesb). Coordenadora do Grupo de Pesquisa Jornalismo, Cidade e Patrimônio Cultural. E-mail: maryweinstein@gmail.com.

Introdução

Desde que iniciou sua jornada de expansão a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, a mídia consolidou o papel de intermediadora das relações humanas e de administradora do fluxo comunicacional vigente no mundo globalizado. Ao mesmo tempo, tornou-se um ambiente de “bem-estar social”, onde os indivíduos, atraídos por um enorme conjunto de técnicas e meios de persuasão, se entretêm com uma grande diversidade de produtos midiáticos, imersos cada vez mais no que Guy Debord (1997) denomina de cultura do espetáculo.

De acordo com o autor, a espetacularização midiática tem o objetivo de cativar o público por meio da exaltação de aspectos e situações da vida humana ou mesmo através do enfoque exacerbado à própria figura humana. Em diversos gêneros televisivos, sobretudo, esse aspecto ganha maior intensidade, principalmente pelo fato de a televisão ainda se constituir como a forma de mídia atualmente mais acessível. Os programas de auditório, as novelas e até mesmo programas de cunho jornalístico terminam assim por determinar a cultura do espetáculo como uma das principais características dos produtos televisivos.

Nesse sentido, o entretenimento ganha destaque, pois é a principal área explorada pelas diversas emissoras em suas produções, que, correntemente, costumam espetacularizar o cotidiano de modo a seduzir suas audiências e levá-las a identificar-se com as representações sociais e ideológicas nela presentes (ROCHA; CASTRO, 2009). Debord (1997), um dos maiores críticos da espetacularização e autor do livro *A sociedade do espetáculo*, explica que há uma relação entre espetáculo e realidade, da qual surge uma alienação recíproca entre ambos, que seria a essência e o sustento da sociedade existente:

O espetáculo que inverte o real é produzido de forma que a realidade vivida acaba materialmente invadida pela contemplação do espetáculo, refazendo em si mesmo a ordem espetacular pela adesão positiva. A realidade objetiva está presente nos dois lados. O alvo é passar para o lado oposto: a realidade surge no espetáculo e o espetáculo no real (DEBORD, 1997, p. 10).

Portanto, para Debord, “o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana, como simples aparência” (1997, p. 10). Ou seja, é um conjunto de representações construídas e modeladas num dado ambiente como pressuposto de que aquilo que é mostrado seja a própria representação da imagem humana, vista sob uma malha de determinada linguagem, seja ela audiovisual, escrita ou falada. Assim, o conceito de espetacularização é justamente a promoção de “espetáculos” ou shows, seja pelo fato de serem ou se tornarem coisas inusitadas, emocionantes, engraçadas ou espantosas.

A combinação de diferentes formas de enunciação na tela, inevitavelmente, chama a atenção do público. A imagem, o som e o texto verbal, juntos, formam a base da linguagem televisiva e constituem a razão pela qual essa mídia exerce tanta influência no público. “A convergência de som e imagem na televisão, atrelada à transmissão de imagens à distância, rompem as barreiras temporais e espaciais, o que aproxima o telespectador dos acontecimentos” (OLIVEIRA et al. 2009, p. 5).

Desde 2014, um gênero televisivo vem conquistando cada vez mais a atração do público no Brasil e, mesmo não sendo novidade na televisão brasileira, vem ganhando um espaço cada vez maior entre as diversas emissoras: o *talk show*. A popularidade atribuída a esse tipo de programa se deve, segundo alguns estudiosos, à união que o mesmo faz entre entretenimento e jornalismo. Porém, o alcance maior atingido por esse gênero atualmente se deve ao elevado tom humorístico e desprendido nítido em programas como *The Noite*, *Programa do Porchat*, *Lady Night* e no *Agora é Tarde*, que foi exibido até 2015 na Rede Bandeirantes.

Com uma forte influência dos formatos de programas dos Estados Unidos como o *Conan*, o *The Tonight Show*, entre outros, e com o título de seguidores de outros programas brasileiros como o apresentado por Jô Soares na Rede Globo, esses *talk shows* mais recentes parecem ter inaugurado uma nova fase para o gênero no Brasil. Desse modo, eles se tornam bons objetos de estudo para serem analisados frente às concepções teóricas e debates referentes à linguagem empregada no gênero e à estrutura de seus formatos.

O objetivo deste trabalho, portanto, é fazer uma revisão teórica sobre as características do gênero televisivo *talk show*, dando um suporte para uma análise específica do programa *Agora é Tarde*, de modo a identificar mele marcas da

espetacularização em sua linguagem e formato, tomando por base a perspectiva de Guy Debord (1997).

O gênero *talk show*

O conceito de gênero televisivo tem sido empregado pela indústria televisiva, pelos críticos e pela audiência para classificar programas, definir a identidade de certas emissoras, orientar gostos e comunidades de fãs, entre outras práticas de consumo e produção televisivos. Apesar da relevância da noção de gênero televisivo, pouca atenção tem sido atribuída no sentido de tomar o gênero como um conceito metodológico. Segundo Silva (2011), parte disso se deve ao fato de que na sociedade pós-moderna, a fragmentação e hibridização são características bastante evidentes que marcam os produtos culturais. No caso do *talk show*, isso causa certa confusão. Algumas pessoas costumam classifica-lo como gênero entrevista ou vice-versa.

Na verdade, o *talk show* já se constitui como um gênero televisivo e, apesar de se assemelhar com o gênero entrevista, ambos possuem características específicas. Além disso, seguindo a classificação apontada por Silva (2009) vemos que, enquanto o gênero *talk show* está enquadrado na categoria Entretenimento, a entrevista se encaixa na categoria Informação. “Os dois se aproximam, mas com diferenças que demarcam o território do jornalismo e o do show” (RIGANTE, 2008, p. 14). Sendo assim, questões relativas como essa fazem com que haja a necessidade de delimitar o campo do objeto de pesquisa deste trabalho, discorrendo sobre suas características para que possamos chegar a aproximações de um conceito do gênero.

O *talk show* possui um conjunto de características específicas que o diferencia dos demais gêneros televisivos. A ideia do núcleo apresentador/entrevistados/plateia não é apenas o único fator que demarca o território do entretenimento explorado pelo formato. Para atrair cada vez mais o público, ele vem se moldando, adquirindo novos conteúdos e se tornando muito mais versátil. Isso tem gerado bons resultados para as emissoras televisivas que procuram fugir dos aspectos básicos do gênero.

Timberg e Erler (2004 *apud* Silva, 2011) definem o *talk show* a partir de 4 elementos: 1) é ancorado por um apresentador-celebridade que conduz a atração; 2) o programa provoca uma “ilusão do tempo presente”, como se a conversa encenada entre

os participantes fosse exibida ao vivo, no momento mesmo em que o telespectador a recebe; 3) o produto é uma *commodity* que entra em intensa disputa com outros produtos televisivos; 4) sendo totalmente estruturado em torno da conversação, o programa de *talk show* deve parecer ser espontâneo, como se o bate papo ocorresse entre dois amigos, com a mesma espontaneidade da vida cotidiana.

Apesar de constituírem os elementos básicos do gênero, não são apenas essas as características que o compõe historicamente na televisão. A essas, outros autores acrescentam a presença de uma plateia que pode fazer perguntas; os convidados são especialistas ou leigos; os temas devem dizer respeito a assuntos da vida social, política ou pessoal; argumentos contraditórios são necessários para fomentar uma discussão acalorada (LIVINGSTONE; LUNT, 1994 apud SILVA, 2011).

Essas últimas características permitem identificar o *talk show* como um gênero de caráter jornalístico e não só de entretenimento. Porém, nos formatos de programa atuais (aqueles que mais prendem a atenção do público), algumas dessas características praticamente desapareceram, tanto em países percussores como os Estados Unidos como no Brasil. Em nosso país, poucos *talk shows*, como o “Roberto Justus +” (Rede Record) e o “Provocações” (TV Cultura), ainda se enquadram a esses elementos. A maioria dos *talk shows* atuais, por outro lado, giram em torno de personalidades da mídia (atores, cantores, famosos em geral) e não de especialistas ou leigos; a participação da plateia não se volta mais para debates e discussões; os temas se voltam em sua maioria apenas para o que está em foco na mídia e para assuntos um tanto fúteis (um novo CD de uma banda, o sucesso de um vídeo da internet, um fato cômico, etc.). O sentido do gênero tem se alterado em favor do entretenimento.

O modelo do *talk show* atual está baseado nos seguintes tripés: um apresentador (geralmente um artista famoso ou um comediante muito conhecido e admirado pelo público), que comanda o programa; um ou mais convidados, que são as pessoas com quem o apresentador dialoga na maior parte do programa, ou seja, os “ícones” entrevistados; uma banda, que comanda a parte musical do programa e que, na maioria deles, faz com que haja uma alternância e até mesmo interação da música com os quadros e até com as entrevistas; assistentes de palco e comediantes que realizam matérias ou quadros secundários dentro do programa; e, por fim, a plateia, que assiste ao show e marca sua presença.

Nos diferentes tipos de *talk shows*, o contexto de situação é controlado pelo apresentador. Sendo assim, *o talk show* tornou-se um triunfo de personalidade, ele não depende de uma trama ou ação, ele não provém de conteúdo específico. Tudo o que esse gênero televisivo oferece é a oportunidade do telespectador se “aquecer na atmosfera” que irradia de um apresentador (RIGANTE, 2008, p. 16).

Segundo Guerra (2008), a presença do apresentador é quem dá ritmo ao programa, ele é o responsável pela condução do evento. “Como um ‘gerente de programa’, ele introduz o objeto de discussão, apresenta os convidados, dirige os procedimentos e colabora com os aspectos técnicos, como anunciar interrupções para o comercial” (RIGANTE, 2008, p. 17).

A consolidação do gênero *talk show* no Brasil está diretamente ligada à influência da televisão americana. Os formatos de programas apresentados ao público brasileiro são praticamente idênticos aos da televisão americana:

A hegemonia das produções exportadas pelos norte-americanos para o Brasil é algo que se estendeu para além do período de implantação da TV no país [...]. A base do conteúdo da TV latino-americana tem raiz norte-americana – isto inclui a maneira de apresentação e formato dos *talk shows* nacionais, logicamente pautados no que seria uma adaptação do gênero, delineado por uma mistura de estilos jornalísticos e artísticos, com peculiaridades da cultura brasileira (HORA, 2009, p. 16).

De acordo com Silva (2009), o *talk show* surgiu no Brasil após a consolidação de outro gênero: a entrevista. Esse autor atribui ao SBT o fato de ter levado ao ar o primeiro *talk show* da televisão brasileira que consolidou a definição do gênero e sua denominação, o *Jô Soares Onze e Meia*.

A autora salienta, entretanto, que o programa *Jô Soares Onze e Meia* não foi o primeiro a congregar as propriedades que caracterizam um talk show. Ela lembra alguns precursores do gênero como *Show da Noite*, *Fim de Noite* e, principalmente *Bate Papo com Silveira Sampaio* (e seu programa posterior, *S.S. Show*), que também traziam entrevistas leves como atração no fim da noite na programação da TV brasileira desde os anos 1950. E posteriormente a estes, houve o programa *Globo Gente*, que deixou marcas que seriam recuperadas anos mais tarde na constituição do gênero, pelo fato de ser o programa originário do *Jô Soares Onze e Meia*, ambos comandados por Jô Soares.

O Jô Soares Onze e Meia representou um ponto de passagem na história dos programas de entrevista e na configuração de um novo gênero: à proposta de aprofundamento e visibilidade a fontes não tão exploradas midiaticamente, o Jô Soares Onze e Meia acrescentava o humor e o entretenimento (SILVA, 2009, p. 5).

Em seu artigo apresentado ao CONFIBERCOM em 2011, Silva aponta que a partir do *Onze e Meia*, não só a nomenclatura talk show tornou-se mais recorrente na cultura nacional (o que também foi impulsionado pela proliferação da TV a cabo), como se multiplicaram os programas que propunham uma conversa leve e preferencialmente íntima entre os participantes.

Com a volta de Jô Soares para a Globo, dando nascimento ao *Programa do Jô*, foi que o gênero *talk show* se consolidou de vez em nosso país. Outras emissoras começaram a explorar mais a fundo esse campo, como a TV Bandeirantes e a Rede Record, que não só trouxeram programas com base no formato original do *talk show*, como também lançaram outros formatos para o gênero através de Programas como *Hora da Verdade*, *Passando a limpo*. O SBT, por sua vez, retoma o gênero na sua grade com o programa *Casos de Família*

O surgimento de programas como o *Agora é Tarde*, o *The Noite*, o *Luciana By Night* e o *Roberto Justus +*, deu um novo alavanche ao gênero no Brasil, que após um breve período “apagado”, voltou com todo o seu fervor. Isso se deve a algumas poucas inovações nos formatos e, sobretudo, à exploração cada vez maior do humor nesses programas, que vêm levantando bons índices de audiência para suas emissoras e, conseqüentemente, debates e discussões acerca do que é veiculado nos mesmos. Nesse contexto, foi delimitado o programa *Agora é Tarde*, um dos mais populares dessa leva de *talk shows* da TV brasileira, como instrumento de análise deste artigo.

O Agora é tarde

Estreado em junho de 2011 na Rede Bandeirantes de televisão, o *talk show Agora é Tarde* foi criado e idealizado pelo humorista Danilo Gentili, o primeiro apresentador do programa, que permaneceu em seu comando até dezembro de 2013 (quando assinou contrato com o Sistema Brasileiro de Televisão – SBT), sendo

substituído então pelo jornalista e também humorista Rafinha Bastos, que iniciou o comando do *late show* em 2014 e permaneceu até o seu cancelamento, em março de 2015. O programa teve como inspiração o formato dos principais *talk shows* norte-americanos, como o *Conan* e o *The Tonight Show with Jimmy Fallon*. De acordo com o site oficial do *Agora é Tarde*, o programa trazia entrevistas bem-humoradas e leves às noites da Band.

Em sua primeira fase, o *Agora é Tarde* contava, além do apresentador Danilo Gentili, com o famoso comediante brasileiro Marcelo Mansfield, responsável pelos principais comentários humorísticos do programa; com os humoristas Murilo Couto e Léo Lins; com a assistente de palco Juliana Oliveira; e com a banda Ultraje a Rigor, que comandava a parte musical do programa. Apesar do toque de humor negro permanecer no programa, o elenco se alterou bastante com a saída de Gentili que, ao mudar de emissora, levou toda a sua equipe para o novo projeto que mais tarde originaria o *The Noite*, versão derivada do *Agora é Tarde* transmitida pelo SBT.

O *Agora é Tarde* alcançou um enorme e até surpreendente sucesso entre o público e a crítica, que inicialmente encarou com certo pessimismo o programa. Segundo a crítica, o humor inteligente teria sido o principal fator responsável pelo alavanque *do talk show* que, levando-o a atingir um resultado muito satisfatório para a emissora e conquistar e cativar o público.

Após quase dois anos sob o comando de Rafinha Bastos, o programa permaneceu com o formato original, porém, a audiência gradualmente sofreu queda. Assim, o cancelamento foi cogitado e confirmado no fim de março de 2015, quando o *Agora é Tarde* saiu do ar. Segundo a Rede Bandeirantes, o *talk show* não tinha uma audiência que justificasse os altos custos de produção do programa e nem o faturamento, que estava abaixo do esperado pela emissora.

Apesar de ter sido cancelado, o referido *talk show* é objeto de estudo deste artigo por explorar aspectos do humor e do entretenimento que expressam a cultura do espetáculo. Para verificar isso, foi feito um estudo de caso de caráter qualitativo acerca do *Agora é tarde*, tendo como unidades de análise os programas exibidos nos dias 15 de março de 2013, 22 de maio de 2014 e 04 de março de 2015, disponíveis no canal do *talk show* no YouTube. A escolha dos programas analisados foi feita com base na amostragem por conveniência, na qual, segundo Gil (2008, p. 94), “o pesquisador

seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão”. Já a coleta de dados, análise e interpretação, foi feita com base na técnica de pesquisa observação simples. “A observação simples é muito útil quando é dirigida ao conhecimento de fatos ou situações que tenham certo caráter público, ou que pelo menos não se situem estreitamente no âmbito das condutas privadas” (GIL, 2008, p. 102).

A construção do espetáculo no programa

A linguagem em um *talk show* é claramente definida pela dicotomia entretenimento/informação. O entretenimento delimita o tom descontraído e humorístico do discurso veiculado na fala dos personagens do show e, sobretudo, na linguagem usada pelo apresentador. Com isso, a informação assume um caráter mais leve, nitidamente perceptível pelo modo coloquial e engraçado com que é transmitida ao público.

A relação entre informação e entretenimento estabeleceu uma intersecção denominada comumente de infotainment (do inglês *infotainment*), que Cardoso (2014) define como uma nova forma de transmitir informação. É nesse contexto que se molda a união entre humor e informação presente na linguagem do *Agora é Tarde*, pois seria esse o ingrediente responsável pela atração massiva do público, que se prende à televisão não com o objetivo principal de se informar, mas para se entreter com a piada construída a partir da notícia. Por isso, Silva (2011) ressalta que o formato básico de um *talk show* carrega, em certo sentido, uma mescla dos gêneros *stand-up comedy* e programa de auditório:

Da *stand-up comedy*, gênero teatral no qual um comediante atua diante de uma plateia fazendo piadas, o *talk show* se apropriou do modelo de apresentação, baseada num apresentador estrela que conta piadas e entretém o público. Dos programas de auditório, o *talk show* extraiu a plateia que participa da cena por meio de aplausos, risos, vaias e, em alguns casos, de perguntas para os integrantes no palco (SILVA, 2009).

Esses, portanto, são os primeiros dispositivos constituidores do formato do *Agora é Tarde* que constroem a espetacularização no programa. Ao relacionar esses aspectos com os argumentos de Debord, Cardoso (2014) explica:

A televisão precisa ser atrativa, mostrar a magia de um show, por isso a sua linguagem é o espetáculo. Entretanto, o universo do espetáculo aprisiona a sociedade moderna em seu sono, promovendo a hipnose e degradando a vida concreta. Ele transforma a vida em seu produto, distanciando-se, cada vez mais, dela; quanto mais o espectador a assiste, menos vive.

O *Agora é Tarde* moldava o seu espetáculo a partir de quatro fatores principais: a atuação do apresentador, a participação do elenco do programa e da plateia, a conversa com o entrevistado e, por fim, os quadros que complementavam o programa. Em cada um desses, o humor ganhava uma grande ênfase ao assumir o papel principal nos discursos (verbais, não-verbais e mistos) e nas situações invocadas pelos personagens do programa, formando assim um show cômico e engraçado.

Logo na abertura do programa, o apresentador entrava no palco e apresentava, sob uma ótica sarcástica e engraçada, as principais notícias da semana e/ou do dia e aquelas que ganharam maior destaque na mídia. O show do início do *Agora é Tarde*, assim como na maioria dos *talk shows*, é um verdadeiro *stand-up comedy* jornalístico, onde a notícia vira motivo de piada e ironia ou assume caráter sensacionalista.

Segundo Miranda (2009), o apresentador/animador representa a instância midiática e desempenha o papel de “gestor da palavra”. Portanto, ao se colocarem como mediadores da palavra no *Agora é Tarde*, os apresentadores Rafinha Bastos e Danilo Gentili eram os principais responsáveis pelo show por introduzirem o humor nos discursos e por administrarem as encenações tanto durante os quadros quanto durante as entrevistas.

A plateia, por sua vez, é uma relevante parte integrante do cenário televisivo, já que se expressa naturalmente intervindo por meio de aplausos, reflexões ou mesmo perguntas, influenciando a percepção geral dos telespectadores. É um artifício muito utilizado pelos produtores, pois cria um efeito interativo (por exemplo, quando os apresentadores apontam a cabeça para sua plateia, aguardando uma resposta), do mesmo

modo que os olhos do apresentador, focados na câmera, fingindo conversar com os telespectadores, prendem a atenção dos mesmos (HORA, 2009).

Essa interatividade com a plateia é bastante visível no *Agora é Tarde*. De acordo com Hora (2009, p. 23), “a presença de plateia é frequentemente utilizada para aumentar o clima de descontração”. No programa exibido no dia 15 de março de 2013, por exemplo, uma senhora presente na plateia pede para que o apresentador Danilo Gentili lhe dê um “selinho”. Todo o restante da plateia, juntamente com o elenco do programa incentiva Gentili a fazer o que ela lhe pede com gritos e aplausos. Então, o apresentador utiliza o momento para espetacularizar a situação ao encenar a possibilidade de beijar a senhora, criando expectativa no público que assiste. Dessa forma, mesmo em uma situação aparentemente casual, ele soube usar uma estratégia da comunicação midiática, atrelada à presença da plateia, para cativar o telespectador.

As estratégias são ainda mais frequentes durante as entrevistas no *talk show*. O *Agora é Tarde* recebia desde famosos em geral a pessoas comuns que ganharam destaque na mídia. Os entrevistados são sempre alvos de perguntas polêmicas e bem-humoradas, geralmente sobre suas intimidades, histórias do passado, seu cotidiano, sua carreira e também sobre assuntos que recaem nos diversos meios de comunicação.

Uma característica marcante dos apresentadores é o desprendimento com relação aos entrevistados, fazendo-os se sentirem extremamente à vontade e livres para falar sobre o que quiserem. A impressão que o *talk show* passava (ou objetivava passar) para o público em relação à entrevista era de que ela seria, na verdade, uma conversa casual entre amigos de longa data. Para Silva (2011), o hiper-espetáculo, como imaginário da fama, a visibilidade das imagens e das celebridades, ofusca o lado negativo do que está sendo transmitido, como a própria espetacularização construída a partir disso.

A própria ênfase exacerbada no entrevistado que era promovida pelo programa *Agora é Tarde* também é uma forte marca da espetacularização. No programa exibido no dia 22 de abril de 2014, o ator Alexandre Frota, em entrevista concedida a Rafinha Bastos, encenou uma suposta situação de seu passado em que ele teria transado com uma “mãe de santo” durante uma consulta. Além de contar a história, Frota usou o palco para demonstrar como tudo acontecera, chegando inclusive a pedir ajuda de uma integrante da plateia para recordar a cena. Na época, o evento teve grande repercussão

na mídia devido a polêmica criada em torno do ator, que foi bastante reprimido pelo caráter banal do que supostamente ele havia feito.

A partir desse exemplo, podemos identificar as marcas da espetacularização de acordo a dois tipos de efeitos de sentido: o de ficção e o de patemização. O efeito de ficção diz respeito ao “desejo humano de poder vivenciar (ou se transportar) para uma história que tenha começo e fim” (SILVA, 2005, p. 57). Já o efeito de patemização, também segundo Silva, é a publicização da vida privada. Ambos efeitos de sentido estão presentes no show encenado por Frota.

Ao reconstruir um fato a partir da recordação ou da experiencição no presente de determinados fatos, o convidado distancia o telespectador da realidade, aproximando-o de um universo ficcional. Além disso, ao realizar a reconstrução da realidade por meio da narrativa, os enunciadores do relato no *talk-show* apresentam-se de forma arquetípica como heróis, vilões, vítimas, etc., promovendo uma ficcionalização do real e inserindo seu discurso no universo aristotélico da verossimilhança (MIRANDA, 2011, p. 120).

Os quadros do *Agora é Tarde* terminavam por complementar o *late show* e apesar de não se sobressaírem às entrevistas, obtinha, grande sucesso e também eram preenchidos por marcas da espetacularização. O formato do programa era organizado, basicamente em três blocos. O segundo bloco englobava a entrevista principal do programa exibido, enquanto o primeiro e o terceiro blocos eram compostos dos quadros que tornavam o show completo.

Um dos quadros de maior sucesso do programa era o “Passou na TV”, onde o telespectador vê os acontecimentos mais bizarros que passaram durante o dia na programação da TV aberta, narrados de uma forma totalmente inusitada. Durante a fase em que o programa foi comandado por Danilo Gentili, os quadros “Diário Semanal” e “Jornal do Futuro” também faziam parte da grade do *talk show*. No primeiro, as notícias sobre política ganhavam um tratamento humorístico e irônico, enquanto que o “Jornal do Futuro”, com um forte tom sensacionalista, apresentava informações fictícias do futuro: “Palmeiras é o novo campeão da série F” (Sátira sobre o rebaixamento do time do Palmeiras para a série B em 2012); “Apenas 2 brasileiros são aprovados no ENEM” (Crítica às dificuldades expostas pelo Exame Nacional do Ensino Médio); etc.

Com a chegada de Rafinha Bastos e com a mudança no elenco, apenas o quadro “Passou na TV” permaneceu. Alguns dos novos quadros que entraram para a grade do programa foram o “Dilma responde”, em que o humorista Gustavo Mendes atuava; e o “Debates *on the table*”, em que os entrevistados eram convidados a discutir temas diversos junto ao elenco do programa. Além disso, o programa continuou a tradição de exibir reportagens cômicas.

Tantos no caso desses quadros como nas reportagens do programa, são as imagens as principais instâncias mediadoras responsáveis pela espetacularização. A exploração da linguagem audiovisual com ênfase nas imagens no “Passou na TV”, por exemplo, é o que garante o efeito extremamente cômico do quadro e o que também lhe dá um caráter espetacular. “A espetacularização utiliza-se da imagem como principal atrativo. A imagem é considerada um plus, preenchendo o vazio deixado pelas falas. De certa forma, a imagem é capaz de fascinar o telespectador” (NEGRINI; TONDO, 2007, p. 7).

O chamado humor negro, explorado por ambos apresentadores que comandaram o *Agora é Tarde*, se tornou a principal marca do programa. Não apenas o caráter engraçado do *late show*, mas também seu forte tom irônico e sarcástico, visível nas piadas e encenações construídas no programa, tornaram tênue a linha entre uma linguagem descontraída e uma linguagem abusiva, o que nos coloca diante de questionamentos acerca dos limites da cultura do espetáculo.

Considerações finais

O gênero *talk show* apresenta uma diversidade de formatos que já há algum tempo conquistaram espaço perante o público na televisão brasileira. Com a nova fase do gênero, inaugurada com o programa *Agora é Tarde*, a exploração do humor foi intensificada e constituiu o fator fundamental para a atração do público, que se entretém com uma linguagem descontraída e informal, responsável por moldar o show. Assim, esses aspectos, em conjunto com a mediação do apresentador e o apelo imagético, são os principais responsáveis por delimitar a espetacularização presente no programa.

Com base na análise do *Agora é Tarde*, pode ser observado que o programa tem em sua linguagem o suporte para o engajamento das estratégias e técnicas que

espetacularizam o que é transmitido ao telespectador. A linguagem do programa se forma por meio de uma ligação entre discursos mediados pela fala e por imagens e, principalmente, por discursos mistos, em que os textos verbais e não-verbais, intercalados com um pesado tom humorístico e sarcástico, tornam o programa atrativo. A intercepção entre o peso do humor e da informação, a atuação do apresentador, da plateia e do elenco do programa e o uso de quadros complementares compõe o conjunto que diferencia o late show *Agora é Tarde* de um simples programa de entrevista de caráter leve.

Como um *talk show* que procurou se reinventar, apesar de se basear no modelo americano, o *Agora é Tarde* trouxe novas possibilidades para o gênero no Brasil com a exploração de novas interfaces do formato original. O humor negro, sendo o principal fator de atração do telespectador que assistiu ao programa, se tornou, entretanto, um ingrediente perigoso, gerando críticas à linguagem ácida explorada pelos apresentadores. Mas, ao mesmo tempo, foi o uso dessa linguagem que dialogou com o público e que garantiu o sucesso alcançado pelo programa durante os anos em que foi exibido.

Referências

AGORA É TARDE. Agora é Tarde - 22/05/2014 - Alexandre Frota (íntegra). Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=HlkDBPUxVj4>>. Acesso: 13 maio 2015.

_____. Agora é Tarde - 27/03/2015 - Rafael Cortez (íntegra). Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=OKJKbn5kWGk>>. Acesso: 13 maio 2015.

CARDOSO, Letycia Moreira. O humor no telejornalismo: a espetacularização da notícia. *In*: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 19., 2014, Vila Velha. **Anais**. Vila Velha: INTERCOM, 2014. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0382-1.pdf>>. Acesso: 20 maio 2015.

DEBORD, Guy. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUERRA, Maria Luiza. “**Mexeu com você, mexeu comigo**”: a construção do sensacionalismo no talk show ‘Márcia’. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, 2008. Disponível em: <<https://lapecjor.files.wordpress.com/2011/04/momo-final-montada.pdf>>. Acesso: 5 maio 2015.

HORA, Lina Cláudia Moreira Garrido. **Talk show na era da tv digital**: novo conteúdo, nova recepção, nova programação. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Casper Líbero, São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Talkshow-na-era-da-TV-digital.pdf>>. Acesso: 5 maio 2015.

LEONELO, Júnior. Agora é Tarde com Danilo Gentili na íntegra 15/03/2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YzcQ2lWtxS0>>. Acesso: 13 maio 2015.

MIRANDA, Maíra Avelar. O gênero talk-show numa tipologia de gêneros televisivos. *In*: Encontro Nacional sobre Hipertexto, 3., 2009, Belo Horizonte. **Anais**. <Disponível em: <https://www.ufpe.br/nehte/hipertexto2009/anais/m-o/O_GeNERO_TALK-SHOW.pdf>. Acesso: 29 abr. 2015.

_____. Subjetividade e gêneros televisivos: a criação de efeitos patêmicos no gênero talk-show. **Revista do Curso de Letras da Uniabeu**, v. 2, n. 4, p. 113-124, jan./abr. 2011. Disponível em: <www.uniabeu.edu.br/publica/index.php/RE/article/download/.../pdf_41>. Acesso: 29 abr. 2015.

NEGRINI, Michele; TONDO, Romulo. A significação do espetáculo: o jornalismo televisivo em tempos de dramatização. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30., 2007, Santos. **Anais**. Santos: INTERCOM, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R08-1.pdf>>. Acesso: 20 maio 2015.

OLIVEIRA, Ana. et al. Espetáculo e realidade no talk show ‘Márcia’: discursos de sujeitos comuns. *In*: Colóquio Internacional Televisão e Realidade, 1., 2009, Salvador. **Anais**. Disponível em: <<http://www.tvereadade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Junia%20Ortiz%20et.al.pdf>>. Acesso: 5 maio 2015.

PEREIRA, Junior Luiz Costa. **A vida com a TV**: o poder da televisão no cotidiano. São Paulo: Senac, 2009.

PRADO, José Luiz Aidar (Org.). **Crítica das práticas midiáticas**: da sociedade de massa às ciberculturas. São Paulo: Hacker, 2002.

RIGANTE, Tatiana. **Os caminhos da persuasão sob a perspectiva da metafunção interpessoal em uma entrevista de talk show**. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São

Paulo, 2008. Disponível em: <http://www4.pucsp.br/pos/lael/laelinf/dowloads/sumiko/defesas_alunos/tatiana_rigante_me.pdf>. Acesso: 29 abr. 2015.

ROCHA, Rose de Melo; CASTRO, Gisela. **Cultura da mídia, cultura do consumo: imagem e espetáculo no discurso pós-moderno.** Logos: Comunicação & Universidade, v. 16, n.º 1, p. 48-59, 2009. Disponível em: <http://www.logos.uerj.br/PDFS/30/logos30_completa.pdf>. Acesso: 20 maio 2015.

SILVA, Fernanda Maurício. A construção do talk show no Brasil: uma breve história cultural de um gênero televisivo em formação. *In: Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana*, 2., Braga. **Anais.** Disponível em: <<http://confibercom.org/anais2011/pdf/122.pdf>>. Acesso: 29 abr. 2015.

_____. Talk show: um gênero televisivo entre o jornalismo e o entretenimento. **E-compós**, Brasília, v. 12, n.1, jan./abr., 2009. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/289/315>>. Acesso: 29. abr. 2015.

SILVA, Giane David. **A informação televisiva: uma encenação da realidade: comparação entre telejornais franceses e brasileiros.** Tese (Doutorado em Letras) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.