



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E
CULTURA CONTEMPORÂNEAS

EDINALDO ARAUJO MOTA JUNIOR

TRANSFORMAÇÕES DO POPULAR NA REDE GLOBO
UMA ANÁLISE CULTURAL DOS PROGRAMAS
DE REGINA CASÉ

Salvador
2016

EDINALDO ARAUJO MOTA JUNIOR

**TRANSFORMAÇÕES DO POPULAR NA REDE GLOBO
UMA ANÁLISE CULTURAL DOS PROGRAMAS
DE REGINA CASÉ**

Dissertação apresentada como requisito à obtenção do grau de mestre. Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, na linha de pesquisa Análise de Produtos e Linguagens da Cultura Mediática.

Orientadora: Prof. Dr. Juliana Freire Gutmann

**Salvador
2016**

Mota Junior, Edinaldo A.
Transformações do popular na Rede Globo: uma análise cultural dos
programas de Regina Casé / Edinaldo Araujo Mota Junior. --
Salvador, 2016.
252 f. : il

Orientador: Juliana Freire Gutmann.
Dissertação (Mestrado - Programa de Pós-Graduação em
Comunicação e Cultura Contemporâneas) -- Universidade Federal da
Bahia, Faculdade de Comunicação, 2016.

1. cultura popular. 2. televisão. 3. gênero televisivo. 4.
historicidades. I. Gutmann, Juliana F. II. Título

*És quem dá luz ao trovão
E aos nove redemoinhos
Eu sou filho desse ninho
Tanto sou que canto solto
Feito nuvem no vento nu
Labareda e tempestade
Meu pulmão é o firmamento*
Aláfia - Banho de Poeira

A
Dona dos ventos
Das transformações
Dos tempos que se movem
O sopro que me materializa
Energia que fortalece meu sagrado
Eparrei, Oyá!

AGRADECIMENTOS

A Juliana Freire Gutmann, minha orientadora, que me conduziu de forma brilhante ao resultado final desta pesquisa, e dividiu comigo as agruras de um orientando canceriano e dramático. O resultado deste trabalho é nosso, muito obrigado!

A Itania Maria Mota Gomes, orientadora para sempre, por me apresentar os estudos culturais e sua forma específica de analisar o mundo em que vivemos. Agradeço o importante aprendizado na orientação do Tirocínio Docente, experiência grandiosa para nós, jovens acadêmicos, no ambiente da sala de aula.

Aos colegas e amigos explosivos em transformações do Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação (TRACC), que trouxeram leituras dedicadas e contribuições valiosas para o resultado desta dissertação. Agradeço, em especial, aos amigos Carolina Garcia, Thiago Emanuel Ferreira e Valéria Vilas-Bôas, pela partilha de experiências, de “sofrências” e perspectivas. Há muito de vocês neste trabalho.

Aos alunos que cursaram a disciplina da graduação Comunicação e Culturas Contemporâneas, na Facom-UFBA, durante o semestre 2014.2, pelo enriquecimento e crescimento que me proporcionaram nos primeiros passos em sala de aula.

Ao servidores técnicos e professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea (Poscom-UFBA) que cruzaram meu caminho nestes dois anos de estudos. Um salve especial aos professores Jorge Cardoso Filho, Jorge Almeida (FFCH-UFBA) e Ludmila Carvalho, pelas contribuições a partir de suas disciplinas. A Capes, pelo financiamento para realização desta pesquisa.

Agradeço aos amigos dos diversos momentos e lugares: faconianos, rio vermelhenses, macumbeiros, aos amigos dos bares, festas e carnavais; amigos que me viram, muitas vezes, abdicando dos momentos juntos para que eu concretizasse este importante passo na minha trajetória. Obrigado pela confiança de sempre!

A TV Educativa da Bahia, aos meus amigos e colegas durante o período em que estive como prestador de serviço, pela experiência de fazer televisão pública na Bahia e viver a pesquisa televisiva no seu modo de fazer. Em especial, agradeço a Caroline Vieira, Denise Dias, Marília Randam, Silvana Moura, Pedro Muniz e Zeca Forehead, pelo imenso apoio enquanto realizava esta pesquisa.

A minha família criada a mil mãos, Gabriela de Brito e Fernanda Assunção. Toda minha gratidão pelo amor e o cuidado primordial, que recarregava minhas forças e me ajudou a chegar até o fim. Vencemos essa juntos!

A minha família que a vida me deu: meu irmão, Vitor, minha mãe, Suzana, meus parentes e familiares, todos aqueles que contribuíram para minha formação enquanto sujeito. Em especial, ao meu guerreiro e meu pai, Edinaldo, pela garra e persistência de querer a vida. Sua luta por viver me inspirou a enfrentar esta batalha e a me fortalecer diante das próximas que virão. A você e a sua vida, dedico este trabalho!

[...] a cultura não é apenas uma viagem de redescoberta, é uma produção. Depende de um conhecimento de tradição enquanto “o mesmo em mutação” [...]. Mas o que esse “desvio através de seus passados” faz é nos capacitar, através da cultura, a nos produzir a nós mesmos de novo, como novos tipos de sujeitos. [...]
A cultura não é uma questão de ontologia, de ser, mas de se tornar.

Stuart Hall

O valor do popular não reside em sua autenticidade ou em sua beleza, mas sim em sua representatividade sociocultural, em sua capacidade de materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica.

Jesús Martín-Barbero

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo investigativo analisar as transformações do popular na Rede Globo, a partir de uma análise cultural dos programas apresentados por Regina Casé: *Programa Legal*, *Brasil Legal*, *Muvuca*, *Central da Periferia* e o *Esquenta!*. Deparamo-nos, nos estudos brasileiros sobre a televisão, com uma quantidade de pesquisas que se concentram especificamente em analisar as qualidades dos produtos televisivos, principalmente aqueles que se configuram a partir de uma linguagem marcadamente popular, classificados como produtos de “baixa cultura”. Contrários a esta perspectiva, tomamos o termo popular pela perspectiva dos estudos culturais: um lugar de enfrentamento, marcado pela presença das tecnologias da comunicação, e por um movimento que dá sentido as expressões da cultura popular no ambiente da cultura massiva. A partir dos estudos culturais, o processo analítico desta pesquisa direciona seu olhar para os cinco programas apresentados por Regina Casé na Rede Globo para perceber como se construiu, historicamente, um tipo de programa popular específico, com marcas que indicam processos de continuidades e rupturas na linguagem televisiva e revelam as relações dos programas com os contextos culturais brasileiros. Apropriamo-nos de alguns conceitos-chaves para desenvolver um guia teórico-metodológico: o primeiro deles, gênero televisivo enquanto categoria cultural, operacionalizado analiticamente a partir dos conceitos de contexto comunicativo e performance. Estrutura de sentimento é utilizado aqui para ampliar nosso olhar para a constituição histórica de marcas expressivas e discursivas dos programas, que dizem sobre um certo modo de fazer e exhibir específicos dos programas televisivos em relação as classes subalternas. Recorremos a investigação sobre as historicidades do popular na televisão brasileira para entender como os mecanismos de acesso às experiências vividas pelas classes populares vão se transformando, ao ponto de configurar a existência e a naturalização de um programa como o *Esquenta!* na grade de programação da Rede Globo.

Palavras-chave: cultura popular; televisão; gênero televisivo; historicidade.

ABSTRACT

This dissertation investigate the transformation of the popular on Globo, from a cultural analysis of the programs presented by Regina Case: *Programa Legal*, *Brasil Legal*, *Muvuca*, *Central da Periferia* and *Esquenta!*. We found, in brazilian studies of television, a number of studies that focus specifically on analyzing the qualities of television products, especially those that are configured from a markedly popular language, classified as products of "low culture". Contrary to this perspective, we take the popular term from the perspective of cultural studies: a place of confrontation, marked by the presence of communications technology, and a movement that gives meaning expressions of popular culture in the mass culture environment. From cultural studies, the analytical process of this research directs his gaze to the five programs presented by Regina Case on Globo to see how it was constructed, historically, a specific type of popular program, with elements that indicate a processes of continuities and breaks in the television language, and reveal the relationships of programs with the Brazilian cultural contexts. We use some key concepts to develop a theoretical and methodological guide: the concept of television genre as a cultural category, operationalized by the concepts of communicative context and performance. Structure of feeling is used to enlarge our vision of the historical constitution of expressive and discursive marks of programs that say about a way to make and display specific television programs over the subaltern classes. We use a research on the popular historicities on Brazilian television to understand how to access mechanisms experiences lived by the popular classes are transformed to the point of setting up the existence and naturalization of a program like *Esquenta!* in the schedule of Rede Globo.

Keywords: popular culture; television; television genre; historicity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura	1	O mapa das mediações a partir de Martín-Barbero.....	55
Figura	2	O conceito de gênero no centro do mapa das mediações, conforme Itania Gomes.....	56
Figura	3	TV Viva e as experiências de tv popular.....	112
Figura	4	Marcelo Tas encarna o repórter Ernesto Varela.....	113
Figura	5	Regina Casé representa funkeira em Programa Legal.....	118
Figura	6	Episódio de Programa Legal gravado em Miami.....	121
Figura	7	Vinheta de abertura do Brasil Legal (1995).....	131
Figura	8	Apresentação dos personagens em Brasil Legal.....	138
Figura	9	Jogo de câmeras e inserts de imagens no Brasil Legal.....	138
Figura	10	Uso do microfone direcional em Brasil Legal.....	140
Figura	11	'Dercy Espetacular' exibido na TV Globo em 1966.....	143
Figura	12	Programa Hebe Camargo (1974) na TV Tupi.....	144
Figura	13	Programa da Hebe (1989) no SBT.....	144
Figura	14	Programa Silvia Poppovic e o povo no debate.....	145
Figura	15	Vinheta de abertura do Muvuca.....	158
Figura	16	Chegada de Nalbert na casa do Muvuca.....	159
Figura	17	Posicionamento do palco em Central da Periferia.....	177
Figura	18	Sequências de Som Brasil e Central da Periferia.....	178
Figura	19	Almoço com as Estrelas.....	190
Figura	20	Samba de Primeira.....	190
Figura	21	Samba de Terceira no TV Pirata.....	191
Figura	22	Aparições de Luane Dias no Esquenta!.....	198
Figura	23	Enquadramentos no Esquenta! e Central da Periferia.....	201

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	LUGAR DE ANCORAGEM: O POPULAR PELOS ESTUDOS CULTURAIS.....	22
2.1	MATRIZES DO POPULAR: R. HOGGART, R. WILLIAMS E E. P. THOMPSON.....	24
2.1.1	Cultura como expressão dos processos sociais vividos.....	25
2.1.2	Cultura como modo de vida.....	29
2.1.3	Historiografia e experiência da classe trabalhadora.....	33
2.2	UMA ARENA DE CONSENTIMENTO E RESISTÊNCIA.....	37
2.3	O POPULAR E OS ESTUDOS LATINO-AMERICANOS.....	42
2.3.1	Martín-Barbero e o popular-massivo.....	45
2.3.2	A cultura popular pela ótica da realidade brasileira.....	51
2.4	GÊNERO TELEVISIVO: CONSTRUÇÃO DE ÂNGULOS DE ANÁLISE.....	57
2.4.1	Contexto comunicativo e performance: operacionalizando o gênero.....	66
3	HISTORICIDADES DO POPULAR NA TELEVISÃO BRASILEIRA.....	71
3.1	EM BUSCA DAS DIVERSAS TEMPORALIDADES DO POPULAR: ESTRUTURA DE SENTIMENTO.....	72
3.2	SOBRE O POPULAR NA TELEVISÃO BRASILEIRA.....	78
3.2.1	O humor como matriz para o popular na televisão brasileira.....	85
3.2.2	Hebe Camargo: entre o talk show e o programa de auditório.....	89
3.2.3	A estética popular nos programas de auditório.....	93
3.2.4	O fenômeno dos programas populares a partir dos anos 90.....	99
4	TERRITÓRIO ANALÍTICO: O POPULAR NOS PROGRAMAS DE REGINA CASÉ.....	108
4.1	CONHECENDO A TRAJETÓRIA DE REGINA CASÉ	108
4.2	<i>O PROGRAMA LEGAL: UM DOCUMENTÁRIO HUMORÍSTICO?</i>	117
4.3	<i>O TALK SHOW INVADE AS RUAS EM BRASIL LEGAL</i>	136
4.4	UMA VISITA ÍNTIMA À CASA DA CASÉ: VIGILÂNCIA E IMPROVISO NO <i>MUVUCA</i>	161
4.5	ITINERÁRIOS DE UM PROGRAMA DE AUDITÓRIO: <i>CENTRAL DA PERIFERIA</i>	184
4.6	<i>ESQUENTA!:</i> BRASILEIROS JUNTOS E MISTURADOS?.....	200
5	PERCURSO FINAL: O POPULAR DE REGINA CASÉ NA TELEVISÃO BRASILEIRA.....	229
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	243

INTRODUÇÃO

Anos 30 do século XX. O Rio de Janeiro, capital federal do Brasil, era o referencial de modernidade e civilização para todo o país e o cartão de visita do Brasil para as outras nações. Começam a construir-se representações de uma identidade nacional, principalmente a partir dos produtos culturais amplamente divulgados na época. A imagem de Carmem Miranda vestida de baiana, propagada pelo cinema norte-americano a partir dos anos 1940, continua na memória tanto daqueles que assistiram seus filmes mundo afora, como também dos brasileiros que, em grande maioria, desconhecem a performance da artista durante o período no Brasil.

As belezas naturais do país verde-amarelo eram cantadas nos versos dos primeiros sambas, que apropriavam-se das expressões musicais da cultura popular e traziam os elementos de um estilo brasileiro. A representação da mulata, a feijoada, a malandragem, entre outros símbolos, passam, a partir deste período, a ser reconhecidos por toda uma nação como elementos centrais na definição de sua auto-imagem. O teatro de revista, nesta época, se caracterizava pela tentativa de traduzir, em suas produções, a alma brasileira, pela proximidade com o folclore, com o carnaval e pela integração dos elementos negro e indígena na produção cultural. Suas formas de lidar com os elementos da cultura popular vão ser vistos na consolidação dos programas de auditório que surgem no rádio brasileiro.

Ano de 2011 do século XXI. O Rio de Janeiro não é mais a capital federativa do Brasil há mais de 50 anos. Ainda assim, responde como um importante pólo de promoção dos bens simbólicos e produtos da indústria cultural. As identidades, neste contexto, andam em crise e não se definem exatamente por uma representação de Estado-nação: ela é multifacetada, perpassada diretamente pelas tecnologias da informação e da comunicação. Neste ano, surge na televisão brasileira *o Esquentá!*, programa dominical apresentado por Regina Casé, exibido pela Rede Globo de Televisão atualmente.

Com seu cenário carregado de elementos visuais, o Esquentá! constitui-se como uma tribuna do divertimento e se constrói como espaço familiar, marcado pela descontração e informalidade, com a presença de celebridades diante de um auditório

lotado de consumidores das principais estrelas da teledramaturgia e da música popular brasileira. No programa, vemos a forte presença das entrevistas sobre as experiências cotidianas de celebridades e do povo comum e a exibição dos grupos marginalizados, ao lado de grandes nomes do mercado fonográfico. O clima festivo e circense se divide com debates sobre temas de destaque da realidade contemporânea brasileira.

Diante dos dois contextos históricos citados de maneira episódica e desconexa, poderíamos nos ater as diferenças que compõem, por exemplo, o teatro de revista do século XX e os programas televisivos populares atualmente? Elencando suas materialidades, talvez, nos deteríamos a uma mera classificação de elementos que conformam dois gêneros midiáticos específicos. Entretanto, o movimento de encontrar, nos fenômenos culturais contemporâneos, marcas de diversas temporalidades exigem não só um mergulho nas formas como a cultura é representada nestes produtos, como também ver de que maneira a cultura, vista enquanto processo, se relaciona com os elementos históricos, políticos, sociais e econômicos. Convoca, portanto, o olhar analítico para a forma com que a televisão e seus produtos, historicamente, lidam com as experiências das classes populares, seu contato com narrativas e memórias vividas, a maneira como acionam elementos identitários que constituem os telespectadores enquanto sujeitos. São estes nós, pontos de encontro entre práticas de produção e práticas de leitura, que configuram o fazer, o exhibir e o consumir televisivos, constituindo-se em um jogo de mediações.

Nossa inquietação se encontra na abordagem específica sobre o popular construída no *Esquentar!*, comandado pela atriz e apresentadora Regina Casé, sob a tutela de Guel Arraes na direção de núcleo de prestígio da Rede Globo. Tomando este programa como ponto de partida do nosso problema de pesquisa, e levando em consideração os elementos históricos que conformam os diversos produtos televisivos, o *Esquentar!* nos indica um percurso específico em que o popular é problematizado na televisão brasileira. Chama nossa atenção a maneira como as questões relativas as experiências das classes populares têm um modo específico de operar não só no *Esquentar!*, mas também nos programas anteriores apresentados por Regina Casé dentro da TV Globo. Por isso, nosso objetivo de pesquisa aqui se propõe a analisar a relação entre matrizes da cultura popular e da televisão, a partir de uma análise cultural dos programas de Regina Casé na emissora carioca, desde o *Programa Legal* (1991),

passando pelo *Brasil Legal* (1995-1997), *Muvuca* (1998-2000), *Central da Perifeira* (2006), até chegar no contemporâneo *Esquenta!*, no ar desde 2011.

Partimos de um referencial teórico-metodológico sustentado pelos estudos culturais, que entende a cultura popular através da articulação do popular-massivo: o massivo como uma negação e mediação histórica do popular na medida em que se produz uma cultura que tende “a negar as diferenças verdadeiras, a conflitivas, reabsorvendo e homogeneizando as identidades culturais de todo tipo¹” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 119). Nossa proposta é buscar, através dos diversos momentos da história da televisão brasileira, como os mecanismos de acesso às experiências vividas pelas classes populares vão se transformando ao ponto de configurar a existência e naturalização de um programa como o *Esquenta!* na grade de programação da Rede Globo.

Nosso olhar pretende manter-se entre a maneira como os programas de Regina Casé constroem esse modo de acesso às matrizes populares, ao mesmo tempo em que se posicionam estrategicamente como um popular *diferenciado e inovador*. Neste sentido, estamos em busca do horizonte de expectativas e reconhecimento criado pelo campo de produção televisiva, especificamente pelos programas de Regina Casé no âmbito do Núcleo Guel Arraes na Rede Globo. Este caminho investigativo é acionado para observar como este popular, que se funda sob o valor da diferenciação, opera a partir das matrizes populares da sociedade brasileira.

Deparamo-nos com um panorama de pesquisas acadêmicas que abordam a relação entre a cultura popular e a televisão ou pelo entendimento das ferramentas comunicativas como mecanismo de comunicação popular – a folkcomunicação, como é conhecida no Brasil – ou pelo simples tratamento da qualidade dos produtos televisivos, ignorando as especificidades históricas que conformam os produtos de massa e a operação dos elementos da cultura popular na cultura massiva. Propomos uma análise destes programas de Regina Casé levando em consideração os processos de formação e definição dos seus produtos, de configuração dos gêneros televisivos e das marcas

¹ Tradução do original em espanhol: “a negar las diferencias verdaderas, las conflictivas, reabsorbiendo y homogeneizando las identidades culturales de todo tipo”. Todas as traduções de citações em língua estrangeira para o português, nesta dissertação, são de autoria nossa.

comunicativas das emissoras e suportes industriais. Levamos em conta também como estas marcas estão inscritas nas materialidades dos seus produtos, nas escolhas estéticas, nos contextos de legitimação, e na configuração do que é socialmente reconhecido, tanto pelo público quanto pela crítica. A nossa proposição é compreender a historicidade dos processos televisivos “com base nas relações entre os contextos mais amplos e os programas, buscando tensionamentos entre as continuidades e rupturas que os constituem em determinados espaços e tempos” (SILVA & GUTMANN, 2013, p.6).

A necessidade de uma análise historicizada do popular na televisão brasileira, para entender o processo de formação dos programas capitaneados por Regina Casé na TV Globo, surgiu do próprio percurso acadêmico desta pesquisa, no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da UFBA. O projeto inicial submetido para a seleção do mestrado propunha investigar a maneira como diversos programas contemporâneos da televisão brasileira pareciam acessar nossas experiências televisivas anteriores. Com o corpus empírico inicial formado pelos programas *Encontro com Fátima Bernardes*, *Na Moral e Esquentá!*, a proposta versava na análise de como estes programas, através de uma linguagem híbrida, nos remetiam a outras experiências históricas da televisão e da cultura popular, ao mesmo tempo, como havia neles um novo sentido que compreendia um momento histórico e político.

A maneira como o *Esquentá!* lida com diversas matrizes dos programas populares na televisão tornou-se central na primeira discussão do projeto e encaminhou a pesquisa para a construção do popular na Rede Globo a partir do *Esquentá!*. O primeiro exercício analítico com a análise do programa, numa articulação entre contexto comunicativo² e performance, demandou um esforço nosso em recorrer aos programas anteriores de Regina Casé. Um novo exercício com o *Esquentá!* nos levou a relações de autoria entre a apresentadora e o seu diretor de núcleo Guel Arraes. Na ocasião, este exercício analítico nos levou ao contato com o *Programa Legal* como primeiro espaço de experimentação de uma performance descontraída e extrovertida de Regina Casé, uma

² Contexto comunicativo é um operador utilizado por Gomes (2007) para análise de programas telejornalísticos que diz sobre o lugar da comunicação em um ambiente físico, social e mental partilhado. Seria um olhar para os modos como os emissores se apresentam, como representam seus receptores e como situam uns e outros em uma situação comunicativa concreta. De acordo com Gutmann (2013a), o contexto comunicativo possibilita ver como o sujeito que tem voz reconhece o outro e o posiciona no texto. “Pela observação dos contextos comunicativos dos programas, é possível fisgar papéis assumidos pelas instâncias de produção e propostos para o público, bem como as situações conformadas, que acionam partilhas ideológicas e culturais” (GUTMANN, 2013a, p. 31)

ferramenta de construção do popular sob as lógicas do humor. Surgia, então, como marca a relação entre a linguagem do humor com outras formas televisivas que abordavam a experiências das classe popular, entretanto, com um *tom* ou *estilo inovador* e *descontraído*. Nossa proposta de analisar historicamente a construção do popular ganha, então, um corpus empírico mais amplo, para dar conta dos movimentos de cristalização e de ruptura nestes produtos apresentados por Regina Casé.

Com o intuito de analisar historicamente essas diversas temporalidades, definimos nosso corpus empírico utilizando todas as produções de Regina Casé no âmbito da Globo, que transitam entre o entretenimento, o jornalismo e o programa de variedades³, os programas *Programa Legal* (1991), *Brasil Legal* (1994-1998), *Muvuca* (1998-2000), *Central da Periferia* (2006), e *Esquenta!* (2011-2016). O material empírico deste último foi definido pelos programas da temporada 2014, entre março e junho desse ano, e a temporada 2015, no período de janeiro à maio, compreendendo um total de 36 edições analisadas. Infelizmente, a progressão dos episódios não pode ser mantida por uma dificuldade nossa com a gravação de todas temporadas do período. A falta de acervos públicos para os programas televisivos tem sido um obstáculo para as pesquisas em televisão de caráter eminentemente histórico.

Para a composição do nosso corpus histórico, aqueles programas que não estão mais em exibição foram analisados a partir do Youtube, onde conseguimos encontrar algumas edições completas. Entretanto, não há uma recorrência e continuidade entre os arquivos disponíveis. Desta maneira, as críticas e reportagens televisivas da época de cada programa funcionaram, na análise, como uma alternativa para acessar os discursos sobre os produtos. Acessamos, a partir de acervos digitais disponibilizados na internet, conteúdos publicados nos jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo*, e *O Globo*, e nas revistas *Veja* e *Isto É*.

Iniciamos nossa investigação, primeiramente, com um capítulo teórico onde

³ Estas denominações aparecem no portal Memória Globo, do Grupo Globo. As marcações genéricas de todos os programas do corpus empírico constam a partir da aba entretenimento. Em cada hotiste do programa, com informações gerais sobre a produção, curiosidades e premiações, constam diversas referências tanto a programas de humor, entretenimento, variedades quanto de jornalismo, principalmente Programa Legal e Brasil Legal, período em que a direção de Guel Arraes tenta aproximar-se de uma linguagem mais documental. Ao longo desta dissertação, apresentamos argumentos a respeito destas marcas genéricas, a partir de outro entendimento sobre o gênero televisivo. O portal Memória Globo pode ser acessado em <www.memoriaglobo.globo.com>.

abordamos o popular através das propostas trazidas pelos estudos culturais. O capítulo que abre nossa discussão se desenvolve na intenção de estabelecer esse olhar específico que os estudos culturais convocam para analisar os produtos e linguagens da cultura midiática. Neste sentido, trazemos a ideia do popular como este lugar da ambiguidade, onde vemos como se constituem culturalmente os produtos e fenômenos da cultura contemporânea a partir da disputa por hegemonia, num cenário mediado pelas tecnologias da comunicação.

Seguimos as três obras fundadoras da corrente britânica – *The Uses of Literacy* (1957), de Richard Hoggart, *Culture and Society* (1958), de Raymond Williams, e *The making of the english working class* (1963), de Edward Palmer Thompson, para marcar a especificidade teórico-metodológica dos estudos culturais. Utilizamos as discussões a partir dessas obras sobre os elementos da cultura popular e suas reconfigurações pelos produtos da cultura de massa, e o esforço de ver como as experiências da cultura popular garantem sentido aos textos que circulam na cultura de massa.

Das contribuições matriciais desses autores, partimos para uma problematização sobre a cultura popular, seus produtos comunicativos e os fenômenos culturais, que se tornou cara aos estudos culturais, a partir das aproximações entre o viés do materialismo histórico e os estudos da linguagem. A partir de Stuart Hall, revemos como a cultura popular se inscreve na sua ambiguidade, no processo de clivagem que configura a cooptação e a resistência nos produtos da cultura popular-massiva. Com a chegada do pensamento de Hall à América Latina, influenciados pela obra de Antonio Gramsci, mostramos como os contornos do popular-massivo reforçam as especificidades históricas dos seus contextos a partir de Nestor Garcia-Canclini e Jesús Martín-Barbero.

Neste sentido, aparece nosso primeiro conceito metodológico, o de gênero televisivo, como um guia para construção de ângulos de análise do popular na televisão brasileira a partir dos programas de Regina Casé. Os gêneros, para Martín-Barbero (2008), acionam mecanismos de percepção e reconhecimento do popular, o que significa que não devemos olhá-lo como uma característica do texto, com marcadores ou etiquetas que definem formatos, mas como um “dispositivo de leitura, de produção de sentido, de “reencontro com o mundo” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 204).

O gênero como categoria cultural é tomado aqui como opção metodológica para investigar como os gêneros televisivos e suas marcas de constituição aparecem nas formas materiais dos seus programas, e também no reconhecimento destas marcas pelo público e pela crítica, uma maneira de dar conta do processo de formação e definição dos programas e dos gêneros televisivos. Isso significa pontuar que estes elementos em disputa não aparecem “de maneira uniforme, mas pelas disputas que configuram o que é socialmente reconhecido” (GUTMANN, 2014).

Para acessar a construção do popular nos programas, dois outros conceitos aparecem aliados ao conceito de gênero televisivo para operacionalizar o processo analítico. O primeiro deles, o conceito de contexto comunicativo, compreende os *enunciadores* (representados pelos mediadores dos programas), os *enunciatórios* (a audiência presumida que é figurativizada no texto) e as circunstâncias espaciais e temporais nas quais o processo comunicativo do programa se dá (GUTMANN, 2005, p. 51). Portanto, é um operador que se refere ao modo como os mediadores se apresentam e apresentam os seus interlocutores, abordando os lugares de fala que ocupam os sujeitos da enunciação no programa.

O olhar para a construção do contexto material e simbólico se torna profícuo com a articulação ao conceito de performance, entendida aqui como algo que se realiza em um contexto histórico e social específico, a partir de convenções e rituais (SCHECHNER, 2006). A performance da vida cotidiana cria realidades sociais de maneira que a noção do que é real é quase transparente. A performance sempre se relaciona a partir de uma expectativa do outro, daquele que está em contato com a performance, e faz sentido no consumo do ato performatizado. A performance é utilizada como um operador que revela este sentido de negociação de marcas culturalmente construídas, materializadas nas ritualidades dos programas específicos. Pensar a maneira como o popular se inscreve na performance significa estar atento as circunstâncias culturais específicas do ato performado.

Outro conceito metodológico central nesta pesquisa, o de estrutura de sentimento, percorre o terceiro capítulo, aquele em que fazemos um esforço de analisar as historicidades do popular na televisão brasileira. O conceito, proposto por Raymond Williams, nos possibilita entender a relação entre os diferentes elementos de um modo

de vida. A intenção do autor é entender que mudanças nas convenções artísticas, por exemplo, nunca são “ fruto de meras escolhas técnicas, todas as mudanças nos métodos das várias formas de arte estão essencialmente relacionadas com mudanças na estrutura de sentimento de uma dada sociedade” (GOMES, 2015, p. 8). Nosso capítulo desenvolve-se, então, na tentativa de analisar as diversas temporalidades a respeito do popular na televisão brasileira. Isso significou, no percurso histórico, ver como os diversos programas, em suas especificidades, convocam elementos dominantes e residuais da cultura popular brasileira, atuando no processo de reprodução do dominante-hegemônico, e o que surge nesses diversos tempos como um indício de ruptura, de transformação, e também de continuidades e cristalizações.

A partir desse quadro teórico-metodológico e contextual discutido nos dois primeiros capítulos, partimos para o capítulo que intitulamos como território analítico, espaço em que nos centramos em ver como se constroem, nos programas de Regina Casé, a diversas formas de operar o popular. Nos dois primeiros programas, *Programa Legal* e *Brasil Legal*, percebemos que há um reforço de aproximação da própria televisão às realidades brasileiras mais apartadas, apostando em uma linguagem que abordasse a vida cotidiana dos brasileiros sem apelar para estratégias de exploração do grotesco. Vimos que uma linguagem mais próxima à cultura juvenil vai tentar marcar um caráter inovador e diferenciado, inscrito nos discursos desses dois programas, entretanto, reapropriando-se de estratégias vistas em matrizes populares como os programas humorísticos e os talk shows mais populares. O *Muvuca*, terceiro programa apresentado por Casé, representa um afastamento da cobertura das manifestações culturais do Brasil, e se constrói na relação com o universo das celebridades, num contexto social marcado pela exposição da imagem, valores individuais, vida privada e vigilância. A partir de *Central da Periferia*, vemos uma volta da abordagem sobre as expressões da cultura do povo pela ótica do espetáculo popular, e também pelo entendimento do programa de televisão como um discurso, em defesa das minorias sociais.

Já em *Central da Periferia* podemos ver diversos movimentos que resultariam no *Esquentar!* e que já convocavam também os programas anteriores. A abordagem da cultura popular-massiva, a presença da plateia e a interação com o público, os convidados famosos e as atrações musicais enquadradas a partir de uma celebração da

vida cotidiana, são elementos que vão se modificando desde o *Brasil Legal* até chegar ao *Central da Periferia*. Com o surgimento do *Esquenta!*, temos a impressão de que é uma aposta do Núcleo Guel Arraes mesclar diversas linguagens exploradas nestas produções, a partir de formas bem sucedidas de abordar as condições das classes populares no Brasil, suas matrizes culturais e suas sociabilidades. Este modo específico de operar o popular nos programas do nosso corpus ganha sentido com uma análise da performance de Regina Casé. Antes de adentrarmos nas especificidades de cada programa, abrimos o capítulo analítico apresentando a trajetória da apresentadora e os discursos sobre a sua performance e a relação com seus programas na imprensa, para, então, relacionar estas construções discursivas com as materialidades dos programas.

Podemos observar, diante das contribuições de autores como Martín-Barbero, que o popular se constrói numa lógica de representações socioculturais. A capacidade que os programas de Regina Casé têm de materializar e de expressar o modo de viver e de sociabilizar das classes subalternas, por exemplo, aparecem em diversas estratégias, ao longo dos seus programas. Estes recursos simbólicos da televisão, para Martín-Barbero, são filtrados pelas classes populares, elas “reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 112). Neste sentido, os gêneros televisivos exibem como opera a cultura popular-massiva, a maneira como os elementos da linguagem televisiva nestes programas constroem promessas implicadas nas escolhas técnicas e estéticas, ao mesmo tempo o reconhecimento de quebras dessas promessas por parte da produção quando em contato com o telespectador. Dele, se cria também um horizonte de expectativas, que, através da sociabilidade, da memória histórica convocada pelo contato com diversas formas de construção narrativa da cultura popular, transforma seu consumo cultural em prática social.

Há um esforço, nesta dissertação, em entender a cultura popular-massiva a partir da televisão como um mecanismo de onde dividimos repertórios coletivos, representações e formas expressivas da nossa vida ordinária (FRANÇA, 2006, p. 25). A televisão cumpre um lugar identitário e, no caso brasileiro especificamente, chega a ser incongruente não entender as tentativas da televisão, enquanto instituição e forma cultural, em criar referências e partilhamentos comuns à cultura hegemônica brasileira, como é o caso histórico da Rede Globo no processo de integração nacional e de

construção da identidade brasileira. A televisão deve ser tomada, então, com um espaço da cotidiana, por isso, o popular-massivo nos dá acesso aquilo que a cultura incorpora das práticas da cultura de massa, a intensa hibridação, a maneira como constroem imaginários e se relacionam com o cotidiano das classes populares.

Cultura popular, formulada desta maneira, se articula com o trabalho desenvolvido no âmbito do recém-criado Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação (TRACC), que deixa de centrar-se em um único objeto empírico, através do extinto Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo⁴. As especificidades históricas que surgem a partir deste trabalho contribuem para uma articulação entre televisão, matrizes culturais e seus contextos político, econômico, social e cultural. Acreditamos nas contribuições desta dissertação para a pesquisa em televisão ao trazer uma perspectiva que vincula os meios de comunicação ao campo da cultura. A dimensão histórica que esta pesquisa assume corrobora com as propostas do TRACC, ao lidar com um instrumental teórico preocupado em investigar as transformações na comunicação. Ou seja, em vez de uma análise centrada especificamente na construção de cada programa apresentado por Regina Casé na Rede Globo, a análise historicizada e articulada aos estudos culturais permite enxergarmos historicamente como se dão os processos de disputa por hegemonia no âmbito da televisão, ao entender como as diversas temporalidades configuram continuidades e desconstinuidades na construção do popular especificamente nos programas do nosso corpus empírico.

Diante de um processo analítico amplo e entrecruzado por elementos político, econômico, social e cultural, que conforma a televisão no contexto do Brasil contemporâneo, vemos como os *media* se constroem em processos desiguais de poder. O entendimento da cultura como um local de convergência, via estudos culturais, indica

⁴ O Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo (GPAT), fundado em 2001 no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea (Poscom-UFBA), tinha como eixo investigativo a análise de programas telejornalísticos a partir da perspectiva teórico-metodológica dos *cultural studies* em associação aos estudos de linguagem, que implica a consideração de aspectos ao mesmo tempo históricos, sociais, ideológicos e culturais do telejornalismo. Após um longo percurso de refinamento das metodologias de análise, em 2016, o GPAT deixa de existir para dar lugar ao Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação (TRACC). O momento transitório marca uma ampliação dos nossos propósitos investigativos, que não são mais marcados por um objeto empírico específico, o telejornalismo. O TRACC assume a produtividade dos conceitos metodológicos utilizados anteriormente nas metodologias de análises do GPAT – a saber, modo de endereçamento, gênero midiático e estrutura de sentimento – para desenvolver instrumental teórico-metodológico que analisa produtos e processos comunicacionais com ênfase nos processos de formação, transições e/ou transformações na comunicação.

“questões diretamente propostas pelas grandes mudanças históricas que as modificações na indústria, na democracia e nas classes sociais” revelam para o estudo da cultura (HALL, 2009, p. 125).

Possibilita, portanto, ver como a história se localiza no pensamento sobre a cultura contemporânea. Um importante reforço dos estudos culturais, neste sentido, é o de entender as relações de poder no contexto da exploração e da subordinação, as relações entre ideologia e cultura. Por esta lógica, significa pensar os processos comunicativos e culturais a partir das relações que se estabelecem entre o social e o simbólico, e em como o trabalho de elaboração e produção da cultura, em todos os âmbitos, é de interesse público e político (SOVIK, 2009, p. 17).

2. LUGAR DE ANCORAGEM: O POPULAR PELOS ESTUDOS CULTURAIS

No campo das Ciências Sociais e Humanas, defrontamo-nos com diversas e distintas formas de empregar conceitualmente o termo popular. A principal referência que se faz, ao atribuir o sentido de popular, remete a ideia de elementos que são próprios do povo, algo no âmbito do comum e do usual. Esta primeira entrada no popular, bastante disseminada no senso comum, omite especificidades importantes para compreender as transformações da cultura popular e a sua relação com a constituição histórica da sociedade massiva. Entre os séculos XV e XVII, por exemplo, o termo tinha um forte sentido político: representava a ordem e a ação do povo para falar de um sistema político constituído e conduzido por ele (WILLIAMS, 2007, p. 318). Já no século XVIII, o popular era considerado também como algo em torno de uma ampla aprovação, o sentido de popularidade tomava um “produto popular” como algo benquisto. “Popular era considerado do ponto de vista do povo e não daqueles que buscavam favor ou poder sobre ele” (WILLIAMS, 2007, p. 318).

Neste mesmo período, referências vinculados ao povo persistiam, entretanto, disputavam com um popular que adquire um forte traço distintivo: a literatura popular *versus* a literatura de elite/ de qualidade; entretenimento popular *versus* belas artes e espetáculos da alta sociedade. Aqui, vemos que popular refere-se a uma qualidade de alteridade, tanto no sentido do vulgar quanto do exótico, atribuindo uma distinção social nas práticas culturais. Analisando isso historicamente, podemos perceber que os sentidos de popular são construídos a partir de referenciais de classe, do sistema político, e das práticas culturais. É somente no século XIX que cultura popular passa a ser considerada como “cultura realmente feita pelo povo para si próprio” (WILLIAMS, 2007, p. 319). Portanto, os produtos midiáticos adquirem valor simbólico a partir de uma separação entre um “autêntico” e um “outro popular” (GOMES, 2008, p. 63).

Os *cultural studies*, corrente teórico-metodológica que surge no contexto dos anos 1960 na Inglaterra, se colocavam contrários a uma perspectiva que enxerga na relação do popular um olhar para as tradições ou elementos cristalizados do folclore. Os estudos culturais recusam qualquer sentido do popular que se refira a uma estética da baixa cultura. Esta corrente investigativa originalmente britânica se firmou por um eixo de olhar específico para o “processo ativo e consciente de construção de sentido na

cultura” (GOMES, 2004, p. 107). A proposta de analisar a cultura compreendendo as “relações entre os elementos de um sistema geral de vida” (WILLIAMS, 1960, p. 12) abre espaço para compreensão da comunicação (e da cultura) como lugar de forças políticas e sociais amplas e difusas, o que nos leva a entender os *media* como constitutivos das práticas sociais. Diante desta totalidade, concebe-se a cultura como o lugar onde se naturalizam e se representam as desigualdades sociais, onde os textos midiáticos são operados e onde sentidos são construídos.

O que usualmente chamamos de Estudos Culturais é caracterizado por um certo modo de olhar (ou de abordar) os fenômenos sociais. Essa visada singular parte de uma concepção específica de cultura, que é vista como um espaço, ao mesmo tempo, antropológico e sociológico, um lugar caracterizado por diálogos, disputas e tensões; caracterizado por relações de poder (hegemonias) e suas contrapartidas contra-hegemônicas (GOMES & JANOTTI JR, 2011, p. 7).

As aproximações dos estudos culturais com as propostas do filósofo Antonio Gramsci, a partir do materialismo histórico, permitiram intelectuais como Raymond Williams compreender a cultura como processo constitutivo daquilo que é realmente vivido, o que implica, para Gomes (2004), pensar a cultura “a partir das condições materiais de existência” (GOMES, 2004, p. 139). Há um reconhecimento, em Gramsci, da cultura popular como “possuidora de uma particular tenacidade, uma espontânea capacidade de aderir às condições materiais da vida e suas mudanças e mesmo, às vezes, um valor progressista, de transformação” (GOMES, 2004, p. 142). As mensagens da cultura midiática ganham sentido quando são reelaboradas pela cultura popular, e os estudos culturais chegam até a substituir a expressão cultura de massa por cultura popular, para remeter à articulação das práticas populares na cultura.

O movimento reivindicado por Gramsci, ao abordar a cultura popular, pressupõe que a construção da direção política da sociedade revela complexas interações, cooptações e resistências entre as culturas populares e hegemônicas (ESCOSTEGUY, 1998, p. 1998 intro aos e.c). Este jogo de negociações revela os momentos em que a cultura popular resiste e impugna a cultura hegemônica, e os outros em que reproduz a concepção de mundo e de vida das classes hegemônicas. Portanto, para consolidação da perspectiva dos estudos culturais, Gramsci aparece como uma importante contribuição não só para o entendimento da cultura popular, mas também como reforço teórico para

firmar a corrente investigativa com uma proposta específica de entender a cultura como lugar de encontro da produção de sentido.

2.1 MATRIZES DO POPULAR: R. HOGGART, R. WILLIAMS E E. P. THOMPSON

Os estudos culturais não são qualquer estudo sobre a cultura. Melhor dito seria que os estudos culturais são uma corrente de investigação ligada à cultura contemporânea. Não significa simplesmente atrelá-los à comunicação porque, ao longo dos anos desde a sua fundação, os estudos culturais envolveram também outras áreas das Ciências Sociais e Humanas. Os estudos culturais surgem oficialmente na Escola de Birmingham, na Inglaterra, com a problematização do conceito de cultura, tentando englobar a cultura popular, ou cultura da classe trabalhadora, pelo viés do popular massivo. Entretanto, os estudos culturais sempre rejeitaram uma epistemologia que limitasse sua atuação a um campo ou uma escola teórica, e preferem trabalhar com a ideia de uma corrente investigativa. Por isso, apesar de ter a fundação de um centro em 1964, a fundação dos estudos culturais está relacionada a três obras fundadoras que foram publicadas anos antes: *The Uses of Literacy* (1957), de Richard Hoggart, *Culture and Society* (1958), de Raymond Williams, e *The making of the english working class* (1963), de Edward Palmer Thompson.

Munidas do referencial teórico do materialismo histórico, estas três obras pretendem promover uma transformação radical do conceito de cultura ignorando qualquer definição que entenda suas práticas como do âmbito meramente tradicional. A partir dos fenômenos de consolidação da cultura de massa, as propostas fundadoras dos *cultural studies* propõem que as transformações nas produções simbólicas não acontecem a partir de mudanças apenas na infraestrutura. Reivindicam, portanto, uma autonomia ao campo cultural e reconhecem tanto a maneira como suas práticas são cruzadas por elementos econômicos e políticos, como também a possibilidade que a cultura tem de definir os elementos da base produtiva da sociedade.

Essas três obras, que marcam a fundação dos estudos culturais, possibilitam entender a cultura como dimensão do sentido que unifica as esferas da produção e das relações sociais (GOMES, 2008, p. 66). Por isso, a vida material e simbólica são interligadas e exibem o lastro popular da cultura. As classes trabalhadoras eram

concebidas, naquela época, como desordeiras, vulgares, populacho. Estes pesquisadores posicionam-se contra uma noção de cultura que conceba ela mesma e as classes populares a partir de uma posição inferior. A recepção (consumo), mais especificamente, passa a ser vista como um local de construção de significado e não de submissão total à esfera política e econômica. Ao conceber as mudanças sociais vistas com a consolidação da cultura de massa, estes autores vão argumentar que estas transformações nunca são parciais: a alteração em qualquer elemento de um sistema complexo afeta seriamente o conjunto.

Tendo os estudos culturais como terreno para olhar os processos comunicativos sob uma perspectiva histórica e cultural, este capítulo segue em busca dos principais debates sobre o popular no âmbito dos estudos culturais. Inicialmente, propomos rastrear as matrizes das discussões do popular dentro dos *cultural studies*. Para firmar o popular como lugar de ancoragem do nosso trabalho, seguimos os três autores fundadores como ponto de partida para entender a constituição do popular-massivo. Utilizamos as três obras que fundam os estudos culturais na intenção de marcar a visada particular para os processos da cultura popular.

Posicionamos como matrizes teóricas as discussões trazidas por Richard Hoggart, a partir do livro *The Uses of Literacy*, obra que marca a fundação dos estudos culturais em 1957; por Raymond Williams, a partir de *Culture and Society*, e os avanços teóricos diluídos em algumas de suas obras e em textos relevantes para o conceito de cultura como modo de vida. Por fim, as proposições de E. P. Thompson, as suas contribuições com *The making of the english working class*, mais exatamente a maneira como ele analisa a classe trabalhadora, suas experiências e sentimentos de classe.

2.1.1 Cultura como expressão dos processos vividos

O interesse na produção de massa, nas estruturas que a fazem mover, e na relação desse sistema de produção com as classes populares vai marcar a publicação do livro *The Uses of Literacy* (1957), de Richard Hoggart, como uma das obras fundadoras dos estudos culturais. A partir de observações empíricas, Hoggart busca enxergar como a influência das publicações em massa está relacionada com atitudes comumente aceitas e investiga quais as resistências que surgem em relação ao novo (HOGGART, 2000, p. 5).

É com um certo tom pessimista que Hoggart realiza seu trabalho seminal para a formação dos estudos culturais, ainda que o movimento neste livro seja o de entender os efeitos⁵ causados na classe operária com a consolidação dos meios de comunicação de massa. Para Hoggart, a maioria dos livros sobre a cultura popular, por exemplo, descreve os aspectos particulares da vida do povo de uma maneira um tanto distante do que realmente se trata a vida ordinária da classe operária. A sua intenção, então, é definir o que seria realmente a vida deste povo, quais seriam as relações e atitudes características das classes proletárias, descrições feitas pelo autor a partir da sua experiência pessoal.

Hoggart tenta compreender algumas transformações ocorridas na sociedade inglesa a partir do processo de deslocamento da comunidade rural para o meio urbano. Por exemplo, as condições de trabalho diante da consolidação do capitalismo, que ele entende como uma negociação, e não algo compulsório que obrigou a constituição de um fluxo migratório. Tudo isso ocorre, segundo Hoggart, a partir da transformação dos meios de produção, da transformação econômica e, conseqüentemente, das transformações no âmbito da cidade, das trocas materiais e, ao mesmo tempo, das transformações culturais. Todas estas mudanças implicam em mudanças nos processos sociais vividos pela classe operária, transformações as quais indicam para Hoggart uma certa resistência do operário em ressignificar valores da ordem da tradição:

Não se trata de uma força de resistência passiva, mas antes de algo que, se bem que inconsciente, pode ser considerado como positivo. As classes proletárias possuem em elevado grau a faculdade natural de resistirem à mudança, adaptando ou assimilando, nas novidades, aquilo que lhes interessa, e desprezando todo o resto. (HOGGART, 2000, p. 17)

Ao considerar os modos de vida da classe operária, Hoggart observa como certos elementos que configuram as atitudes desta classe se aproximam de um sentido do pessoal, do concreto, do local. Por isso a importância das ideias de família e de bairro (HOGGART, 2000, p. 18). A família extensa rural se reconfigura para a vizinhança, a criação das vilas operárias e o deslocamento do bairro onde moram para o trabalho –

⁵ Ao contrário dos estudos dos efeitos, propostas teóricas e hipóteses da comunicação que procuram medir o impacto que os meios de comunicação têm sobre a audiência, em busca de efeitos mínimos ou máximos das mensagens comunicativas, Hoggart está interessado nas mudanças sociais a partir de fatores culturais, sociais e políticos. Em *The Uses of Literacy*, o interesse do autor “coloca-se precipuamente sobre a mudança nos hábitos de leitura e sobre a reinterpretação de valores básicos da cultura ocidental burguesa” (GOMES, 2004, p. 111)

mostrando que os valores são antigos, mas que são ressignificados, mantendo o que existe de fundamental em cada um destes valores. Existe uma preocupação da classe operária com o cotidiano, a rotina diária da sua casa e daqueles que compõem a sua comunidade

O autor está preocupado em perceber até que ponto subsistem na vida das classes trabalhadoras a presença de elementos antigos, observando como certos aspectos da vida contemporânea exerciam influência sobre os membros da classe, levando os indivíduos a modificar as antigas ou a adotar atitudes alternativas. A intenção de Hoggart é mostrar como a classe operária cria, no contato com o processo de urbanização e industrialização, formas culturais específicas, que expressam “as relações sociais básicas, as formas de vida de uma dada sociedade” (GOMES, 2004, p. 121). Ele vai analisar estas mudanças de valores a partir das estratégias das publicações em captar a vida cotidiana, apropriando-se de elementos como a liberdade, a igualdade e o progresso.

Ao mesmo tempo em que indica um processo de enfraquecimento dos consumidores da cultura de massa, Hoggart afirma que há um processo de retroalimentação, em que as publicações populares estrategicamente apontam para um certo nível de passividade do consumidor, que não questiona e aceita o que é dado sem mudança. Neste sentido, Gomes (2004) entende que as classes populares possuem uma forte habilidade para ignorar aquilo que não lhes interessa, e sobreviver às “mudanças adotando ou assimilando o que elas querem de novo” (GOMES, 2004, p. 119).

O foco do autor, neste quesito, é indicar o caráter múltiplo e multifacetado da vida da classe trabalhadora, os aspectos que configuram sua oralidade, a relação família e o senso de comunidade na configuração da cultura tradicional, como o concreto, o local, o pessoal modelam essa cultura. Hoggart recusava a noção de que os recursos culturais eram limitados e que o universo moral da classe trabalhadora era restrito. Esta classe tem, para Hoggart, a sua própria cultura e concebe a cultura popular como manifestação capaz de conferir ao indivíduo um referencial que o habilita a uma leitura diferencial dos produtos midiáticos.

A transformação radical empreendida em *The Uses of Literacy* possibilita vermos

a cultura na sua contemporaneidade, ou seja, como resultado de um processo de dominação e resistência. Um dos pontos-chave do seu trabalho, em *The Uses of Literacy*, está no reconhecimento de que os efeitos da massificação podem até existir, mas eles não se concretizam sem os fatores sociais, políticos, econômicos e culturais (GOMES, 2004, p. 120). A indústria do entretenimento não pode “atingir” a classe trabalhadora, sua maior fonte de consumo, sem antes se adequar aos aspectos culturais dela.

O que Hoggart fez, concretamente, em *The Uses of Literacy*, aquilo que tornou este livro tão decisivo para a fundação dos Estudos Culturais foi explorar um certo leque de atitudes próprias das classes populares de modo a mostrar que Elas representavam não o resultado de um processo simples de massificação, brutalização e lavagem cerebral das massas, mas eram mais matizadas, ambíguas e até incorporavam valores positivos que encontravam expressão na vida cultural da classe operária. Em outras palavras, Hoggart mostrou como a classe operária cria, no seu encontro com os processos de industrialização e urbanização, formas culturais específicas e, ao fazê-lo, mostrou que a produção e o consumo culturais expressam as relações sociais básicas, as formas de vida de uma dada sociedade. O pressuposto que guia *The Uses of Literacy* é o de que a cultura é expressão dos processos sociais básicos (GOMES, 2004, p. 121).

Gomes (2004) chama atenção para o fato de que o trabalho de Hoggart, neste sentido, contribui pelo seu aporte teórico-metodológico e também político. A reformulação do conceito de cultura contribui teoricamente ao reivindicar a cultura operária como objeto dos estudos sobre cultura da época – muitas delas ainda tinham como horizonte uma perspectiva da cultura associada às artes, à noção de alta cultura e à estética, que reforçavam os valores morais e criativos. Hoggart vai se preocupar com as subculturas operárias a partir de métodos próprios, que vão incluir a análise literária e às pesquisas etnográficas de campo, a consideração das culturas vividas, e uma atenção aos receptores concretos (GOMES, 2004, p. 121). Por isso, há uma preocupação em entender quem são os operários e como se constitui a classe trabalhadora, cuja análise convoca a situação social e cultural das classes populares, o que garante, portanto, o tom engajado ao trabalho de Hoggart. Por fim, ele chama atenção para o processo ativo e consciente de construção de sentido na cultura (GOMES, 2004, p. 122), que possibilita vermos a cultura como expressão dos processos vividos.

2.1.2 Cultura como modo de vida

O livro *Culture and society: 1780 – 1950*, escrito em 1956 e publicado em 1958, surge a partir das inquietações de Raymond Williams com as mudanças pelas quais passou o conceito de cultura no contexto da Inglaterra. Através de uma análise histórica da literatura inglesa, Williams percorre o uso das palavras na maneira como elas foram sendo modificadas, de acordo com alguns eventos sociais ocorridos no período analisado. Além disso, sua intenção era enxergar, neste percurso, o entendimento da cultura como um modo de vida. Williams começa a analisar o final do século XVIII, o século XIX e o início do século XX, até o ano de 1950. Para o contexto da Inglaterra, esta análise poderia dar conta de um processo que entendesse a cultura a partir do fenômeno da Revolução Industrial e como as mudanças no sistema produtivo trouxeram mudanças no modo de produção simbólico – não como um reflexo, mas como estes eventos contribuíram para mudanças no entendimento do que Williams vai chamar de “nossa vida em comum”, a constituição de nossas relações com os homens e com o mundo.

As aproximações com Gramsci permitiram Raymond Williams compreender a cultura como processo constitutivo daquilo que é realmente vivido, o que implica pensar a cultura a partir das condições materiais de existência (GOMES, 2004, p. 139). Williams acredita que o processo histórico poderia atuar como mapa para olhar mudanças mais amplas na vida e no pensamento indicados pelas transformações dos significados das palavras (WILLIAMS, 1960, p. xi). As questões em torno da palavra cultura se relacionam, segundo o autor, com as grandes mudanças históricas e, portanto, o desenvolvimento da palavra cultura funciona como um registro “de uma série de reações importantes e contínuas para essas mudanças no âmbito social, econômico e da vida política.” (WILLIAMS, 1960, p. xv).

A reivindicação de que a cultura é algo do âmbito comum, fora do âmbito estritamente comunitário, reforça o sentido de totalidade da vida, o que, para Williams, abrange os diversos elementos da vida humana, incluído os aspectos políticos e econômicos. Esta ideia de cultura comum vai ser desenvolvida pelo autor um pouco

mais tarde, no texto de 1958, *Culture is Ordinary*⁶. Em um tom bastante pessoal e descritivo, Williams se coloca como um narrador e descreve a experiência de transitar pela cidade em que morava em direção a catedral, observando o seu entorno pelo trajeto do ônibus. O que, afinal, une cada estágio percorrido pelo ônibus? É a palavra cultura que une a catedral, o cinema, os campos, os castelos, o ferro trabalhado da escarpa, as fazendas, o moinho, o gasômetro, as minas. Ou seja, ao longo da história complexa e tão contestada da palavra cultura, o termo já foi usado para designar todas essas coisas.

Para Williams, a cultura é de todos, mas não é igual para todos. Ela pressupõe a igualdade do ser, mas a desigualdade nos meios de produção impossibilita, na prática, o acesso aos processos básicos de igualdade. É neste sentido que o autor vai reivindicar um outro olhar para a cultura de massa, para aquilo que é produzido pela cultura popular, desqualificada pela classe dominante. Parte-se do princípio de que as transformações nunca são parciais – se um elemento de um sistema complexo muda, ele altera da mesma maneira o conjunto. Williams vê na classe trabalhadora a principal fonte de observação destas mudanças. “Modo de vida não implica apenas a forma de morar, a maneira de vestir ou de aproveitar o lazer; implica, sobretudo, formas de conceber a natureza da relação social” (GOMES, 2004, p. 128).

Em sua obra *Marxismo e Literatura*, lançada em 1971, as críticas ao marxismo e as proposições de uma teoria marxista da cultura são incorporadas com mais força política e discursiva, através da ligação dos estudos culturais com as ideias da Nova Esquerda. Nas primeiras linhas do livro, Williams ressalta seu olhar para as últimas décadas da primeira metade do século XX e localiza o livro “escrito [em] uma época de transformação radical” (WILLIAMS, 1979, p. 6). São tempos pós duas grandes guerras que modificaram as estruturas políticas, econômicas, sociais e culturais da Europa. É este contexto que move Williams em busca de uma abordagem marxista da cultura que dê conta destas transformações sociais vividas pelo seu tempo. O reforço é o de entender a cultura como modo de vida, como algo comum a todos, ao mesmo tempo dinâmico e movente.

Sustentado pelo materialismo histórico e em busca de uma teoria das

⁶ Aqui, usamos a versão publicada no livro “The Everyday Life Reader”, organizado por Ben Highmore (cf. WILLIAMS, 2002).

especificidades da produção cultural e literária material (WILLIAMS, 1979, p. 12), Williams destaca que a cultura não pode ser vista apenas como resultado do modo de produção capitalista ou tampouco como uma mera produção individual. Para ele, a cultura deve ser pensada no âmbito coletivo. Ao negar a cultura como artefato, rechaçando um viés puramente antropológico ou individual, Williams avança na compreensão da cultura popular, nos seus deslocamentos históricos e nos modos como se dão as relações com a sociedade. Aborda que todas as transformações nos âmbitos material e simbólico alteram a ordem social e evidenciam a produção relacionada da cultura.

Ela [a cultura] tornou-se dependente, secundária, “superestrutural”: um campo de “simples idéias”, crenças, artes, costume, determinado tipo de história material básica. O importante, no caso, não é apenas o elemento de redução; é a reprodução, de forma alterada, da separação entre “cultura” e vida social material, que tem sido a tendência dominante do pensamento cultural idealista. Assim, as possibilidades totais do conceito de cultura como um processo social constitutivo, que cria “modos de vida” específicos e diferentes, que poderiam ter sido aprofundados de forma notável pela ênfase no processo social material, foram por longo tempo irrealizadas, e com freqüência substituídas na prática por um universalismo abstrato unilinear (WILLIAMS, 1979, p. 25)

Ao investir numa análise cultural marxista e se afastar de uma tendência idealista, Williams recorre a Antonio Gramsci (1982; 1999a; 1999b) para trabalhar o conceito de hegemonia. Gramsci acredita que não podemos conceber processos de dominação pura, porque existe uma luta dentro do campo social. Por isso, propõe ao conceito de hegemonia ver a ideologia como valores e crenças, práticas de todo tipo, sem atrelá-la ao âmbito da consciência. Ao aproximar-se das ideias de Gramsci, Williams compreende a cultura como processo constitutivo daquilo que é realmente vivido, o que implica, pensar a cultura “a partir das condições materiais de existência” (GOMES, 2004, p. 139).

O foco nas práticas culturais, a partir de uma análise marxista, permitiu que Gramsci visse a cultura como espaço das práticas, das representações e da linguagem diante de uma totalidade complexa⁷, o que permite pensar neste ambiente de constantes

⁷ O entendimento das realidades políticas, segundo Gramsci, só era possível através da análise da totalidade e das complexas relações sociais que compõem o movimento dinâmico da história. Por isso, a noção de bloco histórico é cara ao autor italiano, por enxergar neste fluxo a ideia de conjuntura,

disputas de poder. Por isso, Williams vai dizer que a hegemonia ultrapassa a cultura, porque representa o complexo de forças sociais que garantem o funcionamento de um certo modo de vida. Se a cultura é vista como um modo de vida para Gramsci e para Williams, o hegemônico funciona como todo processo social, organizado por valores específicos de uma cultura dominante. E, aqui, Raymond Williams vai propor que o conceito de hegemonia vá além da ideologia:

A hegemonia é então não apenas o nível articulado superior de “ideologia”, nem são as suas formas de controle apenas as vistas habitualmente como “manipulação” ou “doutrinação”. É todo um conjunto de práticas e expectativas, sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuição de energia, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo. É um sistema vivido de significados e valores – constitutivo e constituidor – que, ao serem experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente. Constitui assim um senso da realidade para a maioria das pessoas na sociedade, um senso de realidade absoluta, porque experimentada, e além da qual é muito difícil para a maioria dos membros da sociedade movimentar-se, na maioria das áreas de sua vida. Em outras palavras, é no sentido mais forte uma “cultura”, mas uma cultura que tem também de ser considerada como o domínio e subordinação vividos de determinadas classes. (WILLIAMS, 1979, p. 112)

Assim, hegemonia é sempre um processo vivido de maneira plural, constituída de estruturas internas complexas. A complexidade do hegemônico via Gramsci permite Williams definir que não existe dominação vivida apenas de maneira passiva. Ele reivindica a sua renovação e modificação na forma de resistência, que desafia com pressões os limites de uma cultura dominante. A rigor, o conceito de hegemonia em Gramsci já supõe uma contra-hegemonia, ao conceber o enfrentamento como um caminho natural dentro do processo de hegemonia, já que toda totalidade tem suas contradições – uma perspectiva de Gramsci oriunda do materialismo histórico. Gramsci vê os processos de hegemonia como multideterminados, impossível de se pensar em uma única força determinante, o que possibilita Williams “acrescentar ao conceito de hegemonia o conceito de contra-hegemonia e hegemonia alternativa, que são elementos reais e persistentes da prática” (WILLIAMS, 1979, p. 116).

complexo de forças políticas, econômicas, culturais, e ideológicas que estão dirigidas pelas instâncias do Estado, da sociedade civil e da estrutura econômica. Obrigatoriamente, numa conjuntura, há a preponderância do poder. Neste sentido, Gramsci atribui a duas instituições o papel de construir a direção e o consenso: a sociedade civil e o Estado. Tendo como base a noção política de Estado-nação, que traz consigo a perspectiva totalizante da sociedade política, o conceito de hegemonia aparece como uma combinação de múltiplas esferas, que inclui até mesmo a dominação como mecanismo de uso da força do Estado.

As apropriações das propostas de Gramsci oferecem à teoria cultural de Williams um ganho no âmbito da contra-hegemonia, já que o conceito em si é tratado por Gramsci como algo natural dentro do processo vivido de uma hegemonia. Williams avança ao fazer um alerta para o processo analítico destas forças de resistência, ressaltando a importância de um olhar apurado para os elementos que configuram a contra-hegemonia. Ou seja, há reforço de que a resistência opera na sua relação dialética com o que é hegemônico, desta forma, “a cultura dominante produz e limita, ao mesmo tempo, suas próprias formas de contracultura”. (WILLIAMS, 1979, p. 116). Portanto, a ruptura se consolida exatamente naquilo que define a preponderância de poder.

Se a cultura é vista como um modo de vida para Gramsci e Williams, o hegemônico funciona como todo processo social, organizado por valores específicos de uma cultura dominante. Isso possibilita ver como a cultura de massa dominante opera dentro do popular e que é dentro da cultura popular que os textos da cultura de massa ganham sentido e são apropriados. Todo este leque se sustenta no desenvolvimento do capitalismo do século XX, o que exige o valor conjuntural dos processos hegemônicos. Isso significa que as formas e atividades ligadas a uma classe específica devem exibir a conflito entre classes de uma cultura e a maneira como as relações de dominação e resistência se articulam e se materializam nos produtos da cultura de massa.

2.1.3 Historiografia e experiência da classe trabalhadora

The making of english working class, de Edward P. Thompson, a última das três obras fundadoras dos estudos culturais, adquiriu à época status de uma “obra de ruptura”. Para muitos críticos e pesquisadores, o ganho da publicação está na maneira como trabalha o conceito de classe como uma formação histórica, e também a forma como investiga as relações entre “cultura patriciana” e “cultura plebeia. Thompson rompe a trazer uma análise da classe trabalhadora que se apropria de certas tradições históricas específicas, a historiografia marxista inglesa e a história econômica e do trabalho. Para ele, na análise histórica, é essencial perceber que os fenômenos sociais e culturais não estão ‘a reboque’, seguindo os fenômenos econômicos à distância: eles estão, em seu surgimento, presos na mesma rede de relações” (THOMPSON, 2001, p. 208).

Thompson empreende um mergulho na formação da classe operária inglesa no período de 1790 a 1830, para aprofundar-se no modo de vida característico dos trabalhadores, que está associado com um modo de produção em ascensão durante o período. Significa pensar que a classe e a consciência de classe vão se formando juntas a partir da experiência: é um processo sempre em formação, uma relação imanente. Por isso, interessava ao autor o movimento da sociedade, ou seja, as mudanças que caracterizam o período de transição entre um modo de produção agrícola e o modo de produção industrial – as relações entre o trabalho, a vida social, suas formas de expressão, a maneira como as práticas econômicas determinavam as práticas cotidianas, ao mesmo tempo em que elas eram resignificadas. Por isso, Thompson defende que a classe se encerra em sua própria especificidade histórica:

Para dizer claramente: as classes não existem como entidades separadas, que olham ao seu redor, encontram um inimigo de classe e se dispõem à batalha. Ao contrário: na minha opinião, as pessoas se encontram em uma sociedade estruturada de maneira determinada (fundamentalmente, em forma de relações de produção), que suporta a exploração (ou trata de manter o poder sobre aqueles que explora), identifica os laços dos interesses antagônicos, põe-se a lutar em torno desses laços: no curso deste processo de luta se descobre a si mesma como classe, chega a descobrir sua consciência de classe ⁸ (THOMPSON, 1991, p. 29)

A relação entre o material e o simbólico, entre a classe e o sentimento de classe, nos mostra que a classe é conformada de acordo com a maneira como os homens vivem suas relações de produção e seguindo a experiência de situações determinadas dentro de um “conjunto de relações sociais, com a cultura e as esperanças, [...], e como esses elementos colocam em prática essas experiências em nível cultural” (THOMPSON, 1991, p. 30). Desta forma, Thompson acredita que nenhum modelo pode oferecer um padrão ou unidade verdadeira da formação de classe, porque as classes se definem de acordo com sua especificidade histórica. A cultura popular constitui-se, então, como um campo de resistência e luta contra a exploração e, ao mesmo tempo, como um campo de disputa de interesses conflitantes.

⁸ “Por decirlo claramente: las clases no existen como entidades separadas, que miran a su alrededor, encuentran un enemigo de clase y se disponen a la batalla. Al contrario: en mi opinión, la gente se encuentra a sí misma en una sociedad estructurada de una manera determinada (fundamentalmente, en forma de relaciones de producción), soporta la explotación (o trata de mantener el poder sobre aquellos a los que explota), identifica los lazos de los intereses antagónicos, se pone a luchar en torno a esos lazos: en el curso de ese proceso de lucha se descubre a sí misma como clase, llega a descubrir su conciencia de clase. Clase y conciencia de clase son siempre el último y no el primer escalón de un proceso histórico real” (THOMPSON, 1991, p. 29, tradução nossa).

A compreensão sobre a formação da classe operária requer do autor uma reconstrução histórica que considere as particularidades de cada espaço e tempo, a maneira como se materializaram estes elementos no tecido social. Por exemplo, quando Thompson analisa a constituição de um sistema fabril, que dá conta de uma produção com base na exploração do tempo e do trabalho, ele consegue ver, anacronicamente, como as diversas experiências vividas pelos trabalhadores tinham matrizes na cultura plebeia, na forma como o lazer era apropriado para o processo de colheita e distribuição dos produtos agrícolas, regulados em períodos de entressafra. Isso possibilita considerar as lutas dos operários pelo controle da sua vida social vividas na própria experiência cultural.

Por isso, a cultura popular, para Thompson, era um campo de mudanças e constantes disputas, uma arena na qual interesses opostos apresentavam posições heterogêneas e conflitantes. A “cultura plebéia” não se autodefinia nem era isenta de influências externas. Assumia sua forma numa condição defensiva, em choque com os limites e pressões impostos pelos patrícios. Mais uma vez, aparece aqui o reforço feito por Thompson para entender a classe como uma formação histórica, e não exclusivamente uma categoria criada a partir de um fator externo. A relação trabalho e lazer, por exemplo, direciona o olhar de Thompson para a maneira como certas tradições são remodeladas através do tempo histórico, dando sentido a reivindicação que aparece nas três obras fundadoras dos estudos culturais: a ampliação de um conceito de cultura que dê conta das diversas relações que configuram a sociedade.

“[...] uma cultura é também um conjunto de diferentes recursos, em que há sempre uma troca entre o escrito e o oral, o dominante e o subordinado, a aldeia e a metrópole; é uma arena de elementos conflitivos [...] E na verdade o próprio termo ‘cultura’, com sua invocação confortável de um consenso, pode distrair nossa atenção das contradições sociais e culturais, das fraturas e oposições existentes dentro do conjunto” (THOMPSON, 1966, v.1 , p. 10).

Ao analisar a vida festiva da classe trabalhadora, Thompson concebe os momentos de lazer não só como uma ferramenta de escape social, mas como manutenção da pressão, da coesão, também da subversão. A diversão e o lazer como frutos da vida social carregam elementos de manutenção da ordem, da subversão do

trabalho e da lógica de produção. Thompson reconhece, então, a cultura popular como local privilegiado para entender como o erudito e o popular se cruzam. As diversões se opunham à lógica do trabalho e permitiam a reunião de pessoas (agremiações, associações e coletivos de classe) e, por isso, era no tempo do “não trabalho” que as classes trabalhadoras⁹ tinham oportunidade de pensar sobre o seu modo de existência fora da organização fabril, sua relação com os outros aspectos da vida (material e simbólica).

Segundo Thompson, as camadas populares criaram recursos que proporcionavam a leitura do mundo, e esses recursos ganhavam nos bares, tabernas, barbearias seu local de vivência. Nesses lugares, os trabalhadores operavam entre a oralidade e o intelecto a partir da troca de informações e experiências do mundo: liam-se panfletos políticos, alguns frequentadores ouviam discursos de um orador radical, as notícias dos jornais eram socializadas por quem era alfabetizado, podia-se obter informações por meio dos vendedores de cartazes e dos cantores de rua. Desta maneira, as experiências das classes populares iam construindo as narrativas do cotidiano, a sociabilidade ia conformando as identidades de classe. Por isso, Thompson chama atenção para como, no cotidiano, se estabeleciam importantes formas de resistência, muitas vezes manifestadas como desordem, deficiência, indisciplina. Para ele, isso está diretamente ligado ao próprio processo de auto-fazer-se das camadas populares (MELO, 2001, p. 15).

Para Hall, as abordagens de Thompson sobre classe e consciência de classe transitam em torno da conformação desta consciência e as condições que possibilitam viver a cultura popular, entre uma concepção de experiência no sentido mais comum de experiência, aquilo que é vivido pelo sujeito, e experiência como “domínio do

⁹ Aqui vale uma aproximação com o contexto brasileiro, por exemplo, se pensamos na formação das comunidades periféricas na cidade do Rio de Janeiro, a partir da libertação dos escravos. Ao mesmo tempo que suas formas de diversão ganhavam sentido dentro das favelas, a partir dos terreiros de candomblé, das rodas de samba nos bares, essas atividades eram consideradas pelas autoridades políticas como símbolo da indisciplina e sofriam forte repressão por parte da polícia. No livro ‘Desde que o samba é samba’, Paulo Lins (2012) recria o ambiente de surgimento da escola de samba no Largo do Estácio, berço do ritmo brasileiro e relata como as primeiras expressões do samba estão ligadas à boemia e às zonas de prostituição, o lugar dos excluídos, considerados indisciplinados para a ainda incipiente República brasileira. Em Salvador, os afoxés, espécie de cortejo que surgiram dentro dos terreiros de candomblé com o intuito de desfilar no carnaval de Salvador, tornaram-se símbolos da resistência negra, porque invadiam as ruas apresentando batucadas que tinham fundamentos na religião de matriz africana. No livro ‘Tenda dos Milagres’, de Jorge Amado (2008), o autor retrata a criação do afoxé Alafin Oyó e a repressão sofrida pelos negros na figura do delegado Francisco ‘Mata-Negros’.

vivenciado” (HALL, 2009, p. 133). O objetivo de Thompson é mostrar como as estruturas das relações são vividas e experimentadas. Portanto, tendo a cultura popular como esta arena de tensão, Thompson está preocupado em entender onde e como as pessoas experimentam suas condições de vida.

Na “experiência” todas as práticas se entrecruzam; dentro da “cultura” todas as práticas interagem – ainda que de forma desigual e mutuamente determinante. Nesse sentido a totalidade cultural – do processo histórico *em seu conjunto* – ultrapassa qualquer tentativa de manter a distinção entre as instância e elementos. A verdadeira conexão entre estes, sob certas condições históricas, deve ser acompanhada pelo movimento totalizador “no pensamento” durante a análise. (HALL, 2009, p. 134, grifo do autor)

Ao reivindicar um papel de importância para o processo no âmbito da história, Thompson reafirma seu sentido movente e dinâmico, algo inacabado e em processo de construção, a partir de conflitos e pressões determinantes, da mesma maneira que permeada por resistências. Por isso, é a experiência humana que convoca as diversas temporalidades, o presente, o passado e o futuro da existência. As relações são construídas levando-se em conta não só as forças e estruturas de dominação, mas também, a partir destes limites e pressões, como os membros de uma classe criam atitudes e valores de resistência de acordo com suas experiências de classe.

2.2 O POPULAR COMO ARENA DE CONSENTIMENTO E RESISTÊNCIA

Muito da consolidação dos estudos culturais enquanto um projeto político e intelectual se deve a Stuart Hall. Quando foi editor da *New Left Review*¹⁰, afirmava que todas as formas de expressão têm sua própria validade e todas exigem uma apreciação rigorosa (GOMES, 2004, p. 133). Hall foi o primeiro diretor do *Centre of Contemporary Cultural Studies* (CCCS), à convite de Richard Hoggart. Por isso, o autor chega a ser considerado como um dos mentores dos estudos culturais. Ao longo de mais de 60 anos de uma produção intensa de artigos e conferências, Hall empreendeu um esforço em

¹⁰ A *New Left Review* é uma revista política fundada em 1960 no Reino Unido, em circulação até hoje. Surge como ferramenta de divulgação do movimento da *New Left* (Nova Esquerda) no Reino Unido. A publicação, que tem E. P. Thompson como um dos seus fundadores, se consolidou a partir da fusão dos periódicos *New Reasoner*, *The Universities* e *Left Review*. O surgimento da revista tem como contexto a crise do canal de Suez, na África, em 1956. O movimento da *New Left Review* adotava uma perspectiva marxista, e rejeitava um processo revisionista das teorias marxistas, predominante no Partido Trabalhista inglês. Para ver o conteúdo da revista: <<https://newleftreview.org/>>. Acesso em 28 jan. 2016.

defender e revisitar os três autores fundadores dos estudos culturais, com a intenção de encontrar em seus projetos intelectuais referências para a formalização de um projeto político e intelectual que levasse em conta certas problemáticas específicas. Buscou, nas matrizes dos *cultural studies*, as complexas configurações em torno das classes sociais, do intenso jogo de poder dentro de um modo de produção específico, e da relação destes elementos configuradores da sociedade e da cultura com os sujeitos contemporâneos.

A preocupação de Hall era compreender em que medida a cultura de um grupo, mais especificamente das classes populares, funcionava como espaço de ruptura de uma ordem política e social vigente, ou, ao contrário, o modo como esses grupos aderiam às forças dominantes. Aqui aparece, então, uma deixa em suas contribuições para a problemática do termo “popular” e do conceito de “cultura popular”, bastante utilizado pelos intelectuais das Ciências Sociais. Em diversos textos publicados pelo autor, percebemos como a questão do popular lhe é cara e, assumindo esta importância investigativa, parece um esforço seu definir a amplitude de questões e problemas que giram em torno do termo popular.

A aproximação de uma perspectiva firmada no materialismo histórico une-se aos estudos da linguagem feita por Hall abre um leque de argumentos que permitiram pensar a cultura, a política e a comunicação levando em conta as lógicas da cultura dominante. Ao contrário de perspectivas que apenas investigam a sociologia das corporações culturais e comunicativa, Hall não ignora a capacidade que as indústrias culturais têm de se fazerem presentes no cotidiano das classes populares, mas reforça uma importante bandeira dos estudos de recepção que surgem a partir dos estudos culturais¹¹, o fato de que os receptores não consomem estes produtos sem existência de códigos culturais que os situam enquanto sujeitos:

¹¹ As preocupações de intelectuais como Louis Althusser e Mikhail Bakhtin em torno da ideologia, do caráter polissêmico da linguagem e do valor dialógico da comunicação, vão inspirar Stuart Hall em um modelo de comunicação apresentado num texto seminal dos estudos culturais. *Encoding/Decoding* articula quatro momentos de *práticas* da comunicação entendida como um circuito (produção, circulação, distribuição/consumo e reprodução), uma estrutura em dominância que tem um sentido preferencial por onde o discurso – e aqui, ele entende os discursos como a linguagem e os produtos da comunicação – percorre cada etapa. O texto trouxe uma importante contribuição a partir da ideia de que, ao consumir um discurso, estamos transformando esse discurso em prática social. Os três tipos de leituras apresentados por Hall – negociada, hegemônica e oposicional – abriram espaço para os chamados estudos de recepção, diversas pesquisas interessadas em analisar as interpretações que o público dá aos textos midiáticos, “ou, mais amplamente, o consumo ou uso que o público faz dos textos e das tecnologias da comunicação” (GOMES, 2004, p. 174).

As indústrias culturais têm de fato o poder de retrabalhar e remodelar constantemente aquilo que representam; e, pela repetição e seleção, impor e implantar tais definições de nós mesmos de forma a ajustá-las mais facilmente às descrições da cultura dominante ou preferencial. É isso que a concentração do poder cultural – os meios de fazer cultura nas mãos de poucos – realmente significa. Essas definições não têm o poder de encampar nossas mentes; elas não atuam sobre nós como se fôssemos uma tela em branco. Contudo, elas invadem e retrabalham as contradições internas dos sentimentos e percepções das classes dominadas; elas, sim, encontram ou abrem um espaço de reconhecimento naqueles que a elas responde. [...] Afirmar que essas formas impostas não nos influenciam equivale a dizer que a cultura do povo pode existir como um enclave isolado, fora do circuito de distribuição do poder cultural e das relações de força cultural (HALL, 2009, p. 238).

Ao contrário de uma concepção da cultura popular como algo cerrado em uma pureza e uma autenticidade, Hall acredita que a cultura popular é algo irregular e desigual em relação à cultura dominante, e o poder cultural é capaz de “desorganizar e reorganizar constantemente a cultura popular” (HALL, 2009, p. 239). É neste ponto que Hall defende este duplo movimento para análise do popular, ou seja, é preciso dar conta dos momentos de superação da ordem e das forças dominantes, seus espaços de resistência, ao mesmo tempo com foco nas formas consolidadas e cristalizadas que são intrínsecas à cultura dominante. Configura-se, para Hall, a cultura como um campo de batalha permanente.

O jogo entre a cooptação e a resistência diz respeito à maneira como a cultura comercial reúne elementos de apelo para o consumo dos seus produtos, mas também a maneira que inscreve neles elementos de reconhecimento e identificação, “recriação de experiências e atitudes reconhecíveis, às quais as pessoas respondem” (HALL, 2009, p. 239). O autor nos convoca a olhar os ruídos e ranhuras, as intermediações que exibem as contradições da cultura e como estas tensões funcionam no âmbito das classes populares. Hall trabalha com a ideia de processo, ou seja, entende que “os conteúdos mudam” e os valores culturais dos produtos vão se modificando (HALL, 2009, p. 236). A ideia de um processo, portanto, daria conta de englobar estes movimentos de entrada e saída desses conteúdos naquilo que Hall chama de “escala cultural”: o que interessava anteriormente e podia ser considerado popular, tempos depois perde seu valor de interesse social e acumula-se como uma tradição.

Quando analisa a cultura popular negra – e questiona que ‘negro’ é esse na cultura popular negra – Hall está interessado em entendê-la como um espaço da contradição, da contestação. Recusa, assim, qualquer simplificação que coloque a cultura do povo negro em uma oposição com a alta cultura. Ou seja, não podemos entender as especificidades históricas que compõem o negro e a cultura popular negra se tentamos considerar posições fixas e determinadas para as experiências da cultura popular. Em vez de buscar as formas como foram “deformadas” ou “cooptadas” pela cultura dominante, é preciso reconhecer exatamente como estas experiências conformam a própria cultura negra, ou seja, como ela mesma escreve a sua especificidade, sua experiência histórica.

Aqui, podemos indicar uma aproximação com as ideias trazidas por Thompson, por exemplo, ao considerar que a classe é uma categoria histórica e não se pode entender a sua construção sem levar em conta a maneira como, anacronicamente, as classes foram transformadas. Por isso, Hall quer enxergar nos elementos expressivos, musicais, na oralidade da cultura negra, nas suas obras literárias as maneiras como elas inscrevem a história de resistência como uma contranarrativa (HALL, 2009, p. 323). A análise da cultura popular negra permite entender o processo de exclusão em relação a cultura dominante e indica, ao mesmo tempo, os processos de reinvenção da cultura negra diante das pressões e limites impostos pelo que Hall chama de “cultura popular *mainstream*”:

O potencial reorganizador da cultura popular, neste sentido, está enraizado na experiência popular e, ao mesmo tempo, disponível para expropriação (HALL, 2009, p. 325), tanto por suas práticas sociais e estéticas próprias, como pela capacidade que a forma dominante da cultura global tem de mercantilizar, através das tecnologias e formas específicas do mundo contemporâneo, seus produtos e essas experiências populares. Ao analisar o *dancehall* na Inglaterra, ritmo musical que mistura as formas do reggae jamaicano, o hip-hop nova iorquiano e inglês, Hall está diante dos processos históricos que configuram uma identidade negra britânica. Neste mergulho investigativo, analisa a maneira pela qual esta subcultura surge dentro de uma comunidade periférica de Londres, como seu estilo e atitude se conformam a partir de condições das classes populares no centro urbano da cidade, estabelecendo-se uma cena do ritmo em bares e clubes das comunidades locais. A constituição de uma cultura negra e urbana na

Inglaterra, marcada pelas especificidades que constroem historicamente essa resistência cultural, evidenciam o percurso diaspórico dos africanos – entre África, Caribe e Europa – como algo da ordem de uma matriz. As experiências diaspóricas, para Hall, fortalecem a sua transformação, reinvenção:

[...] as identidades negras britânicas não são apenas um reflexo pálido de uma origem “verdadeiramente” caribenha, destinada a ser progressivamente enfraquecida. São o resultado de sua própria formação relativamente autônoma. Entretanto, a lógica que as governa envolve os mesmos processos de transplante, sincretização e diaporização que antes produziram as identidades caribenhas, só que, agora, operam dentro de uma referência de tempo e espaço, um cronótopo distinto – no tempo da *différance*. Assim, a música e a subcultura *dancehall* (salão de baile) na Grã-Bretanha se inspiraram na música e na subcultura da Jamaica e adotaram muito de seu estilo e atitude. Mas agora têm suas próprias formas variantes negro-britânicas e seus próprios locais. (HALL, 2009, p. 36)

Estas formas específicas e diversas que surgem a partir da própria produção da cultura negra revelam como os ritmos primitivos das músicas populares caribenhas são adaptados aos processos avançados de masterização e mixagem da música diaspórica. Por isso, Hall acredita que não se pode pensar numa origem para a cultura popular negra, basta apenas reconhecer um processo marcado pela luta e resistência, uma “cadeia tortuosa e descontínua de conexões” (HALL, 2009, p. 37). E por não ter uma origem, não podemos conceber as produções culturais negras a partir de um modelo que a posiciona na simples relação binária centro/periferia, ou, como atribui Hall, baseado numa perspectiva nostálgica e exótica da recuperação de ritmos (HALL, 2009, p. 38).

Para o autor, as transformações devem estar no centro do estudo da cultura popular, para reconhecer as tradições e práticas existentes e seu intenso e constante processo de reconfiguração¹². É como se, para ele, devêssemos reconhecer na cultura popular os diversos tempos históricos, a maneira como estas temporalidades indicam as diferentes relações com as formas de vida das classes populares, como ela entende e se

¹² Fazemos, aqui, um adendo sobre a produção dos estudos culturais impulsionada pelas publicações de Stuart Hall: há um reconhecimento sobre a preocupação da corrente investigativa com a problemática da cultura popular, que, junto à televisão, talvez sejam os temas majoritários nas análises publicadas pelos *cultural studies*. A noção de consumo cultural, a partir dos anos 80, redireciona o objeto de estudo das comunidades e classes populares para o modo como “subculturas específicas (grupos étnicos, homossexuais, feministas, adolescentes, culturas nacionais em desenvolvimento) mantêm e elaboram valores, identidade e ética autônomos (GOMES, 2004, p. 190). Assumimos, por conta da dimensão de uma dissertação de mestrado, a impossibilidade de recorrer a muitas das contribuições de alguns autores dos estudos culturais que abordam a questão do popular. Algumas destas análises podem ser vistas em Ang (1997), Radway (1997), Ross (1997) e Straw (1997).

relaciona com o “outro” e também como entende as suas próprias condições de vida .O estudo da cultura popular deve considerar que, ao longo da história, as classes populares não apenas pressionavam constantemente a sociedade, com suas formas específicas de luta e resistência, mas vinculavam-se e continuam vinculando-se à sociedade através das tradições e práticas, “por linhas de “aliança” e por linhas de clivagem” (HALL, 2009, p. 233).

2.3 O POPULAR E OS ESTUDOS LATINO-AMERICANOS

A publicação do texto sobre a codificação e decodificação do discurso televisivo, de Stuart Hall, marca um novo momento para os estudos culturais no início dos anos de 1980. A preocupação está em aplicar empiricamente uma análise sobre o discurso televisivo, levando em consideração os momentos de codificação e decodificação na forma de um circuito. O modelo para pensar a comunicação apresentado por Hall proporcionou um novo delineamento dentro dos estudos culturais (GOMES, 2004, p. 171) em busca de questões relativas à decodificação dos produtos televisivos no contato direto com a audiência.

Foi um movimento investigativo que começou a aplicar a metodologia encontrada em *Encoding/Decoding* nos receptores “de carne e osso”, dando conta da “natureza complexa e contraditória dos processos nos quais se opera o consumo cultural” (MORLEY, 1997, p. 30). São os chamados estudos de recepção, sustentados em um modelo de investigação que tornou possível a investigação empírica da recepção. Apesar de pontuarmos historicamente, na produção dos estudos culturais, um momento para o surgimento de diversas pesquisas, a questão da recepção já vinha sendo construída desde Raymond Williams, ao conceber a cultura como um processo social em sua totalidade através do qual os significados são socialmente construídos e historicamente transformados (GOMES, 2004, p. 171).

É com foco na recepção televisiva que os estudos de recepção emergem na América Latina em meados dos anos de 1980, com uma proposta reflexiva alternativa aos estudos de caráter funcionalista ou frankfurtianos, predominante na época. O conceito de “hegemonia”, proposto por Gramsci, e a perspectiva cultural sobre os meios de comunicação, a partir dos pesquisadores dos estudos culturais britânicos, vão

possibilitar um entendimento para a dimensão de classe na cultura popular através de propostas teóricas e metodológicas que levavam em conta o contexto de formação do popular nas sociedades latino-americanas.

Dos diferentes projetos investigativos latino-americanos que surgiram neste período, surge aquele coordenado pelo antropólogo argentino Néstor García Canclini. Com base nos estudos culturais, a preocupação do autor está nas questões de identidades e formações culturais na América Latina, com olhar voltado para seus processos sociais específicos. Nesta perspectiva, ele leva em conta as formações culturais de um povo que foi colonizado por potências europeias, que disputavam o mercado ultramarino (Espanha e Portugal). Preocupa-se em ver como os países dominados construíram seus processos democráticos e civilizatórios baseados no liberalismo e no iluminismo europeu, evoluindo para repúblicas construídas a partir do processo de luta contra o imperialismo. Canclini (2010) observa estes processos na construção das identidades latino americanas, levando em consideração o contexto de dependência do capital americano e de desigualdades resultantes do processo de disputa política, econômica e cultural do neoliberalismo e da globalização.

Chama a atenção de Canclini (2010) a coexistência, na América Latina, de culturas estrangeiras que sofreram um processo de mestiçagem ao longo do século XX, resquícios de um contexto político de descolonização do espaço latino-americano e de construção de novas nações. Ele atribui ao termo “heterogeneidade multitemporal” um fenômeno de construção de uma cultura híbrida, local onde são feitos ajustes e sujeições entre a cultura dos dominadores e a cultura dos dominados. O termo reforça um sentido anacrônico para a especificidade da formação cultural na América Latina a partir dos elementos históricos configuradores desta mestiçagem.

A partir das *culturas híbridas*, as identidades se modificam em relação às mudanças históricas das forças produtivas e das relações de conflito geradas pelo modo de produção. Por isso, o popular deixa de ser definido por elementos meramente internos das comunidades e passa a dar conta dos cruzamentos que compõem o campo cultural. A intenção do autor, ao convocar um estudo da cultura popular a partir do encontro necessário entre antropologia e comunicação, é interpretar, por exemplo, como os elementos mais tradicionais das culturas indígenas se reformulam em contato com a

indústria cultural; ou a maneira como artesãos redefinem suas técnicas e iconografia para conquistar novos consumidores em outros eixos mercadológicos (CANCLINI, 2007, p. 8).

Segundo Canclini (2001), este não deve ser apenas um movimento fixado nos valores que permanecem da cultura tradicional, mas sim na maneira como a cultura massiva se enriquece com as práticas populares, através de “dispositivos de enunciação, narrativos, estruturas melodramáticas, combinações de visualidade e o ritmo retirados do saber acumulado pelos povos¹³” (CANCLINI, 2001, p. 56). Ao analisar a maneira como os costumes se cristalizam nas classes populares, Canclini (2001) reconhece na cultura massiva seu papel referencial de acesso ao mundo das classes populares a partir do consumo dos produtos da indústria cultural. Por isso, ele caracteriza a cultura popular por sua capacidade intrínseca de se opor ao hegemônico, ao mesmo tempo também as possibilidades de se inscrever entre o dominante e o popular.

Canclini se aprofunda especificamente nas frágeis fronteiras do mundo e no papel das culturas-mundo, como ele atribui, na reconfiguração dos produtos midiáticos, por exemplo. Para ele, todos estes sistemas transnacionais fazem com que as mensagens que circulem por eles se “desfolclorizem” (CANCLINI, 2010, p. 168). Uma certa tensão aparece neste ponto com a ideia de que desfolclorizar pode causar o entendimento de um total esvaziamento, mas a convocação de Canclini está nos rearranjos que os novos fluxos e os sistemas estruturados provocam nas culturas populares. Por isso, as nações tornam-se cenários multideterminados, onde diversos sistemas culturais se interpenetram e se cruzam. “Hoje, a identidade, mesmo em amplos setores populares, é poliglota, multiétnica, migrante, feita com elementos mezclados de várias culturas” (CANCLINI, 2010, p. 166).

O termo “desterritorializar” dá conta destes fluxos entrecruzados que conformam o popular enquanto espaço de disputa pela hegemonia. Para ele, a criação, a difusão e também a recepção dos produtos culturais se fazem de maneira desterritorializada, ou seja, as lógicas do mercado subordinam “as conotações locais das obras, convertendo-as em referências folclóricas secundárias de um discurso internacional homogeneizado”

¹³ “dispositivos de enunciación, narrativos, estructuras melodramáticas, combinaciones de la visualidad y el ritmo tomados del saber que los pueblos acumularon”.

(CANCLINI, 2010, p. 167). Dentro deste panorama de fluxos e reconfigurações, o autor ainda percebe um movimento de reterritorialização, que afirma o local principalmente através dos meios de comunicação de massa, “rádios e televisões regionais, criação de micromercados de música e bens folclóricos, a “desmassificação” e a “mestiçagem” dos consumos engendrando diferenças e formas locais de enraizamento” (CANCLINI, 2010, p.170). Entretanto, para o autor, não se trata de decretar o fim da cultura local e definir uma cultura ampla, e sim conceber a maneira que os novos mecanismos de circulação e difusão do consumo reapropriam estas culturas ao mesmo tempo em que resistem,.

2.3.1 Martín-Barbero e o popular-massivo

Outro pesquisador que trouxe uma importante contribuição, no sentido de efetivar uma prática de investigação na América Latina a partir dos estudos culturais britânicos, foi Jesús Martín-Barbero. Espanhol radicado na Colômbia, Martín-Barbero teve um papel fundamental para consolidação de uma nova perspectiva do campo de comunicação nas escolas latino-americanas. Da mesma forma que Nestor García Canclini, ou talvez mais do que ele, quando pensamos nas aberturas que o conceito de mediação televisiva trouxe para a comunicação, Martín-Barbero está preocupado com as especificidades históricas e culturais que conformam as sociedades latino-americanas. Com o conceito de mediação televisiva, o processo comunicativo é visto a partir da sua totalidade complexa, e no contexto da América Latina, significa entender estes processos de reajuste e negociação entre as classes populares.

A forte influência dos estudos culturais britânicos contribuiu para Jesús Martín-Barbero pensar sobre a cultura popular, mais exatamente as contribuições do trabalho de Raymond Williams e as apropriações que os pesquisadores do *Centre of Contemporary Cultural Studies* (CCCS) fazem a partir do trabalho do filósofo italiano Antonio Gramsci. Com o primeiro, Martín-Barbero direciona sua investigação às dinâmicas dos processos culturais contemporâneos, entendendo a cultura como um modo inteiro de vida, levando em consideração o senso de movimento que o conceito convoca a partir de Williams. De Gramsci, interessava a Martín-Barbero o reconhecimento específico que se faz das condições materiais da vida presentes na cultura popular, que possibilita pensá-la como campo onde se constituem processos de dominação social e constituição de classes subalternas.

Apoiado nestes pilares, Martín-Barbero critica o simples entendimento da forma dos meios, das plataformas onde estão inseridas as mensagens da comunicação e da construção das suas práticas profissionais e de produção. Segue, então, em busca de um viés que permita entender as construções culturais da técnica, associado aos usos e apropriações das mensagens por parte da sociedade. Por isso, o entendimento do popular massivo como algo inerente à cultura contemporânea. Em *Dos meios às mediações*, livro lançado em 1987, Martín-Barbero busca compreender os processos comunicativos a partir de uma teoria cultural que dê conta da complexa e contraditória experiência cultural das sociedades contemporâneas. Seu objetivo, com isso, é consolidar reflexivamente um olhar para os meios de comunicação como constitutivos das práticas sociais. Para o autor, na América Latina:

[...] o popular “não fala unicamente a partir das culturas indígenas ou camponesas, mas também a partir da trama espessa das mestiçagens e das deformações do urbano, do massivo [...] as massas ainda contêm, no duplo sentido de controlar, mas também de trazer dentro, o povo (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.28).

Por isso, sua reivindicação é a de que não se pode pensar o popular deslocado do processo histórico que constituiu a cultura de massa, o que significa não ignorar o surgimento das classes populares e o movimento contraditório de constituição do popular massivo como um modo de existência contemporâneo. Martín-Barbero está em busca daquilo que, no hoje, faz com que certas matrizes culturais continuem em vigor e se conectem com a vida das pessoas, em uma espécie de narrativa anacrônica (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 30). Martín-Barbero está falando exatamente da relação histórica, que se vincula ao amplo debate no campo da comunicação, a respeito desse modo peculiar que os meios de comunicação têm de se aproximar do seu público. Com os *media* inseridos em uma lógica em dominância, que opera ideologicamente sobre a vida dos consumidores, Martín-Barbero (2008) reconhece que a incorporação das classes populares à cultura hegemônica tem diversas gêneses inseridas na “indústria de narrativas”, que ocupa, portanto, lugar primordial na vida das pessoas.

Encontramos uma análise bem aprofundada sobre estes processos anacrônicos, que marcam a cultura popular, por exemplo, quando ele utiliza como objeto o folhetim surgido em meados do século XIX. “A demanda popular e o desenvolvimento das

tecnologias de impressão vão fazer das narrativas o espaço de decolagem da produção massiva” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 175). Isto significava levar em consideração o fato do jornalismo atravessar a transformação do seu valor eminentemente político para adquirir valores do modo de produção comercial. Neste contexto, o folhetim surgia como primeiro tipo de texto escrito que dava conta de um certo modo de falar próprio das camadas populares, marcado por uma narrativa e uma forma de escrita específica. Se, para a crítica literária, interessava no folhetim os elementos distintivos da literatura, que o definiam como objeto de uma baixa cultura, no caso de Martín-Barbero, interessava entender o folhetim como um fato cultural que rompe com o mito da escritura para dar espaço a pluralidade de experiências literárias (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 176).

Martín-Barbero revela alguns elementos que chegam a configurar uma estética do popular. Por exemplo, ele atribui o sucesso massivo do folhetim a fragmentação do texto escrito em episódios, que se configura como a própria experiência literária da classe popular, ou seja, o texto escrito incorpora os cortes na narrativa a partir da leitura não-especializada popular. Nesta lógica, a periodicidade semanal dos folhetins se ajustava, como lógica produtiva, à fragmentação cotidiana inerente às classes populares: “a quantidade e a organização do texto em relação aos hábitos de consumo e às necessidades e possibilidades de leitura – semanal como o tempo de descanso e o recebimento do salário. Assim, para o autor, as tramas que operavam a produção comercial do folhetim promoveram a massificação da leitura. “É através da duração que o folhetim consegue “confundir-se com a vida”, predispondo o leitor a penetrar a narração, a ela se incorporando mediante o envio de cartas individuais ou coletivas e assim interferindo nos acontecimentos narrados” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 187)

Se a preocupação do autor, nesse momento, se concentra em cartografar os elementos da cultura popular que dão sentido às produções de massa, ele vai mostrar que as transformações na sociedade vão configurar novos modos das classes populares garantirem a heterogeneidade cultural através dos diversos produtos da indústria cultural. Encontramos na estrutura do folhetim um resíduo que conforma a telenovela latino-americana contemporânea, a partir do seu tempo e duração, e da sua permeabilidade à vida cotidiana, que inscreve sua narrativa na sociabilidade. São estes elementos que, para ele, constituem nas telenovelas “uma das chaves de sua configuração como gênero

e também de seu sucesso” (MARTÍN-BARBERO, 2008 p. 187). Elementos também vistos no cinema da primeira metade do século XX, principalmente pela matriz do melodrama:

A paixão que essas massas sentiram pelo cinema teve sua ancoragem mais profunda na secreta irrigação de identidade que se processava ali. [...] Foi essa cumplicidade secreta entre o cinema e *seu* público – toda a adesão que o cinema suscitava nas classes populares era motivo de desprezo e rechaço por parte das elites – o que o *star system* passou a estimular e ‘explorar’. A indistinção entre o ator e o personagem produzia um novo tipo de mediação entre o espectador e o mito. Mediação que tinha no espaço da tela um dispositivo específico: o *primeiro plano*, com sua capacidade de aproximação e fascinação, mas também de difusão e popularização do rosto dos atores: fora da tela, essa mediação contava com a imprensa enquanto dispositivo muito eficaz de referenciação e tradução do mito em valores e pautas de comportamento cotidianos. A ideologia convertia-se em *economia*: era a identificação sentida e o desejo mobilizado pela “estrela” o que permitia a rentabilidade dos filmes. Nesse movimento, que reconciliava a arte com o *sensorium* das massas, estas eram incorporadas a uma nova experiência de subjetividade (MARTÍN-BARBERO, 2008, 203-204)

Para Martín-Barbero, no contexto de expansão do cinema nas lógicas dos mercados internacionais, mais do que um gênero, o melodrama foi a própria operacionalização do cinema no seu âmbito político e estético. O interessante, nesta perspectiva, é a forma como o autor reconhece o duplo funcionamento dos sentidos estético e político do popular: pensar o sucesso expansivo do cinema dos estúdios, por exemplo, acionava o desprezo que as elites tinham das classes populares e das suas formas de divertimento, consagrando um sentido “pejorativo e vergonhoso” à palavra melodrama. Mais do que um adjetivo, importa para o autor enxergar como a dita vulgaridade de uma estética popular, ao mesmo tempo que posiciona politicamente uma relação de classes sociais na operação da lógica dominante, revela o valor de resistência que estas experiências carregam, fortemente inscritas pela desigualdade.

As discontinuidades auxiliam a percorrer o surgimento das classes populares e compreender como o modo de existência do popular se reconfigura com a formação das massas, do intenso processo de urbanização e das desigualdades sociais que constroem os laços sociais destas classes, “a desarticulação do mundo popular como espaço do Outro, das forças de negação do modo de produção capitalista” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 225). Martín-Barbero (2008) vai reconhecer que a televisão, por exemplo,

trabalha a partir de uma lógica que “odeia as diferenças” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.319). Entretanto, é preciso reconhecer que na televisão existem ranhuras, ruídos marcados pelas contradições que expressam como a diversidade cultural é acionada para reforçar as lógicas da sua produção e do mercado. Para o autor, esses momentos de disputa, dentro dos produtos televisivos, podem ser visto na entrada do humor na relação com o povo:

É só no espaço da comicidade que a televisão se atreve a *deixar ver* o povo, esse “feio povo” que a burguesia racial quis a todo custo ocultar. Só aí a televisão se trai, ao mostrar sem pudor *as faces do povo*. Mais uma vez, o realismo grotesco do cômico se faz espaço de expressão dos de baixo, que nele se dão uma face e apresentam suas armas, sua capacidade de paródia e caricatura. E é também nesses programas que as classes altas, as oligarquias, são ridicularizadas e, mais ainda que elas, os que tentam imitá-las. O alvo das piadas mais refinadas será a nova classe média, que está com a grana... mas sobe pelas paredes! (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 320, grifos do autor).

A maneira como os programas cômicos, por exemplo, a partir de encenações de temática racial, convocam os traços do popular, reafirmam o processo histórico de desigualdade das classes populares e garantem, ao mesmo tempo, o lugar do povo na televisão a partir do rir de si mesmo, de fazer graça com seus problemas sociais e que configuram o modo de existência das classes populares. Por esta lógica, Martín-Barbero (2008) reforça o sentido político do popular, que exige da política uma renegociação com suas formas de se estabelecer a partir do televisivo. O sentido estético do popular é convocado pelo reforço na experiência de consumo cultural, a maneira como a gramática televisiva aciona da política uma adequação no nível das sensibilidades. Seria aquilo que dá acesso a um certo eixo do olhar a partir do qual a política invade as residências e se apropria, em seu próprio discurso, dos elementos do âmbito do corpo e do gestual, “isto é, a materialidade significativa de que se constitui a interação social cotidiana” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 14).

2.2.1 A cultura popular pela ótica da realidade brasileira

Com um esforço de criar uma perspectiva ampla sobre as problemáticas que envolvem a cultura popular, tentamos percorrer contribuições de autores ligados aos estudos culturais, por acreditar na singularidade das proposições teórico-metodológicas tanto nas investigações sobre cenários e fenômenos, como nas análises empíricas que

levam em conta a totalidade dos processos sociais e comunicacionais. Dos autores fundadores, passando pelas pesquisas valiosas de Stuart Hall, Nestor Garcia Canclini e Jesús Martín-Barbero, conduzimos nosso olhar também para maneira como a cultura popular é abordada a partir de uma perspectiva brasileira, ou seja, que se apropriam dos contextos de formação histórica e culturais do Brasil para analisar a relação entre a comunicação e a cultura especificamente no país.

Em relação aos estudos sobre a cultura no Brasil, identifica-se uma quantidade de pesquisas que se apoiam a níveis bibliográficos, referenciais e conceituais com a corrente inglesa, entretanto, muitas delas se desenvolvem sem ativar um pertencimento ou uma ligação direta com os estudos culturais (TROTТА, 2011, p. 115). Seria o caso, por exemplo, do sociólogo Renato Ortiz: ainda que suas propostas temáticas e teóricas se aproximem do que é trabalho na perspectiva dos estudos culturais, Ortiz “reluta em classificar-se como praticante dos Estudos Culturais” (TROTТА, 2011, p. 115). Com observa Trotta (2011), apesar da relutância, o autor é comumente pontuado como um dos exemplares intelectuais dos estudos culturais na América Latina, referência atribuída por Jesús Martín-Barbero, principalmente pela maneira como o Ortiz aborda os movimentos do capital global na realidade social política e cultural brasileira.

Os conceitos, ideias, temáticas e interpretações contidas em sua obra [...] consolidam uma vertente de estudos sobre mídia de massa no Brasil, nutrindo forte simpatia pela transdisciplinaridade e pela diversidade de fontes, atravessadas por uma clara intenção política de valorização da cultura como campo privilegiado de ação popular e sociabilidade. [...] o livro *A moderna tradição brasileira* reflete uma série de preocupações colocadas pela sedimentação de um robusto mercado de entretenimento massivo no Brasil, acompanhando tendências internacionais que aportavam nos meios de comunicação de massa através do rádio, cinema, publicidade, televisão, discos, livros e revistas (TROTТА, 2011, p. 117).

No livro citado acima, Ortiz (2001) promove um debate sobre a configuração da cultura massiva no período da ditadura militar de 1964. Seu interesse, neste livro, é interpretar a atuação do Estado autoritário na organização da cultura., e, nesta abordagem, o autor descreve a produção cultural do país no período a partir das relações com órgãos e instituições de promoção da cultura brasileira. Aproximando-se da perspectiva dos estudos culturais, o autor vê a ideia da cultura brasileira ufanista do período militar, ou seja, mantida pela hegemonia do Estado, como um contexto que

promove olhares para identidade nacional a partir da lógica da dominação cultural e da desigualdade social.

Renato Ortiz empreende uma cruzada rumo as discussões sobre a sociedade do consumo, principalmente aquilo que diz respeito a um processo de despolitização da sociedade e despolitização das massas. Para além de um simples processo de modernização, que promoveria uma incapacidade das massas em se aproximar de uma cultura de elite, Ortiz acredita que essa ‘despolitização’ se vincula essencialmente com a própria lógica da indústria cultural. A partir de Habermas, por exemplo, percebe-se como os espaços da esfera pública, a partir do século XIX, perdem um caráter político pelo fato de que a produção de bens simbólicos se fundamentava por uma demanda de mercado.

Ortiz passa, então, a observar como se procedeu esta transição, a partir do contexto de modernização, no caso brasileiro o mesmo tipo de lógica. O gancho importante encontrado pelo autor é que, na situação do Brasil, o processo de modernização favoreceu não só uma demanda de mercado, mas estas estratégias foram beneficiadas pelo próprio reforço político do Regime Militar (ORTIZ, 2001, p. 155). Ou seja, o aparelho do Estado foi o agente de modernização e responsável pela propagação de uma nova ordem social de maneira coercitiva:

A nível estrutural ela [modernização] acompanha o processo de transformação da sociedade como um todo; a nível da esfera política, ela expressa o lado autoritário do regime militar. Talvez pudéssemos dizer que no caso brasileiro houve uma conjunção de forças que se concentraram num determinado período, favorecendo o ajustamento acelerado dos indivíduos às novas normas de organização da sociedade. (ORTIZ, 2001, p. 160)

Para conceituar a cultura popular, tendo como contexto social e político os anos de chumbo, Ortiz (2001) identifica uma preponderância nos estudos da cultura popular no Brasil por um viés folclorista. Muitas dessas produções versavam sobre manifestações culturais regionais, como uma forma de consciência que se opõe ao Estado centralizador. Essa perspectiva majoritária até os anos 60 do século XX, tradicionalista e conservadora, dava conta apenas dos elementos que configuravam o imaginário popular da ordem do passado, de uma essência que conformava uma brasilidade.

Com a dimensão do trabalho de Paulo Freire, a cultura se transforma em ação política junto às classes subalternas, e a comunicação podia ser um mecanismo de direção política para um projeto alternativo ao que vigorava na época. Para Ortiz (2001), o cinema novo e a estética da fome tematizavam o subdesenvolvimento brasileiro para despertar no espectador a consciência da sua própria miséria. O que o cinema novo buscava na cultura popular era oferecer as classes populares “consciência crítica dos problemas sociais. Movimento que caminhava ao lado da questão nacional, pois, de acordo com o pensamento dominante, a “autêntica” cultura brasileira se exprimiria na sua relação com povo-nação” (ORTIZ, 2001, p. 162). É exatamente com o advento da indústria cultural no Brasil que Ortiz (2001) reivindica uma virada sobre a perspectiva do popular – seu caráter eminentemente folclórico e funde a emergência do mercado de bens simbólicos:

Tanto o ponto de vista folclorista como o outro percebem a questão popular e do nacional em termos que apontam, seja para conservação da ordem tradicional, seja para transformação da situação presente. No caso da moderna sociedade brasileira, popular se reveste de um outro significado, e se identifica ao que é mais consumido, podendo-se inclusive estabelecer uma hierarquia de popularidade entre diversos produtos ofertados no mercado. Um disco, uma novela, uma peça de teatro, serão considerados populares somente no caso de atingirem um grande público. Nesse sentido se pode dizer que a lógica mercadológica despolitiza a discussão, pois se aceita o consumo como categoria última para se medir a relevância dos produtos culturais. (ORTIZ, 2001, p. 164)

A consolidação de um mercado de bens culturais no Brasil acaba por transformar a própria noção de nacional. A televisão no Brasil se associou a uma concepção como um mecanismo de integração nacional, apoiada pelo regimento político da época para construir uma sociedade moderna e equivalente aos investimentos econômicos que previam a criação de mercados locais. A “nação integrada”, como aponta Ortiz (2001), representava neste contexto a relação dos potenciais consumidores e o nacional passa a ser atrelado ao mercado – isso leva a pensarmos, em vez de uma cultura nacional-popular, uma cultura mercado-consumo (ORTIZ, 2001, p. 165).

Este imbricamento entre uma identidade que valoriza os aspectos nacionais a partir da lógica mercadológica aparece nas atividades do Instituto Nacional do Cinema e da Embrafilmes, entre os anos 60 e 70, com o desenvolvimento de produtos cinematográficos voltados especificamente para a conquista de novos mercados – o que

deslegitima, à época, as produções do cinema-novo, por exemplo, por um apuro estético que restringia o público consumidor. “Para os intelectuais da nova indústria cinematográfica, o esteticismo e a arte (na sua dimensão política ou não) se associavam ao “elitismo” dos pequenos grupos, em contraposição à “comunicação universal” do mercado” (ORTIZ, 2001, p. 168).

As contribuições de Renato Ortiz para pensar a cultura popular no Brasil apareceram em 1988, com a publicação de *A moderna tradição brasileira*, e abordamos suas questões inicialmente pela proximidade com nossa proposta investigativa nesta dissertação, exatamente a maneira como ele explora o surgimento da indústria cultural no Brasil. Entretanto, outras pesquisas anteriores deram conta de aproximar o contexto brasileiro à visada específica sobre a cultura popular pelos estudos culturais. Um dos deles advém ainda do campo das Ciências Sociais. A publicação do livro ‘*Cultura de Massa e cultura popular: leitura de operárias*’, de Ecléa Bosi, em 1972, deu uma importante contribuição para as futuras pesquisas de recepção que surgiriam mais tarde com a consolidação do campo da comunicação no Brasil.

A obra tem o objetivo de discutir as perspectivas culturais do trabalhador dentro dessa sociedade, tendo como contexto o desenvolvimento da indústria cultural. Bosi (1977) investiga a realidade que se estrutura a partir das relações sociais no âmbito da sociedade industrial, problematizando a cultura popular diante da cultura predominantemente marcada pelas tecnologias da informação. A etapa empírica do trabalho Bosi (1977) realiza a partir de um estudo qualitativo, de caráter etnográfico, com 52 operárias de uma fábrica na zona oeste de São Paulo, buscando entender como as operárias consumiam produtos culturais. Para isso, definiu um recorte a partir do consumo de jornais, revistas e livros. A opção pelos produtos impressos surgiu porque, para a autora, diferente do rádio e da televisão, os materiais impressos envolvem um ritual: vamos às bancas e locais de venda, examinamos e escolhemos o que nos afeta. E aquilo que interessa a Bosi é exatamente ouvir das operárias as motivações e escolhas para cada tipo de produto.

Na pesquisa, Bosi (1977) ressalta um certo imbricamento entre aquilo que é da ordem do passado e aquilo que aparece como um elemento novo. A autora reconhece, na cultura popular, uma capacidade de assimilar novos significados, sempre em fluxo

contínuo e dialético. Isso significa, para ela, enxergar como a cultura de massa se apropria dos elementos da cultura popular, quando reconhece, por exemplo, que os produtos das indústrias culturais procuram absorver os processos que compõem os novos meios: as estratégias ilustrativas dos periódicos em explorar uma capacidade visual dos textos, ou as histórias em quadrinhos que recorrem aos folhetins do século XIX. O reforço de Bosi parece transitar entre uma defesa de elementos tradicionais que são ressignificados pelas mudanças sociais e uma apreensão diante do poder da cultura de massa sob a cultura popular:

Ante a pergunta – “A cultura de massa vai absorver a cultura popular?” –, podemos pensar em outra pergunta: – “A cultura popular / vai absorver a cultura de massa?” Tanto do ponto de vista histórico quanto do funcionamento, a cultura popular pode atravessar a cultura de massa tomando seus elementos e transfigurando esse cotidiano em arte (BOSI, 1977, p. 55)

Nas entrevistas realizadas, Bosi (1977) tenta dar conta das condições que inscrevem a relação entre as experiências de classe e o consumo dos produtos midiáticos. A falta de estudo, por exemplo, aparece nas respostas das operárias sinalizando a leitura de revistas e jornais para suprir a deficiência educacional da maioria delas. A rotina exaustiva das fábricas levava muitas das operárias ao total desinteresse pelo processo de aprendizagem. Aquelas que consumiam os periódicos, sentiam falta de mais livrarias e bancas de revistas no caminho da fábrica e acessavam os materiais impressos que eram vendidos por Kombis, que paravam nas portas das fábricas. A escolha pelos conteúdos limitava-se a oferta das kombis: fotonovelas, horóscopo, vida de artistas, revistas sentimentais, entre outros.

As revistas eram as preferidas pela maioria dela, e muitas justificaram a escolha pela estética atraente de muitas destas publicações. Valorizavam o caráter sentimental dos seus conteúdos porque funcionavam como válvula de escape, diante das condições difíceis de trabalho nas fábricas durante este período. Muitas relataram procurar nestes conteúdos conselhos que respondessem às pequenas vitórias diárias, à busca pelo prestígio social, ou que afagassem suas frustrações e incertezas. Uma espécie de consolo para suas condições e experiências proletárias.

Nestes periódicos, aguçava o interesse das operárias também a vida dos artistas da

indústria cultural, a curiosidade pela vida íntima dos ídolos, seduzidas muitas vezes por uma representação desses ídolos como “gente comum”. Algumas delas chegam a relatar que compravam as revistas pelo pôster do cantor Roberto Carlos, que vinha impresso junto com a revista. As próprias revistas, enquanto material impresso, funcionavam como um mecanismo de sociabilidade: essas revistas circulavam pelas operárias, os empréstimos entre elas possibilitavam a troca de informações, os momentos de lazer e distração de um grupo social. Bosi (1977) reconhece a permanência de certas tradições populares na cultura de massa, como por exemplo a estratégia narrativa das fotonovelas a partir de uma matriz do folhetim do século XIX. e reconhece como a cultura popular é atravessada pela cultura de massa.

Outra pesquisa direcionada à recepção, tendo como foco um grupo de operários, foi desenvolvida pelo jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva. Influenciado pela chegada das propostas de Jesús Martín-Barbero no Brasil, o autor resolveu ir a campo para investigar o conceito de mediação em duas comunidades operárias, Lagoa Seca (Natal – RN) e Paicará (Guarujá – SP). O objetivo era analisar como os membros desses grupos operários consumiam criticamente os conteúdos exibidos pelo Jornal Nacional durante a época. Apoiando-se em perspectivas teóricas que convocavam uma análise crítica e política das condições históricas que conformam as classes populares, ainda que não consiga adentrar de maneira conjunta em todas essas especificidades, o estudo de Lins da Silva (1985) consegue romper os pressupostos teóricos da Escola de Frankfurt, vistos majoritariamente nas pesquisas acadêmicas sobre os meios de comunicação brasileiros ainda na formação do campo.

O argumento inicial do autor, que foi igualmente concluído diante dos resultados do que ele chama de “pesquisa-ação” de campo, era o de que as classes populares se apropriam das mensagens da televisão e decodificam seu conteúdo, mesclando-o com os conteúdos da cultura popular, gerando assim uma nova interpretação das mensagens. Há uma tentativa bastante firme no trabalho de Lins da Silva de quebrar um certo mito do senso comum, que vinha sendo reproduzido nos estudos em comunicação, de que o homem comum, em sua maioria advindo das periferias rurais, compunha uma massa acrítica e desprovida de referencial cultural.

O estudo do autor mostra o contrário: quanto maior o acesso das classes

trabalhadoras a outras fontes de informação, mais elas se posicionam criticamente diante das mensagens televisivas. Por isso, o autor reivindica a inexistência de uma decodificação universal. Segue a perspectiva de Stuart Hall para dizer que há, sim, uma leitura diferenciada das classes populares, já que não podemos considerar a audiência como um corpo homogêneo e lidamos com um processo comunicativo que se realiza nas práticas sociais, no consumo e na reelaboração da mensagem.

Neste sentido, muito influenciado pelo pensamento gramsciano, Lins da Silva (1985) lida com uma perspectiva da cultura popular que convive com a cultura hegemônica, mas não se resume a mera massificação. Os resultados dos estudos de recepção feitos pelo autor mostram os traços da cultura massiva estratégicos de acesso aos elementos da cultura popular, como por exemplo a maneira como os telespectadores operários reconhecem o senso de realidade construído na televisão, diferenciando as notícias da ficção, mas não deixam de refletir sobre suas próprias histórias quando consomem as novelas, por exemplo:

Se, por um lado, a intenção de Lins da Silva (1985) é evidenciar os mecanismos de defesa ideológica dos trabalhadores diante de outro processo de construção ideológicas, as mensagens televisivas, o autor evidencia como a cultura popular ressignifica estas práticas para suas experiências populares. Os resultados da pesquisa empírica mostram o que buscam e aquilo que fazem com os conteúdos da televisão, o interesse pelas histórias e seus personagens, tanto dos produtos ficcionais quanto nas reportagens jornalísticas, mostram o seu interesse pelos crimes misteriosos, os assassinatos e a vida de personalidades públicas e famosas. Sem citar, Lins da Silva (1985) evidencia a matriz importante das narrativas populares, exploradas por Martín-Barbero (2009) na América Latina, para entender como as classes populares criam condições específicas, diante dos produtos da cultura massiva, de viver suas experiências populares.

2.4 GÊNERO TELEVISIVO: A CONSTRUÇÃO DE ÂNGULOS DE ANÁLISE

Voltamos, neste ponto, à proposta de Jesús Martín-Barbero, mais exatamente as formulações que o autor faz em torno dos conceitos de mediação televisiva e gênero televisivo. Interessa-nos a construção que o autor faz sobre a interação entre as marcas produtivas e o reconhecimento do público, que se dá no contexto da cultura popular-massiva. Com estes conceitos, optamos por nos apropriar do gênero televisivo como um conceito teórico-metodológico capaz de nos oferecer ângulos na análise empírica dos programas de Regina Casé na Rede Globo. Estes ângulos possibilitam vermos como as marcas televisivas foram se consolidando historicamente e hoje possibilitam as condições de existência do Esquenta!, programa naturalizado na grade televisiva da Rede Globo desde 2011.

Martín-Barbero está interessado em investigar como a tecnologia se apresenta como um reorganizador da experiência social, como a competência da linguagem televisiva aciona estas sensibilidades. É neste sentido que o autor acredita que não podemos pensar o popular deslocado do processo histórico que constitui o massivo, o que implica em uma crítica da cultura que não separe “a massificação da cultura do fato político que gera a emergência histórica das massas e do contraditório movimento que ali produz a não exterioridade do massivo ao popular, seu constituir-se em um de seus modos de existência” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.29). Desta forma, suas análises tentam dar conta de todo o processo comunicativo, e o campo das mediações é o lugar onde a relação entre os receptores e os meios acontece.

O conceito de mediação televisiva¹⁴ aparece como proposta para entender a comunicação como lugar de onde se estabelece uma relação de enfrentamento, analisando os processos comunicativos não só de uma perspectiva das determinações e estruturas, mas também a partir das práticas e apropriações cotidianas. O campo das mediações, para Martín-Barbero (2008), investe numa preocupação com a concentração

¹⁴ O conceito de mediação televisiva aparece com a emergência dos estudos de recepção na América Latina, e outro pesquisador que contribuiu com uma abordagem metodológica da mediação televisiva foi Guillermo Orozco. Apropriando-se do termo a partir de Martín-Barbero, Orozco trouxe a perspectiva do enfoque integral da audiência para entender como se realiza a interação entre a televisão e os receptores. Ele entende, no sentido da mediação, que é da própria condição da recepção televisiva que se conforma a estética da televisão, “a rotina da família, a atenção dividida entre as tarefas domiciliares e a tela, obrigam o sistema de produção televisiva articular, desde os gêneros e a programação, estratégias de captura do receptor” (GOMES, 2004, p. 212).

econômica dos meios, a maneira como (re)organizam a hegemonia política cultural, e a forma como os produtos midiáticos constroem sua enunciação a partir de gramáticas discursivas. A capacidade que a linguagem televisiva, por exemplo, tem de acionar as sensibilidades dos receptores dizem sobre complexas relações que envolvem resíduos históricos e inovações, “anacronias e modernidades, de assimetrias comunicativas que envolvem, da parte dos produtores, sofisticadas ‘estratégias de antecipação’ e, da parte dos espectadores, a ativação de competências de leitura e operadores de apropriação” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 312). A partir do conceito de mediação, o conceito de gênero aparece como um elemento-chave para compreender a relação entre televisão e cultura, ao entender os gêneros como uma prática discursiva e uma estratégia de interação que situa a audiência.

[...] a dinâmica cultural da televisão atua pelos seus gêneros. A partir deles, ela ativa a competência cultural e a seu modo dá conta das diferenças sociais que a atravessam. Os gêneros, que articulam narrativamente as serialidades, constituem uma mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos. [...] o que importa é o que configura as condições específicas de produção, o que da estrutura produtiva deixa vestígios no formato, e os modos com que o sistema produtivo – a indústria televisiva – semantiza e recicla as demandas oriundas dos “públicos” e seus diferentes usos (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 300-301).

Os *gêneros*, então, medeiam as lógicas do sistema produtivo e as lógicas dos usos e a noção trazida pelo autor tenta fugir de uma referência genérica como propriedade do texto ou uma classificação meramente taxonômica. O conceito possibilita um entendimento das formas como se constroem historicamente os modos de produção e os modos de leitura dos textos da cultura de massa, a partir de um contexto marcado pela renovação do capital e das transformações culturais. Neste sentido, o gênero funciona como lugar das assimetrias e dos anacronismos, uma estratégia de comunicabilidade. Ele aciona mecanismos de percepção e reconhecimento do popular, essa observação significa olhá-lo como “dispositivo de leitura, de produção de sentido, de “reencontro com o mundo” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 204).

O conceito de gênero televisivo será mais detalhado no tópico seguinte, em que ele aparece como um conceito teórico-metodológico para a construção de ângulos de análise do popular. Nosso investimento, com o conceito de gênero televisivo – a partir

de Martín-Barbero e das apropriações de Gomes (2011), é conceber o gênero como um lugar de osmose, como espaço de continuidades históricas, também de grandes rupturas, descontinuidades entre “matrizes culturais, narrativas gestuais, estenográficas, dramáticas, poéticas em geral, e os formatos comerciais, os formatos de produção industrial” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 66). Gênero nos condiciona a investigar como as marcas de constituição dos gêneros, enquanto reconhecimento do popular, aparecem nas formas materiais dos seus programas, como estas marcas genéricas reconhecidas pelo público e pela crítica dizem sobre a construção do popular na televisão.

O gênero televisivo é uma ferramenta analítica que nos permite organizar o mundo em categorias socialmente reconhecíveis, ao mesmo tempo que impulsiona um esforço em sair de análises meramente textuais, para então considerar os elementos contextuais dos processos comunicativos. Vimos, a partir de Martín-Barbero, um esforço investigativo em pensar modelos comunicativos que deem conta da totalidade do processo, do caráter contingente e transitório do gênero e das distintas temporalidades. A estratégia de interação é permeada pela história e pelas experiências vividas, aquilo que seria da ordem de matriz cultural. Encontramos boa parte das contribuições teórico-metodológicas do conceito de gênero em *Dos meios às mediações*:

Jesús Martín-Barbero busca identificar as articulações entre as práticas comunicativas e os movimentos sociais, de modo a compreender “a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” [...]. Em lugar de analisar as lógicas da produção ou da recepção, ele propõe partir do lugar onde se estabelece sua relação de enfrentamento, do lugar onde a relação entre os receptores e os meios acontece - o campo das mediações (GOMES, 2011a, p. 113).

Ao propor que desloquemos o olhar dos meios para as mediações, Martín-Barbero (2008) entende que o gênero televisivo, enquanto uma dimensão de mediação, permite encontrar tradições na produção televisiva e como estes elementos acessam estas experiências vividas pela audiência. Em vez de focar-se em partes isoladas do processo comunicativo, o conceito de mediação apresentado pelo autor dá conta dos espaços de enfrentamento e produção de sentidos dentro dos fenômenos da comunicação. No percurso metodológico proposto em *Dos meios as mediações*, ele parte das mediações

aos meios para questionar os processos comunicativos tomados como fenômenos culturais (GUTMANN, 2014, p. 251).

A produção material e simbólica e a disputa de poder dentro da cultura popular vão ser as chaves encontradas por Martín-Barbero (2008) para entender o gênero televisivo a partir “dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 294). No *mapa noturno para explorar o novo campo*, neste mesmo livro, ele busca analisar como a televisão coloca o espectador em relação ao texto, propondo olhar para esta construção a partir de *três mediações televisiva: cotidianidade familiar, a temporalidade social, e a competência cultural*.

A *cotidianidade familiar* leva nosso olhar para o modo específico que a televisão interpela a família no seu espaço de interação social. Ele alerta para este lugar: não se trata de um ambiente de estrutura social, senão um local de conflitos e tensões, “um dos poucos lugares onde os indivíduos se confrontam como pessoas e onde encontram alguma possibilidade de manifestar suas ânsias e frustrações” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 295). Para explicar estas relações próximas estabelecidas pelo gênero televisivo, ele recorre a outros dois “dispositivos” dentro da mediação da *cotidianidade familiar: simulação de contato e retórica do direto*.

A *simulação de contato* seriam os dispositivos utilizados pela televisão para se comunicar com seu interlocutor e manter constante este contato, que seriam as ferramentas técnicas e discursivas. Na televisão, existe uma necessidade de um intermediário que facilite o contato, advindo do espetáculo popular, o animador ou apresentador. A linguagem utilizada também é um destes caminhos, já que o tom coloquial simula um diálogo justamente neste ambiente social das classes populares. Unindo a predominância verbal e a figura ali apresentada, aspectos presentes no imaginário da cultura popular, a *simulação de contato* seria o reforço para a negociação entre emissor e receptor.

A *retórica do direto* diz respeito a realidade criada pela televisão, um tempo funcional que aciona a sensação de imediatez e simultaneidade, portanto que

conformam o cotidiano. Seria o que Martín-Barbero chama de a magia do ver, diferente do cinema que transforma e cria uma realidade através da poética. Enquanto a magia do cinema está carregada de valor simbólico, na televisão esse tempo cotidiano é montado no real ou na simulação de uma realidade. Assim, *simulação de contato* e *retórica do direto* são acionados como dispositivos que possibilitam esta familiaridade do gênero televisivo na rotina da própria audiência.

A *temporalidade social* é a mediação que se refere à especificidade do tempo do cotidiano, em contraste ao tempo produtivo guiado pelo capital. A televisão reproduz este tempo fragmentado na forma de um *palimpsesto*, ideia que aproveita o conceito de um papiro reutilizável para falar de um emaranhado de textos presentes na televisão. Gutmann (2014) refere-se a esta mediação a partir da “ideia de repetição, um tempo que começa, acaba e recomeça, assim como o tempo da vida ordinária (GUTMANN, 2014, p. 254). Diferente do tempo produtivo valorizado pelo capital, o tempo cotidiano é cíclico e fragmentado. O tempo da televisão se inscreve a partir desta diferenciação, ao subverter essa cotidianidade a lógica de mercado, fragmentando a rotina dos consumidores.

A partir da temporalidade social, vemos que cada programa, ou melhor, cada texto televisivo, remete seu sentido ao cruzamento de gêneros e tempos. Enquanto *gênero*, o programa pertence a uma família de textos que se replicam e reenviam uns aos outros nos diferentes horários do dia e da semana. Enquanto *tempo* “ocupado”, cada texto remete à sequência horária daquilo que o antecede e daquilo que o segue, ou àquilo que aparece no emaranhado de textos nos outros dias, no mesmo horário. “[...] o tempo do seriado fala a língua do sistema produtivo – a da estandardização –, mas por trás dele também se podem ouvir outras linguagens [...]” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 298).

A *competência cultural* seria a gramática que permite o telespectador reconhecer o gênero televisivo com base nas matrizes culturais vividas dentro das negociações com a produção. Seria as expectativas de classe, grupo, etnia, que atravessam a memória e acessam os modos de usos da televisão. Esta mediação convoca os usos e os sentidos que os espectadores produzem a partir do reconhecimento de marcas dos gêneros. O consumo enquanto prática social põe em relação as lógicas do mercado, aos formatos dos textos e aos modos de ler (GUTMANN, 2014, p. 256). Ao associar a competência

cultural ao reconhecimento de gênero, Martín-Barbero considera que os usos e sentidos produzidos pelos espectadores produzem em relação aos textos televisivos dependem do reconhecimento de marcas de memória sobre os gêneros televisivos.

A partir das três formas de mediação apresentadas, o autor, em sua discussão, entende que os gêneros não devem ser identificados por suas estruturas internas presentes nos textos, mas pelos textos. Desta forma, ele marca a operação do gênero a partir do vínculo com a cultura e a sociedade. A ideia de negociação de sentido permite observar os processos comunicativos “não simplesmente a partir de mensagens, mas da interação entre texto, leitor e contexto, [...] são suas marcas de comunicabilidade que fazem um gênero ou gêneros presentes e analisáveis nos textos” (GUTMANN, 2014, p. 267). Metodologicamente, ele apresentou este modo específico de entender o reconhecimento do popular, através do gênero, na ideia de um mapa noturno, uma forma de tatear no escuro as relações complexas constitutivas das três mediações televisivas. Ele avança, no prefácio da quinta edição espanhola de *Dos Meios as Mediações*, para a concepção do *mapa das mediações*, com *quatro novas mediações culturais: institucionalidade, socialidade, tecnicidade e ritualidade*.

A aposta original de Martín-Barbero é produzir um caminho metodológico, figurado mesmo na forma de um mapa, que simbolicamente represente uma espécie de território de abordagem das relações contemporâneas entre comunicação, cultura e política. O esquema proposto move-se sobre dois eixos: um diacrônico – histórico e de duração mais extensa –, entre matrizes culturais (MC) e formatos industriais (FI), e um sincrônico, entre lógicas de produção (LP) e competências de recepção (CR) (GUTMANN, 2014, p. 269)

Na forma de um circuito, Martín-Barbero estabelece que o esquema move-se em dois eixos: o diacrônico ou histórico de longa duração, que liga as *matrizes culturais* com os *formatos industriais*, e o sincrônico, relacionando as *lógicas de produção* e as *competências de recepção*. Neste esquema, Barbero ainda estabelece outras mediações em diferentes regimes:

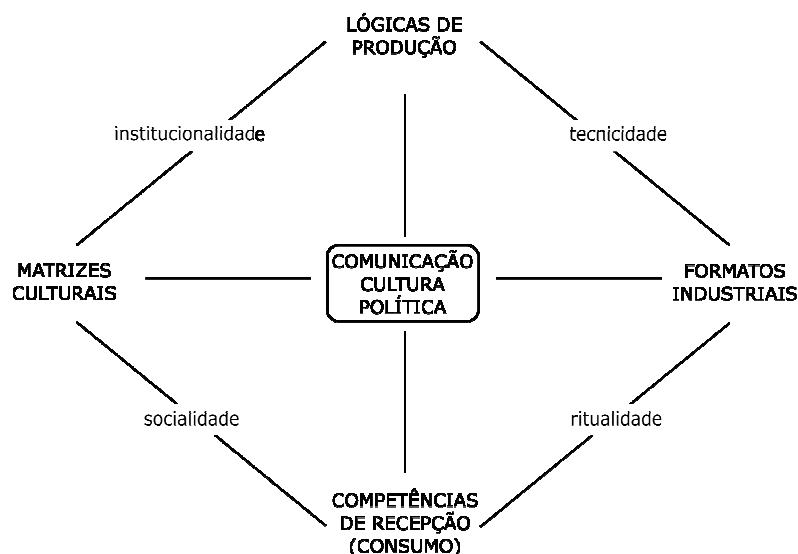


Figura 1 - *O mapa das mediações a partir de Martín-Barbero (2008)*

O mapa proposto pelo autor funciona como mecanismo de construção de ângulos de análise a partir da ideia do processo comunicativo. A partir destas proposições, Gomes (2011a) constrói uma metodologia de análise de televisão que articula as relações entre comunicação, cultura, política e sociedade pensando o gênero televisivo como uma categoria cultural. Isso possibilita uma visão global e complexa do processo comunicativo (GOMES, 2011a, p. 113), da mesma forma que recusa qualquer unidade fixa ou categoria tipológica sobre os produtos televisivos. Toma-se a infinidades de práticas criativas, econômicas, sociais, tecnológicas, institucionais, industriais e interpretativas. Reconhecer o gênero como categorial cultural permite, para Gomes (2011b), vermos como as articulações atravessam os textos midiáticos, materializadas nos diversos programas televisivos que dialogam com determinado gênero (GUTMANN, 2014, p. 278). O gênero como categoria cultural ocupa o lugar central do mapa das mediações, o que permite compreender os gêneros em sua relação com as transformações culturais, conforme desenho a seguir:

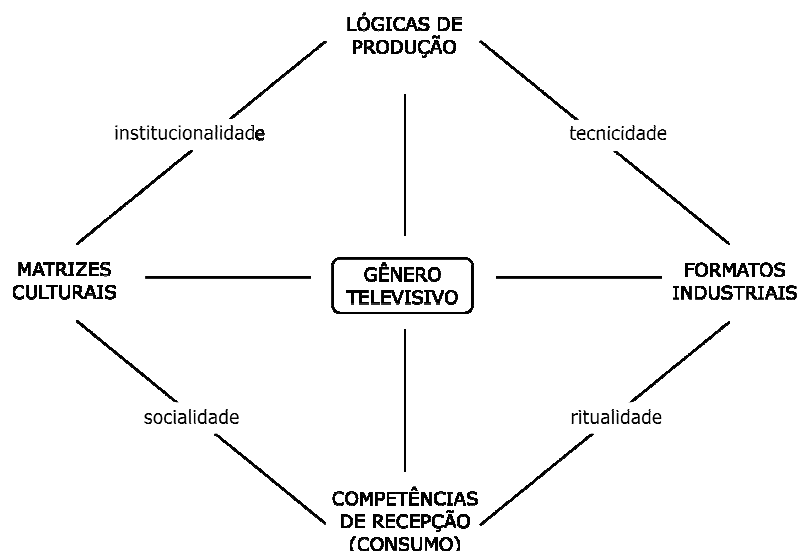


Figura 2 - Conceito de gênero no centro do mapa das mediações, conforme Itania Gomes

A convocação metodológica da autora, a partir de Martín-Barbero, busca compreender como determinada obra ou programa televisivo, no processo analítico, convoca nosso olhar para o processo cultural do qual participa (GOMES, 2011a, p. 127). Para a autora, estes novos caminhos nos levam a teoria da cultura pensada por Martín-Barbero, aquela que não dissocia a cultura popular do processo histórico de constituição do massivo (GOMES, 2011b, p. 37). Portanto, o gênero no centro do mapa convoca do analista um olhar efetivo para as diversas temporalidades que configuram o processo cultural. O desafio, com o conceito de gênero, é justamente entender como os discursos sobre os gêneros são entendidos no processo contemporâneo e de que forma os gêneros evidenciam relações de disputa discursiva entre a comunicação, a política e a sociedade.

A partir do mapa das mediações, as *matrizes culturais* são aquilo que constituem os sujeitos sociais enquanto coletivo, ou seja, um reservatório de experiências vividas. Por isso, as matrizes culturais estão na ordem do residual (WILLIAMS, 1979), construções do passado que continuam operando ainda hoje. Estas matrizes vividas possuem uma carga de historicidade, já que permitem ao analista perceber os deslocamentos “para além dos contornos objetivos delimitados pelo racionalismo instrumental e das frentes de luta consagradas pelo marxismo” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 324). A articulação entre as *matrizes culturais* e as *lógicas de produção* se dá através da *institucionalidade*, uma mediação estabelecida por Martín-Barbero como

lugar onde podemos perceber as disputas e a regulação dos discursos através das instituições. É uma importante mediação para perceber como os meios de comunicação acessam, através do poder, as matrizes da sociedade e configuram esta identidade cultural.

As *matrizes culturais* se relacionam, através do eixo diacrônico, com os *formatos industriais*. Para Martín-Barbero, este eixo está carregado de historicidade porque permite olharmos como os formatos foram apropriados ao longo dos tempos sempre em relação com os movimentos e mudanças da sociedade. Sobre os formatos industriais, tratando-se da TV, podemos pensar em dispositivos que configuram a própria linguagem televisiva e são constituídos tendo como referência as experiências sociais dos consumidores. Desta forma, Gomes (2011a) atesta que esta relação atribuída por Martín-Barbero permite ainda que analisemos outras relações do circuito, ou seja, como as matrizes culturais interagem com as *lógicas de produção* e com as *competências de recepção*.

A *socialidade*, mediação entre as *matrizes culturais* e as *competências de recepção*, é o espaço onde os receptores se firmam como sujeitos no processo comunicativo. É onde podemos ver as apropriações da comunicação feitas pelos consumidores. Através da organização de práticas, a *socialidade* permite vermos o consumo televisivo como coletivo, porque é através desta mediação que vemos a partilha de sentidos. “A *socialidade*, gerada na trama das relações cotidianas que tecem os homens ao juntarem-se, é por sua vez lugar de ancoragem da *práxis comunicativa* e resulta dos modos [...] de interpelação/constituição dos atores sociais e de suas relações...” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 17).

Os *formatos industriais* ligam-se às *lógicas de produção* através da *tecnicidade*. Antes de ser somente um caráter meramente técnico, esta mediação, para Martín-Barbero, diz sobre a reconfiguração de um modo de percepção através da história. A ligação com as lógicas de produção imprime à *tecnicidade* um valor econômico e empresarial aos formatos. Seria, então, a capacidade técnica da produção de competir, como recurso de inovação, para interpelar os sujeitos (competência comunicativa). É nesta mediação que podemos analisar as implicações dos fenômenos da globalização e da convergência midiática. A *tecnicidade* entende a televisão não como um mero

aparato técnico, mas nos direciona para construção de formas expressivas, as “destrezas discursivas e [...] sua capacidade de funcionar como operadores perceptivos” (GOMES, 2011a, p. 120),

A ligação entre os *formatos industriais* e as *competências da recepção* é mediada pela *ritualidade*. Este seria o momento em que vemos a memória, “aos seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição. Na relação com as competências de recepção, a mediação das ritualidades convoca olhar os diferentes usos sociais dos meios e as múltiplas trajetórias de leituras” (GOMES, 2010, p.31). Para Gomes (2011b), estas leituras estão sempre ligadas ao gosto, às condições e hábitos do consumo cultural e midiático para configuração de um nexos simbólico. Martín-Barbero permite, com esta mediação, que vejamos os usos sociais dos produtos midiáticos na prática da significação.

2.4.1 Contexto comunicativo e performance: operacionalizando o gênero

A convocação com o sentido pragmático atribuído a ritualidade, uma das mediações culturais apresentadas por Martín-Barbero (2008), nos direciona para as formas como os elementos do contexto sócio-cultural no qual o programa se insere estão presentes nas suas materialidades: na cotidianidade de uma certa gramática do fazer, do executar e do transmitir. Esses rituais que se repetem, se inovam e se consolidam como instrumentos de acesso à vida cotidiana dos telespectadores ganham corpo no lugar onde o jogo de cena do programa acontece: um espaço físico que agrupa mediadores, plateia e telespectador, que vivenciam diferentes temporalidades – o tempo do programa, da sua gravação e o momento da sua exibição, onde se concretiza a experiência televisiva.

Como lidamos com um ambiente de partilha, um conceito que nos ajuda a entender esse ambiente de significação de um gênero televisivo é o contexto comunicativo. Seria o lugar da comunicação em um ambiente físico, social e mental partilhado, um olhar para os modos como os emissores se apresentam, como representam seus receptores e como situam uns e outros em uma situação comunicativa concreta. De acordo com Gutmann (2013a), o contexto comunicativo possibilita ver como o sujeito que tem voz reconhece o outro e o posiciona no texto. Ao observar os

contextos comunicativos dos programas, “é possível fisgar papéis assumidos pelas instâncias de produção e propostos para o público, bem como as situações conformadas, que acionam partilhas ideológicas e culturais” (GUTMANN, 2013a, p. 31).

Através do contexto comunicativo, é possível enxergarmos os enunciadores e os enunciatários dentro deste jogo de partilha, na maneira como o enunciador convoca dentro do processo comunicativo um certo tipo de enunciatário. É um operador analítico que nos possibilita ver certos valores da cultura popular presentes na cena criada. A partir dele, podemos entender, por exemplo, como os programas de Regina Casé constroem posições, se relacionam com seus interlocutores e partilham com eles os elementos da vida cotidiana, acessados através do rito e da experiência do 'assistir'. O entendimento do contexto comunicativo parte da noção de textualidade, nos termos de Fabbri (1999), ao compreender as marcas contextuais encontradas no próprio texto.

A ampliação da ideia de texto, a partir da noção pragmática de textualidade, encontra no conceito de contexto comunicativo possibilidades de apropriações do mapa das mediações a partir dos formatos industriais (GUTMANN, 2014, p. 291). Ao tomar o contexto comunicativo como lugar configurador das trocas comunicativas e da produção de sentido na televisão, o conceito compreende os enunciadores, os enunciatários e as circunstâncias espaciais e temporais do processo comunicativo. Ou seja, entender o processo da cena comunicativa pressupõe a interpretação de como o sujeito que tem voz reconhece o outro – o espectador – e o posiciona no texto (GUTMANN, 2014, p. 293). Gutmann (2014) analisa estas posições em relação ao sub-gênero telejornal:

A discussão do telejornal enquanto lugar de interação entre instâncias de produção e reconhecimento da notícia demanda a compreensão da situação criada em cena no momento da transmissão a partir das performances dos sujeitos de fala e da conformação de um espaço-tempo responsáveis por posicionar o suposto interlocutor, também, enquanto ator dos jogos enunciativos propostos. Desse modo, sustenta-se que pela observação dos contextos comunicativos construídos nas e pelas textualidades é possível fisgar elementos contextuais, referentes aos papéis assumidos pelas instâncias de produção e reconhecimento, bem como sobre as situações conformadas, que acionam partilhas ideológicas e culturais, para a ambientação da troca comunicativa (GUTMANN, 2014, p. 292).

A situação comunicativa constitui lugares de fala¹⁵, “posições assumidas pelos sujeitos do discurso responsáveis por agenciar os sentidos do tipo de interação proposta” (GUTMANN, 2014, p. 293). O sentido de negociação de marcas culturalmente construídas através dos rituais materializados expõe, na cena comunicativa, um jogo de partilha entre enunciador e enunciatário através da experiência. Portanto, o contexto comunicativo é a situação que se realiza a partir do reconhecimento. Este operador analítico aponta para o modo como os elementos expressivos da linguagem televisiva intervêm na maneira como os produtos televisivos apresentam e posicionam seus interlocutores:

[...] a compreensão do contexto comunicativo de um programa não se confunde com a análise dos seus contextos culturais, midiáticos, sociais, políticos, econômicos etc. Ela aponta, sim, para a interpretação de como esses contextos, que correspondem ao mundo vivido, são reproduzidos nas situações comunicativas construídas no interior das textualidades. Nos programas telejornalísticos, pressupõe-se a existência de uma experiência comum que norteia o reconhecimento das posições dos sujeitos comunicativos e das conformações espaciais e temporais. Tais dimensões são materializadas pelos expedientes significantes da linguagem televisiva (corpo, fala, cenário, transmissão direta, cor, enquadramento de câmera, ruído etc.) manejados em articulação com discursos do campo jornalístico (GUTMANN, 2013a, p. 32).

Apesar de não se relacionar especificamente com o audiovisual, o conceito de performance desenvolvido Zumthor (2000) e Schechner (2006) contribuem para uma articulação entre estudos culturais e estética, principalmente para entendimento do uso do corpo na dimensão televisiva (GUTMANN, 2013b, p. 7). Para Zumthor (2000), um texto, ao ser performatizado por um corpo, incorpora marcas do seu intérprete, que são atualizadas pelo receptor. Schechner (2006) considera que a performance da vida cotidiana convoca uma crença, cria as realidades sociais, convencionam-se um contexto de partilha específico. Essas realidades dinâmicas possibilitam sempre novas combinações e rearranjos. Seriam comportamentos restaurados, unidades que não possuem autor: fazem parte de um 'eu' que age, que executa a ação, mas que, na vida diária, agrega diversos outros eus, porque o 'eu' está imerso em um ambiente coletivo.

¹⁵ O conceito de lugar de fala diz respeito a um espaço discursivo e social em que a fala ganha sentido criando uma situação comunicativa. É um conceito importante para o contexto comunicativo porque seria “o ângulo proposto estruturalmente pela fala para ‘ver’ a realidade – ou mais exatamente, segundo o qual a realidade se constitui em sentido” (BRAGA, 1997, p.113).

Uma coisa é uma performance quando o contexto histórico e social, as convenções, os usos e as tradições dizem que é. Rituais, brincadeiras e jogos, e os papéis da vida cotidiana são performances porque a convenção, o contexto, o uso e a tradição disseram. Não se pode determinar o que "é" uma performance sem se referir às circunstâncias culturais específicas. (SCHECHNER, 2006, p. 38).

A performance é tomada, então, como um saber-fazer e um saber-dizer, que se manifesta num saber-se no tempo e no espaço (ZUMTHOR, 2011, p. 166). A performance implica, para Zumthor (2011), uma instância de simbolização, que integra as múltiplas construções de sentidos encontradas no objeto, “na unicidade de uma presença” (ZUMTHOR, 2011, p. 166). Vista como um ritual, a performance encadeia uma identificação espaço-temporal com aquele que tem contato com ela. Entretanto, um espaço e tempo sagrados que imergem o sujeito convocado para a realidade construída. Por isso, Zumthor (2011) acredita que a performance está onde está o coletivo, compondo uma espécie de *continuum* da existência social.

Desta maneira, pensar na performance do corpo significa manter o olhar para o seu momento de exposição, o *mostrar fazer*. Expôr-se em um tempo e um espaço define a situação comunicativa, e mais do que definir o ambiente da troca simbólica, a performance exposta se cria enquanto se expõe. Porque ela vai se moldando de acordo com as expectativas de quem a consome, de acordo com as normas e regras sociais que validam aquela performance enquanto 'uma coisa' que tem sentido para determinado grupo cultural. Quando pensamos nos produtos audiovisuais, estamos falando desse nexos simbólico, a maneira como os produtos trazem em si formas de representar a vida cotidiana. “As performances que ali se produzem (dos autores e dos personagens) estão, simultaneamente, no mundo vivido e no mundo imaginado, elas são, a um só tempo, *forma de vida e forma da imagem*.” (BRASIL, 2011, p. 6)

A apropriação dos conceitos de performance e contexto comunicativo, na proposta metodológica do gênero televisivo, direciona nosso olhar analítico para a maneira como os programas de Regina Casé constroem cenas comunicativas que convocam este ambiente de partilha. Especificamente, o gênero televisivo como lugar de operação do popular massivo nos leva às formas específicas que esses programas lidam com os sujeitos telespectadores. Esta operação nos coloca diante da maneira como o popular se configura historicamente nos programas do nosso corpus analítico, e nos exige a

construção de ângulos de análise, a partir do mapa das mediações, que reforcem esse lugar material e simbólico criado nos programas televisivos para os sujeitos.

O mapa das mediações, de Martín-Barbero (2008) e as apropriações feitas por Gomes (2011b) vão possibilitar, no processo de análise dos produtos, construir ângulos de análise do popular a partir da sua relação com o gênero televisivo. O que significa ver como os programas constroem suas linguagens específicas, as materialidades que configuram a sua relação com o público, e de forma elas acionam as experiências vividas do seu público, o reconhecimento das suas estratégias, ao mesmo tempo entendendo como estas relações internas dos produtos se articulam com os elementos da política, da cultura e da sociedade.

3. HISTORICIDADES DO POPULAR NA TELEVISÃO BRASILEIRA

Dentro da pesquisa sobre a televisão no Brasil, deparamo-nos com diversas perspectivas críticas sobre o meio televisivo tido como um mecanismo de aculturação e massificação, capaz de modificar os aspectos mais tradicionais da cultura brasileira. Muitas delas surgem antes mesmo da consolidação do campo da comunicação, nos anos de 1970, a partir das Ciências Sociais e Humanas. As práticas populares na televisão brasileira eram vistas, prioritariamente, pela ótica da dominação institucional dos *media* a partir do fortalecimento da indústria cultural. Estamos diante de uma quantidade de estudos sobre a televisão, ainda hoje majoritários, preocupados em explorar as relações que configuram o campo de produção televisivo, a partir de uma sociologia da comunicação. Entretanto, algumas produções investigativas que refutaram esta perspectiva e assumiram as práticas e instituições culturais a partir de suas relações com a sociedade e as transformações sociais.

A partir desta outra via investigativa, alguns pesquisadores estão preocupados com as especificidades dos processos comunicativos na realidade brasileira, abordando como os diversos produtos midiáticos podem ser analisados levando em consideração a cultura popular como espaço constante de tensão, atravessada pelos processos econômicos de dominação e subordinação. Estas preocupações teóricas se distanciam dos estudos históricos que oscilam entre observações genéricas e cronológicas dos produtos televisivos, ou aquelas que se caracterizam pelo olhar particular para a configuração dos produtos e processos, “preso a uma análise pontual, [que] desconsidera a dimensão contextual mais ampla” (GOULART, SACRAMENTO & ROXO, 2010, p. 8).

Algumas análises historicizadas sobre a televisão brasileira dão conta das relações intrínsecas entre as dimensões internas dos produtos, seus aspectos institucionais, empresariais, artísticos, discursivos, ideológicos, profissionais e estratégicos da rotina produtiva e da programação. Estas abordagens levam em conta também as dimensões externas, “pressões institucionais, o ambiente regulatório, a política nacional, a transformação econômica, as mudanças tecnológicas, as condições de produção, as estéticas e as lógicas de produção” (GOULART, SACRAMENTO & ROXO, 2010, p. 8).

Torna-se importante levar em consideração a dimensão estratégica da televisão, seus princípios operacionais, seu caráter extremamente mutável e suscetível a transformação, ao mesmo tempo seu poder cristizador de convenções, regras e fórmulas. Significa, então, dar conta dos seus diferentes usos, as diversas práticas e os múltiplos discursos (FRANÇA, 2006, p. 13). A partir deste panorama, aparecem análises marcadas pelo esforço em entender as relações entre “materialidades e seus contextos mais amplos, buscando tensionamentos entre continuidades e rupturas que constituem a produção televisiva em determinados espaços e tempos” (GUTMANN, 2015, p. 1).

Antes de adentrar às historicidades do popular na televisão brasileira, recorrendo aos diversos elementos e fatores que constroem a relação dos produtos televisivos com a cultura popular, deparamo-nos com um outro conceito metodológico central para nossa pesquisa, o de estrutura de sentimento. Este conceito aparece na intenção de nos ajudar a entender a maneira como certas marcas reconhecidas nas linguagens dos mais diversos produtos televisivos foram configurando convenções televisivas (tanto do fazer televisivo – campo da produção; como do reconhecer o televisivo – campo da recepção), ao mesmo tempo que outras marcas foram rompendo antigas práticas para configurar-se enquanto um elemento em emergência.

O conceito de estrutura de sentimento, concebido por Raymond Williams, surge, aqui, como um recurso metodológico bastante produtivo para dar conta dos processos de convenções e rupturas, no nosso caso dos produtos televisivos e a sua relação com o campo cultural. A busca pelas diversas temporalidades que configuram o popular nos nossos objetos empíricos, num esforço de encontrar os elementos culturais que estão em constante disputa por hegemonia, nos possibilita perceber, historicamente, como a problemática do popular, no âmbito da televisão brasileira, foi se transformando no terreno da cultura e, especialmente, nos programas apresentados por Regina Casé na Rede Globo.

3.1 EM BUSCA DAS DIVERSAS TEMPORALIDADES: ESTRUTURA DE SENTIMENTO

O conceito de estrutura de sentimento foi desenvolvido por Raymond Williams

em diversas de suas obras, em nenhuma vemos um trabalho estritamente dedicado ao conceito. Aparece, primeiramente, em *The Long Revolution*, e é mais bem formulada em *Marxismo e Literatura* (1971). Ainda assim, é um conceito que não foi devidamente trabalhado por Williams em uma obra específica, ele aparece pulverizado entre as suas publicações. O conceito convoca dos analistas compreender a cultura articulada a hegemonia. Os processos hegemônicos não devem ser pensados apenas como o que é dominante, exige levar em conta aquilo que interliga valores, práticas e significados, incorporados numa dada cultura.

Raymond Williams vai considerar três aspectos intrínsecos a qualquer processo cultural: as instituições, as tradições e as formações. Ele chama a atenção para o que seria da ordem de uma tradição seletiva: uma versão de um passado que configura um presente, e que possibilita pensar um presente pré-modelado, que opera no processo de definição e identificação social e cultural. Abordar as tradições desta maneira significa entender que também elas são processos ativos em que determinados elementos são ressaltados, enquanto outros escondidos.

Com a hipótese cultural da estrutura de sentimento, Raymond Williams permite vermos elementos culturais que coexistem no interior de um determinado momento histórico para entender suas diversas temporalidades. Para o autor, uma análise cultural tem que levar em consideração elementos dominantes, emergentes e residuais. O dominante seria aquele que reforça a hegemonia, no sentido da coerção e do consenso propostos por Gramsci. Os elementos residuais são aqueles elementos do passado que ainda estão ativos no processo cultural efetivos no presente. Os elementos emergentes são aqueles substancialmente alternativos ou opostos, que não podem ser confundidos com elementos simplesmente novos.

A estrutura de sentimento pode estar relacionada com as formas e convenções que mostram os primeiros indícios de formação de uma nova estrutura. Williams quer acessar a emergência de novas características que ainda não se cristalizaram em convenções, normas e gêneros. Por isto, a importância de se levar em consideração as transições:

Acreditamos que a expressão estrutura de sentimento nasce de

um duplo esforço, que tensiona toda a obra de Williams. De um lado, temos o esforço teórico-metodológico de rejeitar o determinismo marxista e empreender uma análise cultural que seja a análise da relação entre os elementos de um modo inteiro de vida; de outro, temos o esforço político de enfrentar o capitalismo: “eu acredito que o sistema de significados e valores que a sociedade capitalista gerou tem que ser derrotado no geral e no detalhe pelos mais sistemáticos tipos de trabalho intelectual e educacional.” (WILLIAMS, 1989a, p. 76) Daí que é tão fundamental para Raymond Williams valorizar a mudança cultural, a inovação, a concepção de que é possível o surgimento de uma nova classe social, de uma nova consciência de classe, e, ao menos em tese, de uma nova hegemonia (GOMES, 2011b, p. 30).

O desafio central que Williams quer enfrentar, ao formular a noção de estrutura de sentimento, é a articulação entre a mudança social e a mudança cultural. O olhar está para as experiências sociais vividas e experimentadas, “com ou sem tensão”, e inclui também “elementos da experiência social e material (física ou natural) que podem estar além, ou ser revelados ou imperfeitamente ocultos pelos elementos sistemáticos reconhecíveis em outros pontos” (WILLIAMS, 1979, p. 135). Seria o modo de perceber a nossa posição nas práticas sociais, o modo como lidamos com os diferentes elementos da materialidade social.

O senso de movimento na relação com as experiências vividas, e em processo, apontam para as formas e convenções dos elementos de uma nova estrutura, observando, então, o surgimento de novas características que ainda não se cristalizaram em convenções e normas. O chamado para aquilo que não se cristalizou socialmente convoca o momento das transições, a transição nas convenções é uma forma de acessar uma estrutura de sentimento e, assim, a emergência de novas características que irão disputar “o consenso tácito em torno de procedimentos, normas, formatos, gêneros” (GOMES, 2011b, p. 45).

É neste sentido que Gomes (2011b) ressalta que o conceito funciona, para Williams, como um recurso para compreender a maneira como vivemos no âmbito individual, mas sempre de uma maneira social, exibindo assim as tramas sociais e políticas em suas materialidades econômicas e na produção de sentido. Acionar o olhar histórico para as nossas experiências significa analisar o passado na sua totalidade, buscando entender como uma convenção cristalizada se consolida no período de sua emergência. Por outra perspectiva, enxergar no presente como novos elementos

pressionam antigas convenções e consolidam-se como uma nova resistência.

Em boa medida, estrutura de sentimento é o que resulta da relação entre, por um lado, a criatividade individual, com sua capacidade de perceber as mudanças na estrutura, acolher as novas demandas de expressão e dar vida a novas convenções, e, por outro, a capacidade de resistência da cultura dominante. Se analisamos essa relação em retrospecto, sobre as mudanças que ocorreram numa época passada, podemos ter a percepção de uma certa inevitabilidade no surgimento de uma nova convenção, mas devemos ter em mente que esse processo não ocorre sem resistência, sem conflito. (GOMES, 2011b, p. 40)

Há uma convocação de Williams, com estrutura de sentimento, para observar modos de transformação, que passam por leis e tendências gerais na compreensão do desenvolvimento social e cultural. Para o autor, analisar obras ou instituições significa encontrar padrões e os diversos elementos históricos incorporados como partes da estrutura de um todo social. A identificação dos elementos de emergência deve permitir ao analista mostrar que certos aspectos representavam apenas um traço do novo em uma hegemonia. E se Gramsci nos diz que hegemonia é um processo vivido, onde atuam diversas forças, existe o contexto da força dominante e também daquela que tensiona. O que ameaça o bloco hegemônico pode ser incorporado por ele mesmo para cooptar o que seria da ordem do contra-hegemônico. Daí as ressalvas que Williams faz sobre, primeiro, a dificuldade de encontrar estes elementos que apontam para uma alternativa, segundo, sobre a consolidação do emergente diante do processo de hegemonia.

O interesse neste conceito teórico-metodológico é ver, no nosso corpus empírico, como novas convenções surgem e como elas disputam um acordo tácito, levando-nos aos processos de “persistência, ajustamento, assimilação inconsciente, resistência ativa, esforço alternativo” (GOMES, 2011b, p. 46). Para Williams, a análise cultural deve dar conta da dinâmica dos produtos, que se conformam ao mesmo tempo a partir de elementos concretos, mas também a partir de tensões, conflitos e mudanças reais. Considerar a televisão, a partir desta hipótese, significa entender que esta instituição social e forma cultural é constituída por elementos dominantes, residuais e arcaicos que, por estarem inseridos em um processo cultural dinâmico e movente, estão submetidos a tensões.

Ao tomarmos a televisão enquanto ambiência, cujas condições materiais e

simbólicas tem nos gêneros televisivos estratégias de comunicabilidade (GUTMANN, 2015, p. 4), estamos lidando com processos de transformações permanentes que indicam alterações nas formas materiais e simbólicas. A partir do conceito de estrutura de sentimento, vemos, nos produtos televisivos e nas estratégias das emissoras, como operam *tradições*, os elementos dominantes “que ditam o que deve ser reiterado, valorizado e silenciado [...], e *formações*, as tendências (científicas, filosóficas, estéticas, ideológicas etc.) do desenvolvimento ativo da cultura” (GUTMANN, 2015, p. 6). Ao mesmo tempo, esta operação nos diz sobre os modos de reconhecimento, repetição, apropriação e subversões de padrões.

Pela hipótese da estrutura de sentimento, o autor procura encontrar uma possibilidade conceitual que responda por essa relação que temos com a vida ordinária, em termos do que é experienciado e em termos do que é da ordem do instituído. Apresenta um caminho para fisgar a maneira como vivemos a complexidade das relações entre materialidades econômicas, estruturas sociais e a produção de sentido (GUTMANN, 2015, p. 6-7)

Em certo sentido, Williams entende que a estrutura de sentimento é a cultura do período, seria o resultado da vivência de todos os elementos de um sociedade em geral. “A ideia de estrutura de sentimento foi projetada para focar em um modo de relação histórica e social que ainda era bastante interno à obra, ao invés de dedutível a partir dela ou fornecido por alguma colocação ou classificação externa” (WILLIAMS, 2013, p. 160). Por isso, o esforço do autor em entender que as mudanças nas convenções se relacionam com mudanças nos valores, gostos, e formas de modos de vida específicos (GUTMANN, 2015, p. 7). Analisar historicamente os processos comunicativos, levando em conta a formação de convenções, significa dar conta de distintas temporalidades em um mesmo tempo histórico.

Aproximamos gênero televisivo como categoria cultural ao de estrutura de sentimento, a partir da proposta metodológica de análise televisiva de Gomes (2011a). Tomando as diferentes temporalidades como dimensões da análise cultural, a partir de Williams, a autora considera os elementos dominantes, residuais e emergentes como mecanismos de acesso ao que é instituído socialmente como uma convenção. Articula-se também àquilo que é da ordem da experiência cotidiana, “como modo de recuperar historicamente, pela interpretação de elementos dominantes e residuais, as fissuras e

ranhuras da ordem do vivido” (GUTMANN, 2015, p. 7-8)

Estrutura de sentimento e gênero como categoria cultural nos oferecem insumos para sustentar que formas expressivas que orientam o consumo midiático são frutos de um contínuo processo de restauração e ressignificação de convenções. Tal pressuposto parece fundamental para um olhar sobre a TV que leve em conta relações entre textos e contextos e privilegie uma abordagem historicizada das emissoras, dos programas, dos gêneros televisivos, dos usos da linguagem, das narrativas, dando conta de suas distintas temporalidades (GUTMANN, 2015, p. 7-8).

Estrutura de sentimento nos possibilita investigar como, historicamente, reconhecemos e nos relacionamos afetivamente com os produtos televisivos (GUTMANN, 2015, p. 8), considerando os espaços de disputa dos padrões e valores que configuram um modo de vida, ou seja, uma cultura específica. Aliando o conceito a gênero televisivo, estas apostas metodológicas possibilitam pensar não só o popular problematizado nos programas do nosso corpus empírico, como também as formas culturais apropriadas pelos programas de Regina Casé na Rede Globo a partir da articulação com outros produtos reconhecidos do público. Ou seja, o conceito indica a maneira como os programas lidam com marcas do talk show, do documentário, do jornalismo, do humor, do programa de auditório, ou mesmo do videoclipe.

Com estrutura de sentimento, Williams reforça que o analista precisa estar atento ao senso de movimento, aos processos de formação cultural, as articulações dos processos históricos com os elementos dominantes, residuais e emergentes (GOMES, 2011b, p. 44). A aplicação metodológica deste conceito, nesta pesquisa, aparece na medida em que buscamos analisar historicamente a dinâmica cultural da televisão brasileira, mais especificamente como podemos analisar o popular nos programas de Regina Casé a partir de uma perspectiva de uma formação cultural. Analisar as convenções, suas transitoriedades e as mudanças sociais e culturais, via estrutura de sentimento, nos possibilita ver como certas características do popular, dentro dos programas do nosso corpus analítico, vão disputar o consenso tácito. Investigar as convenções significa dar conta do processo de disputa por reconhecimento no campo cultural (GOMES, 2011b, p. 46), das continuidades e descontinuidades, tensões, conflitos e inovações em torno da televisão enquanto instituição social e forma cultural.

3.2 SOBRE O POPULAR NA TELEVISÃO BRASILEIRA

Surgida em 1950, a televisão brasileira consolida-se essencialmente comercial, ainda que sob concessão pública para o direito de transmissão em território nacional. Seus primeiros anos são marcados pelo experimentalismo e pela formação de um imaginário tecnológico sobre a televisão, a partir da inauguração da TV Tupi, em São Paulo (GOULART, SACRAMENTO & ROXO, 2010, p. 9). A programação da época era composta por programas de teledramaturgia (telenovelas e teleteatro), que apropriavam-se de clássicos da literatura nacional e estrangeira.

O tom de improviso no qual surge a televisão exigiu dos seus profissionais o esforço de pensar novos conteúdos, que inaugurassem uma linguagem distinta daquela já popular nos programas de rádio. O advento de novas formas de produção e difusão cultural demandavam destes profissionais um exercício criativo que suprisse as precariedades técnicas e materiais que marcou o surgimento da televisão no Brasil (ORTIZ, 2001, p. 97). Os primeiros teleteatros, por exemplo, fazem parte estão relacionados ao “desenvolvimento de uma cultura de mercado” que ainda era incipiente no país, processo ligado a “autonomização de uma esfera de cultura universal” (ORTIZ, 2001, p. 105). O que, para Ortiz (2001), significa que, quando surge o movimento teatral na televisão, ele aparece a partir de experiências do Teatro Brasileiro de Comédia¹⁶, que se dirigia a uma audiência específica, as camadas urbanas burguesas e escolarizadas. Os principais teleteatros traziam um referencial de “alta cultura” (BRANDÃO, 2010, p. 38) a partir de clássicos da dramaturgia e da literatura internacional e mantinham preferência por contratar atores que já tinham respaldo no universo teatral do eixo Rio-São Paulo.

¹⁶ O Teatro Brasileiro de Comédia (TBC) foi criado em 1948, na cidade de São Paulo pelo empresário italiano Franco Zampari. Responsável por colocar a capital paulista no mapa da produção teatral brasileiro, o grupo movimentou a elite burguesa paulistana para criação de um espaço do teatro amador brasileiro. O TBC dedicou-se à encenação de dramas contemporâneos americanos, franceses e italianos, além de clássicos da dramaturgia mundial, realizadas por encenadores estrangeiros. Para Ortiz (2001), o TBC vai ser o local de experimentação para o que se consolidaria, em 1949, na Companhia Cinematográfica Vera Cruz. A televisão, enquanto elementos de modernização do país, vai apropriar-se do teleteatro a partir do modelo da cultura burguesa, afirmando o domínio cultural de uma elite dominante. “Numa sociedade de massa incipiente, a televisão opera, portanto, com duas lógicas, uma cultural, outra de mercado, mas como esta última não pode ainda consagrar a lógica comercial como prevacente, cabe ao universo na chamada alta cultura desempenhar um papel importante na definição dos critérios de distinção social” (ORTIZ, 2001, p. 76)

O esforço das emissoras de televisão desta fase experimental era construir um hábito cultural na sociedade brasileira, aplicando as lógicas da iniciativa privada, e seguiram o modelo oriundo do rádio, em termos financeiros, a partir da publicidade. Com a chegada dos anos 1960, período marcado pela corrida desenvolvimentista, a partir do governo de Juscelino Kubistchek (1956-1961), estreita-se o laço entre a indústria de bens culturais e a indústria de bens tradicionais (BRANDÃO, 2010, p. 39) voltados para o consumo. “Os telespectadores privilegiados com a aquisição de um aparelho de TV – sinônimo de *status* social – assistiam juntos aos *televizinhos*, até a madrugada, aos teleteatros” (*op. cit.*, p. 39), que traziam textos de atores como Shakespeare, Goethe, Dostoievski, entre outros.

Neste período, vemos uma maior entrada no Brasil de investimentos privados estrangeiros, que impulsionaram uma aceleração no mercado de bens de consumo – não apenas o televisivo –, e as preocupações políticas e econômicas eram em conceber um país mais urbano. Nesta época, o videoteipe aparece como uma renovação técnica que marcou a inauguração de Brasília como capital federativa, em 21 de abril de 1960 (JAMBEIRO, 2002, p. 52). Este foi o primeiro experimento de gravação dentro da televisão, após um ano de transmissões ao vivo dos estúdios, e possibilitou a construção de programação mais diversa. A capacidade do videoteipe em transmitir um sinal televisivo a partir do material gravado foi o trunfo encontrado pelas emissoras para investir na integração e veiculação nacional. É neste momento que a televisão começa a adquirir uma característica própria, afastando-se daquela ligada ao rádio: a mística do improvisado das exibições ao vivo dava espaço para novos modos de produção:

[...] de fato, toda uma forma de se relacionar com a produção cultural se transformou. O espaço da criatividade, que em última instância dependia da precariedade do momento, é substituído por novas exigências que [...] são agora atributos de uma sociedade industrial que deixa de lado a sua incipiência (ORTIZ, 2001, p. 101)

Nos anos 1960, a televisão se consolida como um veículo de massa, atingindo todo o mercado nacional, passando a ocupar, com isso, o papel que o rádio tinha desempenhado nos anos 40 e 50 (JAMBEIRO, 2002, p. 54). Neste período, destaca-se o investimento cultural empreendido no Brasil por razões políticas e econômicas muito fortes: o advento do Estado militar definiu o tom político e moral da consolidação do

mercado de bens culturais – e automaticamente a sua submissão às leis de regulamentação de censura –, a partir de transformações econômicas que fortaleceram a modernização tardia da indústria cultural brasileira. Vemos o caso, por exemplo, da Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme) e da Fundação Nacional de Artes (Funarte), duas entidades que surgem para dar conta de uma política cultural preocupada em disseminar os elementos folclóricos do país, operando a partir de uma concepção do Brasil enquanto nação devidamente integrada.

As intensas mudanças que envolvem o campo televisivo brasileiro nos mostram como a televisão surge comercial no país e começa a se popularizar com uma ideologia de integração nacional. A conveniente integração na modernização tardia, de repente, transpõe a televisão de um caráter eminentemente popular-erudito (ORTIZ, 2001, p. 99) para a busca por novas audiências e públicos, ávidos pelos conteúdos desse novo “brinquedo” brasileiro. Neste sentido, a primeira relação com o popular que aparece na televisão brasileira diz respeito ao processo de popularização, um quantitativo ‘massivo’ que pudesse alavancar os números das empresas televisivas, sem levar em conta quem é seu público.

Popularizar, neste sentido, referia-se ao próprio bem doméstico, antes artigo de luxo, tornando-se acessível a um número cada vez maior de telespectadores (BERGAMO, 2010, p. 59). Segundo Bergamo (2010), é o momento em que os produtores reconhecem que existe um público e começam a dar cara a esse público, tentando formar representações das suas vidas privadas e encontrando mecanismos de acesso dos programas ao ambiente doméstico dos brasileiros. Por isso, neste período, a implantação da grade televisiva se concretiza como estratégia, a fragmentação diária firma-se a partir desse público, através da elaboração de uma demanda produtiva pensada a partir da rotina dos consumidores. Os telespectadores encontraram na televisão uma fonte de lazer, sobretudo, e de informação.

A aferição da audiência era feita através de pesquisas que buscavam sondar os horários e as rotinas da família brasileira, “levando em conta que famílias de classes sociais diferentes têm também rotinas diferentes” (BERGMANO, 2010, p. 64). Foi neste período, por exemplo, que a programação dominical definiu-se como sendo um espaço para a família, com a separação entre horários mais críticos e os mais leves para

os programas e a diversas faixas etárias que compõem o núcleo familiar. Isso exigiu a uma programação mais específica para os domingos, o que pode ser visto historicamente, na construção desse lugar de importância para os programas dominicais, principalmente a partir da década de 1990, com a disputa por audiência entre os programas Domingo Legal (SBT) e Domingão do Faustão (Rede Globo).

Se, para o mercado publicitário, o público era a família brasileira, para os produtores dos programas, vigorava a ideia de que o telespectador era o povo, atrelado a um sentido moral (BERGAMO, 2010, p. 71). É neste momento que a teledramaturgia se firma na grade televisiva através de narrativas que construíam personagens marcadamente morais:

[...] essa perspectiva moral implica não só uma concepção sobre o universo social, sobre o “povo”, como também uma forma de pensar a própria inserção desses profissionais no interior desse universo [...]. O “povo” surge como o aliado possível nessa disputa, uma vez que é apenas com ele que se pode partilhar a experiência específica da exclusão do campo consagrado das artes e é justamente ele que, ao “acreditar” na ficção, anula os valores e o capital cultural específicos do campo artístico consagrado. (BERGAMO, 2010, p. 71)

A vida e os dramas do povo eram acionados pelos dramas particulares e posições sociais, através de diversos personagens como caixas de loja, bicheiros, bandidos, etc. As inovações na televisão, ocorridas no final da década de 1960, foram incorporadas pelas produções e as telenovelas tentaram abandonar um romantismo tradicional rumo a uma estética mais realística (GOULART & SACRAMENTO, 2010, p. 124). A novela de Janete Clair, *Véu de Noiva* (1968), por exemplo, marcou um momento importante para a teledramaturgia, quando assume uma certa aproximação com a vida real, uma aposta da emissora em “uma teledramaturgia moderna, com histórias contemporâneas, próximas da realidade brasileira e constituídas por diálogos coloquiais” (MEMÓRIA GLOBO, 2015).

Enquanto a teledramaturgia espalhava-se no hábito televisivo, sendo cada vez mais consumida por uma grande parcela dos telespectadores, há um outro movimento na televisão com os programas musicais durante época, na relação com a cultura brasileira. Eles funcionaram como mecanismo de ampliação do consumo televisivo, uma maneira que as emissoras conseguiram de levar o consumo musical popularizado com as rádios

para o campo da televisão. Os musicais eram espaços de “formação” de ideias, ao mesmo tempo que se construía dando um sentido de convivialidade, de socialização dos bens simbólicos brasileiros. (NAPOLITANO, 2010, p. 86).

A incorporação da música, um mecanismo histórico de entretenimento na sociedade brasileira, consolidou uma mudança do lugar social atribuído à canção popular. Segundo Napolitano (2010), havia a ideia de que a TV à época era um veículo “da e para a classe média”, o que define a importância desses programas para a abertura da televisão como ferramenta de acesso aos gêneros musicais. “[...] a TV catalisou não só uma ampliação da faixa etária consumidora de MPB renovada, como também uma ampliação da audiência de MPB nas faixas sociais como um todo” (NAPOLITANO, 2010, p. 87). A televisão era, segundo o autor, um fenômeno de segmentos médios bem amplos: as classe média alta e baixa, “ainda sem os desníveis de cultura e renda atuais” representavam cerca de “70% dos aparelhos de televisão em São Paulo” (NAPOLITANO, 2010, p. 87).

O surgimento do programa *Fino da Bossa* (TV Record, 1965-1968) vai funcionar como o espaço da considerada música popular renovada e se consagra como um fenômeno de massa. Os musicais funcionavam como um mecanismo de teste para as emissoras consagrarem uma nova forma de consumir música, agora mediada não só pela televisão, mas também pela sua própria relação com a indústria fonográfica:

Os programas musicais da televisão brasileira dos anos 60, sobretudo os lendários festivais da canção, foram os veículos apropriados para testar os novos artistas e obras perante um público ainda difuso, sem preferências musicais plenamente mapeadas e segmentadas. Esse panorama começou a se modificar no final dos anos 1960, quando a indústria do disco já tinha um capital institucional suficientemente grande para direcionar os rumos do panorama de consumo musical. Não é por acaso que os festivais, como eventos-síntese dessa fase da institucionalização da MPB, entraram em crise na mesma época. Entretanto, o lugar desses eventos musicais na memória social é exemplo do complexo processo de interação ente experiência social e experiência midiática (NAPOLITANO, 2010, p. 103)

Após a consolidação do hábito televisivo e da diversificação iniciada na programação das emissoras, durante a década de 1960, os anos seguintes, com a fortalecimento do regime militar e a legitimidade da cultura televisiva, há um esforço

em “higienizar” a programação e torná-la unificada, com potencial desenvolvimentista e capaz de integrar os brasileiros (ARAÚJO, 2014, p. 61). Num cenário marcado pela existência de 5 emissoras de televisão brasileiras, a TV Tupi, TV Record, a TV Rio, TV Excelsior e a TV Globo, esta última encontrou condições necessárias para expandir sua infra-estrutura através do investimento do Estado. A partir da ideologia de Segurança Nacional, os esforços de integração nacional promovem “uma revolução tecnológica no sistema de telecomunicações” (GOMES, 2010, p. 7).

É neste contexto dos anos 1970 que a TV Globo ganha porte de empresa, quando começa a perder a pessoalidade no grande figurão das comunicações, no papel de Roberto Marinho, para adquirir racionalidade organizacional e construir um percurso empreendedor. “Dotada de uma mentalidade empresarial, a Globo procura planejar suas atividades a longo prazo, reinveste o lucro sobre si mesma, e apresenta novidades até mesmo no uso do tempo dos comerciais” (ORTIZ, 2001, p. 138). Conforme os governos militares propunham a unificação política, os mercados também investiam em uma integração, associando a integração nacional ao processo de desenvolvimento empresarial (ORTIZ, 2001, p. 118). Neste sentido, Gomes (2010) pontua que a própria noção de uma identidade cultural brasileira se redefine e vai ser tomada por fins de mercado, ou seja, “é nacional aquilo que está integrado ao mercado de consumo – inclusive e, sobretudo, mercado de consumo de bens simbólicos” (GOMES, 2010, p. 8).

Nesses termos, e a partir da articulação entre interesses políticos e interesses econômicos, cultura nacional será identificada à cultura popular de massa. Essa articulação de interesses criará uma dinâmica em que os empresários se submetem politicamente ao governo militar, enquanto que procuram consolidar sua independência econômica. Assim, no caso da TV Globo, a estratégia adotada foi a de se submeter à Ideologia da Segurança Nacional e à censura ao mesmo tempo em que se transformava na principal emissora de televisão no Brasil. Para que essa estratégia tivesse sucesso, era preciso estabelecer um pacto com os militares, através do qual a TV controlava a produção de conteúdo de seus programas em troca do apoio do governo para a construção da infra-estrutura necessária para a consolidação da indústria televisiva e apoio político para aprovação da legislação de seu interesse. Em 1973, por exemplo, a TV Globo e a TV Tupi assinam um protocolo de autocensura, pelo qual se comprometem a regular a produção de conteúdo para evitar a intervenção militar nas emissoras (GOMES, 2010, p. 8).

Neste período de expansão empresarial da TV Globo, toda pressão feita pelos

críticos da cultura e da televisão encontrou apoio no regime político da ditadura (ARAÚJO, 2014, p. 61). Passa a fazer parte da ideologia empresarial da emissora “a religião católica, a pátria, o trabalho, a moral e os bons costumes como pilares de conduta”. (GOULART & SACRAMENTO, 2010, p. 116). As inovações tecnológicas adquiridas pela emissora, os equipamentos que possibilitaram a inserção dos links transmitidos ao vivo, dentre outras, aparecem como investimentos da empresa em consolidar um padrão de qualidade, tanto nos programas jornalísticos, quanto no investimento em documentários, com o surgimento do Globo Repórter em 1973, e também o forte desenvolvimento da produção de novelas e minisséries.

Os programas populares, e seus apresentadores, que ainda persistiram num momento de renovação estética da emissora, foram aos poucos perdendo espaço. É neste período que Abelardo Barbosa, o Chacrinha, encerra seu contrato com a Globo, dando lugar ao programa O Amor Constrói, apresentado por Moarcy Franco, que logo foi retirado do ar. O espaço foi ocupado por outro investimento forte na época para a Globo, o Fantástico (1973), a revista eletrônica que vai configurar um estilo de trazer a informação jornalística aos telespectadores brasileiros com diversos conteúdos do entretenimento. É neste sentido que Roxo (2010) convoca olharmos para a década de 70 como um período de inflexão, ou seja, momento em que a Globo garante o monopólio da audiência, reduz a quantidade de programas tidos como da ordem do “mundo-cão” e garantem o filão popular através dos programas de auditório, os humorísticos e as telenovelas.

Ao longo dos anos 1970, a Globo viveu seu momento de ascensão e domínio absoluto de audiência, ao lado de pequenas concorrentes somente em São Paulo (TV Bandeirantes, TV Cultura e a TV Gazeta) (BORELLI & PRIOLLI, 2000, p. 97-98). Somente nos anos 1980, com o fim da TV Tupi e da TV Excelsior, abriu-se espaço para a formação de duas novas emissoras nacionais: o SBT e a Manchete. Em 1981, a emissora de Silvio Santos começa a investir em programas mais populares, aproveitando o crescimento no consumo de televisores. É neste contexto que surgem programas que abordam o homem do povo¹⁷ “encenando um cotidiano de dor, miséria, esquecimento” (FRANÇA, 2006, p. 7), como *O Povo na TV, O Homem do Sapato*

¹⁷ Uma investigação mais detalhada sobre a relação dos programas populares com o gênero policial, através do escopo teórico-metodológico dos estudos culturais, pode ser vista em ARAÚJO, 2014.

Branco, Em Nome do Amor, Portas da Esperança, dentre outros.

3.2.1 O humor como matriz para o popular na televisão

Até meados da década de 1980, os programas de humor na televisão brasileira se baseavam, de forma geral, com esquetes ficcionais que traziam personagens caricatos, que representavam tipos sociais brasileiros. Estes produtos televisivos bastante expressivos da sociedade tinham grande audiência e reproduziam um pensamento hegemônico sobre o risível (ROSA, 2004, p. 581), ou seja, tudo aquilo que fugisse a um padrão de normalidade era alvo de piada. Um padrão histórico e cultural constituído por valores que exaltam o tipo masculino, heterossexual, branco e cristão, padrão ainda recorrente, apesar das mudanças significativas que esses padrões sofreram na televisão ao longo dos anos. No humor televisivo brasileiro, “os ‘outros’ eram ridicularizados por sua condição social, sexual, racial e étnica; reduzidos a estereótipos que mascaravam a complexidade de sua condição” (ROSA, 2004, p. 583).

O primeiro programa de humor da TV Globo foi *Bairro Feliz* (1965-1966). Exibido ao vivo, o programa reproduzia um bairro imaginário do subúrbio do Rio de Janeiro, por onde passavam os diversos personagens. Em seguida, surge o *Câmera Indiscreta* (1965-1967), seguindo o modelo americano de sucesso desde 1940, o *Candid Camera*. Em 1966, estreia o *TV0-TV1* (1966-1969), primeiro humorístico da Globo a fazer paródias de outras atrações da televisão. *TV0-TV1* satirizava programas de auditório (Biscoiteca do Chapinha, Bebe Camargo Show), musicais (Oh! Que Tólice de Show!), programas de entrevista (O Homem do Sapato Quase Branco), e outros humorísticos (A Praça da Alergia) (MEMÓRIA GLOBO, 2015).

No início da década de 1970, Chico Anysio estreia na TV Globo com o programa *Chico Anysio Especial* (1970-1971) e marca um estilo próprio de compor piadas, a partir de estereótipos e caricaturas. Em 1973, a proposta de satirizar os bastidores da televisão aparece mais uma vez com o programa *Satiricom* (1973-1975). A ideia do programa era explorar o comportamento humano através da encenação de atores como Jô Soares, Luis Carlos Miéle e Agildo Ribeiro. *Planeta dos Homens* (1976-1982) trazia Jô Soares e Agildo Ribeiro como personagens habitantes de um planeta mais avançado, que investigavam o comportamento dos homens, para entender porque os “terrâqueos”

não haviam superado problemas como a fome, a guerra e a poluição (MEMÓRIA GLOBO, 2015).

O “Planeta dos Homens” não tinha nada de ingênuo. Alusivo ao longa-metragem norte-americano “O Planeta dos Macacos” (que já teve um remake), o “Planeta dos Homens” tinha como slogan “O macaco tá certo”, acompanhado do homem fantasiado de macaco, piscando para a câmera ao lado da mulher seminua. [...] O que interessaria aos homens deste planeta, a que se refere o humorístico? Não seria, certamente, os “homens” no sentido de humanidade, mas apenas as pessoas do sexo masculino, já que o apelo sexual era bastante forte no artefato. Não que as mulheres e crianças de ambos os sexos não assistissem e gostassem do programa, mas o recado da piada contemplava apenas uma parcela do público, considerada prioritária naqueles tempos hegemônicos (ROSA, 2004, p. 582)

Após o *Planeta dos Homens*, o programa *Viva o Gordo* (1981-1987) consolida a carreira de Jô Soares nos programas de humor da Rede Globo através do humor que ironiza a política e os costumes do país. Segundo Rosa (2004), houve um salto qualitativo com o programa, ao ampliar as representações culturais apresentadas. Havia ainda um padrão hegemônico para o tipo social branco, cristão, de elite e heterossexual. Entretanto, o corpo de Jô Soares era apropriado no programa como forma de potencializar a diferença, o que permitiu que gays, negros e mulheres fossem representados no programa através da caricatura e da exploração da alteridade. Com o personagem “Capitão Gay”, Jô Soares representava um tipo excessivamente efeminado, incorporado na figura de um super-herói, disputando os valores de virilidade associados a esta figura mítica pela fragilidade quase feminina do personagem.

Com *Chico City* (1973-1980), Chico Anysio atingiu notoriedade dentro da Rede Globo com o programa que reproduzia uma cidade habitada por diversos personagens interpretados pelo humorista. Os tipos caricatos, principalmente aqueles do universo nordestino, região onde nasceu Chico Anysio, eram as preferências do programa, muitos desses personagens continuaram em programas posteriores, como o “Painho”, personagem de um pai de santo baiano, “era uma pessoa de personalidade difícil, “afrescalhada”, maledicente, tratava mal sua ‘mucama’ e se corrompia facilmente pelo poder político; além de, é claro, ser pervertida sexualmente” (ROSA, 2004, p. 583). A estratégia da caricatura, a partir de um quadro referencial sexista, xenofobo e homofóbico aparece também em um dos exemplares de maior sucesso fora do âmbito

da Rede Globo, o humorístico *A Praça É Nossa* (1987-...). Gerado a partir do pioneiro *A Praça da Alegria* (1957-1979), o programa trazia o apresentador Carlos Alberto de Nóbrega, sentado num banco de praça, constantemente visitado por personagens caricatos e risíveis: o travesti extravagante, a velha surda, o rapaz que interrompe as conversas alheias ao falar no telefone.

Rosa (2004) reconhece uma certa proximidade na maneira como *A Praça É Nossa* e *Escolinha do Professor Raimundo* (1990-1995; 2001) exploravam nos personagens caricatos a exposição do ridículo em seus comportamentos, que posicionavam estes tipos sociais no lugar do exótico, do outro passível de riso. Por outro lado, o popular nos humorísticos ganha outra conotação com *Os Trapalhões* (1977-1995). O humor no programa seguia uma fórmula semelhante ao espetáculo circense, e tinha referências das chanchadas do cinema brasileiro, principalmente nas figuras de Oscarito, Grande Otelo e Dercy Gonçalves. O programa, comandado por Renato Aragão, Dedé, Mussum e Zacarias trazia pequenas peças cômicas ao longo do programa. Não havia qualquer relação temática entre os quadros, mas havia um reforço na caracterização de tipos excluídos socialmente:

Didi é o migrante nordestino que vem ao Sudeste em busca de sobrevivência e utiliza todos os artifícios possíveis para isso, conseguindo muitas vezes, com sua argúcia, reverter as situações difíceis em que se vê envolvido. Dedé é o malandro carioca que sobrevive de pequenos subterfúgios, enganando muitas vezes os próprios companheiros na busca de lucros pessoais, mas sem lhes trazer realmente grandes prejuízos. Muçum (ou Mussum) também é carioca, mas personifica a comunidade negra à qual pertence. Dentre os estereótipos que compõem o personagem, destacam-se a ligação com a música popular e com a Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira, o gosto pela cachaça e a maneira peculiar de se comunicar, repleta de gírias e expressões próprias. Por fim, Zacarias, o último a se unir ao grupo, personifica uma forma diferente de comportamento, exibindo uma inocência infantil que contrasta com o jeito másculo de seus companheiros (D'OLIVEIRA & VERGUEIRO, 2011, p. 126-127).

Em *Os Trapalhões*, era possível combater a desigualdade social diante do rico abusando da esperteza, ou mesmo assumir uma identidade falsa, fazendo-se passar por alguém com mais dinheiro, criar ou desfazer um mal-entendido sempre de maneira a privilegiar o “menor” (D'OLIVEIRA & VERGUEIRO, 2011, p. 128). As estratégias eram zombar das diferenças, difamando e ridicularizando as minorias, ainda que os

protagonistas fizessem parte desses segmentos sociais. Neste sentido, o contexto dos anos 1980, vai possibilitar uma reivindicação por inclusão social de gays, negros e mulheres na grade de programação, inclusive nos programas humorísticos. Eram nestes programas “que se reproduziam ao máximo os ideais do conservadorismo nacional. Abrir espaço para as ‘minorias sociais’ na mídia era o reflexo de um momento de abertura política” (ROSA, 2004, p. 583).

Esta perspectiva nos mostra como os programas humorísticos ganham um cuidado especial na TV Globo, principalmente com o surgimento de *Armação Ilimitada* (1985-1988) e *TV Pirata* (1988-1990; 1992), dois programas dirigidos por Guel Arraes e que marcam uma inovação e o experimentalismo do diretor no campo televisivo. Esses dois programas situados no Núcleo Guel Arraes possibilitaram o reconhecimento do nome do diretor como “a própria renovação da linguagem da TV no Brasil, a partir da reoperação de suas matrizes estéticas e culturais consolidadas historicamente” (FECHINE, 2007, p. 9). A aproximação com a linguagem mais pop, quase videoclíptica, trazia um estilo mais juvenil para a televisão brasileira, ainda que os dois programas lidassem diretamente com a fórmula de parodiar as estruturas da televisão em suas esquetes.

3.2.2 Hebe Camargo: entre o talk show e o programa de auditório

Foi durante a década de 1930 que o rádio brasileiro, influenciado pelas experiências nas rádios norte-americanas, criou os primeiros programas de auditório no meio radiofônico. Apropriando-se de shows musicais, do teatro de revista e de variedades, do clima circense e de festa de adro¹⁸, a dinâmica dos programas de auditório se cria a partir da lógica de um rito festivo. Eram mais de três ou quatro horas que levava o público a um estado de excitação diante de diversos nomes consagrados no rádio popular.

[...] os animadores dos programas contavam não apenas com a

¹⁸ Na composição arquitetônica das igrejas, o adro é a considerado a área externa que limitam os terrenos dos centros religiosos. As tradicionais festas comemorativas aos santos, realizadas nas áreas externas, são conhecidas como festas de adro. Na Bahia, a festa do adro da Igreja do Bonfim tornou-se conhecida como festa de largo ou lavagem do Bonfim, em referência ao ato de lavar as escadarias da igreja pelas baianas do candomblé. A tradição baiana das festas de largo exibe um traço de socialização que transita entre o sagrado e o profano.

presença de cartazes de sucesso garantido junto ao público, mas ainda com a colaboração de grandes orquestras, conjuntos regionais, músicos solistas, conjuntos vocais, humoristas e mágicos, aos quais se juntavam números de exotismo, concursos à base de sorteios e distribuição de amostras de produtos entre o público (TINHORÃO, 1981, p. 70).

Com o surgimento da televisão, na década de 1950, e o seu período de grande expansão nos anos 1960, as emissoras de TV se apropriaram da mesma estratégia: a produção de programas de auditório para se “popularizar”. Na televisão, o auditório não só mantinha o nível espontâneo e festivo dos programas, também exibia, na imagem em movimento, a face do seu telespectador. Sodré (1972) acredita que o reforço da espontaneidade das festas e espetáculos públicos exhibe um ponto de tensão na criação desses programas – ao mesmo tempo que apropriava-se das manifestações simbólicas das classes subalternas, a televisão se viu obrigada, por uma exigência de mercado, a se colocar a serviço da competição comercial e da publicidade. Trouxeram do rádio estratégias publicitárias que se consolidam não só nos programas de auditório, mas também na própria maneira que os programas do entretenimento vão lidar com o conteúdo comercial. Eram os patrocínios com anúncios dentro e fora dos programas, testemunho dos apresentadores validando produtos de bens de consumo, garotas e garotas propaganda, brincadeiras e competições com prêmios para o público.

Entretanto, os programas de auditório consolidaram uma espécie de linguagem própria que vimos ser, ao longo do tempo, ressignificada nos mais diversos produtos televisivos. Vemos, por exemplo, uma linguagem coloquial bastante forte nos programas, com rimas, jargões e frases conhecidas do público, incentivos à participação da plateia, a condução de um programa roteirizado, o apresentador (ou animador, como eram chamados na época) que exploravam roupas extravagantes, exageradas. Esses produtos eram marcadamente constituídos por uma convocação de diversas expressões da cultura brasileira, desde os programas da própria TV e do rádio, e manifestações culturais como o teatro de revista. Consolidam um *modus operandi* de referências cruzadas, vinda de diversas matrizes e, ao mesmo tempo, completamente passível de mudanças. Neste sentido, as experimentações no formato estavam mais abertas e podia-se explorar mais os elementos visuais:

O programa de auditório é constituído pela estética do excesso, que oferece uma profusão de estímulos ao espectador. O ritmo

do show é ditado por desafios, surpresas, uma trilha sonora marcante e uma coreografia toda própria, que combina a dança das bailarinas e o gestual do apresentador – embalado pelo ritmo do auditório. A voz do apresentador tem o papel de reforçar o ritmo da cena, em função de sua prosódia entoativa, que é acompanhada pelas respostas e aplausos da plateia. Ele estabelece, então, uma espécie de diálogo com o público, que é convocado a participar. À pergunta dirigida à plateia: ‘Está todo mundo animado?’, ouve-se a resposta: ‘Sim’” (SOUSA, 2009, p. 97).

Por esses elementos, os programas de auditório promoveram uma associação direta com as classes populares. Mesmo com algumas iniciativas operadas a partir de uma ideia de requinte, como vemos no programa Hebe Camargo, há uma convocação para o reconhecimento da classe popular nesses programas, porque eles se configuram enquanto espaço de confluência dos elementos simbólicos, afetivos e estéticos dos cotidianos das classes populares. Uma mistura de espaço da festa, do riso, do choro, da esperança e da tensão, no programa de auditório, todos os presentes são convocados a torcer, aplaudir, dançar, rir, sofrer, chorar. A presença das celebridades, em meio a essa festa, combina-se às histórias dramáticas de gente comum.

Na visão de Miceli (1972), Hebe Camargo constrói seu papel de animadora como uma mulher como as outras que assistem ao seu programa, explicita suas experiências de vida e legitima seus relatos como mãe, esposa, filha. Diversas determinações sobre ‘ser mulher’ que lhe garantem o reconhecimento cultural de apresentadora de televisão. Esses elementos são conjuntamente incorporados ao seu visual requintado: joias e acessórios abundantes, “cabelos barrocos, [...] o paradigma do consumidor que adquire a linha inteira de montagem” (MICELI, 1972, p. 68). No espaço físico do programa, reproduz-se uma sala de visitas, este espaço familiar institucionalizado para a conversa informal, onde discutem-se assuntos relacionados a vida cotidiana, a divulgação dos produtos da indústria cultural, ou mesmo temas considerados relevantes para a realidade social do país. Miceli (1972) reconhece em Hebe o papel de delegada do público, que cria uma esfera de lazer onde os mitos familiares são discutidos – o programa coloca-se como lugar de prestação de serviço público.

Miceli (1972) afirma que, no Programa de Hebe Camargo, simula-se estilo de vida a ser seguido, e Hebe posiciona-se como “madrinha” por conta do tratamento afetivo com o público, a maneira estratégica como compartilha suas informações com

ele. O palco do programa é o condutor de todas as ações da cena, “a sala de visitas constitui o núcleo da imagem e o suporte das significações míticas” (MICELI, 1972, p. 68). Seria o quadro fixo de referência do programa, qualquer sujeito que ingresse no campo visual possui valor simbólico no campo cultural, o que legitima sua presença neste ambiente de intimidade. Os convidados que frequentavam a sala de visitas, personalidades públicas, políticos, atores e atrizes, relatavam suas experiências reforçando em seus discursos os papéis sociais familiares, os personagens célebres são levados a assumir as características de cada um desses papéis. O programa operava a partir de uma exploração do cotidiano doméstico, apresentando valores morais, padrões de conduta e ritos, naturalizando-os e convencionando-os como padrões condizentes a realidade comum a todos os brasileiros:

A entrevista com a celebridade se passa como se estivesse sendo testada quanto ao montante de normas e convenções que pôde internalizar. De início, a madrinha louva o gênio, o talento, o sucesso, o carisma, isto é, exalta os dons mágicos que a distanciam do público. Por enquanto, focaliza-se a pessoa fora da série que habita a celebridade. Esta primeira apropriação do carisma constitui, de fato, o fundamento de sua posterior valorização como figura portadora dos papéis sociais idealizados. Neste plano, então, a celebridade torna-se a extensão de cada espectador. Ela é todo mundo, enfrenta os mesmos problemas, sofre, ama, tem filhos, um lar, marido, vai ao supermercado, usa cobertor, arruma gaveta. Todavia, vive estas experiências em dimensões mágicas, em ritmo de exceção (MICELI, 1972, p. 79).

Miceli (1972) atesta que o produto em questão se dirigia à classe média a partir da noção inscrita no programa sobre quem é seu público, com a forte presença da divisão tradicional dos papéis familiares – a mulher para o trabalho doméstico e trato para os filhos, o homem responsável pela autoridade e subsistência. Neste sentido, o programa tenta construir para o público o sentimento de participação, “recorre ao espectador para confirmar, renovar, pelas palmas, telefonemas, cartas, elogios, nível de audiência” (MICELI, 1972, p. 73). O carisma da madrinha depende dos sinais que o público emite, aderindo ao ambiente de consenso e de festa.

O programa Hebe Camargo opera a partir de uma lógica cultural e outra de mercado – mas há uma sociedade de massa desigual e incipiente, a “alta cultura desempenha um papel importante na definição dos critérios de distinção social” (ORTIZ, 2001, p. 76). Isso demonstra como a indústria cultural é capaz de lidar com diversos

mecanismos simbólicos de reconhecimento do público:

O campo simbólico se organiza como um sistema misto de relações de produção, distribuição e consumo de bens simbólicos, obrigado a reproduzir nos “bolsões” a competência cultural das classes e setores de classe já integrados aos mercados de trabalho e consumo – o operariado industrial, os setores médios ocupados no terciário – e, ao mesmo tempo, obrigado a responder às demandas simbólicas exercidas pelas camadas “excluídas”. São estas as razões que explicam a existência de produtos heterogêneos, passíveis de leituras distintas, veiculados pela indústria cultural. (MICELI, 1972, p. 187)

Para o autor, havia uma ampla ação pedagógica nos produtos da indústria cultural dirigidos aos setores marginalizados, seja através do mercado de consumo (Silvio Santos), seja através de uma ridicularização da sociedade urbano-industrial (programa do Chacrinha). Nos grandes centros urbano-industriais, Sergio Miceli chama a atenção para a questão do distanciamento existente entre o código dos grupos recém-chegados a essas áreas e o código "nacional", que serve ao projeto simbólico da cultura hegemônica patrocinado pelo Estado. Segundo Miceli, os programas de auditório oferecem aos excluídos momentos de “participação compensatória no estilo de vida dominante nos bolsões vitalizados” (MICELI, 1972, p. 221). Apesar de assistencialista, a entrada desses membros ao estilo de vida dominante continua inacessível. O modelo da diversão de auditório aparece, para Miceli (1972), como uma tentativa de aproximar públicos até então situados em diferentes espaços geográficos - e que passavam a dividir a zona urbana.

3.2.3 A estética popular nos programas de auditório

Durante a década de 1970, as críticas televisivas e pesquisas acadêmicas que abordavam o universo da televisão tinham uma grande preocupação com uma possível construção fiel da realidade através dos produtos audiovisuais. O questionamento centrava-se em como a linguagem televisiva, através da transmissão direta, construía um universo de contato com os receptores a partir de uma lógica da ilusão, como se aquilo que acontecesse na televisão não tivesse qualquer verossimilhança com a vida cotidiana. Muitas destas pesquisas não reconheciam, nos produtos televisivos, o *jeito* específico que o veículo tinha de lidar com novas formas de consumo dos produtos audiovisuais.

Havia uma tentativa, a partir da crítica cultural, de desmitificar a “magia” da televisão, ressaltando as estratégias operadas nos programas televisivos a partir de uma perspectiva ideológica, que entendia o processo de consumo pela lógica da massificação, de um certo “emburramento” dos sujeitos. Sodré (1972) utiliza o conceito de grotesco para falar de uma certa dominância estética nos produtos televisivos que valorizam a tragédia, o drama, o melodrama, operando entre o cômico, o caricatural e o “monstruoso”, aberrante (SODRÉ, 1972, p. 72). Sob a perspectiva do grotesco, Sodré (1972) descreve acerca dos programas de auditório com um viés bastante crítico e pessimista. Entende, muitas vezes, que estes programas constroem seus telespectadores como débeis mentais, um discurso ainda enraizado em certas tradições da análise televisiva antes mesmo da comunicação se configurar enquanto campo acadêmico.

Perspectivas críticas sobre a qualidade dos programas televisivos na década de 70 encontraram nos programas de auditório fonte rica para evidenciar este dito processo de “massificação” ou de “emburramento” dos sujeitos receptores. É preciso levar em conta que estes produtos surgem no Brasil em um contexto de urbanização e de promoção do consumo, principalmente para as classes populares, “a combinação entre supermercado e televisão” (SODRÉ, 1972, p. 92). Os programas apresentados por Abelardo Barbosa, o Chacrinha apostaram em elementos que conquistaram uma popularidade, como se tivessem construído uma gramática própria no âmbito da linguagem televisiva. Durante a década de 1960, os programas de Chacrinha se tornaram uma clara referência ao Tropicalismo.

Visto como um apresentador libertário, Chacrinha assumia a postura do exagero enérgico, era considerado como mestre das massas populares. Seu programa teve importante papel no debate sobre a cultura de massa no Brasil, quando os programas de televisão eram alvos da crítica por uma certa preconização de elementos das classes populares, em contraponto aos valores da cultura da elite. Entretanto, é importante entender o surgimento destes programas de auditório por uma perspectiva histórica, que possibilite enxergarmos como os programas do Chacrinha podem ser considerados como momentos de ruptura no modo de fazer e de ver televisão durante este período. O fato de criar uma certa *estética popular* conseguiu trazer para televisão um jeito de novidade, ao trazer possibilidades na linguagem, nos estilos e temáticas, e também nos

formatos próprios.

Neste sentido, um elemento, dentro do Programa do Chacrinha, que tensiona a formas do fazer televisão, está na maneira como se apresenta ao seu público: via transmissão direta. Dentro da linguagem televisiva, das estratégias textuais e visuais que constroem a sua interação com o público, é aquela que marca mais profundamente a experiência desse meio. A transmissão direta define-se pela simultaneidade comunicativa, a possibilidade de inserir emissão e recepção em um intervalo de tempo – o que inclui a enunciação dos programas e dos espectadores numa mesma veiculação (GUTMANN, 2014, p. 72).

É no fato da televisão operar pela veiculação em tempo presente que reside a novidade das experiências audiovisuais, como elemento de especificidade da linguagem televisiva. Significa que a própria natureza técnica da televisão abre possibilidades para dimensões temporais bastante específicas, e no caso dos programas de auditório, pela ancoragem do apresentador ao vivo no estúdio, independente do tempo dos fatos. De acordo com Gutmann (2014), no que se refere à produção de sentido, a forma televisiva encontra-se em aberto, opera a partir de uma duração sempre em andamento, com possibilidade de imprevistos, mutações e expectativas (GUTMANN, 2014, p. 73). Antes da televisão, as formas expressivas que operavam ao vivo eram as artes performáticas (teatro, balé, opera, show ou concerto). Com a transmissão direta na tv, os corpos envolvidos na enunciação agora estão na plateia, e veiculação permitia também a recepção por parte dos espectadores situados em lugares distintos, vendo eventos que estão acontecendo no instante do consumo.

No caso do Chacrinha, as possibilidades criadas pela transmissão direta tornaram-se as marcas expressivas de um programa de auditório bastante peculiar, que abusava dos exageros visuais, nas roupas, nas expressões corporais do Chacrinha, como também numa certa imprevisibilidade dos acontecimentos registrados no ao vivo, que rompem uma tendência *polida* da linguagem da televisão brasileira:

A hegemônica TV Globo ensinava que as câmeras não poderiam aparecer em campo durante as transmissões diretas, nem tampouco as girafas dos microfones. Ou seja, o trabalho de fazer televisão não deveria ser mostrado, tudo deveria aparecer como se estivesse acontecendo espontaneamente

naquele momento (o chamado “efeito de realidade”, como no cinema tradicional). Chacrinha não apenas liberou as câmeras e os microfones, o que lhes deu uma incrível mobilidade no palco, como atribuiu aos técnicos uma posição privilegiada, transformando-os em protagonistas, chamando-os pelos nomes e entrevistando-os durante o programa. [...] mostrou os estúdios de televisão, as entranhas, aquilo que fica nos bastidores e que quase nunca aparece” (MACHADO, 2011, p. 14).

A transmissão ao vivo, no Chacrinha, impedia de se impedir o surgimento de *tempos mortos*, como se nada estivesse acontecendo, a partir de uma perspectiva da narrativa do programa, a maneira como ele se desenvolve no seu tempo estrutural. Para Machado (2011), a indústria da cultura da época impôs um controle de qualidade dos produtos de circulação midiática e isso se manifestou na linguagem como uma assepsia. No Chacrinha, tudo que era considerado excesso se converte “em elemento formador, impregnando o produto final das marcas da incompletude, da indomesticabilidade e, num certo sentido, da *bruteza*” (MACHADO, 2011, p. 17, grifo do autor).

Quando falava-se da *indomesticabilidade*, Machado (2011) referia-se também à impossibilidade de moldar a performance na figura de Chacrinha. Pelo elementos visuais, haviam referências carnavalescas (destacadamente as festas do Rio Janeiro e de Olinda), e a própria imagem do palhaço popular da década de 40 no Brasil, aquele com a “pança” que “dava um tom mais *clownesco*” ao rir de si próprio. A associação feita ao velho guerreiro o aproxima da figura do velho obscuro que fazia o povo rir, como os teatro de bonecos nordestinos. Os primeiros programas de auditório que apresentou na Rede Globo tiveram pouca adesão empresarial, e a tentativa de implantar um conceito de padrão de qualidade da emissora resultou na sua saída da emissora, como parte de um processo de *higienização* dos programas populares. Chacrinha retornou à TV Globo com o *Cassino do Chacrinha* estrategicamente para aproximar a empresa das classes populares. Apesar da sua naturalização na grade de programação, Machado (2011) desta que havia um certo desencaixe entre a estética popular do Chacrinha no universo da emissora carioca:

A Globo tinha um conceito de “padrão de qualidade” que não batia com o seu método de trabalho. Tudo lá era disciplinado, envernizado, engomado e artificial. Era difícil também para a Globo engolir um programa tão popular, quando ela queria preservar sua fama de rede qualitativa, destinada às classes de maior poder aquisitivo, mas era impossível ignorar um programa que por diversas vezes atingiu 65 pontos no *rating*,

recorde absoluto na televisão brasileira, só quebrando em transmissões diretas de finais de campeonatos de futebol” (MACHADO, 2011, p. 23)

O viés elitista com o qual se observaram ao longos dos anos os programas de auditório impossibilitaram perceber a herança direta do rádio como uma matriz popular das experiências culturais. Do próprio rádio, observamos a relação com o universo das variedades, advinda do circo e do teatro de revistas. A presença do calouro nestes programas revela uma matriz importante para a presença do povo na televisão, da maneira como se relaciona com os próprios bens culturais do país. A plateia, que se exibia diante dos jurados, representavam o corpo presente, que interage e gera enunciações outras, cada vez mais abertas, num formato apresentado através da transmissão direta.

Ao contrário dos sitcoms, com palmas e vaias programadas ou efeitos de sonoplastia, o público do Chacrinha era recrutado em escolas secundaristas ou caravanas de bairros. Os cantores que se apresentavam ali eram os mais consumidos por aquele público, e suas reações aos números musicais esquentavam os acontecimentos no palco. Tanto a performance do Chacrinha como as possibilidades técnicas do registro televisivo criaram um método específico de manter a plateia em estado de permanente animação.

O visual bastante exagerado utilizava a buzina como um dos elementos marcantes da sua performance. Usava para criar tensão nos calouros, mas também para gerar o riso na plateia. Essa característica se unia a forma como o apresentador envolvia o público com as brincadeiras, causando a impressão de uma festa contínua, irradiada por calor humano. Muitos dos elementos vistos no Chacrinha vão ser construir uma ideia de linguagem popular na televisão, marcada pelo exagero e pelo excesso. Em contrapartida, outros programas de auditório construíram, a partir de uma espécie de assistencialismo, uma relação específica com a plateia que se consolida principalmente com a figura de Silvio Santos.

Em 1962, estreava o Programa Silvio Santos nas tardes de domingo na TV Paulista e posteriormente em 1965 na TV Globo. Era tipicamente um programa de auditório com música, jogos, gincanas e premiações. Em 1976 passou a ser exibido pela

TVS e posteriormente no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), fundado em 1981. Vemos, nos programas apresentados por ele, a presença de indivíduos oriundos em geral da classe média se expondo a júris de programas de auditório como “cidadãos comuns” (SACRAMENTO, & ROXO, 2013, p. 10), tornando-se o SBT “local” dos programas populares.

Dentro do Programa Silvio Santos, exibido no SBT a partir de 1981, os quadros com maior popularidade foram *Só compra quem tem*, que distribuía um carro 0km por semana; *Arrisca Tudo*, jogo de perguntas e respostas que o vencedor levava um prêmio em dinheiro; *Sou Grato a Você* trazia um membro da plateia para, diante de Silvio Santos, relatar um acontecimento e agradecer as pessoas que não tiveram a chance de agradecer antes. *Perdoa pelo Mal que eu lhe Fiz* permitia que as pessoas pedissem desculpas à alguém que tivesse feito algo de ruim e não pediu desculpas. Ainda existiam os quadros amorosos, *Namoro no Escuro* e *Casais na Berlinda*. Sempre com uma performance carismática, a exposição da vida privada apelava para o viés cômico do seu apresentador, e a construção dramática das histórias com trilha sonora e encontros inesperados no palco.

Este mecanismo de garantir uma voz do povo, a partir do relato cotidiano, nos programas de auditório se potencializa no SBT com a criação dos programas como *Porta da Esperança* (1984-1996), *Topa tudo por Dinheiro* (1991-2001), *Namoro na TV* (1983-2007) e *Show de Calouros* (1981-1996). No quadro *Porta da Esperança*, Sílvio Santos fornecia aos participantes uma ajuda com tratamentos médicos, remédios, ajuda financeira, entre outras coisas. Muitos consideram esse o primeiro quadro assistencialista da televisão brasileira. Os telespectadores enviavam cartas contando as suas histórias e aquilo que faltava em suas vidas ou então algum sonho que tinham vontade de realizar. Nem sempre os sonhos eram realizados – quando a porta se abria e não havia ninguém do outro lado. O *Topa Tudo por Dinheiro* trabalhava pela lógica da exposição: as provas e atividades que a plateia participava condicionava a uma cena hilária, que gerasse o riso da plateia e do apresentador, enquanto o participante se esforça para conseguir o dinheiro prometido. Além disso, o programa consolidou o quadro das câmeras escondidas.

que mais se aproxima da festa popular. Tanto no rádio como na televisão, não há um desnível tão grande entre o palco e o público. Os animadores e cantores se aproximam da plateia e têm um contato bastante próximo. Silvio Santos faz um programa nos domingos à noite lançado com o nome “Topa Tudo Por Dinheiro”, o qual comanda de dentro do auditório com o célebre bordão “Quem quer dinheiro?”. Por sua vez, o público popular participa ativa e efusivamente desses programas, seja em jogos disputando prêmios, seja aplaudindo, vaiando, rindo, cantando, gritando. A diferença em comparação com uma contida plateia cultura revela que programa popular não é só uma questão de conteúdo, mas também de modo de fazer (MIRA, 2010, p. 171)

As críticas aos programas de Silvio Santos, no âmbito da sociedade civil, condenavam as estratégias assistencialistas do programa como espécie de ajuda momentânea, colocando-se o programa como uma espécie de ferramenta alternativa para a resolução dos problemas da plateia, majoritariamente membros das classes média e baixa. As submissões e explorações do sujeito nos programas de Silvio Santos sustentam uma crítica à televisão como um mecanismo despolitizador, a partir das experiências propostas no programa para a participação do público. Ao mesmo tempo, cria-se uma identidade com o público, direcionando-se para os elementos das culturas populares que são apropriados pela televisão brasileira até os tempos atuais. O popular, no SBT, configura-se como uma marca da emissora e vemos como são recorrentes as estratégias para manter esta relação com as classes populares:

Desde o início, o SBT havia adotado a estratégia de gravar sua programação com a presença de auditórios e não abriu mão dela após a “mudança de imagem”. Todos os programas da emissora seguiam essa regra, que era a sua marca, a sua identidade. A ideia vigente entre artistas e produtores é a de que uma televisão popular se faz com a integração do público, seja na plateia, seja em casa. Essa concepção tem levado os animadores e produtores de programas de auditório a uma espécie de “recusa técnica” em favor do contato direto com o público, da criação de uma atmosfera de proximidade, de intimidade com ele (MIRA, 2010, p. 170).

Uma televisão popular, para os administradores e artistas do SBT, deve ser “quente” e o processo de gravação e pós-produção devem manter os momentos de improviso para “esquentar o auditório”. A escolha por esses momentos de improviso no produto final chamavam a atenção do público ao acionar a descontração, o suspense e a emoção para as cenas (MIRA, 2010, p. 170). O modo de fazer programas de auditório específicos do SBT marcou o período de intensa concorrência com TV Globo. O

Domingo Legal, programa de auditório no ar até hoje, se popularizou sob o comando de Gugu Liberato entre 1993 e 2009, tentou criar uma linguagem mais jovem para os programas de auditório, mas o fez a partir de uma exploração excessiva dos corpos, principalmente com o quadro da *Banheira do Gugu e Gata Molhada*. Gugu também se apropriou do formato do quadro de transformação de garotas e, diversas vezes, acionava no “dia de princesa” alguma celebridade.

3.2.4 O fenômeno dos programas populares a partir dos anos 90

Vimos que o cenário televisivo brasileiro atravessou uma série de mudanças a partir dos anos 70 do século XX. Por conta desta mudança de panorama, a década de 70 pode ser encarada como um período de inflexão (ROXO, 2010), por conta do monopólio de audiência da Globo e a diminuição dos programas dedicados ao “mundo-cão”. O surgimento do SBT aparece como via de acesso para estes conteúdos e funcionaram como aposta da nova emissora para disputar o mercado televisivo com TV Globo. Um dos programas populares de destaque dentro do SBT foi O Povo na TV, e havia sido exibido anteriormente na TV Tupi com outro nome, A Voz do Povo na TV – o programa foi extinto por problemas financeiros, até ser adquirido pela TVS. A ideia inicial era a de um programa de variedades e serviços.

Podemos interpretar que esta mudança simboliza um novo lugar para representação das situações de crime, violência e dramas pessoais, em que pelo cenário, coloca nas entrelinhas o distanciamento pretendido entre aquele que reporta, que assiste, e a aquele que vive as situações de crime e polícia – o povo. A estratégia pretende aproximar-se do ambiente e dos gostos da classe média, numa tentativa de “suavizar” a representação das situações ditas grotescas e assim alavancar a audiência (ARAÚJO, 2014, p. 62).

Apesar do investimento na linguagem que tenta se aproximar das classes populares, nem o SBT nem a atração conseguiram fugir das críticas. Segundo Araújo, a Folha de São Paulo chegou a apelidar de “sucata do jornalismo carioca” (ARAÚJO, 2014, p. 63), pela maneira como O Povo na TV abordava as situações cotidianas de crimes e violência. Também era apontado pela crítica como um pátio de milagres: estabelecia-se, neste período, uma marca dos programas populares, que é a prestação de serviço e a apropriação melodramática que fazem dos acontecimentos da vida urbana, “não fossem reais, tais ocorrências pareceriam mais histórias fictícias, retiradas de um

romance policial. Nesse sentido, estes casos funcionariam também como uma denúncia da face chocante, bizarra e/ou dramática da sociedade no ambiente urbano” (ARAÚJO, 2014, p. 63).

O Povo na TV foi o embrião do Aqui Agora, que estreia na TV Tupi ainda em 1979, que tinha a proposta de realizar a cobertura jornalística ao-vivo pautada na prestação de serviço e nas ocorrências cotidianas do Rio de Janeiro. Com direção de Wilton Franco, o programa pareceu, segundo Roxo (2010) os primeiros esforços de trazer de volta a alma e o “calor” dos programas populares à televisão, com um flerte no telejornalismo de referência. Seria uma dialética entre um processo de modernidade e um apego as formas residuais da linguagem televisiva, marcadamente o improvisado e experimentalismo “representado pelos aspectos informal e improvisado do misto de programa jornalístico e de auditório conduzido com mão de ferro pela personalidade carismática do apresentador” (ROXO, 2010, p. 182).

A atração emblemática de cobertura policial televisiva reaparece, agora no SBT, no ano de 1991, propondo um novo – porém essencialmente antigo – jeito de abordar a temática do “mundo-cão” na TV brasileira. O SBT investia, agora, em programas telejornalísticos e a equipe formada para pensar e produzir o programa era formada jornalistas profissionais. Este movimento do embrião híbrido entre programa de auditório e jornalismo, com O Povo na TV, reascende o próprio reconhecimento da crítica em relação ao campo do jornalismo: que tipo de jornalismo brasileiro é esse? Pode-se considerar jornalismo?

Tratava-se de um telejornal popular inovador, que apesar da bancada, investia em recursos que passavam ao largo do “padrão Globo de qualidade” através da utilização de recursos como plano-sequência, câmera tremida e edição com trilha sonora e narração em tom de suspense. O argumento utilizado pela emissora e pela equipe do programa para se proteger das críticas que logo atingiram a atração era o de que o objetivo era resgatar a espontaneidade e a instantaneidade da linguagem radiofônica (ROXO, 2010), valores que para os críticos se traduziam como sensacionalismo (ARAÚJO, 2014, p. 64).

A figura de Gil Gomes e sua crônica policial foram alvo de crítica à época, pelo estilo já conhecido das reportagens policiais. “[...] o estilo de Gil mesclava referenciais culturais com a linguagem televisiva. “O que significa isso? Uma junção da

gestualidade necessária à televisão [...] com a oralidade herdada do exercício de narrar milhares de histórias no rádio ao longo de mais de vinte anos de profissão” (ROXO, 2010, p. 190).

A consolidação do Aqui Agora aparece num contexto fortemente marcado pela fragilização da percepção sobre as fronteiras nacionais (BRITTOS & SIMÕES, 2010, p. 220), a partir dos movimentos e fluxos do capitalismo global, que atingia seu auge durante esta época. No caso do Brasil, a expectativa para a década de 1990, após o período de redemocratização, era de uma mídia sem amarras, desvinculada do Estado. Entretanto, o próprio movimento econômico, com a ampliação no número de emissoras televisivas e o acirramento de lógicas mercadológicas, instaurou fortemente o princípio da livre concorrência. A televisão paga surge como alternativa para exploração de negócios em outros setores e também em outros países.

Vemos, nesse período, que as inovações tecnológicas vão favorecer um cenário de livre concorrência para as empresas de comunicação, e os investimentos no setor televisivo vão representar exatamente a busca pela inovação. O sistema de telefonia móvel foi importante neste período: ele foi responsável pela “expansão do setor de telecomunicações, com a privatização do sistema Telebras, antes estatal. [...] se observa a televisão que chegou ao processo de digitalização, conformando um meio de grande alcance no território nacional”, (BRITTOS & SIMÕES, 2010, p. 220). Estas novas perspectivas técnicas e comerciais concretizaram-se no Brasil consolidando o que Brittos & Simões (2010) chamam de *fase da multiplicidade da oferta* de produtos midiáticos.

A disputa pela audiência, diante do maior número de emissoras e redes e da migração progressiva para a televisão fechada dos estratos socioeconômicos mais elevados, levou à queda na qualidade da programação, proliferando a exploração humana. Com isso alastram-se produtos baseados no extinto "Aqui Agora" (SBT, 1991). A TV Globo, cuja audiência total caiu dez pontos percentuais entre 1994 e 1998, foi a principal prejudicada, sendo a única das redes que perdeu audiência. [...] Nos domingos, Gugu Liberato, com o "Domingo Legal", do SBT, e Fausto Silva, com o Domingão do Faustão, da Globo, tornaram flagrante abusos de nudez, jogos sexuais e aberrações para conquistar audiência, com vantagem para o primeiro (BRITTOS & SIMÕES, 2010, p. 234)

O que vimos nos produtos televisivos, nesta época, são programas que dramatizavam a vida cotidiana, daí surgiram programas como *Cidade Alerta*, da Record, e *CNT Urgente*, que se apropriam da tendência mundial de espetacularizar e expor a vida humana, abordando questões muito próprias da realidade local (BRITTOS, 1999, p. 93). Neste sentido, vemos no quadro televisivo uma maior presença das redes afiliadas nos estados para construção de programas locais. Na Globo, a maioria das afiliadas tem apresentado produtos locais no horário do meio-dia. Em 1998, o telejornal paulista SPTV 1ª edição foi reformulado, com a presença de apresentador com uma performance mais descontraída, com um auditório, pautas que tentavam dar conta de aspectos cotidianos e comportamentais, e a presença de celebridades como convidados no estúdio.

Neste período, localizam-se diversas estratégias da TV Globo em construir marcas mais “populares” em seus programas, acompanhando o movimento da concorrência ao criar programas policiais, por exemplo. Vistas como “concessões” ao padrão de qualidade estimado pela emissora, estas mudanças atingiram o telejornalismo: o Jornal Nacional dos anos 1990 priorizava o sentimentalismo, os dramas humanos e o mundo animal, abordando em menor quantidade notícias consideradas sérias. Aqui vale lembrar a cobertura do assassinato da atriz Daniela Perez, quando o telejornal trouxe a reconstituição do crime, a partir de referências da teledramaturgia, para o ambiente noticioso. As reportagens ganharam um tom amplamente seriado, com desdobramentos e curvas narrativas que configuravam o processo de atualização da notícia.

Estas estratégias foram vistas também no Globo Repórter e acabou resultando em um produto próprio, o *Você Decide* – programa de participação popular em que os telespectadores escolhiam o desfecho das histórias encenadas no programa. Mais adiante, na história dos programas da TV Globo, o *Linha Direta* marcou a produção especificamente policial da Globo, sem um animador exaltado que se colocava como paladino da justiça. A impressão, com o programa, era de que a TV Globo apropriava-se da cobertura policial, abordando crimes e casos misteriosos a partir da construção de um padrão estético distinto:

O gesto de reconquista do público que evidenciou essa espécie de *descoberta do popular* coincide, não por acaso, com a tendência em se optar por programas que articulem uma linguagem entremeada com grandes pitadas de emoção, dramatização e violência. Características, portanto, de um

modo de expressão historicamente associado às classes populares e definidas por alguns como *grotesco* [...]. O "Linha Direta" foi, também, um exemplo bem-sucedido do gesto de aproximação a um público mais popular na medida em que a emissora foi capaz de conseguir produzir uma narrativa que dialogava com essa forma de ver o mundo (MENDONÇA, 2010, p. 265-266, grifos do autor).

Dentre as características específicas desses programas populares da televisão brasileira, a partir da segunda metade da década de 1990, Araújo (2006) destaca nestes produtos uma ênfase nas pessoas comuns, em um público até então desconhecido e que ganha protagonismo dentro deles. Ao mesmo tempo, esses programas trazem celebridades, atores e atrizes de novelas, do mercado da música, da moda, da política, empresários e jogadores de futebol. Se, historicamente, a televisão se construiu dando visibilidade às pessoas famosas, a transição do povo para o centro da TV indica um processo lento de experimentações, sempre numa tentativa comercial de conquistar a audiência, mostrando aqueles que a consomem.

Ao mesmo tempo em que o protagonismo histórico das celebridades legitimava a indústria cultural brasileira, que se apropriava da televisão para fazer escoar seus rostos conhecidos, a programação popular foi disputando este novo lugar do povo na tevê transpondo o lugar do homem ordinário de mero espectador para relator de suas próprias histórias dentro dos programas. Ainda que apropriando-se de estratégias contraditórias para esse “pequeno estrelato” do homem comum, os programas populares concederam ao povo lugar central para o seu funcionamento. O enquadramento aplicado às histórias geralmente posicionava essas narrativas como da ordem do extraordinário, do incomum, por vezes do bizarro e do insólito, marcando também uma maneira específica que esses produtos televisivos lidavam com histórias de vida do público telespectador.

O cenário televisivo sofreu duras críticas na época pela maneira como exploravam as formas de vida das classes populares, e essas estratégias podiam ser vistas nos programas de auditório como *O Domingão do Faustão* (1989-...), da TV Globo. Vemos, por exemplo, que o programa se esforça em utilizar o público a partir de uma estratégia de glamourização dos relatos, que transformam anônimos em rápidas estrelas, possibilitando dar depoimentos, participar de quadros e dividir emoções dentro do contexto de comunicação do programa. O apresentador, no papel de condutor das ações

do programa, cria personagens a partir dos relatos apresentados e enquadra o homem ordinário como uma figura mitológica, justificando a entrada de homens comuns nos lugares instituídos para as celebridades. Os personagens, aparentemente conformados com o lugar garantido como heróis instantâneos do povo, expõem-se acanhados ou mesmo desesperados, “a ponto de se submeter a qualquer tipo de atitude exótica para conseguir um prêmio em dinheiro” (FRANÇA, R., 2006, p. 112). O Domingão do Faustão utiliza, então, o glamour para transformar o que seria desastroso em especial.

Por outro lado, e aqui saindo do espectro do Faustão especificamente, percebemos que os programas populares ressignificaram também o sentido de realidade historicamente construído na televisão, a partir de uma preocupação exagerada de exibir fatos e histórias reais, abusando de artifícios que comprovassem suas inserções nas diversas realidades brasileiras. Os programas populares trazem o sentido do real como constitutivos das suas práticas, e não só nos programas do gênero policial, que se articulam com a matriz do jornalismo investigativo e da narração policial, mas também os programas de entretenimento. Araújo (2006) cita, por exemplo, os debates acerca da paternidade no *Programa do Ratinho* (SBT), ou mesmo as incursões do *Domingo da Gente* (TV Record, apresentado pelo cantor Netinho di Paula) nas periferias paulistas em busca de uma princesa para viver um dia de transformação.

As novas possibilidades do real na televisão e a glamourização parecem ser, para João Freire Filho (2007), um traço distintivo da atual “cultura da sociedade”, ao exibir o homem ordinário sem qualidades ou talentos, num lugar historicamente construído para aqueles que possuem algum. Uma espécie de fenômeno que se converte em espetáculo mercadológico, a celebração é analisada pelo autor a partir da exploração dos espaços domésticos e das relações pessoais vinculadas historicamente à esfera privada. Configurando-se a televisão, então, como uma forma inseminadora da fama, as estratégias circulam em dar visibilidade “para nomes emergentes em outros domínios” (FREIRE FILHO, 2007, p. 61), ao tempo em que continua a colocar seus holofotes para personalidades do mundo da moda, do esporte e do entretenimento.

Freire Filho (2007) acredita que a formação de uma linguagem dos realities shows, marca das produções televisivas contemporâneas, opera em expor os benefícios da fama e os aspectos da vida privada das celebridades. Ser alguém único e importante e,

eventualmente, “viver da própria imagem”, transcende a monotonia do trabalho e do cotidiano popular, e, para o autor, estes sentidos agora atravessam as pessoas comuns, promovendo ainda mais uma obsessão contemporânea com a imagem. “Na conjuntura atual, a fabricação de uma “imagem para o público”, norteada pela mídia com base em parâmetros ainda mais abismais de mediocrização, almeja à celebridade maciça, não necessariamente acompanhada da respeitabilidade” (FREIRE FILHO, 2007, p. 64).

O autor reconhece uma exploração, principalmente nos programas populares, das pessoas anônimas, acolhidas na sua situação ordinária, “destituídas de conhecimentos legitimados, feitos heroicos ou aptidões artísticas” (FREIRE FILHO, 2007, p. 66), acolhidas em sua condição ordinária. Freire Filho (2007) afirma que programas como *Programa Márcia* (SBT, 1997-1998), *Hora da Verdade* (TV Bandeirantes, 2001-2004), *Casos de Família* (SBT, 2004-...) legitimam a voz do cidadão comum e promovem o “incremento da possibilidade, da confiança e da competência de expressão dos indivíduos de classe social, raça, gênero e *background* cultural reputados como inferiores” (FREIRE FILHO, 2007, p. 70). Estes programas participativos se posicionam a favor do povo, valorizando as experiências pessoais do indivíduo ordinário como informação autêntica, ao tempo em que enfraquecem o “*ethôs* patriarcal iluminista e a autoridade da televisão” (FREIRE FILHO, 2007, p. 70). Ou seja, os programas se moldam através dos dramas particulares em busca do reconhecimento, a nível produtivo, dos seus elementos mercadológicos no cenário televisivo de intensa disputa por audiência.

Nesses fóruns – nos quais o determinismo emocional eclipsa a causalidade econômica –, “traumas”, “manias” e “complexos” psicológicos suplantam ou redefinem discursivamente questões e conflitos sociais como sexismo, racismo, falta de moradia, educação e trabalho. Na seleção comercialmente criteriosa das histórias de vida a serem relatadas (sob a orientação e o enquadramento complacente, mas cuidados, do anfitrião), privilegiam-se experiências pessoais capazes de despertar o interesse e a identificação cúmplice ou condolente do público, graças ao seu caráter individual e autêntico e, ao mesmo tempo, modelar e representativo (FREIRE FILHO, 2007, p. 71)

Assim, este fenômeno estratégico na televisão tenta construir, a partir de uma lógica psicologizante do relato cotidiano, as pessoas comuns como verdadeiras produtoras de sentido no contexto de comunicação do programa. Ao mesmo tempo em que é preciso reconhecer as estratégias que configuram este novo lugar criado para o

homem comum na televisão, no âmbito das lógicas de produção, Escosteguy (2014) parte para avaliações ainda mais recentes que apontam não só para fenômenos de celebração e heroização, mas também exibem como esses processos se relacionam com as transformações sociais pelas quais o país atravessa ao longo dos últimos doze anos. O foco da autora está centrado no crescimento da classe média brasileira a partir do Governo Lula, marcado pelos implementos em políticas sociais, para entender como a televisão tem se apropriado deste cenário de ascensão social e como os discursos e narrativas midiáticas transbordam a vida dos segmentos populares.

Escosteguy (2014) sustenta-se no pressuposto de que há uma presença marcante de narrativas midiáticas em torno da periferia, da favela, dos segmentos que tomaram um lugar extremamente afirmativo. Ela identifica, por exemplo, duas novelas de grande sucesso da Rede Globo, *Avenida Brasil* (2012) e *Cheias de Charme* (2012), todas as duas transcorrendo narrativas em torno de minorias em papéis protagonistas a partir de um viés glamourizado, que coexistem num momento de reconfiguração socioeconômica. Por isso, ela busca a maneira como estas transformações repercutem na mídia, através de um ponto de vista político, para observar a convocação do consumidor. Segundo a autora, diversos produtos do jornalismo impresso, por exemplo, exploraram com devido destaque o fenômeno social, daí que aparece como preponderantes certos sentidos para o crescimento da classe média, como o sujeito consumidor e democratização das oportunidades.

O enquadramento em relação ao consumo posiciona, portanto, os indivíduos desta nova classe média em um novo status social, balizado a partir do crescimento do poder aquisitivo, o que sinaliza um direcionamento no campo midiático para os direitos de consumo pertencentes a esta nova classe média, principalmente em torno da ideia do sucesso econômico. A análise da autora se centra no quadro do programa Fantástico, exibido em janeiro de 2009, intitulado *Manda quem pode, obedece quem tem juízo*. Em formato de reality show, o quadro mostra a situação da Família Amorim a partir da moldura da nova família típica brasileira. Dentro do quadro, os integrantes da família, vão tentar regular o orçamento doméstico com a ajuda de um perito/autoridade no assunto e tenta guiar os rumos desta nova classe média em torno do consumo, das economias, e da forma hegemônica de operar o capitalismo – através da lógica da superação e do sucesso econômico.

A narrativa melodramática reforça os relatos biográficos dados no quadro, para garantir o sentido de realidade a partir do seu formato, não só para garantir a realidade através da linguagem do quadro, mas para mergulhar nas histórias de vida dos personagens. Escosteguy pontua que a “tv de realidade” reproduz e dissemina o caráter valorativo do neoliberalismo (ESCOSTEGUY, 2014, p. 16), através da competência individual e das recompensas e necessidades das mudanças nos gastos econômicos para o consumo.

Desde as diferentes formas de representar o povo, de convocá-lo para o programa, ou até mesmo as diversas noções de povo, tornam a questão ainda mais complexa para as aplicações no contexto brasileiro. Entretanto, corroboramos com os argumentos de Gomes (2008), ao tomar como pontos-chave da cultura popular os processos de desenvolvimento das tecnologias da comunicação e da informação, e as relações que posicionam a cultura popular em disputa contínua com a cultura dominante (GOMES, 2008, p. 74). O que convoca, portanto, os sentidos de “incorporação, distorção, negociação, apropriação, recuperação, enfrentamento, cooptação, conformismo, resistência” (GOMES, 2008, p. 74).

Concluimos aqui este debate assumindo uma convocação de Gomes (2008), ao reivindicar que, no processo de interpretação e análise dos programas populares, não devemos nos eximir do olhar crítico, investigando, desta maneira, os “aspectos éticos, políticos e estéticos” destes produtos. Devemos avaliar se a perspectiva depreciativa adotada sobre o popular não é resultado de um entendimento que desconsidera o “princípio estruturador do popular” (GOMES, 2008, p. 14), a ambiguidade, a zina conflitiva, o fato de que o popular se realiza sempre na dialética entre cooptação e resistência.

4. TERRITÓRIO ANALÍTICO: O POPULAR NOS PROGRAMAS DE REGINA CASÉ

*Eu tenho cara de pobre, pé de pobre, mão de pobre.
Difícil é o outro lado. Quando boto roupa muito
chique, sempre parece que
eu roubei da patroa*
[Regina Casé, entrevista à IstoÉ Gente]

*Foi um alívio poder montar em jegue, catar piolho,
caminhar descalça, essas pequenas coisas do
cotidiano daquela gente.*
[Regina Casé, sobre atuação em "Eu Tu Eles"]

*O humor, mesmo para os homens, durante muito
tempo era tido como um gênero menor. Para fazer
humor você tem de se expor ao ridículo. E mulher é
educada, não fala alto, não se senta de perna
aberta... Acho muito difícil uma
mulher que se disponha a isso.*
[Regina Casé, entrevista ao jornal O Globo]

4.1 CONHECENDO A TRAJETÓRIA DE REGINA CASÉ

Antes de iniciarmos nossa operação analítica neste trabalho, recorreremos à história profissional de Regina Casé, na tentativa de sua trajetória¹⁹ na TV Globo e, munidos deste material, reconhecer os traços que configuram os programas apresentados por ela. Filha de Geraldo César Casé e Heleida Barreto Casé, Regina Casé sempre esteve em contato com o universo das linguagens artísticas. O pai, Geraldo Casé, trabalhou em publicidade e, com o surgimento da televisão, migrou para o novo meio de comunicação. Ocupou cargos de diretoria na TV Bandeirantes, TV Excelsior e TV Globo. Geraldo Casé foi o responsável pela segunda adaptação para TV da obra de Monteiro Lobato, O Sítio do Picapau Amarelo, em 1977.

A herança profissional mais marcante na família vem avô de Regina, o pernambucano Ademar Casé (CHAVES, 2007, p. 19). Ao chegar no Rio de Janeiro, o

¹⁹ Trajetória é um conceito que nos apropriamos a partir de Pierre Bourdieu. as expectativas coletivas e das situações que garantem aos agentes vantagens no meio social (BORDIEU, 1996, p. 180). Ao falar do campo social e dos agentes, Bourdieu ressalta a importância da posição que cada agente ocupa e como as tomadas de posições destes atores geram práticas. Por isso, analisar a trajetória significa recorrer ao trajeto biográfico e profissional do agente em questão para perceber os movimentos dentro do campo social. O conceito permite vermos as especificidades do campo, as condições que configuram a produção televisiva, as características exclusivas desta produção, que ditam a regra do campo e abrem espaço para as disputas entre os agentes dentro do sistema social.

Casé, como era conhecido, passou de vendedor de aparelhos de rádios à radialista. Lançou em 1932 na rádio Philips do Brasil o programa radiofônico *O Programa Casé*, um dos pioneiros da rádio brasileira, consolidando-se logo no início da chegada do aparelho ao país. *O Programa Casé* primeiro programa de rádio comercial do Brasil e ficou no ar 19 anos ininterruptos²⁰.

Das heranças familiares, Regina Casé parte para o teatro a partir dos anos 1970. Mais especificamente em 1974, funda junto com Hamilton Vaz Pereira, Jorge Alberto Soares, Luiz Artur Peixoto e Daniel Dantas, uma cooperativa teatral chamada Asdrúbal Trouxe o Trombone²¹. Considerada como uma renovação para o cenário teatral do Rio de Janeiro de sua época, a companhia dialogava criativamente com os cânones do campo teatral, “inovando marcações cênicas e lançando mão do humor galhofeiro” (CHAVES, 2007, p. 19). Regina Casé e muitos dos integrantes passaram, nos 10 anos de existência do grupo, de jovens e amadores atores a profissionais reconhecidos. Fizeram parte do grupo nomes como Luis Fernando Guimarães, Nina de Pádua, Patrícia Travassos, Perfeito Fortuna e Evandro Mesquita. O grupo presava pelo ar amador e o sentido local que a cena teatral da Zona Sul do Rio de Janeiro possibilitava aos seus integrantes, como vemos no depoimento de Regina:

Eu achava meio chato, como acho até hoje, esse negócio de ser artista, mas me sentia meio empurrada para o teatro porque não tinha alternativa. Ficava pensando como era horrível ficar o tempo todo ligada naquela coisa criativa e com aquelas pessoas achando que são diferentes das outras. Sempre achei meio cafona esse negócio de achar artista um cara incrível, do outro mundo, e ainda acho. Fui educada para ser inteligente, para ser intelectual, para ser artista (BUARQUE DE HOLLANDA, 2004, p. 28)

Após viajar pelo país ao longo dos 10 anos do Asdrúbal (1974-1984), começou a atuar para o cinema. Sua estreia nas telonas foi no filme *Chuvas de Verão* (1978), de

²⁰ Ademir Casé é considerado o criador da cultura do entretenimento de massas no país e deu forma à linguagem do rádio brasileiro. Sob sua gestão, fizeram-se os primeiros jingles, pagaram-se os primeiros cachês para cantores e atores, surgiram os primeiros contratos de exclusividade. Outro fator determinante de sucesso de Casé foi eleger o samba e os sambistas favoritos do programa, formando um *cast* com nomes que ficariam na história na MPB, como Noel Rosa.

²¹ [...] desde 1974, o grupo carioca Asdrúbal Trouxe o Trombone fazia o mesmo. O mesmo e muito mais. Revelou um time de atores que mudou a cara do teatro e da televisão brasileira, como Regina Casé, Luis Fernando Guimarães e Evandro Mesquita; amadureceu um novo jeito de fazer teatro, o da criação coletiva. Abraçou idéias do tropicalismo, do [*Teatro*] Oficina e da cultura pop, tornando-se uma das maiores referências dentro do teatro brasileiro e gerando herdeiros, como o besteirol. (FOLHA DE S. PAULO, 2004)

Cacá Diegues. No mesmo ano, Arnaldo Jabor escala a atriz para um papel um pouco maior no filme *Tudo Bem* (1978) e repete a dose em outro longa metragem com a presença de Regina, o filme *Eu te amo* (1981). Em 1986, depois de fazer alguns filmes, o personagem Tina Peppers, vivido pela atriz na novela *Cambalacho* (1986), escrita por Silvio de Abreu, ganhou destaque nacional pelo jeito debochado de ter 'aversão a pobre'. Regina Casé imortalizou a performance da personagem Tina Peppers no programa do Chachinha²², transpondo os limites do real e da ficção em um programa de auditório.

Em seguida, em 1988, ingressou no elenco de *TV Pirata*, e teve o seu primeiro contato com o diretor Guel Arraes, recém-chegado na Globo e já com prestígio depois do extremo sucesso do seriado *Armação Ilimitada* (1988). *TV Pirata* “recriava [...] parodicamente os principais formatos da programação diária da TV: novelas, telejornais, os próprios programas humorísticos, até mesmo os intervalos comerciais (FECHINE, 2007, p. 11). Enquanto atuava em *TV Pirata*, Regina atuava conheceu o antropólogo Hermano Vianna, recém-chegado da África, ao ler o livro “Mundo Funk Carioca”, escrito por ele. O encontro resultou na primeira ida de Regina Casé ao baile funk e os dois começaram uma relação com as manifestações da cultura popular.

A amizade e a curiosidade comum acabaram por inaugurar uma nova fase profissional na carreira dos dois. Quando a *TV Pirata* acabou, Daniel Filho (na época, diretor de programação da TV Globo) disse que tinha um horário disponível na emissora para um “programa legal” e pediu sugestões. Hermano e Regina resolveram, então, adaptar a programação pessoal que já faziam entre eles para a televisão. Assim surgiu o Programa Legal, cujo episódio piloto ficou pronto em 1990 e o primeiro programa foi ao ar em 1991 (CHAVES, 2007, p. 23)

Programa Legal foi o primeiro programa de uma série que Regina Casé encara um misto de atriz e apresentadora, viajando pelo Brasil e apresentando tipos anônimos e peculiares do país. O interesse em mergulhar nas realidades culturais brasileiras promoveu o início de uma parceria com o núcleo do diretor Guel Arraes que perdura até

²² A personagem Tina Peppers, vivida por Regina Casé na novela *Cambalacho* (1986) ganhou bastante popularidade, ao ponto de Casé representar a personagem em eventos sociais. Tina Peppers esteve presente “no aniversário do produtor musical Guilherme Araújo, no Copacanaba Palace, no Rio de Janeiro” (MEMÓRIA GLOBO, 2015). A Globo chegou a gravar um clipe de Tina Peppers cantando a música *Você me incendia*. No mesmo ano, Tina Peppers foi ao programa *Cassino do Chacrinha*. Acompanhada de Jean Pierre, personagem de Luiz Fernando Guimarães, Peppers brincou com Chacrinha dizendo que não sabia cantar, arriscou trechos de uma música e acabou encenando um desmaio em pleno palco do programa.

hoje. Em 1995, estreou o *Brasil Legal* e viajou o país para mostrar lugares e tipos interessantes ou inusitados, quase sempre anônimos. Com o fim do programa, em 1998, engatou em mais um trabalho, o *Muvuca*, que surgiu como um programa semanal que misturava talk-show e reportagens especiais, unindo pessoas de diferentes universos.

Em 2000, a atriz viveu a personagem Darlene no filme *Eu, Tu, Eles*, dirigido por Andrucha Waddington. Regina Casé viveu a personagem de uma bóia-fria que desembarca no vilarejo do Sertão do Nordeste e acaba se envolvendo com três homens ao mesmo tempo em plena sociedade patriarcal. O filme foi exibido no Festival de Cannes, na seção Um Certo Olhar e, na ocasião, o diretor Andrucha Waddington comentou que o papel foi escrito para ser de Regina Casé:

Quanto à escolha de Regina Casé, Waddington disse que nunca houve a menor dúvida, posto que escreveu a história para ela, e destacou que foi "seu trabalho e o dos outros intérpretes que deram credibilidade a esses personagens" (EU, TU ELES... 2000, informação eletrônica).

Em entrevista à Folha de São Paulo, Regina Casé falou sobre a experiência no cinema, ressaltando suas raízes nordestinas a partir do avó, Ademar Casé. Por isso, não teria tido dificuldade em interpretar Darlene. "Eu tenho cara de pobre, pé de pobre, cabelo de pobre. Não precisei fazer uma composição muito longínqua" (SANTOS, 2000). Com o fim do *Muvuca*, neste mesmo ano, Casé passou a se dedicar a novos projetos, principalmente através de iniciativas jornalísticas em canais educativos. Com as experiências do *Programa Legal* e do *Brasil Legal*, Regina Casé iniciou uma sequência de trabalhos educativos em emissoras ligadas à Fundação Roberto Marinho, braço educativo e social da instituição que mantém a TV Globo²³.

Eram os programas *Escola Legal*, dentro do projeto *Tele Escola* (1996), e o *Histórias do Brasil Legal* (1998), para o Canal Futura. A partir de 2001, também para o

²³ A marca Organizações Globo começou a ser usada nos anos 1970 e reúne Infoglobo, TV Globo, Globosat, Globo.com, Sistema Globo de Rádio, Editora Globo, Som Livre, Globo Internacional e Zap. Passou a se chamar Grupo Globo a partir do dia 27 de agosto de 2012. Segundo o grupo, a mudança faz parte de "um processo que busca estimular a troca de experiências entre empresas em áreas como tecnologia, produção e conhecimento do consumidor". Fonte: <<http://oglobo.globo.com/economia/organizacoes-globo-adotam-nova-marca-grupo-globo-13739502>>. Acesso em 30 ago. 2014.

Futura, Regina Casé e o diretor Estevão Ciavatta, com quem a atriz se casou em 1999, passaram a produzir o programa *Um Pé de Quê?*, contando histórias sobre as origens e as características de diversas árvores brasileiras, relacionando estas histórias com a literatura brasileira. Na televisão aberta, depois de 15 anos sem atuar em novelas, Regina Casé aceitou o convite de Silvio de Abreu para viver Rosalva em *As Filhas da Mãe* (2001).

Em 2002, Regina Casé faz sua estreia como autora e diretora de televisão, ao lado do diretor Fernando Meirelles, com o episódio 'Uólace e João Victor', que deu origem ao seriado *Cidade dos Homens* (2002). Estrelado pela dupla de atores Darlan Cunha e Douglas Silva, no papel de Laranjinha e Acerola, o seriado mostrava o cotidiano de dois meninos numa favela carioca. Fernando Meirelles também assinou a direção do premiado filme *Cidade de Deus* (2002), baseado no livro homônimo de Fábio Lins, que contava a formação de uma das maiores favelas do Rio de Janeiro pelo olhar de um repórter fotográfico que descobre o poder do registro – o fotográfico e o narrativo – para desnudar a realidade da periferia brasileira.

A dura realidade da comunidade da favela e, particularmente, dos dois amigos, será mostrada com leveza e humor. A novidade da produção é a estréia de Regina Casé como diretora. Acostumada com programas de humor, Regina dirigiu um dos episódios chamado 'Uólace e João Victor' junto com Fernando Meirelles. Na coletiva de apresentação de 'Cidade dos homens', ela fez questão de ressaltar que a série não tem caráter documental. 'Os atores são ótimos. Pode parecer que, por viverem essa realidade, eles sejam como seus personagens, mas são completamente diferentes. Ali estão atuando, representando mesmo. Como diretora, sinto que preciso deixar claro que não se trata de um documentário', destacou Regina [...] (KLEINPAUL, 2002, informação).

Em outra experiência, firmou uma parceria com Jorge Furtado e Guel Arraes e desenvolveu, em 2003, a série *Cena Aberta*, produzida pela Globo em parceria com a Casa de Cinema de Porto Alegre, exibida na programação especial de fim de ano. Além de apresentar a atração, Casé também atuava no programa que mesclava adaptações de obras literárias brasileiras com imagens de bastidores de um programa de televisão à história. *Cena Aberta* revelava testes e ensaios dos atores e o trabalho de pesquisa da equipe. Neste mesmo ano, o programa ganhou Menção Especial no Festival Tout Écran (Suíça) e o prêmio de melhor programa de televisão da Associação Paulista de Críticos de Arte.

Em 2006, tornou-se apresentadora do seu primeiro programa de auditório, o *Central da Periferia*. Ao ar livre, a equipe do programa montava toda a estrutura de um show na periferia da cidade visitada, trazendo ao palco os artistas locais e principalmente os da periferia. Regina relata, em entrevista, as propostas com o programa: “O primeiro motivo de você fazer um programa de TV, ainda mais num sábado de tarde e na Globo, é divertir, criar interesse, levar informação e diversão” (WERNECK, 2006). Nas entrevistas sobre o lançamento do programa, a relação de Regina com as periferias é anterior – “Casé tem perseguido periferias na TV desde os anos 90” (WERNECK, 2006) – aparece como uma marca dos seus trabalhos como apresentadora e há reforço, em suas falas, em tratar o projeto de *Central da Periferia* como um reconhecimento de que a maioria da população brasileira pertence as classes baixas. Nesta entrevista, a apresenta declarou sobre a temática do programa: “Não acho nada disso exótico. A frase que mais repito ultimamente é que a periferia é a maioria. Exótico é uma coisa que vem de fora, que a gente desconhece” (WERNECK, 2006).

As declarações de Casé, a partir de *Central da Periferia*, reforçam o valor pretensamente “inovador” de *Central da Periferia* como uma oportunidade, dentro da televisão aberta brasileira, de “jogar luz não sobre uma pessoa, mas sobre uma multidão”. Neste sentido, a atriz reforça uma postura política para o projeto e que o programa tem uma abordagem diferenciada para as classes populares diante das grandes emissoras de televisão. Inserida na TV Globo, Casé afirma, expõe que há uma importante contribuição para o cenário midiático na cobertura e no tratamento para a questão das classes populares:

Nossa equipe é afirmativa até nos nomes dos programas: “Programa Legal”, “Brasil Legal”... Mas não somos ingênuos, nem alienados, nem queremos passar uma imagem distorcida da realidade – diz Regina. – Apenas mostrar que há uma outra imagem. Quando acaba o carnaval, parece que o pobre usa pó de pirlimpimpim e deixa de existir. Só aparece na mídia se matar, morrer, for preso ou perder seu barraco. Para ser minimamente justa, acho que tenho que mostrar o aismo que existe entre a realidade e o que é mostrado. Nem pensamos em botar o nome de Periferia Legal, porque a barra está tão pesada que não caberia. Mas o “Central” é como se fosse o lugar onde o pobre continua existindo depois do carnaval. (FERNANDES, 2006, informação eletrônica).

Depois dos oito episódios de *Central da Periferia*, em 2007, o programa foi reduzido ao quadro *Minha Periferia é o Mundo*, exibido dentro do Fantástico. O enfoque eram as periferias do mundo, uma tentativa de mostrar as manifestações culturais das comunidades, aproximando as especificidades brasileiras e as periferias de Angola ou do Bronx, em Nova Iorque. Em 2011, estreou o *Esquenta!*, reunindo diversas marcas de programas anteriores para um programa de auditório com a presença de convidados do mundo artístico, a presença da plateia, os relatos das vidas privadas e quadros de humor. Criado para ser apenas um especial de verão, o programa já está há 5 anos na grade da TV Globo, aos domingos.

Na estreia do programa, em janeiro de 2011, Regina entrevistou o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, quando conversaram sobre o fim do mandato, assuntos triviais – como são os domingos do ex-presidente, um convite para uma cervejada com Zeca Pagodinho – e, principalmente, falaram de um momento político que dá mais visibilidade às classes populares. Em dezembro de 2012, foi a vez da presidenta Dilma Rousseff bater um papo com a apresentadora, abordando as ações do governo federal para inclusão de pessoas com deficiência, sobre inclusão social, a partir do programa Bolsa Família, e a importância da educação integral.

Regina Casé voltou às telas do cinema em 2014, com o filme *Made in China*, produzido pela produtora que mantém com seu marido, o diretor Estevão Ciavatta – a Pindorama Filmes, com co-produção da Globo Filmes. O filme retrata a invasão de produtos chineses no comércio popular do Rio de Janeiro. Rodada no Saara, espaço comercial no centro do Rio de Janeiro conhecido pela venda de produtos com preços mais baixos, a comédia inspira-se na absorção da cultura oriental no cotidiano dos vendedores fluminenses. “A produção pretende, como eixo, mostrar o Saara como protagonista, e a ideia original de um local como ponto de convergência entre árabes, judeus, chineses e brasileiros” (ZAVALA, 2014, informação eletrônica). Na ocasião, o diretor do filme, Estevão Ciavatta, buscava no confronto entre as culturas o fio condutor daquele universo popular.

Em abril de 2014, o episódio envolvendo o dançarino do *Esquenta!*, Douglas

Silva²⁴, o D.G, mobilizou a opinião pública por conta de mais um caso de violência envolvendo moradores de comunidades periféricas do Rio de Janeiro. No dia 27 de abril de 2014, o *Esquentá!* dedicou uma edição inteira ao dançarino, reunindo familiares, colegas do grupo de dança do *Esquentá!*, e celebridades como Ana Botafogo, Carlinhos de Jesus, as atrizes Fernanda Montenegro e Carolina Dickman. Após a exibição do programa, a mãe do jovem chegou a publicar, no Facebook, um vídeo em que, durante um debate público, relata como o programa em homenagem ao dançarino propôs a participação dela e dos familiares no programa:

María de Fátima [mãe de DG] foi questionada sobre o tratamento que a mídia deu ao assassinato do filho dela. Sem pensar duas vezes, a carioca não mediu palavras e disparou contra Regina Casé e uma produtora da atração apresentada por ela. A dona de casa revela ter sido orientada a falar somente quando fosse perguntada e a não culpar a Polícia Militar do Rio de Janeiro pela morte de DG (REGINA CASÉ..., 2014, informação eletrônica).

O discurso genérico “contra a violência” marcou o programa - “hoje [o programa] pode alimentar justamente a legitimação da resposta polícialasca que é parte do problema, e não de sua solução” (TELÉSFORO, 2014b, informação eletrônica). A imprensa da época ressalta o apelo emocional do *Esquentá!* ao tratar sobre o assunto, ao mesmo tempo sem problematizar a ação da Polícia Militar do Rio de Janeiro na relação com o crime:

Não é por acaso, então, que Douglas Silva, o DG, [...] fosse um dançarino de destaque do *Esquentá*, e não do *Fantástico*, *Domingão do Faustão* [...] Obviamente, nesses outros programas também devem trabalhar jovens pobres e negros de favelas do Rio de Janeiro. Porém, muito provavelmente, não na mesma proporção do *Esquentá*, e o mais importante: não tanto diante das câmeras, e muito menos em posições de destaque e

²⁴ Douglas Rafael Silva Peireira, o D.G, era dançarino do *Esquentá!* e, em 22 de abril de 2014, foi encontrado morto em uma creche da comunidade do Morro Pavão-Pavãozinho, na Zona Sul do Rio de Janeiro. Ele foi torturado antes de morrer e, segundo a perícia, foi morto por um disparo de arma de fogo. A primeira versão da Polícia Militar indicava uma queda como causa da morte, mas o IML do Rio identificou uma lesão no pulmão. (TIRO..., 2014). Na manhã do dia 21 de abril, a Unidade de Polícia da localidade foi informada por uma mensagem de disque-denúncia que o traficante Adauto Nascimento Gonçalves, o “Pitbull”, chefe do tráfico na favela, estaria escondido numa casa de portão verde na parte alta do morro. O inquérito da Polícia Civil do Rio de Janeiro, divulgado em março de 2015, apontou um soldado da Polícia Militar como autor do tiro (POLÍCIA..., 2015). DG foi o personagem principal de um curta metragem, de 2013, chamado “Made in Brazil”, disponível no YouTube. Douglas faz o papel dele mesmo: ao sair de uma partida de futebol de praia em Copacabana, é abordado por PMs que o agridem e, afinal, o executam com um tiro na nuca. “A ideia do diretor Wanderson Chan era contar uma história sobre 'os nossos problemas sociais em paralelo com a euforia da Copa'” (NOGUEIRA, 2014).

como porta-vozes da estética produzida pelos segmentos da periferia, como no programa de Regina Casé. [...] Praticamente não se falou da violência policial sistemática dirigida contra a população pobre e negra das favelas. Não se tocou no fato de que o Estado é um dos grandes instrumentos desse ciclo de criminalização da pobreza e da juventude negra. O tom geral foi o de se falar da violência em abstrato, sem denunciar as políticas de segurança pública como parte fundamental desse quadro violento (TELÉSFORO, 2014b, informação eletrônica).

Em alguns textos, a possível “omissão” do tema relacionado a violência policial e à crise nos modelos de Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) aparece como um traço contraditório da proposta do programa. “Contraditória porque esse programa, justamente por ser uma tentativa de disputar a representação simbólica da classe subalterna em ascensão” (TELÉSFORO, 2014a, informação eletrônica). Entretanto, a marca que aparece como distintiva, ao longo da sua trajetória, é a capacidade de transitar entre grupos distintos, dominando códigos diferenciados, destacando nas suas declarações na imprensa e nos próprios programas, seu papel de mediadora entre as classes subalternas e as classes hegemônicas.

No *Esquenta!* exibido no dia 01 de março de 2015, aniversário surpresa da apresentadora realizado no programa, Casé reafirmou diversas vezes o papel social que ela promete junto às classes populares. “Se realmente esse mundo é tão injusto e é preciso alguém como eu ir lá pra pegar o Mumuzinho em Magalhães e trazer ele aqui pro Esquenta!, se isso é necessário, já valeu a pena eu ter passado por aqui”, frase dita pela apresentadora na edição. Pelos convidados que passaram pelo programa, neste dia, Regina é considerada a representante do povo na televisão: “O que eu falo no Esquenta!, eu prego no Esquenta!. Tudo isso eu aprendi com todos vocês que vem aqui, essa família que tem um significado tão grande”.

Recentemente, a apresentadora ganhou destaque como atriz no papel da empregada doméstica de *Que Horas Ela Volta* (2015). Dirigido por Ana Muylaert, o filme foi premiado no Sundance, principal evento de cinema independente dos Estados Unidos, na categoria de melhor atriz revelação. Em *Que Horas Ela Volta*, a personagem Val é uma empregada doméstica que dorme no serviço, uma mansão de classe alta de São Paulo. Sua rotina muda com a chegada da filha Jéssica, que vem de Pernambuco, onde era criada pela tia, para prestar vestibular na capital paulista. No filme, o comportamento de Jéssica diante das regras sociais da casa e o espaço simbólico criado

para as empregadas domésticas no ambiente urbano são destacados pela crítica como uma boa chave para qualidade do filme. Em sua terceira semana em cartaz no Brasil, o filme conseguiu ampliar o circuito de exibição para 156 salas e ultrapassou a faixa de 200 mil espectadores.

O filme tem seu maior trunfo no naturalismo habitualmente alcançado em algumas passagens. Sobretudo nas conversas entre Val e Jéssica ou entre Val e outras empregadas. [...] As atrizes [...] interpretam personagens que não passam de peças de propaganda governista: Jéssica representa o Brasil atual, Val (e todos os outros personagens), o Brasil antes de Lula (ALPENDRE, 2015).

Diante da trajetória da atriz e dos discursos apresentados sobre sua carreira profissional, nosso próximo percurso neste trabalho, o de analisar como a cultura popular é problematizada dentro dos programas de Regina Casé na TV Globo, pretende dar conta de como esses discursos se materializam na linguagem televisiva. Ao mesmo tempo, como esses programas acionam as matrizes populares como estratégia da emissora em se relacionar com o contexto de ascensão social das classes subalternas.

4.2. O *PROGRAMA LEGAL*: UM DOCUMENTÁRIO HUMORÍSTICO?

Com cerca de 40 minutos de tempo de produção, com duração na grade de uma hora, intercalado por três intervalos comerciais, o *Programa Legal* pretendia mostrar como um “programa de índio” poderia se tornar uma aventura divertida, e, acima de tudo, informativa (MEMÓRIA GLOBO, 2015). Um eixo temático conduzia todo o programa: geralmente, assuntos relacionados ao cotidiano do país, com destaque para os “fatos inusitados” da realidade dos brasileiros. Eram os próprios brasileiros, personagens reais, que legitimavam os discursos informativos do programa, intercalados, na montagem, por esquetes ficcionais dos dois atores, Luiz Fernando Guimarães e Regina Casé.

O *Programa Legal* é definido por seus realizadores como um programa documental (FECHINE & FIGUERÔA, 2002b, p. 4), apesar da crítica da época associar muito mais pelo seu traço humorístico do que pela entrada jornalística às pautas do programa. *Programa Legal* trazia temas a cada edição, como baile funk, a rivalidade entre Rio de Janeiro e São Paulo, eram esses assuntos que construíam estruturalmente o

programa. As incursões eram comandadas pelos atores que ora apareciam na figura de repórter, ora como atores, em esquentes ficcionais, ou mesmo esses papéis tinham fronteiras nebulosas, gerando a dúvida sobre a interpretação.

Na montagem, esses momentos de exploração dos cotidianos brasileiros, com a interação com o povo nas ruas, eram intercalados pelos esquetes de ficção, algumas vezes com atores da TV Globo em cena com os atores-apresentadores. Um traço distintivo, em Programa Legal, é fato do programa não ter uma vinheta convencional, marca por elementos gráficos e sonoros, anunciando o título do programa e sua ficha técnica. Apenas o nome *Programa Legal* aparece e, a cada edição, um diferente grafismo é usado.

Programa Legal estreou em abril de 1991 e foi exibido até dezembro de 1992. Sua exibição era quinzenal e era transmitido na faixa que ficou conhecida como Terça Nobre, dividindo a periodicidade com alguns outros programas da emissora como *Doris Para Maiores*, *Som Brasil*, em 1992 com *Casseta & Planeta*, *Urgente!*²⁵. O Programa Legal marcou o lançamento da nova programação da TV Globo de 1991, e com referência ao horário nobre, surgiu para tentar alavancar bons índices de audiência na faixa horária de 21h30, após a exibição da novela das 21h – à época de sua estreia, a novela *O Dono do Mundo* (Direção: Gilberto Braga, 1991-1992).

O *Programa Legal* concorria, no SBT, com o *Jornal do SBT – 1ª edição*, em uma edição de apenas dez minutos, e sessões de filmes; na Record, com o programa de variedades *Sinal de Vida*, apresentado pelo cantor Ronnie Von; na Bandeirantes, pela exibição do programa *Boxe Internacional*; na TV Cultura, disputava com o programa *Roda Viva*. A TV Manchete, responsável por desestabilizar a liderança da Globo com a novela *Pantanal*²⁶, apresentava, no mesmo horário do *Programa Legal*, a novela *A*

²⁵ Destacamos aqui o movimento de criação do *Casseta & Planeta, Urgente!*, que aparece como uma importante referência após o surgimento do TV Pirata. O destaque está na relação do grupo humorístico com o jornalismo popular, a partir de duas diferentes publicações: os fanzines *Casseta Popular* e o *Planeta Diário*. Com referências fortes do jornalismo d'O Pasquim, onde o humor e o politicamente incorreto ofereciam duras críticas à ditadura, os dois fanzines unem-se em um único grupo e passam a comercializar livros, revistas, discos e filmes ainda na década de 80, retratando, a partir da sátira e da ironia, a sociedade brasileira. Ao longo dos anos, o grupo não poupou, em suas gags, referências a grupos minoritários, étnicos e religiosos.

²⁶ Reproduzimos, aqui, uma citação de Becker (2010), a respeito do fenômeno televisivo causado a partir da novela *Pantanal*: “O sucesso de ‘Pantanal’ promoveu resultados de audiência tão impressionantes que provocou uma guerra entre as concorrentes, reafirmando um modelo de programação televisiva

História de Ana Raio e Zé Trovão, escrita por Marcus Caruso e dirigida por Jayme Monjardim. A emissora, extinta em 1999, investia na estratégia de mostrar aos brasileiros um Brasil ainda não conhecido pelos telespectadores através da teledramaturgia.

Os temas do *Programa Legal* eram desenvolvidos pelos redatores do programa a partir de uma pauta jornalística elaborada mediante um trabalho de pesquisa (MEMÓRIA GLOBO, 2015). A partir do material informativo, os redatores tinham a missão de incorporar ao corpus jornalístico a parte ficcional, tentando criar uma unidade ao programa. Assinavam o roteiro Hermano Viana, Pedro Cardoso, André Vaisman, Marcelo Tas, Jorge Furtado e Luís Fernando Veríssimo, com a redação final de Hubert e, na direção geral, Guel Arraes. De acordo com uma reportagem publicada na Revista Capricho, que vai integrar a equipe ao longo do programa, vemos como funciona o trabalho de construção do programa, com as divisões dos roteiristas:

Tudo começa da maneira mais tradicional possível: uma reunião. Os diretores (Guel Arraes e Belisário Franca), os redatores e apresentadores se trancam numa sala e dali não saem enquanto não pintar uma idéia sensacional para o próximo programa (igualzinho aqui, na redação da Capricho). Quando a idéia aparece a ordem é fazer todo mundo entrar no espírito da coisa: provar que aquele "*Programa Legal*" é mesmo um *Programa Legal*. O texto jornalístico fica por conta de Marcelo e André, enquanto Pedro e Hubert cuidam da ficção. Essa é a parte séria do trabalho dessa turma, mas a diversão já vai começar... (REVISTA CAPRICHOS, 1991).

Os humorísticos já eram uma tradição na Globo desde o ano do seu surgimento, muitos deles com advindos da experiência no rádio. Havia uma espécie de fórmula pronta nesses programas, apresentados por Chico Anysio, Jô Soares, Agildo Ribeiro, *Os Trapalhões*, dentre outros, que marcaram um estilo muito específico de lidar com a comédia na televisão brasileira – a paródia como uma matriz da comédia popular, que brinca com as convenções sociais, por exemplo, e convoca o ambiente carnavalesco,

implantado pela Rede Globo de Televisão, baseado no entretenimento e na informação jornalística, que privilegiou o telejornalismo como gênero estratégico na grade das emissoras para tentar garantir audiência e credibilidade” (BECKER, 2010, p. 239). Becker ressalta que ‘Pantanal’ surge em um momento político crítico, com os confiscos das cadernetas de poupança durante o governo de Fernando Collor de Mello, em 1990. Os ideais de liberdade e felicidade através do consumo, reproduzidos nas telenovelas da Globo, de repente, perdem espaço para o ambiente da simplicidade. “Pantanal parecia prometer a devolução dos sonhos que Collor confiscou e as fantasias de um dia poder viver no paraíso, num lugar mágico, [...] livre de toda a turbulência do mundo urbano (*op. cit.*, p. 240-241).

grotesco (BAKHTIN, 1987, p. 171).

Neste sentido, a produção humorística na televisão transitava pela temática com elementos cotidianos, mas com enquadramento satirizado, recorrendo a elementos da cultura popular. A partir do humor, as críticas à vida social eram incorporadas minimamente aos discursos dos personagens, contudo, operavam mais em construir personagens caricatos a partir de estereótipos do povo brasileiro. A paródia bastante conhecida feita por Renato Aragão da canção “Teresinha”, gravada por Maria Bethânia, mostra como os humorísticos lidavam com a imitação no uso do corpo, as roupas extravagantes e as interpretações mais exageradas.

Ainda na década de 80, as tentativas da TV Globo eram escapar da fórmula pronta do humor e criar uma linguagem específica para a televisão brasileira, o que foi alcançado somente em 1985, com *Armação Ilimitada*. O seriado parodiava os próprios seriados televisivos ao incorporar elementos diversos da cultura pop, especialmente os videoclipes musicais e a história em quadrinhos (ROCHA, 2013, p. 564). *Armação Ilimitada* marca a entrada de uma estética dos videoclipes à dramaturgia na TV, a partir de um tipo de montagem específico, que dependia “das associações e contraposições criadas pelo modo como recursos gráfico-visuais e sons eram relacionados à mise-en-scène dos atores num contínuo jogo de intertextualidades com outros meios” (FECHINE, 2003, p. 7).

O *Armação Ilimitada* está inscrito no cenário cultural da nova geração do rock brasileiro que surgia na década de 80, com a formação de uma cultura juvenil solidificada num contexto de mercado global de bens de consumo (fitas cassetes, lps, peças de roupas e acessórios de marcas bastante difundidas pela publicidade). Era uma juventude brasileira que vivia, na época, o fim do Regime Militar e respirava os ares de um novo momento político, a democracia. O Circo Voador foi um espaço de intensa atividade cultural e importante para o movimento musical deste período, responsável por lançar bandas como Blitz e Barão Vermelho. Aliado a este cenário, a transmissão do primeiro Rock In Rio, em 1982, pela TV Globo mostrou que a cultura juvenil era um rentável negócio da indústria cultural (ALEXANDRE, 2013, p. 237). O tom mais jovem possibilitou que as fórmulas não só do humor, mas também do próprio fazer televisivo, fossem exploradas no programa. *Armação Ilimitada* brincava com as

próprias ferramentas da construção do cinema e da televisão e ousou em transitar entre o “deboche violento e a ironia culta” (RAMOS, 1992, p. 58-59).

A forma específica de lidar com o humor popular e a ironia – um recurso estratégico para tentar se diferenciar dos outros programas populares, colocando-se como produto de qualidade – vai inaugurar um modo de produção específico de Guel Arraes enquanto diretor de núcleo da emissora. E os bons frutos vão ser colhidos com a estreia de *TV Pirata*, em 1988. “Uma televisão que fala e ri de si mesma, mas que faz isso orientada por uma postura crítica em relação às suas próprias matrizes organizativas” (FECHINE, 2003, p. 10). A *TV Pirata* satirizava a programação da emissora e brincava com o reconhecimento do público sobre certas marcas da televisão que configuravam o universo de magia. O programa “abriu caminho, desamarrando a censura interna global e quebrando o monopólio do humorismo radialista” (SÁ, 1993). Ao mesmo tempo, era o espaço do humor político na Rede Globo, ainda que seu fim seja atrelado na imprensa da época ao medo da emissora de sofrer retaliações políticas.

Com o fim da *TV Pirata*, a forma bem-humorada de tratar sobre o cotidiano dos brasileiros ganhou um novo direcionamento em *Programa Legal*. As incursões antropológicas pelas diversas realidades do país ganhavam um lugar dentro da televisão. Nesta perspectiva, o Núcleo Guel Arraes, na Globo, funcionou como porta de entrada para diversos grupos de intelectuais “ligados a circuitos de produção reconhecidos como independentes nas áreas do vídeo, do teatro e do jornalismo” (ROCHA, 2013, p. 559). Daí ganham visibilidade nomes como Marcelo Tas, Fernando Meirelles, Sandra Kogut e Jorge Furtado²⁷. O programa teve que se adaptar ao cenário televisivo da época, na tentativa de angariar audiência para a mais nova produção da emissora:

A princípio, o programa seria uma espécie de documentário

²⁷ Durante os anos 80, a produção do vídeo independente estava preocupada com valor artístico e documental, através do experimentalismo proporcionado pelo acesso aos meios eletrônicos. Algumas experiências com emissoras de pequeno porte revelaram produtoras independentes como a Olhar Eletrônico: “a Olhar Eletrônico continuou influenciando criativamente a televisão brasileira por meio da trajetória individual de alguns dos integrantes, entre os quais se destacavam Marcelo Tas e Fernando Meirelles” (FECHINE, 2007, p. 91). É a Olhar Eletrônico responsável por uma das primeiras experiências de parceria entre a televisão comercial e a produção videográfica no Brasil, com o surgimento de *TV Pirata* (ROCHA, 2013, p. 563). De acordo com Rocha (2013), o *Programa Legal* vai ser o “o ponto de convergência de artistas oriundos de três polos diferentes de produção cultural: o vídeo independente, o jornalismo nanico do Casseta Popular e do Planeta Diário, e o teatro alternativo do Asdrúbal Trouxe o Trombone” (ROCHA, 2013, p. 562).

humorístico, apresentado num final de noite. A Globo, no entanto, achou que a experiência merecia o horário nobre mas teria que se adaptar a uma fórmula mais adequada às grandes audiências. A solução foi misturar a novidade com a fórmula consagrada, criando esquetes rápidos. "Seria frustrante para o público se não houvesse uma representação, uma parte de ficção", acredita Guel Arraes. Segundo ele, não foi difícil incluir a parte ficcional na ideia original. "Difícil mesmo foi temperar na mão certa o jornalismo e o humor", diz o diretor (AZEVEDO, 1991, p. 98).

Alguns pesquisadores encontram nos programas de Guel Arraes uma certa ruptura na linguagem da TV Globo (cf: FECHINE, 2003; ROCHA, 2013), no contexto da televisão brasileira, por trazer um “jeito crítico, irreverente, sem preconceitos” (BEZERRA, 2008). O que entende-se por “ruptura”, nestes primeiros trabalhos de Guel Arraes na TV Globo, é exatamente um jeito moderno e dinâmico de se fazer televisão, principalmente de lidar com o humor sem recorrer as fórmulas esquematizadas dos programas de humor com auditório. A relação que Guel Arraes traz das suas experiências com o cinema verdade, de Jean Rouch, um cinema de interação com os sujeitos filmados, aparece como forte estratégia de construção da linguagem do *Programa Legal*, e também o movimento que faz ao recuperar e aprofundar experiências consideradas inovadoras na década de 80, com as produtoras independentes, como as entrevistas abertas e participativas, e a mistura de ficção e realidade em suas reportagens de humor crítico.

Ao lado do *cinema vérité*, de Jean Rouch, outra referência de Guel Arraes para criação do *Programa Legal* foi a TV Viva²⁸ (FECHINE & FIGUERÔA, 2002a, p. 9), uma produtora de vídeo mantida pelo Centro Luiz Freire, organização não-governamental de Recife. O grupo tinha como proposta a criação de uma televisão essencialmente popular, caracterizada como tv comunitária ou tv de rua. “Tal proposta convergiu com a formação voltada ao vídeo etnográfico que Guel Arraes adquiriu em

²⁸ Informação encontrada no portal da Associação Cultural VideoBrasil: “Criada em 1984 pelo Programa de Comunicação do Centro de Cultura Luiz Freire na cidade de Olinda, Pernambuco, esse grupo pernambucano [...] veiculava sua programação de forma itinerante, percorrendo bairros da periferia da região metropolitana de Recife. Pioneiro na concepção alternativa de TV popular, [...] seus primeiros vídeos retratavam a realidade cotidiana dos próprios bairros onde eram exibidos em telões. Tais telões circulavam semanalmente pela capital pernambucana. O grupo era financiado por uma organização holandesa, a Novib, e teve seus trabalhos adquiridos pela Abril Vídeos e pela BBC londrina. Participou com grande sucesso do 3º Festival Videobrasil com a obra Amigo Urso, em 1985”. Disponível em < <http://site.videobrasil.org.br/acervo/artistas/artista/93884> >, acesso em 27 mar. 2016. Algumas das produções da TV Viva estão disponíveis no Youtube, entretanto, não encontramos qualquer referência a data de exibição ou ano. Os vídeos podem ser vistos em < https://www.youtube.com/channel/UCC83Kcl8gzH8r0ou2Z9s_uQ >, acesso em 12 fev. 2016.

contato com o diretor Jean Rouch” (ROCHA, 2013, p. 563). A TV Viva produzia e exibia, em telões armados nos bairros pobres de Recife e Olinda, programas informativos compostos por quadros sempre bem-humorados. Nele, vemos a inserção de uma narrativa do programa que diz respeito a um tema específico.

Mesclando os esquetes ficcionais com as entrevistas com o público, a edição construía a unidade do programa e aparecem, aqui, elementos que veremos marcadamente no Programa Legal. As inovações trazidas com TV Viva, incluindo os recursos visuais possibilitados por avanços tecnológicos na etapa da edição²⁹. São experimentações que passaram a criar uma linguagem do vídeo à época, com a montagem mais livre para a relação som e imagem. As experiências expressivas do TV Viva traziam um repórter/personagem, geralmente fantasiado de acordo com o tema da edição (BEZERRA, 2008, p. 137), e utilizavam o humor como estratégia para desenvolver o diálogo e a participação do público em reportagens que, em sua maioria, falavam sobre comportamento.



Figura 3 - TV Viva e as experiências de tv popular - Reprodução/Youtube

²⁹ Na década de 80, surgia no Brasil recursos de edição eletrônica que substituíram os cortes manuais diretamente nas fitas. O sistema U-Matic, criado pela Sony na década de 70, veio facilitar as gravações externas, principalmente para a televisão, por conta do tamanho do material, e possibilitou a junção de dois equipamentos de videoteipe para edição – a tradicional ilha de edição. O sistema de fitas Betacam possibilitou as primeiras edições digitais e foi amplamente aceita pela qualidade e performance das gravações nas fitas. A popularização do vídeo começou a tornar-se realidade no Brasil nos anos 90, depois do surgimento de vídeos VHS – Video Home System, desenvolvidos pela JVC em 1978. Daí surgiram as câmeras VHS e, depois, equipamentos semi-profissionais, como o Super VHS, com preços um pouco mais acessíveis e qualidade razoável (CROCOMO, 2001, p. 37).

Já o experimentalismo da MTV Brasil, a partir de 1990, vai ser alvo de comparação da crítica na época da estreia do *Programa Legal*. Segundo reportagem publicada na Folha de São Paulo, o *Programa Legal* “marca um patético desejo de "emetevisização" por parte da Rede Globo. Com o título “Globo faz plágio da MTV em 'Programa Legal', a reportagem afirma que “o diretor do programa, Guel Arraes, cobiça ser pós-moderno, mas se revelou um risível plagiário de programas jornalísticos da MTV” (GIRÓN, 1991). A ideia de que as informações podem ser noticiadas de forma leve e coloquial, a partir de uma relação com o universo do entretenimento, vivenciadas pela emissora musical com programas como o *MTV no Ar* e o *Buzz MTV*, são questionadas pela crítica por conta da própria promessa do programa: mesclar informação e humor para mostrar a vida cotidiana dos brasileiros. A questão para a crítica era: onde está o teor jornalístico que o programa diz dialogar?

Enquanto a MTV conserva, em linguagem própria, a eficácia da notícia, "*Programa Legal*" desqualifica a informação pelo humor estúpido. Arraes roteiriza a realidade com sua visão de mundo tardo-Juba & Lula. O resultado é uma chatice convencional onde há tão pouca graça quanto informação útil. [...] A boa ideia de criar um gênero documentário humorístico, mescla de ficção e realidade, caiu na superficialidade e no amadorismo (GIRÓN, 1991).

O *Programa Legal* é definido pelo *O Estado de SP* como “documentário-moderninho”, uma referência ao programa *Netos do Amaral* (ALMEIDA, 1991), que passou a ser veiculado em 1990 pela MTV Brasil, onde Marcelo Tas encarnava o repórter-personagem Ernesto Varela³⁰, talvez o primeiro exemplar da televisão brasileira que disputa claramente através do humor os limites do jornalismo e da ficção na televisão brasileira. As experiências narrativas do vídeo são vistas na forma como o *Netos do Amaral* se constrói: a abertura do programa, que não deixa claro a temática e brinca com a montagem acelerada de imagens para dar uma dimensão videoclíptica, fragmentos que, aos poucos, vão delineando a incursão do repórter-personagens nas

³⁰ Apesar de trazermos, aqui, a veiculação do programa *Netos do Amaral* na MTV Brasil em 1990, o personagem Ernesto Varela, vivido pelo jornalista Marcelo Tas, foi criado anteriormente e exibido pela primeira vez na TV Gazeta em 1983. Com o mesmo personagem, Tas chegou a passar pela TV Record e SBT. “Ernesto foi por causa do [repórter da TV Globo] Ernesto Paglia, que foi o primeiro repórter sério e importante que nos entrevistou sobre a nossa produtora, "Olhar Eletrônico". Éramos muito underground. E Varela era o sobrenome de um senhor sóbrio - explica Tas, referindo-se ao "doutor Varela", um médico amigo do pai de [Fernando] Meirelles. (BOERE, 2013 - <http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/ernesto-varela-personagem-de-marcelo-tas-que-desconcertava-politicos-sera-lebrado-em-dvd-10182134>)

experiências cotidianas do povo brasileiro. Um tom irônico sutil e uma maneira bem humorada de lidar com as informações relacionadas ao tema marcam a performance de Marcelo Tas/Ernesto Varela e criam um embaralhamento de marcas de diversos produtos audiovisuais conhecidos do público, como o documentário, os programas de grande reportagem, e o vídeo experimental.



Figura 4 - Marcelo Tas encarna o repórter Ernesto Varela na MTV Brasil - Reprodução/Youtube

O *Programa Legal*, a partir do envolvimento dos seus criadores com a primeira geração do vídeo independente, e da própria configuração da televisão que reinventava uma linguagem mais jovem para os anos 1990, vai incorporar ou retomar estas experiências na televisão. Um movimento híbrido do seu próprio tempo, das transformações econômicas e tecnológicas, e sobretudo políticas e sociais que configuram o cenário de surgimento do programa. A crítica da época reconhece esse ambiente de transformações – ou a menos as disputas – em torno do jornalismo, e questiona a própria inscrição do programa em se reconhecer enquanto documentário televisivo:

Documentário "fake" exige talento. O jornalismo sempre usou a ficção, mesmo porque Nietzsche, Wilde e Welles puseram abaixo as fronteiras entre fato e fábula. Hoje a notícia é consumida como folhetim e a ficção tomada como fralda descartável para os neurônios. Se "Buzz" encarou o fato, "*Programa Legal*" perdeu o pé do real e da mentira. Vai fundo ao fundo (GIRÓN, 1991).

No entanto, indicado como “o filho mais talentoso do finado TV Pirata” (FUCUTA, 1991), o *Programa Legal* ganha destaque mais pelo seu traço humorístico

do que pelo seu valor documental. O humor e a sátira garantem o momento da descontração da informação e funcionam como estratégia de legitimação do conteúdo, apropriando-se de elementos do cotidiano para dar-lhes um efeito mais fantástico, próprio da dramaturgia. “O tradicional cardápio de programas humorísticos é substituído por uma receita original”, descreve a reportagem da Revista Veja, que encontra no *Programa Legal* uma fórmula humorística que não se aproxima tanto do humor popularesco de Chico Anysio, “não cai no hermetismo da vanguarda autoproclamada” (AZEVEDO, 1991, p. 100). Assim, também aparece na crítica que a chave do sucesso do *Programa Legal* estava na combinação de humor e jornalismo, “uma ideia tão simples que faria Colombo colocar em pé seis ovos de uma vez” (AZEVEDO, 1991, p. 100).

Primeiro, pega-se um tema, quase sempre algo que possa ser considerado, por parte dos espectadores, o que se chama de "programa de índio" - como um baile funk num subúrbio carioca ou uma temporada de compras em Miami em meio a milhares de turistas. Depois, é só entrar no espírito da coisa e mostrar que aquele pode ser um *Programa Legal* - divertido e com um monte de gente interessante. Só que, para virar um tema pelo avesso e criar tamanha empatia com os personagens, são necessários uma camaleoa como Regina Casé e um simpático cara-de-pau como Luís Fernando Guimarães. Como entrevistadores, ou travestidos de integrantes dos grupos que abordam, eles são, ao mesmo tempo, mestres-de-cerimônias e coadjuvantes, atores e plateia, repórteres e notícia (AZEVEDO, 1991, p. 99)

A mescla de elementos reconhecidos pelo público com intrínsecos aos programas humorísticos e aqueles referentes aos jornalísticos encontram terreno fértil no *Programa Legal*, e um destes caminhos se dá através da tematização da vida cotidiana. A rotina dos brasileiros e a estratégia de “fazer graça a partir de uma bem-humorada excursão antropológica pelo cotidiano do país” (AZEVEDO, 1991) exibem uma tentativa do programa de apropriar-se da vida privada para ampliar a sua perspectiva através da televisão e do seu âmbito coletivo. Pensa-se no privado como sendo da ordem do interesse coletivo, portanto, de interesse público, disputando, assim, com certas convenções do campo jornalístico que definem a noticiabilidade dos fatos, o valor de verdade e o senso de realidade da notícia enquanto marcas discursivas do gênero.

Tendo como fio condutor o “programa de índio”, que pode ser desde o baile funk até os encontros da alta sociedade, os atores estão interessados em expor, através das

câmeras as mais diversas realidades brasileiras, uma tentativa de garantir um tom de realismo documental no mergulho pelas situações vividas – tanto as situações vividas cotidianamente pelo público, exibidas durante o programa nas entrevistas, quanto pelas experiências vividas pelos próprios atores-repórteres, vivendo ‘na pele’ do programa os cotidianos expostos. A referência ao programa de índio, expressão brasileira usada no senso comum para relatar experiências vividas com algum contratempo³¹, mostra um enquadramento popular bastante controverso: estas incursões quase antropológicas vivenciadas no programa eram mostradas a partir de uma ótica valorativa, ou seja, é o *Programa Legal* quem referenda essas experiências, antes vistas pela ótica do ‘programa de índio’, como interessantes a partir do registro televisivo e da interação entre apresentadores e o povo. A ideia, com a referência indígena, é criar um programa pela ótica do “não-índio”, o branco, médio-burguês.

Se, na década de 1990, os programas policiais mostravam um Brasil ultra-violento, o *Programa Legal* buscava tornar públicas experiências cotidianas do “brasileiro”, como funcionavam e quais os personagens que dali surgiam. As vivências apresentadores, ao exibir o cotidiano das classes populares e também das elites brasileiras, eram enquadradas pelo humor e pela diversão como ferramentas do popular – e a expressão preconceituosa “programa de índio” reitera esta estratégia – para tentar mostrar uma diversidade cultural brasileira. No caso dos humorísticos, as situações da vida cotidiana apareciam a partir das construções em torno da sátira e da paródia, e cristalizava-se no hábito televisivo como uma convenção, ou seja, um modo específico de lidar com humor nos programas da TV Globo. Em *Programa Legal* o humor se torna estratégia de acesso aos depoimentos mais informais, a vivência dos atores/repórteres na situação registrada. A crítica reforça uma ideia de experiência ordinária, comum, criada no programa: “Regina e Luis Fernando só tiveram o trabalho de colocar seu vasto talento a serviço do exagero. As situações vividas eram absolutamente comuns - comer

³¹ O jornalista e editor da revista Fapesp, Carlos Haag, publicou nesta mesma revista uma resenha crítica sobre o livro “*Orla carioca: história e cultura*”, de Claudia Braga Gaspar, que aborda a orla da capital carioca desde a presença dos índios até tornar-se um dos espaços de lazer mais disputados no século XX. Citando Jean de Léry, escritor francês do século XVI, a autora demonstra que os colonizadores portugueses e, durante longos anos, os próprios cariocas não aproveitavam a praia pela falta de estrutura de acesso, o que os levava a associar o hábito à vida indígena. “Metidos nas águas como caniços, às vezes, mais de dozes vezes por dia, os índios andam nus, porque assim se poupam da canseira de tirar a roupa toda a hora. Certo domingo, vimos virar uma canoa com mais de trinta selvagens. Fomos correndo socorrer os naufragos, mas estavam todos rindo e nos perguntaram: para onde ides tão apressados, Mair (*como os nativos chamavam os franceses*)?” (cf: HAAG, 2005).

pizza ou ir à praia, por exemplo” (CAVERSAN, 1991).

O improviso dos atores, tanto na condução de personagens ficcionais quanto na vivência das experiências de rua, vai exhibir a disputa por parte da crítica acerca do papel do entrevistador. “Regina Casé e Luiz Fernando Guimarães, estrelas do programa, repetiram obsoletas asdrubalices. É horrível vê-los preocupados em ser engraçados – não mais fazendo rir. A dupla não presta na reportagem” (GIRÓN, 1991). Ao mesmo tempo, o improviso é visto como uma ferramenta que permite maior imersão dos atores-apresentadores no universo a ser investigado: garantindo um sentido real criado pelo produto:

A atriz conseguiu, em poucos minutos, se entrosar com a turma frenética que lota os bailes de funk com a mesma tranquilidade com que invadiu uma festa do high society. Ela tanto pode dançar e cantar um rap no meio da pista quanto trocar receitas com as senhoras da sociedade elegantemente sentada na sala de visitas (MAGALHÃES, 1991).

A performance mais informal dos atores permitiu também que o homem ordinário ganhasse espaço no horário nobre da tv brasileira, ainda que de forma bastante enquadrada pelo programa, a partir do seu roteiro e do tema de cada edição. Os depoimentos do povo aparecem para endossar o tema do programa, recorrendo a suas vivências para contar a história que se pretende na edição e as brincadeiras e piadas com o público criam o clima de entrevista descontraída. Ao mesmo tempo, a inserção do povo na tv, a partir destas entrevistas, não busca os detalhes ou as condições que conformam as experiências das classes populares: as experiências relatadas são enquadradas pelo humor para construir a narrativa do programa. Neste sentido, a montagem do programa, o esquema que formam os discursos que aparecem no programa, encadeados pela edição bastante fragmentada, foi reconhecida pela crítica como sendo uma marca de direção, vista desde *Armação Ilimitada*:

Para o diretor Belisário Franca, essa credulidade tem explicação: Luis Fernando Guimarães e Regina Casé são muito carismáticos. “Eles conseguem fazer com que os entrevistados atuem com naturalidade, sem aquele formalismo forçado que quase todo mundo tem diante da câmera”. Esse envolvimento às vezes é tão grande que as pessoas até se esquecem que estão sendo filmadas (BARRETO, 1991).

A voz do povo comum reforça as experiências exibidas no programa e funciona

como elemento para construção da narrativa que tenta se aproximar de uma linguagem documental. Os personagens/atores criam estratégias performáticas que variam entre a conversa informal e o divertimento. Os atores se concentram em “exagerar situações do cotidiano” (CAVERSAN, 1991), e o público é induzido a endossar a temática explorada de cada edição. A estratégia do programa, portanto, é jogar com as fórmulas reconhecidas dos diversos produtos televisivos. A ideia de que realidade e ficção se misturam é vista em uma declaração do diretor Guel Arraes à imprensa: “Jornalismo e ficção é a grande divisão da TV. São dois compromissos da TV. O programa faz essa fusão. Não é deboche. É um outro registro”, diz Arraes” (APOLINÁRIO, 1991).

Os trechos ficcionais, ao mesmo tempo que funcionam como espaço da sátira e da paródia, garantem o sentido ilustrativo aos fatos representados, por serem campo fértil para a fantasia e para o exagero. No programa em que o tema foi o baile funk, a quadra onde acontece o evento é apresentada por Regina Casé, e ela fala um pouco sobre a transformação do espaço para a festa. Com trejeitos que tentam caricaturar uma funkeira, trajando roupas largas como a das *rappers* e *mcs*, Regina performatiza o povo sem que o programa deixe claro – através de tarjas indicativas ou outro mecanismo videográfico – se estamos diante da atriz ou de um dos personagens vividos por ela ao longo do programa. O humor desconstrói, através da performance, fórmulas já cristalizadas dos programas informativos a partir das matrizes populares do humor.







Figura 5 - Regina Casé representa funkeira em Programa Legal - Reprodução

A representação do universo do baile funk convoca uma relação importante do próprio gênero musical com a cena midiática brasileira do início dos anos 1990. O movimento de expressão cultural das periferias e favelas das grandes cidades era quase desconhecida pela classe média. As formas específicas da vida cultural das classes populares, através do funk, são exploradas no programa a partir da vivência dos personagens/repórteres que se aventuram nos bailes. É importante levar em

consideração que os bailes funks sofreram, neste período, pressões de movimentos socioculturais que os consideravam “desordem urbana, a exploração do erotismo de menores e a guerra entre galeras ligadas ao tráfico de drogas” (FREIRE FILHO & HERSCHMANN, 2003, p. 63). A representação do baile funk, no programa, opta pela investigação dos seus elementos de expressão cultural através do humor – se o fenômeno possui um caráter de resistência política e cultural diante de uma hegemonia cultural, o Programa Legal despolitiza suas formas específicas de resistência ao ignorar a configuração deste espaço enquanto lugar da expressividade das classes populares.

As relações entre a construção estética destas cenas e a despolitização através do humor pode ser vista também na edição cujo tema é a rivalidade entre paulistas e cariocas. Em uma das cenas, Regina está *in loco* para mostrar a vida dos moradores da favela do Vidigal, no Rio de Janeiro:

<p>Regina - <i>Que vista, hein? Pessoal precisa ser muito rico pra ter um espetáculo desse de graça todo dia (som de samba ao fundo).</i></p>	<p>Em plano médio, Regina é enquadrada com as praias do Leblon e de Ipanema ao fundo. Ouve-se o som de samba no bg.</p>	
<p>Regina (em off) - <i>Essa aqui é a casa da Jane e do Paulinho E tem muito milionário que não consegue comprar uma casa com a vista maravilhosa que eles tem.</i></p>	<p>Há um corte para a panorâmica que exhibe casas construídas com as praias ao fundo. A imagem mostra o alto de uma casa, com diversas pessoas que aproveitam o samba</p>	
<p>Regina Casé – Chega aqui, gente.</p>	<p>Os dois entrevistados entram em quadro.</p>	

<p>Regina Casé - <i>Qual o melhor lugar no mundo pra se morar?</i> Paulo - <i>No vidigal!</i> Regina Casé - <i>Vem cá, essa casa é alugada ou é de vocês?</i> Paulo - <i>A casa é própria. Eu fiz a casa de baixo pra mim morar e depois fiz a de cima.</i> Regina Casé - <i>E se eu arrumasse um casarão lá no suburbio pra tu morar?</i> Paulo - <i>Nem pensar... Só se fosse uma puta cobertura na Vieira Souto.</i></p>	<p>O enquadramento muda e os três, apresentadora e entrevistados, estão de frente para o outro, com a casa dos personagens ao fundo</p>	
--	---	--

Ela exhibe a vista e compara a um cenário de prédios luxuosos, mas trata-se da cobertura de uma casa numa comunidade carioca. Ao lado dos proprietários da casa, ao som do samba, Casé convoca os dois a compartilharem as sensações de acordar com a visão do mar de Ipanema e do Leblon. Ela se mistura aos outros membros daquela comunidade sem deixar de extrair deles informações necessárias para o telespectador conhecer ou imaginar a realidade daquelas pessoas. Entretanto, posiciona-os como privilegiados, sem que suas condições de vida sejam abordadas a partir de um enquadramento dos problemas sociais. A naturalidade da conversação aparece aqui como uma estratégia para retratar questões de cunho social e político da realidade brasileira, mas a entrada dos personagens e das histórias do povo parecem compor este aglomerado bem-humorado de histórias e experiências dos brasileiros.

Ao mesmo tempo, na mesma edição, Luis Fernando Guimarães – ou seu personagem – dirige um carro conversível na Rua Augusta, epicentro cultural da elite paulista, enquanto conversa com celebridades, como a atriz Luciana Vendramini e o cantor Paulo Ricardo, e pessoas comuns sobre a vida urbana naquela localidade. Aqui há uma indicação irônica da condição de existência de São Paulo como capital financeira, ligada ao trabalho e ao progresso, como vemos no trecho abaixo:

Luis Fernando Guimarães *Oi mina, qué que tu acha de mim, hein? Sou grandes coisas não, né? Mas meu carrão é demais... Olha só os puta (sic) rodão, espelho no teto, banheira jacusi. Eu já trago o motel dentro do meu carro pra não gastar o dinheiro do meu pai. Aí, mina, vamo pegar um engarrafamento gostoso.*

Luciana Vendramini *Tudo bem, mas posso levar meu namorado?*

Luis Fernando Guimarães *Tudo bem, em matéria de sexo acho que tudo é válido. Menos meia-irmã, né?*

[Há um corte de imagem e Paulo Ricardo aparece em cena]

Paulo Ricardo

E aí, meu! Pode deixar que eu dirijo.

[Os três estão em um mesmo quadro, dentro do carro]

Paulo Ricardo

Por que o povo de São Paulo é mais assim lareirinha, cafês, esse lado europeu de São Paulo de poder botar um casacão. São Paulo é essa coisa mais punk, mais industrial, que tem a ver com a própria história do rock.

Se no trecho sobre os cariocas, Regina traz o exemplo a partir da conversa leve e informal ao abordar a vista dos moradores da favela, Luis Fernando Guimarães incorpora o personagem para abusar da ironia e mostrar um tom mais crítico em relação à elite paulista, por exemplo. A caricatura do típico paulista reforça este ambiente construído, principalmente, com a presença de dois artistas conhecidos nacionalmente, a atriz Luciana Vendramini e o cantor Paulo Ricardo. Vemos que o programa lida com um humor mais escrachado, mais literal, e do bate-papo mais leve e naturalizado no contato com as classes populares a partir do exemplo do Rio de Janeiro, tanto do baile funk como da vista da casa do Vidigal. As celebridades, no caso de São Paulo, expõem em mais detalhes suas opiniões, ganham espaço na cena de ficção. No caso carioca, vemos a forma que o programa exhibe a maneira como as classes populares devem conviver com a desigualdade social, com o crescimento urbano desordenado e com suas expressões culturais específicas, como o samba e o funk, sem problematizar seus elementos constituintes.

Em outro episódio, os apresentadores vão explorar a cidade de Miami a partir de uma perspectiva brasileira: o cenário estrangeiro, relacionado ao mercado de bens de consumo da região dos Estados Unidos, recebe um enfoque comparativo com o Brasil para mostrar algumas semelhanças. Os exemplos são bastante triviais, como por exemplo, a existência de um carnaval com influência dos povos imigrantes latinos; a presença da combinação feijão com arroz, considerado prato básico da alimentação do brasileiro, e que também é uma comida bastante popular em Cuba. O próprio mercado ilegal de produtos eletro-eletrônicos, que se fortalece no Brasil com a Zona Franca de Manaus e a fronteira com o Paraguai, aparecem no episódio marcando estes hábitos culturais dos brasileiros encontrados no exterior.

Ao retratar, nessas semelhanças, um pouco do cotidiano dos imigrantes latinos em uma região bastante rica dos Estados, por exemplo, as relações contextuais que




condicionaram a saída dos povos latinos rumo aos EUA. Regina chega a informar ao telespectador sobre a formação de um bairro cubano em Miami, mas o fato aparece na cena como algo curioso, que vale a pena ser compartilhado. O bloqueio econômico dos Estados Unidos à Cuba é abordado somente pela via do humor, em uma esquete com Luis Fernando Guimarães, que representa um cubano recém-chegado nos Estados Unidos à nado: ele comemora ter saído do regime comunista, mas o sonho de viver em um país liberal termina quando o personagem percebe a quantidade de imigrantes latinos presentes em Miami, e decide voltar para a ilha caribenha.



Figura 6 - Cenas do episódio de Programa Legal gravado em Miami - Reprodução

A condução de entrevistas descontraídas, que levam o telespectador a imergir no ambiente do entrevistado, na maioria dos casos, membros das camadas populares brasileiras, é mais forte a partir da performance de Regina Casé. O que nos indica, aqui, um traço que vai se consolidar enquanto uma marca performática da atriz ao longo dos outros programas conduzidos por ela, exibidos na sequência de *Programa Legal*, como veremos nas análises seguintes. O jeito de conseguir, na cena, informações que tornam a realidade exposta um fato extraordinário, através do escracho e da descontração, quebra uma formalidade da cena televisiva, criam uma espontaneidade das falas dos entrevistados.

O diálogo dos entrevistados se dá diretamente com Regina, enquanto ela se dirige tanto para a fonte como para o público de casa. A atriz performatiza uma posição de intimidade com seus interlocutores, capaz também de trazer informações, curiosidades e brincar com o discurso relatado pela fonte. No programa cujo tema é a Bahia, temos a chance de ver a performance da atriz durante as entrevistas, sem deixar de apropriar o humor ao momento informativo:

<p>Regina - <i>A Bahia teve o primeiro governador gay, Diogo Botelho. Para aproveitar o dia do orgulho gay, dia 28 de junho, o Grupo Gay da Bahia foi até o túmulo dele prestar uma homenagem a essa bicha histórica.</i></p>	<p>Sequência de imagens dos membros do GGB, com cartazes escritos “Dia do orgulho gay”, “Respeito ao gay da Bahia” e “Gays pedem justiça”</p>	
<p>Regina - <i>Esse aqui é Luiz Mott, que é professor de antropologia da Universidade Federal da Bahia e fundador do GGB. Foi você que descobriu essa história do Diogo Botelho?</i></p> <p>Luiz Mott – <i>Não, foi o próprio amante de Diogo Botelho que denunciou a união homoafetiva dos dois quando ele assumiu o governo da Bahia</i></p>		
<p>Regina Casé – <i>Você acha que, aqui na Bahia, tem mais gay do que qualquer lugar do mundo?</i></p> <p>Luiz Mott – <i>Não, o número de gays no Brasil é mais ou menos equilibrado...</i></p> <p>Regina Casé – <i>É porque eu acho que na Bahia tem menos bicha enrustida, né? Em geral, o pessoal é mais liberal...</i></p> <p>Luiz Mott – <i>O candomblé não rejeita os homossexuais. São vários painhos e mainhas como os da tevê</i></p>	<p>Corta para imagem de um outro personagem que é entrevistado por Regina Casé</p>	

No trecho acima, vemos que há uma entrada de temas relacionados às minorias sociais, como os homossexuais, com a presença de alguns conteúdos históricos, mas transposta para uma cena inusitada. Em alto mar, fazendo referência a colonização dos portugueses e a associação da Bahia como primeira capital do Brasil, Regina entrevista um antropólogo, presidente da primeira instituição de defesa dos direitos aos homossexuais do Brasil, o Grupo Gay da Bahia (GGB), sem aprofundar-se em um debate histórico. A cena é usada, no programa, a partir de estereótipos criados sobre os baianos, principalmente a presença dos homossexuais no candomblé e as caricaturas humorísticas como o personagem Painho, vivido por Chico Anysio, um pai de santo homossexual.. Regina Casé apropria-se do riso para colher os depoimentos e, dentro da narrativa temática do programa, explorar as situações específicas das diferentes regiões do Brasil.

Diante de marcas expressivas bastante exploradas nos diálogos e nas cenas do programa, a informalidade e o humor funcionam como elo de construção do programa em sua unidade. A fórmula que se coloca como contínua, ainda que interrompida na grade televisiva pelos intervalos comerciais, possibilita a formação desse mosaico de experiências que vão sendo mostradas aos poucos ao longo do programa, permitindo que nós, telespectadores, acompanhem seus personagens e suas histórias – reais ou ficcionais – mecanismo que o programa encontrou de lidar com as estruturas narrativas populares, como os romances, contos populares. O uso da voz *off*, por exemplo, reforça essa continuidade e opera sobre a oralidade, uma matriz importante para as formas de expressão da cultura popular. Ao mesmo tempo, a montagem fragmentada do *Programa Legal*, condizente ao seu tempo e as próprias transformações vividas no cenário do audiovisual brasileiro, contribuem para uma proposta inovadora do programa em lidar com aspectos informativos e ficcionais, posicionando-se, dentro do disputado cenário televisivo, como um produto.

Vimos, ao longo da análise deste produto, que ele se constrói a partir de um cenário televisivo que impulsionou a TV Globo a lidar com produtos televisivos mais próximos das classes populares, ou seja, eram expectativas da produção operar a partir elementos populares uma linguagem inovadora, que rompesse fórmulas específicas de trabalhar com o humor – não só com o humor, mas com o humor com um teor mais informativo. A promessa do programa em acionar as formas narrativas da linguagem documental criaram esse outro horizonte de expectativas por parte da recepção, como vimos nas críticas – o público especializado, ao menos, buscava reconhecer nos programas elementos cristalizados do documentário antropológico, mas o que aparece do documentário em *Programa Legal* perde força a dimensão narrativa quando aciona o humor. Ainda que se reconheça uma ruptura na linguagem televisiva e na performance das entrevistas em *Programa Legal*, a produção de um programa voltado para o cotidiano do povo tem uma grande força no humor, tanto na parte ficcional como na performance dos apresentadores nas entrevistas.

4.3 O TALK SHOW INVADE AS RUAS EM BRASIL LEGAL

Com a proposta de mostrar os lugares de um Brasil extenso e os tipos populares

que habitam os mais diversos rincões do país, estreou na Rede Globo, no dia 28 de dezembro de 1994, o *Brasil Legal*, programa que firma a parceria entre o diretor de núcleo Guel Arraes e Regina Casé. A atriz inaugura, com o lançamento do programa, uma espécie de carreira solo na programação da Globo: *Brasil Legal* foi o primeiro projeto da trajetória da atriz conduzido somente por ela. Nos projetos anteriores, integrou o elenco de duas produções dirigidas por Arraes – o *TV Pirata* e o *Programa Legal*, neste dividia a apresentação com Luiz Fernando Guimarães, parceiro desde os tempos do grupo teatral Asdrúbal Trouxe o Trombone. O *Brasil Legal* teve seu episódio piloto exibido como uma das atrações da programação de fim de ano da Rede Globo em 1994, uma prévia de uma longa temporada que iniciou em 1995 e chegou a quase três anos no ar, extinguindo-se em abril de 1998.

Consolidado na grade às terças-feiras, na faixa de programação intitulada Terça Nobre, o *Brasil Legal* foi um projeto pensado e experimentado pela equipe do diretor Guel Arraes antes mesmo da sua estreia. O embrião foi o quadro *Na Geral*, apresentado dentro do Fantástico entre abril e outubro de 1994. Com roteiro do antropólogo Hermano Viana, direção de Belisário França, dentro do núcleo recém-criado de Arraes, o quadro se propunha a investigar aspectos habituais da cultura e da sociedade brasileira a partir das intervenções peculiares de Regina Casé, já conhecidas do público no extinto *Programa Legal*. Se o produto anterior funcionou como laboratório para o núcleo experimentar uma linguagem que tentava misturar documentário, humor e ficção, mas operando fortemente sob as lógicas do humor, a forma de entrevistar específica de Regina Casé vai conduzir o *Na Geral* para a mesma linha, permitindo a construção de um programa que se aprofundasse ainda mais nas manifestações culturais do país.

O esforço em consolidar um estilo autoral na direção artística de Guel Arraes pode ser visto ainda no *Programa Legal*, com as primeiras experimentações de uma linguagem mais moderna, que explorava os cortes rápidos e os elementos visuais de pós-produção, formas expressivas que aparecem também em *Brasil Legal*. Marcas visuais carregando a tela de cores diversas, uso de chroma-key, sobreposição de imagens e muito movimento vão se configurando, aos poucos, como um traço estilístico dos programas do diretor, explorando os símbolos e elementos da cultura brasileira. Os efeitos e cortes vão garantir uma estética mais próxima ao pop na linguagem do programa. Tudo isso para formatar um produto itinerante, que apresenta diversas

histórias de pessoas comuns, explorando seus locais onde moram, suas atividades profissionais, seus modos de consumo no país, além de trazer, a partir de uma conversa informal, os dramas da vida cotidiana, suas emoções e experiências relacionados ao mundo ordinário.

Definido pela emissora como um programa de entretenimento, que “procurava dar ênfase a um caráter documental” (MEMÓRIA GLOBO, 2015), *Brasil Legal* tinha 40 minutos de duração, três blocos divididos por dois intervalos comerciais. Exibido às 21h30, no quadro Terça Nobre, o programa concorria, na época da sua estreia, com o *Jornal do SBT – 1ª edição* e a novela *As Pupilas do Senhor Reitor*, no SBT, com filmes exibidos em *Campeões de Audiência*, na TV Record, e *Terça Especial*, da Manchete. *Brasil Legal* concorria também com programa de esportes *Força Total*, da Bandeirantes, com o *Metrópolis*, da TV Cultura, e o programa *Hits MTV*, da MTV Brasil.

As possibilidades técnicas a partir processo de modernização dos equipamentos de filmagens, já experimentadas pelos realizadores de documentário dos anos 1970 e 1980, vão chegar à televisão e permitir uma operação mais dinâmica às gravações em diversos locais do país. Por exemplo, o programa piloto girava em torno de assuntos relacionados a festa: do DJ precursor da aparelhagem em Belém do Pará, passando pelas ‘baladas’ *clubbers* paulistas, até mesmo um concurso que escolhe as musas das partidas de futebol na Amazônia. Todo conteúdo editado e montado de maneira que as histórias fossem diluídas durante todo o programa, misturando-se às incursões da equipe do Brasil esquetes ficcionais encenados por Regina Casé, em alguns episódios dividindo a cena com atores globais. As histórias eram fragmentadas pela edição de cortes rápidos nos planos-sequencia, que davam a impressão de um registro testemunhal, uma espécie de visita a localidades dos personagens retratados. As histórias das fontes formavam a unidade do programa, o tema de cada edição, a partir dessa espécie de colagem de registros, com diversos efeitos de transição entre uma cena e outra, além dos recursos sonoros possibilitados pelo processo de pós-produção.

O programa teve uma segunda fase em 1996, a partir das mudanças na programação da Rede Globo, e incorporou as gravações feitas fora do país, que passaram a ser frequentes. A proposta do *Brasil Legal* era mostrar aos brasileiros o quanto o Brasil estava pulverizado no resto do mundo, em uma época importante para

emissora e para o grupo de comunicação Globo, que consolidava seus canais internacionais em diversos países fora do território nacional, aproximando o público residente no exterior do conteúdo essencialmente brasileiro.

Foram produzidas reportagens em Nova York, Londres, Paris, Sydney, na Itália e em Portugal, com a proposta de criar uma rede de encontros a partir do *Brasil Legal*. Regina Casé promovia encontros entre parentes que não se viam, entregava presentes e mostrava o cotidiano das diversas capitais mundiais por um viés abrasileirado, sempre tentando aproximar as realidades distintas das experiências em terras brasileiras. O último episódio desta temporada foi ao ar em dezembro de 1997. No ano seguinte, o programa pretendia dar conta da história do Brasil, com a aproximação das comemorações aos 500 anos de descobrimento do Brasil. Entretanto, quando *Brasil Legal* voltou a ser transmitido em 1998, dos seis episódios planejados anteriormente, apenas um episódio chegou a ser produzido e exibido, e o programa deixou de existir.

Brasil Legal operacionaliza formas de captar as histórias das pessoas comuns através da conversa informal, e constrói estas marcas a partir das apropriações do humor. Estes elementos são encontrados de maneira fluída no programa, formatando o ambiente de intimidade e naturalidade das várias conversas que completam a unidade temática do programa. Entretanto, o humor aparece também através de esquetes ficcionais, o que demonstra uma continuidade na estratégia aplicada em *Programa Legal* ao mesclar os conteúdos tidos como reais com quadros da ordem da ficção. Tanto pela performance da apresentadora quanto pela própria inserção de conteúdo ficcional, além de levar em conta a trajetória de Guel Arraes e de Regina Casé, as críticas e reportagens da época posicionam o *Brasil Legal* como um programa humorístico. O próprio Guel Arraes destaca a importância do humor na relação com a busca pelas histórias das pessoas comuns, abandonando um humor mais caricatural para dar conta da comédia. “[A caricatura] É o que achamos engraçado nos outros. É algo contra si mesmo. Já a comédia permite uma identificação com o personagem. O telespectador pode dizer 'é igual o que aconteceu comigo'” (FINOTTI, 1995).

Em entrevista ao jornal O Globo, na ocasião da estreia do programa, Regina foi interpelada pelo lugar da mulher na condução de programas mensais humorísticos. “Você vai ser a primeira mulher a ganhar um programa mensal (e de humor) na Rede

Globo. O que pensa disso? ” (O GLOBO, 1994). Na resposta, a atriz e apresentadora procura desconstruir a imagem essencialmente humorista, que carrega a partir da sua trajetória, na tentativa de ocupar o posto de apresentadora e entrevistadora e desvincular o olhar para a sua performance pautada na ficção televisiva. “Não me penso como humorista. Hoje em dia, até reluto em achar que sou atriz. Faço um monte de coisas que estão misturadas, me sinto como jornalista também” (GLOBO, 1994). Em outra publicação, questionada se, a partir do *Brasil Legal*, ela se considerava mais humorista ou jornalista, a atriz reforça a ideia de uma apresentadora múltipla: “Eu apresento as pessoas ao público, num sentido amplo. Sou uma mediadora, um mestre-sala. Não tem nisso nenhum trabalho social. Gosto de conversar, sou curiosa” (KOGUT, 1995).

Humorista ou jornalista, em *Brasil Legal* vemos que Regina se concentra em investigar a vida dos brasileiros comuns e esta proposta aparece com bastante força nas críticas da época do programa. “O que se quer mostrar nesse programa é que as pessoas mais comuns, e as vidas que de fora parecem sem interesse algum, são interessantíssimas” (O GLOBO, 1994). A crítica aponta que, para conhecer um pouco mais destes personagens, ela vive um pouco das suas vidas, experimentando suas atividades e mostrando ao público como funcionam os universos ordinários. A crítica reivindica o lugar hegemônico construído para o povo na televisão como sendo do âmbito do extraordinário, do insólito, do excêntrico. “É muito interessante quando Regina Casé [...], sem pudor, entra na intimidade do pacato e anônimo cidadão. Mas, cá para nós, qual o interesse da história de uma montanhista que foi trocada por outra pelo namorado?” (SOUZA, 1997).

Em um formato que foi se consolidando ao longo de quatro anos de exibição, ora apresentando conteúdo informativo e ficcional juntos, *Brasil Legal* transformou, segundo a crítica, “dois dedos de prosa numa aventura televisiva e levaram o bicho carpinteiro das entradas e bandeiras para a sala do espectador” (DURST, 1995). Considerado inovador pelos críticos da época, “senão pela linguagem, na intenção de colocar gente que não é famosa no vídeo” (CAMARGO, 1995), a inserção dos anônimos no programa exhibe a celebração do comum, do habitual, das experiências do cotidiano. Essa construção não se dá através do glamour ou do requinte, senão das matrizes que configuram os fenômenos e processos da cultura popular. O reconhecimento das histórias interessantes parte do programa, retirando uma certa

invisibilidade social desses personagens. Entretanto, *Brasil Legal* não problematiza suas condições de vida, apropria-se delas para explorar a emoção, o drama e o divertimento num programa que opera fortemente sob as égides do humor. A crítica de Zeca Camargo ressalta como *Brasil Legal* transita entre os personagens famosos e anônimos, enquadrando-os de maneira inversa:

É bobagem falar em química, mas é difícil encontrar explicação para o elemento que faz com que Casé faça a ponte perfeita de Walter [personagem da edição analisada pelo autor] para Paulinho da Viola- que, no programa, o acompanhou em "Tristeza". Paulinho vira coadjuvante (imagine!) e, num truque interessante, os coadjuvantes não se tornam estrelas (CAMARGO, 1995).

Outra reportagem chega a pontuar que o programa realiza o sonho de notoriedade de personagens que tem o que dizer, “ao mesmo tempo satisfaz a curiosidade antropológica dos telespectadores sobre modos de se divertir de micro-universos diferentes dos seus” (HAMBURGER, 1995). Neste sentido, *Brasil Legal* adquire status importante para a grade de programação da época, segundo a reportagem d’O Estado de São Paulo, porque “o povo, finalmente, entrou no horário nobre. E sem servir de figuração para programas de partidos políticos ou passar ridículo nas pegadinhas e câmeras escondidas dos shows de auditório” (GARCIA, 1995). O processo de elitização, que pode ser visto na consolidação da Rede Globo ao longo da sua história, as mudanças estéticas operadas pela emissora, principalmente na década de 1970, coincidem com o período em que os programas populares do SBT ganham força, e a crítica ressalta como *Brasil Legal* se posiciona no panorama televisivo com base em estratégias de distinção:

A TV está acordando para uma nova estética que prescinde da beleza padronizada de modelos e cenários acrílicos. A cara do povo, vincada pela secura do cotidiano, não afugenta o público nem o anunciante. Finalmente o povo pode ver a própria cara na ilusão da TV, sem precisar do interesse eleitoreiro dos políticos, do mundo-canismo do jornalismo policial e nem passar pela lavagem cerebral das pregações religiosas. No *Brasil Legal* o feio pode ser muito bonito (GARCIA, 1995).

Apesar do caráter inovador que *Brasil Legal* traz para a construção do popular na Rede Globo, a crítica não analisa a construção deste programa popular “outro” sem entender a lógica da disputa por audiência que configurou o cenário em que o programa

se situa. O Núcleo Guel Arraes, até *Brasil Legal*, parece trabalhar com os temas da vida privada popular para reforçar os sentidos brasileiros perdidos em um cenário multinacional e globalizado, ao mesmo tempo que quer conquistar a audiência das classes populares que se aproximavam mais dos programas exibidos pelo SBT, como o Programa do Ratinho e o Programa de Silvio Santos. Ou seja, estamos diante não só de um programa inovador, mas um programa que rompe com certas convenções dos programas humorísticos, ao se apropriar das marcas da conversação e da ênfase dada a personagens da vida ordinária dentro da televisão, para imprimir uma linguagem própria que dê conta de atrair um filão importante para a hegemonia da Globo no campo televisivo. Aqui, uma crítica interessante questiona o próprio uso que *Brasil Legal* faz do universo popular, reflexões que nos levam a produtos mais atuais, como o *Central da Periferia* e o *Esquenta!*, a partir das apropriações dos modos de vidas populares:

E aqui chegamos ao que talvez seja o problema central desse grande programa: o fascínio diante de formas de vida que se reproduzem à margem da modernidade, em descompasso com o padrão dito civilizado. O risco disso é uma certa mistificação da miséria, uma estetização apologética da "vida na favela", como se elas não fossem o resultado e a expressão de uma brutal exclusão social. A injustiça, a carência material são de certa forma "amaciadas" pela alegria que parece jorrar espontaneamente de cada personagem abordado por Casé (BARROS E SILVA, 1997).

A cruzar o contexto de *Brasil Legal* com o fenômeno dos programas do “mundo-cão”, por exemplo, percebemos que a crítica distancia o programa dos exemplares mais “popularescos³²” por conta da linguagem inovadora proposta pelo Núcleo Guel Arraes. Entretanto, podemos encontrar diversas estratégias que aparecem tanto nos programas do mundo-cão como em *Brasil Legal*, como a exploração dos dramas cotidianos e o reforço da emoção. Os elementos distintivos apresentados pela crítica abordam uma certa leveza no tratamento dos temas abordados e um valor ético que transpõe Regina do papel demagógico dos principais apresentadores dos programas populares para o de entrevistadora carismática, garantindo um aspecto valorativo do programa.

A tentativa de construir uma linguagem mais apurada pode ser vista na montagem

³² De acordo com Araújo (2014), o termo popularesco não tem uma definição precisa. Nos dicionários da língua portuguesa, é sinônimo de popular, no entanto, na crítica cultural, uma produção “popularesca” tem uma conotação negativa, significa um fator degenerativo do popular. O adjetivo “mundo-cão” era um termo que qualificava os programas populares como mau gosto, a má qualidade.

fragmentada, uma edição que mescla as partes das diversas histórias ao longo do programa. Vemos, também, a exploração de recursos gráficos e sonoro, e a vinheta de abertura da primeira fase do programa pode ser pontuada também como uma das estratégias de distinção do programa. O recurso era exibido depois de uma breve introdução – seja após um esquete ficcional, como no episódio de estreia, em que Regina encarna a empregada doméstica Gabriela, que trabalha para Sonia Braga em Nova Iorque, ou em clipes entrecortados por diversos momentos que serão vistos no decorrer do programa, anunciando uma prévia dos personagens e das paisagens brasileiras exibidos na edição. Na vinheta, sob um fundo que lembra tecidos estampados, uma mala fechada se abre em efeito *stop motion*³³, de onde vemos um mapa do Brasil dobrado, que vai se abrindo em repetidos cortes de frames, ao tempo em que aparece na tela o *lettering Brasil Legal* – na grafia, une-se as duas palavras a partir da letra “l”. Em seguida, o mapa funciona como imagem de fundo do *chroma-key*, com diversos cortes que mostram o mapa ainda mais de perto, diferentes regiões e cidades a cada frame. Regina Casé aparece vestindo uma capa amarela e, com uma câmera fotográfica na mão, faz registros com o equipamento como se estivesse fotografando. A referência imediata é que Regina veste-se de maneira caricatural como uma turista e seus gestos e expressões exibem um certo tom de surpresa e curiosidade, reforçando a ideia de mergulho nas culturas do país.



Figura 7 – Vinheta de abertura do *Brasil Legal* (1995) - Reprodução

³³ A técnica do *stop motion* é um recurso feito com câmeras de filmagem ou fotográficas em que os objetos, modelos ou cenários são captados quadro a quadro. Para cada segundo de imagem, são necessários 24 quadros para compô-lo. O produto final editado é bastante fragmentado e se caracteriza por pequenos ‘tombos’ na imagem no encontro entre um quadro e outro. A ferramenta é bastante utilizada no cinema, como no filme de Tim Burton ‘O Estranho Mundo de Jack’ (*The Nightmare Before Christmas*, 1993). No Brasil, alguns quadros feitos com massa de modelar em *stop motion* eram exibidos em programas da TV Cultura, como Zeca & Joca (Glub Glub).

Como trilha sonora, ouve-se uma música instrumental que mescla sons de pandeiro, cuíca e lembra uma canção de samba, mas, em determinado ponto da vinheta, aparecem ritmos do maracatu. Há uma mistura sonora das manifestações culturais do Brasil, uma clara referência à diversidade musical do país. Ao longo da temporada, a música ‘Brasil é o país do suingue’, composição de Fausto Fawcett e Hermano Vianna, gravada na voz da cantora carioca Fernanda Abreu, vai se tornar a trilha sonora oficial da abertura. A letra da canção trata dessa diversidade musical e de um jeito específico do brasileiro, com as festas e danças populares: “*Brasil é o país do suingue/ Vem comigo dançar/ Em Belém do Pará/ Na festa aparelhagem tupinambá/ Vem comigo vem dançar/ O reggae do Maranhão/ Nos tambores da crioula/ À toa rebolar*”.

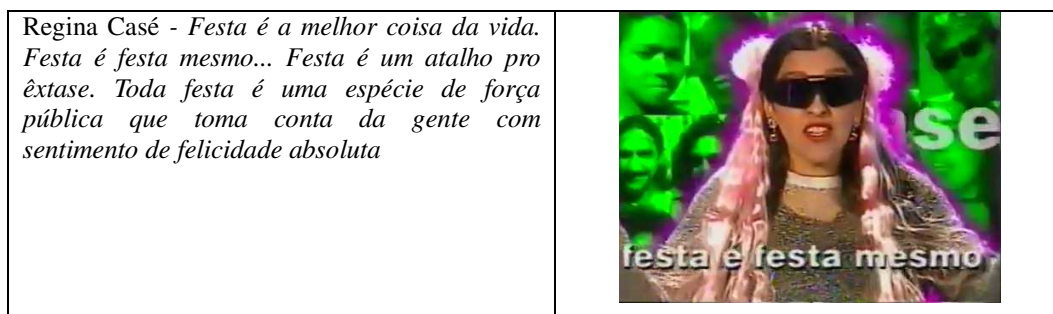
Utilizada na maioria dos programas televisivos para construir uma identidade com o telespectador, através de recursos gráficos e sonoros, a vinheta de *Brasil Legal* personaliza o programa, ao apresentar Regina Casé como personagem, e revela o seu papel de destaque na construção do conteúdo, indicando a atriz como única “apresentadora”. Ao mesmo tempo, *Brasil Legal* se apropria do recurso da vinheta em favor da construção narrativa do programa, o que significa que o início do seu conteúdo não possui uma lógica que marca o momento de entrada da vinheta de abertura, porque, antes dela, *Brasil Legal* exhibe seus destaques ou por esquetes de ficção ou através de um longo clipe, no qual, geralmente, aparecem trechos dos principais momentos da edição, formando um pequeno bloco de sonoras³⁴, imagens casadas com sobe sons³⁵.

Descrevemos, aqui, um dos blocos introdutórios, visto na edição piloto, exibida em 28 de dezembro de 1994, quando o programa começa situando minimamente o telespectador no universo a ser retratado. A primeira sequência é uma colagem de diversas imagens de pistas de dança, pessoas dançando, closes em rostos sorrindo. Acompanhando as imagens, uma música eletrônica do estilo *house* é utilizada como trilha sonora, dando um tom moderno ao pequeno clipe – e, recorrendo ao contexto da década de 90, percebe-se que há também a ideia de criar uma identidade mais jovem, menos engessada, para os produtos televisivos, numa associação forte com os produtos

³⁴ Sonora é o termo usado no telejornalismo para designar uma fala da entrevista na qual a imagem da fonte aparece.

³⁵ Sobe som é o termo empregado momento da gravação em que o som é aumentando, suprimindo a entrada de vozes, somente da trilha sonora.

da cultura pop (videoclipes, discos, movimentos identitários, etc). Na sequência, a primeira aparição de Regina Casé é em um cenário de chroma-key. Usando dois apliques de cabelo, óculos escuros e roupas brilhantes, fazendo alusão ao universo *clubber*, a atriz introduz o público ao assunto abordado na edição.



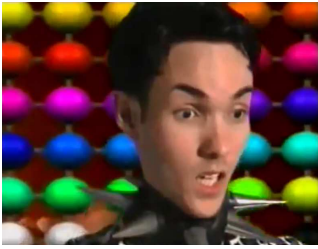





O texto dito pela atriz recorre a diferentes sensações (“êxtase”, “força pública que toma conta da gente”, “sentimento de felicidade absoluta”) para criar o ambiente de reconhecimento, o que é reforçado pelo uso a locução “a gente”, incluindo a si e aos demais, os telespectadores, no contexto da enunciação. A estratégia revela um efeito de partilha dos sentidos entre aquele que enuncia e aquele que recebe o enunciado. A alusão ao tema festa, no universo temático proposto pelo programa, mostra como ele lida com referências sociais ligadas ao divertimento das classes populares – a festa como local onde o povo está fora do trabalho, um mecanismo de acesso dos sujeitos ao prazer e ao relaxamento.

As festas populares como momento de construção da fantasia, das narrativas históricas que ressignificam as tradições, dentro do programa, nos remetem a ideia de ‘carnavalização’, trazida por Bakhtin (1987). Nas festas populares, a praça ganha importante valor social na cultura popular e constitui o espaço que agrega uma infinidade de formas populares que se opõem à cultura tida como oficial. Neste sentido, Bakhtin reforça a cultura popular como este lugar da ruptura, da quebra de regras e padrões impostos pelos sistemas políticos, situando-se entre as fronteiras da arte e da vida. A representação da vida nas festas populares explicita, a partir do autor, como as condições de existência dos estratos populares configuravam um movimento de resistência a um sistema hegemônico.

O programa segue em busca de um registro *in loco*, como vimos em *Programa*

Legal, mas utiliza desses fatos registrados para construir a história de vida dos seus personagens. A inclusão dos sujeitos telespectadores aparece também no momento em que identificamos uma espécie de escalada, em que Regina lê em voz *off* os destaques do programa, cobertos por imagens relacionadas aos temas anunciados pela apresentadora. Ao contrário das escaladas tradicionais vistas no telejornalismo hegemônico brasileiro³⁶, por exemplo, a escalada do *Brasil Legal* é construída de forma mais descritiva e com um tom informal:

<p><i>Você vai se refrescar no igarapé com a Mara Rúbia, a rainha da laranja de Rio Preto da Eva</i></p>		
<p><i>Vai passar um dia, ou melhor, uma noite com Johnny Luxo, a coisa mais fofo do mundo clubber paulista</i></p>		
<p><i>Você vai ver o campeão das festas de aparelhagens de Belém do Pará, o Dj Dinho, no seu altar sonoro, o tupinambá treme-terra.</i></p>		

³⁶ A escalada são as manchetes que abrem os telejornais, proferidas pelos apresentadores ou âncoras e se tornaram uma marca dos telejornais brasileiros, utilizada, sem exceção, por todos os jornais nacionais da Rede Globo, por exemplo. O termo escalada popularizou-se no campo televisivo a partir da estreia do Jornal Nacional, em 1969, quando Cid Moreira anunciou “a grande escalada nacional de notícias”. Gomes et al (2005) reforça que algumas características que são do JN se confundem com elementos mesmo do gênero telejornalismo, como os brasileiros conhecem. Isso possibilita que o JN seja reconhecido como um telejornal de referência. Sobre a escalada do JN, Gomes et. al (2005) afirma: “De forma ágil e dinâmica – frases curtas se intercalam quase que instantaneamente - o casal [de âncoras] se incumbe de prender a atenção do telespectador chamando a atenção para os destaques da noite. Eles miram a tela de forma fixa e nos convocam: veja agora, no Jornal Nacional. O texto evidencia uma estratégia de “aproximação” com o leitor. A escalada é seguida da conhecida vinheta, o emblemático anúncio das notícias do dia” (GOMES et al, 2005, p. 6).


Em *Brasil Legal*, o “você”, ou “vocês”, aparece para naturalizar o discurso e torná-lo mais próximo do telespectador, apresentando uma fala direta que marca o tom conversacional do programa. O pronome tenta despertar o interesse para os assuntos que serão abordados, entretanto, o “você” dá ideia de inclusão do telespectador também no contexto da expedição temática apresentada pelo *Brasil Legal*. Ao longo das edições, percebemos outras estratégias do programa em criar um ambiente de aproximação – dos personagens, pelo envolvimento com as entrevistas; do público em casa, a partir de estratégias que convocam os telespectadores a acompanhar o registro destas realidades – e o humor aparece como mecanismo de acesso as experiências cotidianas a partir da performance de Regina Casé. Apesar de utilizar a ideia de imersão, uma tentativa do programa de se aproximar, ou se apropriar ao menos, do registro documental, vemos que a construção do programa se sustenta na vivência da própria Regina Casé, responsável por explorar as histórias dos personagens e seus hábitos cotidianos.

A relação do documentário com o campo do telejornalismo aparece como uma marca de aproximação ao campo do entretenimento também, principalmente na Rede Globo³⁷. O que nos indica que *Brasil legal* encontra nessas experiências possibilidades de explorar a incursão antropológica a partir da figura extrovertida e caricata de Regina Casé. Por isso, o registro televisivo itinerante, com muitas imagens do espaço, da localidade onde vivem os personagens, vai explorar esta vivência da atriz/apresentadora em busca dos personagens e de suas histórias.

Se *Brasil Legal* tenta colocar o povo brasileiro como personagem interessante

³⁷ Costa (2009) analisou o *Globo Repórter* a partir de três períodos historicamente distintos. Segundo a autora, a primeira fase, durante a década de 70, proporcionou uma aproximação entre o cinema e a televisão, que já podia ser vista anteriormente no programa *Globo Shell Especial*, série de documentários que originou o *Globo Repórter*. "Os cineastas que foram trabalhar na Rede Globo levaram para a televisão muito da linguagem cinematográfica em aspectos como enquadramento, duração de cena, uso da fotografia, modo de abordagem dos temas e dinâmica de produção" (COSTA, 2009, 16). A segunda fase, a partir de 1983, caracterizou-se por um contexto de intensa concorrência entre as emissoras e, para manter um programa jornalístico no horário nobre, era necessário alterar a construção narrativa, de modo a tensionar as fronteiras entre informação e entretenimento. Dentre as estratégias, houve um esforço em aproximar o conteúdo à teledramaturgia, a partir da narrativa mais dramática e com expectativas de soluções para as histórias nos minutos finais das reportagens. "Se, nos anos 70, o importante era promover a denúncia social, através de uma produção documental de caráter sociológico, o *Globo Repórter* dos anos 80 já não pretende um lugar de distinção na grade de programação, mas sim de inclusão de elementos próprios do meio televisivo capazes de torná-lo ainda mais universal e competitivo. Daí a importância da teledramaturgia, enquanto busca pelo entretenimento e pelo espetáculo" (COSTA, 2009, p. 65).

para a conversação televisiva, ele se apropria desse *modus operandi* do humor nas entrevistas, uma forma engraçada de obter as informações privadas para conquistar seus personagens e também comover o público através das histórias dos seus entrevistados. Observamos este jogo na edição em que o tema era sotaques brasileiros, exibida em 1995. Em uma entrevista com Tom do Cajueiro, na época com apenas 11 anos³⁸ o sentido de vivência, ou seja, de que a atriz está ali vivendo a experiência de registrar a vida daquele personagem, aparece quando os dois começam a conversar sobre as dificuldades e dramas do garoto. Regina está no veículo que o personagem trabalha como guia turístico nas dunas de Natal. A conversação desenvolve-se no ambiente de reconhecimento do personagem, o espaço do trabalho configura a entrevista descontraída sobre os problemas enfrentados pelo garoto na profissão de guia turístico. Construído como um grande exemplo para ser exibido pelo programa, Tom do Cajueiro, em sua própria história, expõe seus dramas ao mesmo tempo em que performatiza, para a televisão, sua atividade profissional, como podemos ver no diálogo abaixo:

ÁUDIO	VÍDEO
<p>Regina Casé - <i>O que você mais gosta de fazer pra se divertir?</i></p> <p>Tom do Cajueiro - <i>Pra me divertir? Trabalhar!</i></p>	

³⁸ Tom do Cajueiro tornou-se bastante conhecido depois que apareceu no *Brasil Legal*. Chegou a ser convidado, na época, por diversos programas de televisão, e a função de guia turístico lhe rendeu fama. Em 2009, mudou-se para Brotas (SP), quando assumiu o cargo de secretário de turismo da cidade. Em entrevista à jornalista Patrícia Kogut, do jornal O Globo, Tom do Cajueiro contou que tentou continuar a carreira artística, estudou teatro durante dois anos, “Mas tudo passa”, conta ele, que se diz “grato à sua fada madrinha Regina Casé — Em vez de varinha de condão, ela usa a televisão para realizar sonhos, diz” (KOGUT, 2009).

<p>Regina Casé - <i>Todo mundo trabalha lá na sua casa?</i> [Tom do Cajueiro faz uma negativa com a cabeça] Regina Casé - <i>Quem trabalha?</i> Tom do Cajueiro - <i>Eu!</i> [Regina reage com espanto a resposta do garoto] Regina Casé - <i>Só você? Mas você tem seis irmãos!</i></p>	
<p>Regina Casé - <i>Você não acha que tem muita responsabilidade, não?</i> Tom do Cajueiro - <i>Ó, quando eu chego em casa eu só entrego o dinheiro de minha mãe e pronto!</i></p>	
<p>[O ônibus pára e o garoto começa a explicar sobre o encontro do rio com o mar na região] Tom do Cajueiro - <i>Estamos aqui no encontro do Rio Pirangi e o mar. Lá no Amazonas, o pessoal chama o encontro do rio com o mar de pororoca. Aqui, como é pequenininho, a gente chama de perereca mesmo.</i> [Regina ri]</p>	

Ora como gente importante, ora como oprimido, o jogo de cena transita tanto pela celebração da pessoa comum, e como pela exploração dos problemas sociais que afligem os nordestinos. Ainda que tente construir um novo lugar para estes sujeitos, o de personagens entrevistadas por um programa da Rede Globo, *Brasil Legal* faz questão de enquadrar as realidades a partir do sentido do humanização, convocados via uma conversa mais leve entre ele e a apresentadora. A partir da performance de Regina Casé na condução das entrevistas, é o próprio brasileiro, personagem do programa, que revela suas experiências de vida. Vemos que a entrevista é conduzida tendo como elo narrativo a emoção, a partir das experiências de um garoto de 11 anos do Nordeste brasileiro, que trabalha para sustentar a casa. Há um forte enquadramento popular, aqui, na relação com o trabalho, as privações e as dificuldades para conquistar êxito profissional. Mas a emoção ignora, por exemplo, o fato de estarmos diante de uma relação com o trabalho infantil, como se essas manifestações encontradas nas classes populares se justificassem pela própria condição de desigualdade pela qual vivem esses

personagens.

A relação entre as histórias e dramas das pessoas comuns é reforçada no programa com o registro de imagens da localidade, e a construção simbólica afetiva através da entrevista. Há uma tentativa de endossar a imersão nas experiências dos sujeitos, exibir as relações com o local, o comunitário, o concreto e o pessoal – elementos elencados por Richard Hoggart (2000) que conformam as classes operárias, por exemplo. O registro televisivo opera na captura de imagens que revelam o percurso da entrevista, as paisagens, os detalhes arquitetônicos dos ambientes urbanos e rurais retratados, e mais, exibem a forma como este ambiente está imerso nas histórias dos personagens retratados. O sentido itinerante do programa aparece nestas estratégias de expedição em busca das figuras populares, que se relacionam com suas comunidades, mas reforçam uma relação de afastamento, do outro, o diferente mostrado na televisão.

O tom de novidade nas histórias está relacionado muito mais em posicionar os personagens num lugar de distanciamento, do que de diversidade cultural. Essa distância cultural vai ser quebrada, nas cenas, a partir da performance de Regina Casé, que consegue extrair relatos mais espontâneos sobre os cotidianos. Vemos uma situação que se enquadra desta forma no programa piloto, quando Regina entrevista a modelo Mara Rúbia, da cidade de Rio Preto da Eva, no Amazonas. No início do programa, ela é a primeira personagem a ser apresentada através de recursos videográficos que identificam o nome, a idade, o local onde mora. Atrás da imagem de Mara Rúbia, diversos desenhos de impressões digitais sob um fundo amarelo cruzam a tela. As informações que aparecem são lidas de maneira pausada em voz *off* por Regina Casé.



Figura 8 - Apresentação dos personagens em *Brasil Legal* – Reprodução/Youtube

A espécie de “documento de identidade” apresenta os personagens com algumas informações sobre suas vidas. No caso de Mara Rúbia, a voz em *off* e o *lettering*³⁹ mostram as medidas do corpo da garota – vamos descobrir que ela é uma aspirante a modelo. Desta apresentação, a sequência já é em ambiente externo, num quadro que posiciona apresentadora e entrevistada uma ao lado da outra, sentadas sob um tronco de árvore, os elementos nos remetem aos enquadramentos de câmera utilizados nos talk shows para colocar em cena entrevistador e entrevistados em planos médios, em uma de conversação direta na imagem.



Figura 9 - Enquadramentos de câmera e inserts de imagens no *Brasil Legal* – Reprodução/Youtube

³⁹ *Lettering* é o termo usado para o uso de tipografia na televisão, seja nos programas televisivos ou nas chamadas institucionais. Nos programas, o termo se refere ao uso estratégico de caracteres, seja para creditar apresentadores, entrevistados, seja como recurso gráfico com a entrada de caracteres na cena, seja de maneira estática ou em movimento.

A sequência em que as duas conversam neste ambiente são cobertas por outras imagens no rio que parece ser o mesmo do momento anterior, quando vemos ao fundo dos dois corpos filmados. Entre os *takes* que registram a conversação e os outros que mostram Mara Rubia no seu ambiente cotidiano, o discurso gira em torno dos desejos, dos sonhos da personagem, a vontade de tornar-se modelo e manequim vivendo na Amazônia, região distante dos centros culturais, como Rio de Janeiro e São Paulo, que exercem o domínio dos fluxos de mercado e consumo da moda.

ÁUDIO	VÍDEO
<p>Regina Casé - <i>Que é que tem de bom aqui em Rio Preto?</i></p> <p>Mara Rubia - <i>Atração principal, é? A harmonia aqui com a floresta, né?</i></p> <p>Regina Casé - <i>Quem são seus ídolos?</i></p> <p>Mara Rubia - <i>Deus, né? Em segundo, todos... Tem a Madonna</i></p> <p>Regina Casé - <i>Você queria ganhar o peladão pra quê?</i></p>	<p>As duas estão sentadas em tronco de árvore, posicionadas uma de frente para a outra. Ao fundo, vemos o rio e a floresta.</p> <p>[O diálogo continua com alguns cortes na imagem, porém com o mesmo enquadramento]</p>
<p>Regina Casé - <i>Isso aqui é a maior festa, é incrível. É mais espantoso que a Transamazônica... Acho que vocês não tem a dimensão do que tá acontecendo aqui, mas eu explico.</i></p> <p>[Sobe som com imagens das mulheres desfilando]</p> <p>Regina Casé - <i>Aqui tá acontecendo o maior campeonato de peladas do mundo. Peladas de futebol, que deixar bem claro, porque as meninas não vêm totalmente peladas. Elas vêm de biquini, de maio. Pois bem, o peladão é o maior campeonato de peladas do mundo, que acontece aqui no Amazonas, que é o maior estado do mundo, que tem o maior rio do mundo, onde vive o maior peixe do mundo, no meio da maior floresta do mundo. Cada time escolhe a representante de cada um. Já pensou um time de gostosonas desfilando na sua frente? Onde já se viu isso, gente? Que lugar tem isso?</i></p>	<p>Neste momento, há uma espécie de hipertexto, quando o programa explica através de Regina, em um plano bastante próximo ao dos repórter do telejornalismo, um plano médio com ela centro da imagem, que o Peladão é um concurso que escolhe as garotas que vão representar os times de futebol. Efeitos visuais mostram diversas janelas de imagem na tela com os desfiles do Peladão. A imagem de Regina Casé, com microfone na mão, está em uma destas janelas.</p>
<p>[Em off, a mesma pergunta feita antes da explicação sobre o Peladão]</p> <p>Regina Casé - <i>Você queria ganhar o peladão pra quê?</i></p> <p>Mara Rubia - <i>Por que pode aparecer grandes oportunidades para mim</i></p> <p>Regina Casé - <i>Como é que foi na hora do desfile, você ficou nervosa?</i></p> <p>Mara Rubia - <i>Fiquei... Tem uma hora que a gente</i></p>	<p>Mara Rubia aparece desfilando e, na sequência, vemos Regina e Mara Rubia nadando no rio enquanto conversam]</p>

passa assim, e o pessoal grita: 'sai fora, trubufú'.

Regina Casé - *Trubufú??*

Mara Rubia - *É, trubufu, gorda...*

Chama atenção, neste trecho, a fórmula que o programa tem de, ao mesmo tempo, mergulhar nas experiências cotidianas dos seus personagens e explicar sobre o contexto do local, como funcionam estas manifestações culturais nas quais estão. Ainda assim, neste caso, o discurso mais informativo, que explica como funciona o concurso Peladão, dialoga com os esquemas convencionais das passagens dos repórteres dos telejornais – com o microfone na mão e enquadrada em plano médio com o desfile de moda acontecendo simultaneamente à leitura do texto, temos a ideia do apresentador como sujeito *in loco* a partir de uma performance que nos remete ao testemunho ocular⁴⁰, mostrando ao fundo uma ação que ocorre no momento da gravação.



Figura 10 - *Uso do microfone direcional em Brasil Legal - Reprodução*

Por outro lado, vemos com maior recorrência a conversação ou o discurso mais informativo ser explorado a partir da performance mais informal de Regina Casé no ambiente, como no caso mostrado acima, em que Mara Rubia é entrevistada pela apresentadora enquanto as duas nadam no rio. Neste sentido, a dimensão popular de talk

⁴⁰ Nas análises de distintos telejornais das TVs abertas, Gutmann (2014) encontrou três posições para os sujeitos enunciatários nas reportagens e entradas ao vivo: sujeito testemunha, sujeito cúmplice e sujeito personagem. No sujeito testemunha, o local do acontecimento é explorado e os movimentos corporais reduzidos criam uma performance mais contida do repórter. A intenção é a inserção no cenário e no momento do ato da fala para construir a prova do dito. Transpondo estas observações para a cena analisada acima, Regina Casé constrói sua performance nesta lógica, para comprovar a existência do desfile. As outras posições destacadas por Gutmann (2014) são bastante interessantes para entender as construções em torno do corpo na televisão, na relação da performance com a gramática televisiva. Neste sentido, a posição de cúmplice também se relaciona com o testemunho do fato relatado, mas existe um sentido de partilha na maneira como o repórter performa a notícia e coloca-se como sujeito da ação narrada (GUTMANN, 2014, p. 175). O sujeito personagem aparece na interpretação de uma *persona* por parte do repórter que não só vive como interpreta o dito. “[...] o sentido de fazer crer não passa mais pela caracterização sóbria do sujeito que fala, mas por um processo de corporificação do enunciado” (GUTMANN, 2014, p. 182).

shows das ruas ganha um importante reforço do ambiente registrado a partir do que Regina Casé consegue extrair da conversa com as fontes.

A história de Mara Rubia vai ser interrompida por outras histórias relacionadas ao tema festa, depois voltamos a ter contato com a personagem ao longo do programa. Desta vez, Regina Casé vai visitar a casa da garota. No ambiente familiar do personagem, Regina Casé mostra-se curiosa para conhecer aquele universo privado. O público conhece um pouco mais das referências da entrevistada, ainda tímida diante das câmeras. Percebemos que o programa se coloca como revelador destas experiências populares, que surgem a partir da performance de Regina, ao transparecer suas sensações e as curiosidades no ambiente vivido do entrevistado, suas observações sobre os modos de vida e, principalmente, a maneira como ela busca explorar os assuntos da vida privada. “Regina revelou carinho por pessoas simples que a equipe descobriu nos pontos mais perdidos do Brasil. Gargalhadas exageradas e perguntas de divã podiam ser dispensadas” (ESQUENAZI, 1995).

Ao mesmo tempo, há um certo exagero na performance da atriz, que possibilita compararmos com a performance de outras apresentadoras de programas de entrevistas, que consolidaram um jeito específico de representar a busca por informações pessoais da vida de celebridades e pessoas comuns. Estas referências são acionadas também pela crítica, ao afirmar que a atriz “mostrou na estréia de *Brasil Legal*, na última terça-feira, que está destinada mesmo a ser a nova Hebe Camargo. Só Hebe como espelho justifica as gargalhadas dadas por Regina, durante todo o programa” (XEXÉO, 1995).

Encontramos, nas materialidades do programa, algumas situações que nos chamam atenção para o uso feito dessas formas culturalmente reconhecidas dos talk shows. A começar pela própria referência por parte da produção do programa em categorizá-lo como um talk shows das ruas. De acordo com Silva (2013), os talks shows no contexto brasileiro transitam a partir do tensionamento entre o programa de entrevistas leves e o programa de auditório, ou seja, se relacionam com um lado menos sério do que o telejornalismo tradicional, através do bate-papo, ao mesmo tempo que dialogam fortemente com “matrizes populares estabelecidas pelos programas de auditório, que permitem que a pessoa comum apareça no estúdio e paute o programa com base em suas experiências privadas” (SILVA, 2013). Entretanto, a autora

demonstrou como, no Brasil, o programa *Jô Soares Onze Meia* (SBT, 1988-1999) tem papel de importância na consolidação do que convencionamos chamar de talk shows no Brasil. Isso significa levar em conta a presença de um apresentador-celebridade, a presença de uma plateia, a variedade de convidados que transitam entre ícones da televisão, do cinema, da moda, políticos, empresários, especialistas e gente comum, a além da temática que aborda aspectos da vida social e política através do humor.

Torna-se importante ter como marco o *Jô Soares Onze Meia* porque, segundo Silva (2013), o termo *talk show* aparece nas reportagens e críticas brasileiras em referência ao extinto programa, ou seja, a nomenclatura é empregada a partir das construções do programa brasileiro e das experiências na televisão americana – ainda que autora demonstre empiricamente que o programa *Globo Gente* (1973), por exemplo, já apresentava características destas convenções. Jô Soares consolidou marcas de reconhecimento do gênero *talk show*, a partir da sua trajetória como humorista e de jornalista. Há um imbricamento tão forte que o *talk show* se constituiu como um novo gênero por não estabelecer fronteiras claras entre o jornalismo e o entretenimento (SILVA, 2013, p. 197).

Historicamente, há uma forte vinculação dos *talk shows* com a intimidade e os marcas encontradas no programa de Jô Soares se espalharam na grade televisiva a partir dos anos 80. Diversos programas optaram por um bate-papo casual que versasse sobre personalidades célebres, com a presença de grupos musicais e plateia. “A vida privada das celebridades e os casos curiosos das pessoas comuns eram deslocados da representação dominante do gênero e associados a uma matriz alternativa que se desenvolveu em paralelo” (SILVA, 2013, p. 199), o que indica, para autora, ao menos dois fatores que provocaram rupturas significativas no cenário televisivo: “matrizes populares originadas em programas de auditório e a distinção com relação ao jornalismo” (*op. cit.*, p. 200).

Estas matrizes englobam os programas de auditório, programas de variedades ou os considerados programas femininos, todos tinham a entrevista como elemento central de sua estrutura. Caracterizavam-se pelo estilo leve e descontraído na abordagem dos temas, e o objetivo, ao contrário do Jô Soares, não era a discussão política por meio da crítica bem humorada. Os temas desses programas giravam em torno de problemas familiares, novas formações sociais, superação de doenças, assuntos comumente

associados ao espaço doméstico. Alguns desses programas já experimentavam este tipo de linguagem nos primeiros anos da televisão no Brasil, como *Esta é a sua Vida*, *Vida Convida* (TV Tupi), e *Dercy Espetacular* (Globo).



Figura 11 - '*Dercy Espetacular*' exibido na TV Globo em 1966.

FONTE: Memória Globo⁴¹

Hebe Camargo, como mostramos no capítulo anterior, ocupou espaço de destaque no comando de programas de auditório e trouxe inúmeros elementos dos programas de rádio para o período de experimentação da tevê. Acabou criando um tom específico de lidar com a conversação no programa: A utilização do sofá para as conversas mais descontraídas e o ambiente que reproduzia a sala de visitas de uma casa, onde celebridades e personalidades contavam suas vidas no programa e o auditório participava relatando suas experiências a partir da interação bem humorada da “madrinha”.

Ao chegar no SBT em 1986, Hebe consolida seu programa com entrevistas trazendo para o debate alguns problemas políticos e sociais do país “num tom menos cordial que antes, fazendo críticas às formas de governo e corrupção dos primeiros anos de democracia” (SILVA, 2013, p. 199), sem abrir mão das atrações musicais e do

⁴¹ Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditório-e-variedades/dercy-espetacular/programa.htm>. Acesso em 30 jan. 2016.

auditório. Dos diversos períodos históricos do programa, percebe-se que a relação de Hebe com o universo da música não era vista somente nos convidados, que se apresentavam no palco e conversavam com a apresentadora, muitas vezes Hebe se apresentava cantando encenando algum trecho de teleteatro. Vemos também uma centralidade da mediação vista na figura de Hebe em seus programas, e esse caráter central vai garantir, ao longo dos anos em que esteve à frente dos programas, um tom de que os produtos tinham o seu jeito. O personalismo aparece já no nome do programa que, desde a TV Tupi até chegar ao SBT, utilizava o nome de apresentadora como destaque. O espaço criado para o programa permite uma performance bastante personalizada, local possível para Hebe expressar suas opiniões, dar conselhos, fazer graça e também cantar.



Figura 12 - Programa Hebe Camargo (1974) na TV Tupi - Reprodução/Youtube



Figura 13 - Programa da Hebe (1989) no SBT - Reprodução/Youtube

Mais tarde, em 1992, O *Programa Sílvia Poppovic* (TV Bandeirantes) também optou por uma conversação mais leve. A apresentadora chegou a ganhar destaque na crítica da época com o programa anterior sob o seu comando, o *Canal Livre* (TV Bandeirantes), por conta do rigor como conduzia suas entrevistas. No *Programa Silva Poppovic*, a apresentadora levou seu estilo de entrevistar para condução de um debate com os convidados, dando preferência a assuntos que convocavam as emoções de





peças comuns (SILVA, 2013, p. 202). O programa trazia diferentes convidados para abordar um assunto, geralmente temas polêmicos, e possibilitava a participação do público do auditório a dar sua opinião, e mantinha um canal de comunicação através do telefone com o telespectador que assistia o programa ao vivo. Ocupando o horário vespertino, o programa consolidou as marcas de programas de variedades em outras emissoras neste mesmo horário, cada dia mais especializados na cobertura da vida privada de celebridades e nas discussões em torno de fatos e acontecimentos que permitissem explorá-los a partir da emoção.



Figura 14 - Programa Silvia Poppovic (1993) abriu a participação do povo no debate – Reprodução/Youtube

Vemos que, se problematizarmos o talk show no *Brasil Legal* pela forma hegemônica de reconhecimento do gênero, programas que articulam jornalismo e crítica política bem humorada, reconhecemos aqui um ponto de ruptura. Entretanto, os percursos históricos da televisão mostram que *Brasil Legal* opera fortemente a partir de matrizes populares que criam as condições específicas para a performance de Regina Casé. Rompe, ao abdicar do cenário do estúdio, mas dialoga com estas formas populares para ressaltar as experiências relatadas das pessoas comuns no seu espaço cotidiano. Assim como nestes programas mencionados acima, há uma espécie de personalização do discurso, alimentando de experiências não só o telespectador que acompanha as histórias contadas no programa, mas também Regina Casé no papel de apresentadora, que conduz o mergulho no universo do entrevistado e experiência, de certa forma, a realidade exposta pelo programa.

No exemplo descrito abaixo, visto no programa cujo tema eram os estrangeiros no Brasil, percebemos essa relação. Antes do trecho descrito em seguida, assistimos a um esquete ficcional no qual Regina interpreta uma portuguesa recém-chegada no Brasil e, diante das dificuldades em se locomover no Rio de Janeiro, encontra ajuda num taxista interpretado por Evandro Mesquita. Em seguida, Regina entrevista o caixa de supermercado André, angolano que vivia na época há 1 ano e 4 meses no país :

ÁUDIO	VÍDEO
<p>Regina Casé - <i>André, cê lembra do seu primeiro dia aqui quando você chegou?</i></p> <p>André Matusawa - <i>Eu vinha de avião, via as montanhas e tava com medo que ia pousar logo numa montanha, mas quando eu descí era cidade. Enfim, muito maravilhoso mesmo</i></p>	
<p>Regina Casé - <i>Da comida daqui, o que você gostou mais?</i></p> <p>André Matusawa - <i>Eu achei excelente [risos] mocotó, né?</i></p> <p>Regina Casé - <i>Mocotó??</i></p>	
<p>Os dois, abraçados e dançando, começam a cantar trecho de uma música de Erlon Chaves e sua banda veneno “Eu também quero mocotó”.</p>	
<p>André faz uma brincadeira com mocotó que, pelo sotaque, está incompreensível. Regina dá uma gargalhada diante da frase dita pelo angolano</p>	

Há a presença, na performance de Regina Casé, de um tom de intimidade encarnado não apenas no “modo de falar”, mas também na gestualidade da apresentadora. Regina conversa, em dois momentos da entrevista, abraçado com o entrevistado e s assuntos triviais, da ordem da vida privada, vão ganhando contexto de uma conversa mais natural, que se constrói nas ruas, no espaço urbano e possibilita a construções de sentido sobre a conversação como expressão da cultura popular. Em um clima agradável, caminhando em uma área verde, onde vemos as paisagens do Rio de Janeiro, o entrevistado expõe suas sensações ao chegar ao país. A fragmentação da montagem não nos permite perceber qual o critério que possibilita a entrada do angolano no programa, mas, ao longo da edição, conhecemos mais a sua rotina, descobrimos que ele é professor de física e encontrou diversas referências similares entre o Brasil e Angola, que confortam as saudades do personagem da sua terra natal. Para além da informação de que veio em busca de melhores condições de vida, não há qualquer referência ao motivo pelo qual André imigrou para o Brasil, ao contexto político de Angola, marcado por condições sociais precárias e pela disputa entre dois grupos políticos angolanos com intensos conflitos armados.

O apelo da emoção aparece na cena acima convocando uma memória afetiva e o reconhecimento das novas experiências do personagem no Brasil. Vemos, portanto, uma espécie de trivialização na conversação, convocada pela performance da própria apresentadora. O humor e o afeto, a gestualidade íntima de Regina com o entrevistado, em busca destas observações de um estrangeiro sobre o Brasil, operam estrategicamente a partir de elementos que convocam o contexto de uma conversa comum, habitual. Aqui, vemos como *Brasil Legal* se inscreve na prática popular da oralidade, das conversas nas praças públicas, nos comércios, nos locais de trabalho, nos espaços de divertimento. Nesta perspectiva, vemos que a conversa leve e informal legitima momentos de brincadeira, na maioria das vezes piadas feitas pela atriz para garantir à cena da conversação um contexto onde as histórias dos personagens se misturam a esse mecanismo de interação mais espontâneo, naturalizado, sem formalidades.

Se levamos em consideração as relações da atriz com o teatro popular, vemos uma atuação menos presa ao roteiro, encontrando nos seus gestos, no seu sotaque e na sua

personalidade uma forma de se materializar o improviso e colocar nas cenas um humor mais familiar e cotidiano. Percebemos que *Brasil Legal* convoca esta informalidade a partir das convenções e marcas do *talk show* considerados mais populares, a partir do humor improvisado, do fazer graça dos temas mais triviais da vida. A diferença está na transposição do estúdio para as ruas: há um jogo entre conhecer a experiência dos sujeitos entrevistados, que nos *talk shows* encontramos nas entrevistas, e viver estas experiências, seja encenando-as nos esquetes ficcionais, convocando a matriz da comédia e da dramaturgia, seja no posicionamento da atriz dentro da cena capturada como se fizesse parte daquele universo representado.

Brasil Legal formaliza a parceria entre o diretor de núcleo e Regina Casé, numa trajetória de sucesso que chega até a atualidade, com o programa *Esquenta!*. Em *Brasil Legal*, com a ideia de positivar as notícias e se afastar das tragédias abordadas pelo mundo-cão (KOGUT, 1995), Regina Casé se alimenta do contato com estes anônimos para conceber o lugar de destaque a esses personagens, em um panorama televisivo que as classes populares aparecem somente nos auditórios, nas entrevistas que exploraram sua vida de sofrimento, nos quadros que oferecem prêmios, dinheiro e salvação para os problemas. O programa dá voz a suas histórias que, ainda que enquadradas pela ótica dos problemas sociais e posicionadas na relação da própria televisão com o gênero *talk show*, ou seja, a conversa privada entre apresentador célebre e celebridade.

Ao sair do ambiente próprio, o estúdio de televisão, *Brasil Legal* adentra o lugar do outro – seja público, do indivíduo e do coletivo, ou privado – e cria, neste percurso, o lugar propício para a captura do outro, este desconhecido das imagens televisivas e do público telespectador. Neste primeiro movimento, o programa aparece como visita, mas chega como invasor, apropriando-se da lógica do outro para transformar em lógica própria o funcionamento da sua narrativa audiovisual. Ao mesmo tempo, a exibição dessas realidades possibilita um reconhecimento identitário nestas histórias. “[...] o *“Brasil Legal”* de Regina Casé foi mesmo uma obra que, de tão boa, nem parecia ter alguma coisa a ver com o mundo tão pobre, coitado, da nossa televisão” (BARROS E SILVA, 1997). Assim, *Brasil Legal* opera a partir da ambigüidade, é de um lugar íntimo e sobre uma intimidade que ele vai agir, utilizando-a em benefício próprio, revertendo a possível segurança do entrevistado em seu universo em fragilidade diante do registro televisivo.

4.4 UMA VISITA ÍNTIMA À CASA DA CASÉ: VIGILÂNCIA E IMPROVISO NO *MUVUCA*

Muvuca é um programa de entrevistas que foi ao ar pela Rede Globo no ano de 1998, produzido pelo Núcleo de Guel Arraes, com apresentação de Regina Casé, direção de Estevão Ciavatta e Mauro Mendonça Filho. Lançado inicialmente aos sábados à noite, em horário nobre, o programa sofreu mudanças frequentes na grade por conta da baixa audiência em relação aos principais concorrentes. Na época em que foi ao ar no sábado, *Muvuca* concorria diretamente com o humorístico ‘A Praça É Nossa’, de Carlos Alberto Nóbrega, exibido pelo SBT. Em 1999, o *Muvuca* passou a ser exibido nas sextas-feiras, logo após o Globo Repórter. No ano seguinte, em 2000, o programa é transferido para a terça-feira, na faixa de programação conhecida como *Terça Nobre*, mesma faixa horária onde foram exibidos os dois outros programas anteriores comandados por Regina Casé, sob a tutela artística de Guel Arraes, o Programa Legal (1991) e Brasil Legal (1995-1998).

A proposta do *Muvuca* era ser um programa de entrevistas não convencional, mais uma vez na trajetória do diretor de núcleo e da apresentadora, uma operação que movia um programa televisivo dos estúdios para outros ambientes. *Muvuca* instalou-se em uma casa, na região do Humaitá, na cidade do Rio de Janeiro, uma estrutura de 200 m² com seis quartos, três salas, banheiro, cozinhas e jardim com piscina (MEMÓRIA GLOBO, 2015). Com vistas para diversas paisagens exuberantes da capital carioca, a ideia do programa parecia transitar entre realizar entrevistas informais e inusitadas, apropriando-se do ambiente doméstico, e as vivências tanto da apresentadora quanto da sua equipe técnica na casa com a presença dos entrevistados. A proposta era aproximar celebridades ao posto de pessoa comum, através do bate-papo descontraído, e fazer das conversas surgidas na casa-estúdio o ponto de partida para criação do roteiro da edição, aproveitando das situações gravadas os momentos mais espontâneos, equilibrando-os com as informações sobre a vida privada dos convidados.

Instalados na residência no bairro do Humaitá, no Rio de Janeiro, tanto Regina quanto a equipe ocuparam os cômodos da casa não só para construir o ambiente em local de gravação. Era como se o programa, concebido para acontecer ali, utilizasse desse mote sobre a casa para abrigar toda a equipe de produção, reveladas ao longo das

edições em cenas que mostram os profissionais trabalhando, enquanto as entrevistas eram gravadas. Há uma construção em torno da de confinamento, acompanhamento, uma proposta de vigilância, de observação contínua de o processo de concepção, gravação e exibição do *Muvuca*. *Há, aqui*, de forma ainda discreta, a construção de uma linguagem dos realities shows que se popularizariam no Brasil a partir de 2001, com a estreia do Big Brother Brasil. Ou seja, cenas gravadas e bastidores misturavam-se, e essa mistura pode ser vista na ideia de bagunça, aglomerado de pessoas, agito relacionado ao prazer que o programa traz. Ao longo das edições, o *Muvuca* ocupava todos os cômodos da casa, diferentes com cada convidado, possibilitando não só o contato do entrevistado com Regina Casé, mas uma interação com o espaço, com os objetos de cena, transformados também em assunto para conversas que ocorreram na cozinha, no jardim ou até mesmo no banheiro.

O *Muvuca* pode ser dividido em duas fases que impulsionaram mudanças na condução e nas propostas iniciais do programa. A primeira fase, entre 1998 e todo o ano de 1999, o ambiente doméstico foi bastante explorado e o programa parecia caminhar para a formatação de um estilo próprio de conduzir as entrevistas, marcado pela descontração e o improvisado. Entretanto, as constantes quedas de audiência resultaram na segunda mudança de horário, em 2000, e a volta para as terças-feiras trouxe também um certo tom já familiar do telespectador: Regina Casé volta a entrevistar pessoas anônimas, equilibrando com entrevistas com celebridades, ao mesmo tempo em que as gravações na casa do Humaitá passam ser pouco usadas no resultado final das edições

As reportagens sobre a estreia do programa na época ressaltaram a categoria criada pelo próprio programa para resumir sua temática: tratava-se de um talk show não convencional. A maioria delas revelou muitas informações de bastidores, detalhando os convidados que participam de cada episódio, quais os momentos marcantes das entrevistas, e uma série de declarações dos diretores, atores e equipe técnica. A grande maioria abordou o fator novidade do programa de Casé pelo ambiente caseiro: uma casa de dois andares, que foi redecorada e passou a abrigar a produção e os estúdios do *Muvuca*: “todos os seis quartos e três salas poderão ser palco das entrevistas, assim como o banheiro, a cozinha e o jardim – de onde se avista a Baía de Guanabara (FERNANDES, 1998). A ideia era que os convidados de cada edição fossem fazer uma mera visita de cortesia a Regina Casé.

Muvuca conseguiu devolver a liderança à Globo “desde a aposentadoria de Chico Anysio e de sua escolinha” (REIS, 1998) na semana de estreia do programa, atingindo 32 pontos de média no Ibope, contra os 21 pontos da *Praça É Nossa*. Entretanto, estava aquém do que as reportagens e crítica reconheciam no *Brasil Legal*, por exemplo. A proposta do ambiente doméstico trouxe para as entrevistas atividades como cozinhar, separar grãos de feijão, fazer a higiene pessoal no banheiro. A conversação surge nestes ambientes e tenta trazer o tom familiar tanto para o discurso como para as ações de cada um dos sujeitos na imagem (maquiar-se no espelho enquanto Regina e Angélica conversam, por exemplo).

Concentrar grande parte da ação da atriz dentro de uma casa deve ser econômico e viável do ponto de vista da produção, mas empobrece o show. A perda maior foi abandonar o universo brasileiro, que exibe mais pré-produção e muitas viagens para encontrar personagens interessantes e investir em figuras do show biz. Levar a apresentadora Angélica para o banheiro para arrancar dela revelações sobre sua iniciação sexual foi até divertido, mas poderia ter acontecido em outro canto da própria emissora: no Videoshow ou no Domingão do Faustão (REIS, 1998)

Se em *Brasil Legal* e *Programa Legal*, a presença do sujeito *in loco*, no caso Regina Casé, para captar dos locais registrados os cotidianos, em *Muvuca* há um afastamento para privatização dos discursos, das ruas para o ambiente doméstico. A linguagem, que tentava se aproximar do documental a partir do registro *in loco*, dá espaço, em *Muvuca*, para um clima de intimidade a partir de uma humanização das celebridades. A dimensão itinerante e aventureira não se vê mais em *Muvuca* e muito disso aparece nas críticas por uma inversão do ambiente externo para o ambiente interno. Se no *Brasil Legal*, Regina tentava criar uma atmosfera em que os personagens comuns ocupavam o lugar dominante das personalidades, em *Muvuca*, há um reconhecimento de que agora é a vez das celebridades tentarem se aproximar do lugar do homem ordinário. As estrelas revelavam suas intimidades e as cenas pareciam reforçar uma conversação especializada na vida de famosos e personalidades, “a idéia é transformar as personalidades convidadas em verdadeiros Manés das Couves” (REGINA..., 1998).

A crítica televisiva reconhecia outros espaços dentro da grande onde a exploração da intimidade de astros da Globo era ingrediente, entretanto, ressaltava a performance

espontânea de Regina como um diferencial no tratamento da vida privada das celebridades. A abordagem diferenciada, que aparece como marca distintiva para a crítica, está na maneira como a apresentadora naturaliza o clima da conversação a partir dessas ações que eram representadas nos espaços da casa. Com os personagens populares, Regina conduzia as entrevistas com bastante expressividade, abusando dos gestos e trejeitos espalhafatosos, em *Muvuca* o reconhecimento da crítica era de que, com as celebridades, a atriz se destacava mais do que seus convidados. Nas entrevistas do *Brasil Legal*, vemos a maneira como conversa com o entrevistado que está fora dos holofotes, por meio da expressividade corporal, possibilitava o desenrolar de uma conversa mais natural. Em *Muvuca*, diante das celebridades acostumadas com os esquemas da fama a partir do seu relacionamento com televisão, Regina força uma naturalidade na interação com os convidados, na tentativa de criar uma relação de proximidade entre astros globais e o telespectador num jogo entre hábitos comuns e as possibilidades a partir da fama.

Apesar da temática se centrar na vida das celebridades e nas situações vivenciadas na casa do *Muvuca*, a abordagem sobre as personalidades da indústria cultural é associada a um investimento da Globo em se aproximar das classes populares (GLOBO..., 1999). Na mesma reportagem sobre as ações da emissora na programação de 1999, além do *Muvuca*, aparecem o programa *Sandy & Junior*, o especial *Amigos & Amigos*, com as duplas sertanejas Zezé di Camargo e Luciano, Chitãozinho e Xororó e o cantor Leonardo. Neste sentido, o *Muvuca* insere-se num contexto televisivo marcado por um fenômeno da celebração a partir exploração dos espaços domésticos e das relações pessoais vinculadas historicamente à esfera privada ” (FREIRE FILHO, 2007, p. 61). As primeiras experimentações com a linguagem dos *realities shows*⁴² vão expor

⁴² O *Muvuca* insere-se num conjunto de programas e quadros da TV Globo que aparecem, hoje, como local de experimentação da linguagem dos *realities shows* no Brasil. Ainda nos anos 90, a MTV Brasil exibia os conteúdos de *The Real World*, formato criado pela MTV americana em 1992 e que, na versão brasileira, ganhou o título de *Na Real*. O programa tinha formato seriado e mostrava a convivência de adolescentes no mesmo espaço doméstico, mas eram acompanhados pela equipe do programa nas suas rotinas normalmente. Eles dividiam o espaço de uma casa e discutiam sobre sexualidade, drogas e conflitos emocionais. Em 1997, a MTV Brasil passou a exibir as temporadas de *The Real World* com o título *Na Real*. Em 2000, a emissora criou a versão brasileira, o seriado '20 e Poucos Anos', “o primeiro seriado da vida real na TV brasileira. Nada de ficção! Tudo o que acontece nos oito capítulos de "20 e Poucos Anos" é pura realidade. A partir de hoje e, em cada semana, o público vai desvendando novas e inesperadas facetas da vida dos personagens” (MTV BRASIL..., 2000). O primeiro reality show da TV Globo estreia somente em 2000, o programa *No Limite*, inspirado no programa da televisão americana *Survivor*, onde os participantes são levados para uma localidade isolada e são submetidos a diversas provas para testar a resistência e garantir a

os benefícios da fama, que atravessam as histórias das pessoas comuns, marcadas pela relação com o trabalho e o cotidiano popular.

Há uma aproximação do *Muvuca* com marcas reconhecidas de diversos gêneros, mas a crítica prefere aproximar a forma como o popular é acionado nele a partir da exploração das celebridades. “[...] programas de variedades como *Muvuca*, de auditório como o de Hebe Camargo ou humorísticos como *A Praça é Nossa* são mais semelhantes entre si do que faz supor o blablabla dos críticos” (VALLADARES, 1999). A forma como, historicamente, Hebe Camargo foi consolidando uma relação de intimidade com seus convidados se assemelha à maneira como se reconhece o trato de Regina com seus entrevistados célebres. Vemos, portanto, como o programa lida com essas fórmulas que se diluíram em estratégias televisivas, mas que são matrizes vistas na maneira como esses programas lidavam com os elementos da indústria cultural desde a década de 60, com os primeiros programas de auditório e de variedades.

Construindo o espaço da cena não só como a sala de visitas, que remete a relação de intimidade com as celebridades vista com Hebe Camargo, mas por todo o ambiente doméstico “de verdade”, a conversação no programa se estabelece, convocando a “sensibilidade da vida doméstica, das relações interpessoais e da dureza do cotidiano” (SILVA, 2013, p. 202). A proposta de operar um talk show não convencional recorre a estas fórmulas já cristalizadas para lidar com valores ligados a intimidade e aspectos da vida privada que aparecem nos discursos das celebridades. Se, na década de 1970, as conversas no sofá do programa de Hebe Camargo rendiam pautas em publicações como *Capricho* e *Amiga*, *Muvuca* situa-se num cenário potencializado de informações sobre as personalidades da indústria cultural, principalmente a partir do surgimento da internet, alimentando o interesse do público em conhecer mais sobre os artistas que atuavam nas novelas, que ocupavam o topo das paradas de sucesso, ou mesmo a curiosidade sobre como se comportavam os apresentadores da televisão nos seus espaços domésticos.

permanência no jogo, na tentativa de faturar o prêmio final. Anterior ao reality, *Muvuca* e o quadro *Retrato Falado*, apresentado no *Fantástico* pela atriz Denise Fraga, mostram algumas tentativas da emissora em aproximar-se de uma linguagem que opera no limiar da realidade construída pelo programa e lidam com a relação entre o público e o privado. O *No Limite* consolida essas experimentações de um formato que começa a se popularizar no Brasil com dois programas: o *Big Brother Brasil*, a partir de 2001, na TV Globo, e o *Casa dos Artistas*, no mesmo ano, exibido pelo SBT.

A diferença no *Muvuca* é que essa curiosidade acerca da vida privada das celebridades é construída nas cenas do programa e no desenvolvimento de suas ações, que tem uma construção narrativa mais contínua – os acontecimentos têm uma ordem cronológica e isso fica claro no momento da sua exibição, ainda que se reconheça as intervenções na montagem. Esses acontecimentos são explorados no programa de a partir do comportamento dos convidados em um ambiente que reproduz um espaço doméstico:

A apresentadora Angélica será uma das atrações do programa de estreia. Ela e Regina mantiveram uma conversa agradável, que versou sobre temas variados. Numa das salas da casa, as duas assistiram ao "Angel mix". Depois, Angélica mostrou à anfitriã algumas fotos do seu álbum de viagens. Elas também conversaram no jardim, na cozinha e até no banheiro. Angélica sentada na banheira e Regina, no bidê. 'Foi diferente de todas as entrevistas que eu já tinha feito, a gente falou um monte de besteira', conta a loura. 'A Regina me mostrou a casa toda e, como as câmeras ficam camufladas, fiquei bem à vontade. Tenho certeza de que o programa vai arrasar'. Na lista de convidados do programa também estão Luiz Fernando Guimarães e Evandro Mesquita, amigos pessoais de Regina, Fernanda Montenegro e Ana Paula Arósio. Quem assistiu à entrevista de Ana Paula, gravada no jardim, diz que o papo foi eclético (FERNANDES, 1998).






Diante das críticas, chama-nos a atenção o fato da maioria delas abordar o traço popular do *Muvuca* a partir do uso expressivo de convidados famosos, na intenção de torna-los comuns. As celebridades nos apontam para uma operação do popular que aparece de forma dominante e que, por consequência, revelam o lugar para os personagens comuns dentro do programa. Eles ocupam os postos dos trabalhadores – equipe de produção, equipe técnica e outros profissionais que são convocados para as cenas na tentativa de marcar a presença do homem comum a partir da sua condição de trabalhador: a empregada doméstica, o carteiro, o vendedor, os próprios membros da equipe técnica e de produção. O lugar garantido para eles, no programa, é visto nas entradas em que suas vidas não são expostas, eles fazem parte da cena, representam a si próprios para dar o tom do improviso.



Na edição de estreia, em 14 de novembro de 1998, *Muvuca* começa ainda sem deixar muito claro qual a sua proposta. Com cenas ainda desconexas, as primeiras imagens do programa são em uma grande sala de uma casa, funcionários abrem as cortinas do cômodo para permitir a entrada de luz. A medida que o cenário vai

recebendo mais luminosidade, *Muvuca* vai ganhando vida e as cenas vão decorrendo como num tempo que parece acontecer no momento da sua exibição. Vemos Regina Casé ao celular e uma segunda voz em *off* conversando com a apresentadora. É o mestre em feng shui, Sheng Lin, que vai ser contratado para harmonizar o ambiente da casa onde vai ser gravado e rodado o programa. No diálogo, a ideia de um acontecimento futuro, a estreia do programa, marca a conversa de Regina no telefone com o mestre, quando ela diz “A gente vai fazer um programa novo todo em uma casa, sabe?”.

A proposta de criar um programa em construção aparece também na edição de 04 de junho de 1999. Ainda na abertura do programa, vemos Regina Casé em uma rodovia, ao fundo diversos carros e caminhões cruzam as pistas da estrada. Casé dirige-se diretamente para a câmera e parece cumprimentar o telespectador em casa: “Oi gente, *tamo* chegando. Ou melhor, indo. Pra São Paulo, no meio da Dutra, e eu vou ficar aqui ó”. Estendendo o dedo polegar, Regina pede carona na estrada e inicia uma “aventura” para gravar o *Muvuca* na capital paulista, para isso, performatiza, na estrada, as dificuldades de conseguir uma carona – sua performance é registrada pela câmera, que exhibe quais os obstáculos que a apresentadora enfrenta. Com uma trilha sonora que nos remete à jovem guarda, a atriz se pergunta: “Será que as pessoas ainda dão carona como na década de 70?”. Olhando para o relógio, ela diz “Difícil, mais de meia-hora”. Ainda que as referências temporais apareçam em cena, *Muvuca* segue o tempo suposto da gravação, porque, após, relatar o tempo de espera por uma carona, um grupo de mulheres em um carro encosta próximo a Casé e iniciam um diálogo.

ÁUDIO	VÍDEO
<p>Regina Casé - <i>Oi!</i> [corte da imagem] <i>Mulheres maravilhosas, corajosas, que pararam pra me dar uma carona.</i></p>	

<p>Regina Casé - <i>Como é teu nome?</i></p> <p>Jaqueline – <i>O meu é Jaqueline</i></p> <p>Regina Casé – <i>Oi Jaqueline!</i></p>	
<p>Regina Casé – <i>Eu tô indo pra São Paulo gravar o Muvuca lá.</i></p> <p>Garota – <i>É mesmo?</i></p> <p>Regina Casé – <i>É verdade! Sabe quem vai tá lá? A Gretchen, a gente vai arrumar um modelão pro show dela, depois vai o Zé do Caixão, conhecem?</i> [Regina imita um gesto do ator José Mojica e todos riem]</p> <p><i>Depois a gente... Os Titãs, gostam dos Titãs?</i> [uma das garotas acena afirmativamente com a cabeça].</p> <p><i>Que música você conhece deles?</i></p> <p>Garota – <i>“Família”.</i></p> <p>Regina Casé – <i>Agora eu tenho uma coisa incrível pra dizer...</i></p>	
<p>[Em off – Regina Casé] <i>Não sou só eu, é toda a equipe.</i></p> <p>[Em off, uma das garotas responde a atriz] <i>Vamos, vamos todo mundo, cabe todo mundo</i></p>	<p>Imagens da equipe são inseridas enquanto Regina Casé fala sobre a equipe de produção</p> 
<p>Regina Casé – <i>Vamos ver, né?</i></p>	 <p>Regina vai posicionando cada membro da equipe dentro do carro parado na Via Dutra. Há um corte para a imagem dentro do carro.</p>
<p>Regina Casé – <i>Pera aí, o boom agora...</i></p> <p>[Ouve-se pessoas dando risada dentro do carro]</p> <p>[Em off – Regina Casé] – <i>Eu achei que o Muvuca ia ser só em São Paulo. A Muvuca já começou na Dutra.</i></p>	

	 <p>Uma série de imagens feitas dentro do carro, todas fora do eixo horizontal da imagem, mostram o aperto dentro do veículo e dão um tom de bagunça à cena.</p>
<p>Regina Casé – <i>Toca aí!</i></p>	 <p>Com os braços para fora do carro, Regina dá um tapa na parte externa da porta do carro, como quem dá a deixa para o veículo começar a se movimentar. A câmera segue o movimento do carro em uma panorâmica horizontal e, na sequência, começa a vinheta do programa.</p>

O trecho transcrito acima, exibido em junho de 1999, marcou o início de um novo movimento dentro do programa: diante da queda da audiência, Muvuca deixou de ser gravado exclusivamente na casa localizada no Rio de Janeiro e ocupou outros espaços domésticos. Neste episódio, especificamente, o programa foi todo rodado em casa no bairro da Mooca, em São Paulo, onde funcionava uma das mais tradicionais cantinas italianas. Apesar da singularidade do episódio, o trecho exhibe uma forma bastante específica que o programa tem de construir o tempo de acontecimentos dos fatos, tentando-se aproximar de uma realidade que tem curso a partir da sua exibição em rede nacional. Regina se dirige para a câmera, em alguns momentos, tentando dar conta deste registro em construção, e interage com os convidados e entrevistados a partir do improvisado. A vinheta de abertura também segue a mesma linha:



Figura 15 - Vinheta de abertura do *Muvuca* - Reprodução/Youtube

No caso do *Muvuca*, encontramos na vinheta o desenho de uma casa com diversas janelas, em cada uma delas, uma letra que forma o nome do programa, e se movimentam de maneira desordenada. De início, as letras nas janelas animadas não nos mostram qual palavra é formada. As animações são, de repente, intercaladas com imagens de Gretchen, Zé do Caixão, de Regina Casé ao lado dos integrantes do Titãs, trechos das entrevistas exibidas na edição. A vinheta pretende apresentar ao público minimamente as cenas que irão compor o episódio do dia. Os fragmentos rápidos não deixam escapar falas ou outros recursos sonoros das cenas, somente as imagens que parecem compor a vinheta. Por fim, vemos a animação que parece fazer o arremate da vinheta, quando as janelas animadas ocupam toda a tela formando a palavra *Muvuca*.

O espaço doméstico nos parece ser a ferramenta a partir da qual o *Muvuca* problematiza o popular. Além do cenário ambientado em uma casa, vemos diversas referências a um local residencial na própria vinheta com as animações que reproduzem a imagem de uma casa. Encontramos também outras formas, a partir dos diálogos e entrevistas, que tentam dar conta da construção simbólica desse lugar cotidiano. O tom do improvisado, já levantado aqui neste capítulo analítico, é um forte aliado para reforçar

a ideia de uma cotidianidade reproduzida: a impressão é de que o *Muvuca* tenta construir um contexto comunicativo no qual entrevistados e o próprio público em casa devem se sentir à vontade. Estas construções aparecem na própria performance de Regina Casé, que recepciona todos os convidados na porta da casa-cenário, dando as boas-vindas a cada um deles – ou os próprios convidados vão adentrando a casa em busca de Casé, enquanto as câmeras registram esse passeio pelo ambiente onde vai acontecer a conversa.

O “sentir-se à vontade” visto nas marcas corporais e performáticas da atriz-apresentadora possibilita que uma ruptura na formalidade da linguagem televisiva, o que ganha um reforço a partir da exibição dos seus modos de construção, como vemos em um dos episódios encontrados no Youtube, exibido 12 de agosto de 1999. Regina está na escada da casa e, olhando para alguém que a câmera não consegue enquadrar, ela pergunta sobre um convidado: “ele já chegou?”. Em seguida, ainda próximo a escada de acesso a casa, ela recepciona o jogador de vôlei Nalbert e pergunta: “trouxe a medalha? Só entra aqui se tiver trazido a medalha!”. Os dois riem e se cumprimentam – neste momento, o *lettering* indica o nome de Nalbert na tela.



Figura 16 - Chegada de Nalbert na casa do Muvuca - Reprodução/Youtube

Na edição de 12 de agosto de 1999, na sequência da chegada de Nalbert, o próprio jogador pergunta se o almoço está pronto, e Regina responde que já está na mesa. O almoço em questão é um churrasco “preparado” pelo jogador de futebol Renato, que é servido por garçons. No jardim da casa, diversas mesas ocupadas criam o ambiente festivo. É neste local que os entrevistados vão conversar com Regina e, neste clima de churrasco de sábado, as conversas se desenvolvem pela lógica da trivialização: em um primeiro momento, Casé conversa com um grupo de operadoras de telesexo. O debate

transita entre a curiosidade de exibir, na televisão, as garotas que alimentam o imaginário coletivo dos serviços de *sex phone*, ao mesmo tempo que exploram a sexualidade a partir da rotina das próprias garotas.

O diálogo se constrói na abordagem da profissão inusitada e, a partir do contexto do ambiente doméstico, marca a casa do *Muvuca* como espaço legítimo da trivialização. A conversa dá conta das experiências cotidianas dos convidados não-famosos, como as garotas, mas percebemos que há uma presença maior de entrevistas com celebridades, principalmente atores e atrizes da TV Globo. Em um contexto marcado por um fortalecimento das notícias sobre celebridades⁴³, um programa da emissora vai revelar as curiosidades dos famosos a partir das performances de Regina Casé, que tenta mostrar um pouco da rotina das estrelas. Entretanto, a tentativa de enquadrar estes artistas no lugar de “homens e mulheres normais” não abdica das condições sociais específicas que adquirem as celebridades no universo dos famosos.

Em uma das edições, Regina Casé prepara uma festa-surpresa para a atriz Malu Mader, e vemos como diversos elementos culturais desta celebração aparecem em cena: a gravação de um vídeo de aniversário para atriz assistir futuramente, a compra do presente de Malu, convidados íntimos e o momento do “parabéns”. Neste mesmo episódio, dois trechos específicos chamam a atenção para o lugar do entrevistado famoso e como este lugar nos indica a construção da celebridade no programa. No primeiro deles, Regina está em busca de um presente para Malu Mader.

Regina Casé	<i>Andando, acabei entrando nessa loja, quem sabe... Uma barraca, você acha?</i>
Vendedor	<i>Uma barraca é algo bem novo, né?</i>
Regina Casé	<i>Barraca não é novo, não. Índio já ficava em barraca...</i>

[corta para o vendedor olhando a barraca, a imagem sai dele e vai para

⁴³ No Brasil, o grande meio divulgador de celebridades é a televisão e, a partir do final dos anos 90, a cobertura jornalística sobre famosos cresceu vertiginosamente, tanto no meio impresso (o mais tradicional nesse assunto), quanto nos audiovisuais, além das inúmeras seções presentes na internet. O boom editorial deu-se em meados dos anos 90, como lançamento da revista *Caras*, o maior sucesso editorial do país nesse período, entretanto, diversas outras publicações anteriores davam conta de noticiar a vida privada das celebridades. Nos anos 2000, aparecem na televisão diversos programas, principalmente vespertinos, que se apropriavam das publicações impressas sobre os famosos para criar uma espécie de telejornal de fofocas. É o caso de programas como *Melhor da Tarde* e *De Olho nas Estrelas* (TV Band), apresentados por Leão Lobo; *'A Casa é Sua'* (Rede TV), com o quadro *'Fatos e Boatos'*, apresentado por Sônia Abrão; o quadro conduzido por Nelson Rubens no programa *'Note e Anote'*, da TV Record; e o *TV Fama*, veiculado pela Rede TV.

- Casé analisando a barraca]
- Regina Casé *Essa barraca cabe 4 adultos?*
- Vendedor *Três adultos...*
- Regina Casé *Três adultos... A Malu, o Toni e duas crianças. Mas eu precisaria botar a babá.*
- Vendedor *A babá também?*
- Regina Casé *Cê acha que a Malu vai viajar sem a babá? Isso se ela não levar a cozinheira... Cê acha que a Malu vai ficar cozinhando o dia inteiro? Isso se ela não levar o motorista. Aí tem a Malu, o Toni, duas crianças, a babá, a cozinheira e o motorista. Seis pessoas...*
- Vendedor *Seis pessoas... Eu tenho aí!*
- Regina Casé *Tem alguma coisa original? Tô querendo ter uma ideia, já andei Ipanema inteira...*
- Vendedor *Tenho aqui algo bem moderno... Uma bússola eletrônica de última geração.*
- Regina Casé *Você acha que a Malu Mader vai gostar disso?*
- Vendedor *Lógico, imagina ela poder ir pra qualquer lugar do globo e saber a orientação dela.*
- Regina Casé *Do globo ou da Globo? [Risos] Já pensou, em qualquer lugar da Globo ela é encontrada pelo produtor da novela...*
- Vendedor *Ela vai gostar muito...*
- Regina Casé *Cê sabe que ele tá quase me convencendo? O negócio é incrível, uma bussola que você consegue se localizar em qualquer lugar do planeta. Vou levar um pra Malu e pra mim. Eu preciso mais do que ela. O que eu tenho mais medo na vida é de me perder.*






No trecho acima, vemos que a missão de Regina é registrada pela câmera do *Muvuca* e a sua interação com o público gira em torno do presente da celebridade. Ela recebe indicações das pessoas nas ruas e incita as sugestões como se esses personagens conhecessem a atriz Malu Mader, quando na verdade sabem de aspetos da sua vida a partir da sua relação como a teledramaturgia. Na indicação da babá, no trecho acima, vemos como as relações sociais conformam as condições específicas da atriz global, reforçando o padrão familiar da elite brasileira, com a presença da empregada doméstica. Os papéis familiares na vida dos famosos são bastante explorados, não só para aguçar a curiosidade do telespectador a respeito da vida cotidiana das celebridades, mas também para pontuar os momentos em que eles se aproximam, de alguma maneira, do cotidiano do público. Vemos outro exemplo no episódio em que Regina Casé recebe Sandy & Junior no programa e eles conversam sobre os desafios deles, ainda adolescentes, diante de uma carreira artística de sucesso:




- Regina Casé *Vocês saíram do Muvuca, entraram no Muvucar. Deram tchau para o*

- Muvucão?* [Sandy e Junior riem] *O papai e a mamãe estão no banco de trás. A mamãe acompanha sempre e o papai quando pode* [risos].
- Regina Casé *Cês tão indo pra Xuxa?*
- Sandy *É...*
- Regina Casé *Vão só cantar ou vão dar entrevista?*
- Sandy *Vamos cantar...*
- Regina Casé *O que vocês cantar?*
- Sandy *O Titanic...*
- Regina Casé *Vocês trabalham muito aqui no Rio e em São Paulo, mas vocês continuam morando em Campinas, né? Não é complicado ter que se deslocar mais?*
- Júnior *É bastante, mas...*
- Regina Casé *E por que vocês continuam lá?*
- Sandy *Porque, assim, a gente não quer... Lá é uma cidade civilizada, tem tudo que Rio e São Paulo tem, mas ainda é meio interior, entendeu?*
- Regina Casé *Mas vocês gostam dessa vida? Ou as vezes enchem o saco e pensam "ah, eu quero uma vida normalzona, dormir na casa da amiga, não fazer nada..."*
- Sandy *Não tem esse negócio de, de repente, encher o saco e 'nossa, não queria fazer mais nada'. Não tem isso, as vezes a gente cansa um pouco, que é cansativo, né? Viaja bastante, corre bastante, mas a gente nunca pensou em parar e desistir de tudo.*

São os dilemas dos entrevistados-artistas que vão construindo o tom de intimidade, que aparece na performance de Regina Casé, através de uma proximidade gestual nas entrevistas que parece ganhar sentido com o ambiente de proximidade construído pelo programa. A intimidade é um mecanismo pelo qual o programa busca explorar a emoção, sem recorrer a uma forma mais direta de explorar assuntos cotidianos. A ideia é que a própria conversa que se desenvolve ali, através do registro vigilante do programa, seja natural e que as reações – choros, riso, emoção, divertimento, algazarra – surjam a partir da própria interação entre Regina e os convidados. Assim, as situações mais curiosas das celebridades são reveladas por elas mesmas e Regina Casé incita estas revelações ao explorar com os sentimentos e sensações dos entrevistados diante das experiências relatadas, como vemos na entrevista que faz com o casal de jornalistas William Bonner e Fátima Bernardes:

ÁUDIO	VÍDEO
-------	-------

<p>Regina Casé –<i>Ela ainda era casada?</i></p> <p>Fátima Bernardes - <i>Eu tinha me separado e ele veio conversar comigo...</i></p>	
<p>William Bonner - <i>Bom, eu já estava apaixonado quando ela ainda estava casada. Mas aí... Lembra da Valeria Monteiro? Eu sai com a Valéria... Ela era casada com o Paulo Ubiratan. Fui jantar com eles no domingo... Até que a Valéria Monteiro disse 'ih, Fatinha' - era como ela chamava a Fátima - 'Fatinha se separou'. Eu lembro, eu tinha uma taça de vinho na minha frente, olhei em volta com um sorriso maquiavélico e disse 'bem, então declaro aberta a campanha eleitoral. O saudoso Paulo Ubiratan, achando que eu era um cafajeste em dizer aquilo, falou 'você não vai fazer isso, Fatinha é uma pessoa ótima, a gente gosta muito dela'. Mas isso o que? Eu tô apaixonado por ela.</i></p>	
<p>Regina Casé - <i>Qual foi seu primeiro passo?</i></p> <p>William Bonner - <i>Eu levei um tempo ainda...</i></p> <p>Fátima Bernardes - <i>A gente começou a conversar e ele ficou muito amigo meu. Eu acabei contando muito...</i></p> <p>Regina Casé - <i>Já apaixonado...</i></p> <p>William Bonner - <i>É...</i></p> <p>Regina Casé - <i>Mui amigo...</i></p> <p>William Bonner - <i>Mas podia ter dado errado. Eu podia ter ficado amigo demais. No momento certo, eu... É um case de marketing. Num dado momento, você tem que dar a virada.</i></p> <p>Regina Casé - <i>Nesse dia que ele se declarou pra você, não rolou nem um beijo?</i></p>	 
<p>Fátima Bernardes - <i>Não!!</i></p> <p>William Bonner – <i>Não!!</i></p>	



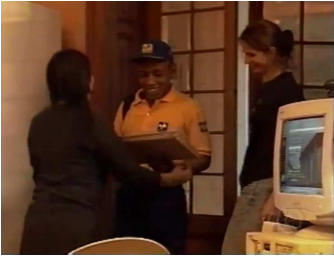



<p>Regina Casé - <i>Ai, que mostra! Um homem maravilhoso desse...</i></p>	
<p>Fátima Bernardes - <i>Mas eu não tava apaixonada... Mas já dura nove anos, valeu a pena não ter dado aquele beijo. Depois de 3 meses de namoro, a gente já tinha casa montada... Isso porque você não ouviu a história do nosso casamento às margens do Sena.</i></p> <p>William Bonner - <i>Preparem os lenços...</i></p>	
<p>Regina Casé - <i>No próximo bloco, o casamento às margens do Sena.</i></p>	





Nos relatos, aparecem diversos momentos em que vemos a rotina e trabalho dos dois na Globo como pano de fundo para o romance que surgiu na televisão. O clima de conversa casual entre amigos possibilita que os dois jornalistas possam revelar a Regina esses detalhes. Na imagem, vemos a taça de vinho e os corpos sentados num sofá, dando a impressão de que todos estão bastante confortáveis. Regina interpela Fátima Bernardes a partir do que ela sentiu naquela experiência específica. O bate-papo, na cena, parece se estender para todo o ambiente de gravação, envolvendo não só Regina Casé, mas a equipe de produção que não aparece na imagem. Fátima se dirige a alguém que não está enquadrado na imagem sobre o pedido de casamento em Paris, nas margens do Sena, e permite que Regina brinque com o telespectador, convidando-o a continuar acompanhando essas histórias no próximo bloco. Casé se dirige diretamente para a câmera.

Se há uma tentativa de enquadrar a vida das celebridades, aproximando-as do cotidiano dos telespectadores, há também um distanciamento entre estes mediadores e aqueles que compõem os personagens do povo dentro do programa. As celebridades estão presentes ali exatamente pelo respaldo que tem no campo artístico e cultural; as pessoas comuns são incluídas no programa para compor a narrativa construída em cada episódio e é esta lógica específica que lhe garantem uma espécie de não-lugar: suas histórias ganham respaldo do programa para serem exploradas pela conversação, mas as formas como estes diálogos se desenvolvem não propõem celebrar o ordinário, como vemos em *Brasil Legal*. O que vemos próximo do que era feito no programa anterior aí é que os personagens da vida comum são explorados a partir das suas histórias de vida, das suas condições de existência que possibilitam encenar no contexto do programa as conversas triviais. Entretanto, há uma forte distinção no que se refere aos “personagens” da vida ordinária e suas “situações”.

Neste sentido, o humor aparece como uma ferramenta para formatar esse espaço de intimidade entre apresentadora e seus interlocutores. Se, com as celebridades, a emoção e os dramas se aproximam de uma humanização do relato das celebridades, com as pessoas comuns, suas dificuldades aparecem como forma de fazer graça de si mesmo, o fato de rir das suas próprias. A intimidade que Casé exhibe na conversa com os personagens comuns explora a graça nestas histórias e nas reações desses personagens em contato com o próprio fazer televisivo. Mais uma vez, a quebra da formalidade do campo televisivo reforça este espaço doméstico, mas sem posicionar os personagens comuns, dentro da lógica do programa, no mesmo patamar hierárquico dado a presença das celebridades. No trecho descrito abaixo, no episódio em que o programa prepara uma festa-surpresa para Malu Mader, vemos como o personagem do carteiro exhibe este lugar outro atribuído aos personagens comuns:

ÁUDIO	VÍDEO
Sobe som com trilha sonora levemente animada, com batidas eletrônicas.	Sequência de imagens cobrem o trecho do sobe som. Na última imagem da sequência, Regina Casé recebe o carteiro.

	  
<p>Regina Casé - <i>Você sabe o que é que é aqui?</i></p> <p>Carteiro - <i>Programa, né?</i></p> <p>Regina Casé RC - <i>Programa... de televisão, né? Você sabe como chama? Muvuca.</i></p> <p>Carteiro - <i>Muvuca? Risos Maneiro</i></p>	 
<p>Regina Casé - <i>Maravilhoso! Cê não acha que aqui tinha que ter um cachorro?</i></p> <p>Carteiro - <i>Tinha.. faltou um cachorro lá no jardim</i></p> <p>Regina Casé - <i>Sabe qual ia ser o nome dele?</i></p> <p>Carteiro - <i>Qual?</i></p> <p>Regina Casé - <i>Muvucão! Risos</i></p>	

<p>Regina Casé - <i>Você achou aqui longe?</i></p> <p>Carteiro - <i>Quase que eu entrego as cartas na mão do Cristo</i></p>	
<p>Regina Casé - <i>Aproveitando a chegada do carteiro, vou dar o endereço pra vocês mandarem bastante carta, pra ele não aguentar e darem um carrinho pra ele</i></p> <p>Carteiro - <i>Rua Pacheco Leão, número 320, Loja D, Departamento de Elenco.</i></p>	
<p>Regina Casé - <i>Aí ele vai lá na Globo, pega tudo e traz pra gente. É nesse endereço que tá escrito aqui embaixo, ó.</i></p>	
<p>Regina Casé - <i>Sabe quem vem aqui hoje?</i></p> <p>Carteiro - <i>Quem?</i></p> <p>Regina Casé - <i>Os Titãs!</i></p> <p>Carteiro - <i>Pô, me amarro...</i></p> <p>Regina Casé - <i>Se amarra? Ué, fica aí! É que é aniversário da Malu Mader, ela é casada com um dos Titãs, cê sabe né?</i></p> <p>Carteiro - <i>Sei...</i></p> <p>Regina Casé - <i>Com qual?</i></p> <p>Carteiro - <i>Toni Belloto.</i></p>	

O diálogo vai revelando, aos poucos, a relação que o carteiro tem com o universo da televisão e da música. A cena se constrói na tentativa não só de marcar a entrada do homem comum no programa, mas, através do seu relato, reforçar uma distinção da celebridade no âmbito da indústria cultural. No caso do carteiro, ele ainda aparece para reforçar um mecanismo de interação do público com o *Muvuca*. Ou seja, se as correspondências foram entregues pelo carteiro na casa onde é gravada pelo *Muvuca*, o telespectador também pode participar do programa. Por outro lado, o interesse do carteiro diante da festa de Malu Mader permite que ele acompanhe a celebração na sua

condição profissional, e nada da sua vida pessoal é explorada na conversa com Casé, somente lhe é dada a oportunidade de acompanhar a gravação de um programa de televisão. Da mesma forma que o mestre em feng shui, contratado para harmonizar o ambiente da casa, o carteiro é enquadrado pelo programa a partir desta condição de trabalhador, da mesma forma que as empregadas domésticas entrevistadas em um dos primeiros episódios do *Muvuca*.

Regina Casé fez uma seleção para escolher as empregadas do “castelinho” da Casé, como ficou conhecida a casa. Durante a seleção das interlocutoras, a conversa reforça o lugar construído para a empregada doméstica no ambiente residencial, e os temas se resumiram as atividades na cozinha. No episódio do dia 21 de novembro de 1998, com as empregadas já escolhidas e ocupando seus postos de trabalho, o músico Wando está interpretando Fogo e Paixão na cozinha, a câmera volta-se para Monique Evans, convidada do dia, que cumprimenta Maria, uma das empregadas da casa. A atriz pergunta se ela quer dar um abraço em Wando. A câmera registra o abraço e, depois, Maria dirigindo-se à posição inicial, emocionada, quando é novamente interpelada por Monique, que descobre que a empregada está chorando. A entrevista inesperada ocorre entre a atriz convidada e a empregada, que revela para Monique que se separou do marido porque encontrou-o em casa com outra mulher, com quem ele vivia no momento. A vida de Maria passa a ser explorada pelo seu sofrimento amoroso e vemos incitações como “saia dessa, Maria”, ou “arranje um namorado.

A câmera abre novamente, incluindo outras empregadas da casa. “Está chorando também?”, pergunta Monique a uma delas. A sugestão é que todos cantem uma música, para que Maria saia do clima ruim. Na imagem seguinte, a câmera – que voltou a enquadrar o lugar ocupado por Wando – inclui, num panorama maior, diversas pessoas que também ainda não haviam sido vistas, provavelmente membros da equipe de produção do programa. Wando volta a cantar *Fogo e Paixão*, a câmera alterna imagens fechadas na apresentadora, na convidada e na equipe de produção, ressaltando suas reações ao cantar a música, e planos mais abertos que enquadram o conjunto de pessoas presentes. Ao som da canção, o programa encerra com os créditos que sobem na imagem e vemos Regina se dirigindo a Maria dizendo “É isso aí, Maria”.

O espaço doméstico “real” do *Muvuca* possibilita que a algazarra das cenas seja

revelada em um processo contínuo, com ações inesperadas que possibilitam a inserção destes personagens comuns num ambiente marcado pela presença de artistas do universo da indústria cultural. Ainda que apareçam neste ambiente celebrizado, o caráter improvisado do programa permite a inserção destes personagens comuns no centro da ação – importante ressaltar que, mesmo assim, são incluídos a partir do seu lugar marcado dentro da relação com o programa, ou seja, enquanto empregadas domésticas emocionadas ao lembrar, a partir da música, das suas vidas. Esse é o mote – a emoção – que conduz a participação de Maria na cena. O clima festivo da cena promete confortar a empregada doméstica diante das situações privadas que a canção lhe remeteu na ocasião.

Diante da análise trazida sobre o *Muvuca*, vemos que o programa lida com expectativas de reconhecimento a partir de uma referência de *talk show* não convencional, entretanto, o próprio programa, ao longo do tempo, parece romper com essa expectativa ao lidar com um produto que se constrói no seu tempo de exibição. Se em *Brasil Legal*, a ideia de *talk shows* das ruas ganha força com a incursão de Regina Casé pelas gravações externas que revelam as diferentes regiões do Brasil e suas figuras populares, no *Muvuca*, o espaço doméstico possibilita a conversa trivial, em sua maioria, com celebridades a partir de uma lógica hegemônica na televisão, explorando na conversação os aspectos da vida privada que já apareciam em programas como Hebe Camargo, por exemplo. Vemos, assim, que a conversação descontraída, marcada pelo humor e por uma performance que tenta se construir na naturalidade, vai se consolidando como uma marca dos programas de Regina Casé, como um traço identitário do modo como constrói suas entrevistas.

Por outro lado, reconhecemos, diante das críticas e reportagens da época, e também dos materiais analisados do programa, que *Muvuca* convoca a presença do público dentro dele a partir do possível interesse na vida privada dos artistas da indústria cultural. O clima de informalidade criado no programa revela esta estratégia a partir da performance da atriz e da maneira como a linguagem televisiva é apropriada na construção do programa, esse movimento de continuidade das ações que tentam exibir um acontecimento que se desenvolve no aqui e agora. O improviso possibilita que o popular, dentro do *Muvuca*, opere a partir das lógicas do popular-massivo, a partir da apropriação do mundo das celebridades em convocar uma audiência, num contexto em

que a indústria da fama atinge grandes proporções no meio cultural. Entretanto, esta operação parece ser regida pela performance de Regina Casé na condução de entrevistas leves e informais, com temas mais triviais, consolidada ao longo dos anos com os diversos programas comandados pela atriz-apresentadora.

Se o espaço doméstico aparece, em Muvuca, para criar este tom de familiaridade, a possibilidade que esse espaço concreto tem de permitir a encenação de atividades rotineiras do cotidiano dos brasileiros, como cozinhar, maquiarse no banheiro, realizar uma festa no jardim de casa, esta familiaridade se restringe ao interesse de quem o programa legitima enquanto entrevistado no programa. As celebridades tentam exaltar os traços mais cotidianos de suas vidas e reforçam algo que aparecerá com bastante força no *Esquenta!*: a relação íntima entre os artistas globais e a apresentadora Regina Casé. É esta relação íntima, cotidiano, construída a partir das rotinas de gravações dos atores, de viagens e do sucesso dos cantores famosos, das conquistas de atletas e personalidades, que vai se desenvolver no espaço doméstico. Ao mesmo tempo, o espaço dado as pessoas comuns, no programa, é distinto deste legitimado pelos artistas globais, elas são enquadradas como categorias da vida ordinária e são colocados nesse espaço a partir das suas condições enquanto trabalhadores. Quem está autorizado a fazer uma visita à Regina não são os personagens da vida comum, são as celebridades que conquistam o espaço da intimidade.

Enquanto a expectativa do Muvuca é criar um espaço doméstico para todos os telespectadores dividirem com os personagens famosos presentes os aspectos da vida cotidiana, essa expectativa é quebrada pela própria relação construída por Regina Casé com seus entrevistados famosos, tornando a casa do Muvuca a casa da própria Casé. A apresentadora representa a própria Muvuca: ela está dentro e é parte desta algazarra tipicamente brasileira, entrecortada por hábitos cotidianos representados na casa do programa. “Ela é mal arrumada sem estar fantasiada, é grosseira e muito gentil ao mesmo tempo, é prepotente mas pode submeter-se, é triste e alegre, é plural e contraditória. Ela “é” a bagunça brasileira” (KILPP, 2004, p. 14).

Neste sentido, é esta construção de algazarra que permite o posicionamento das celebridades numa outra perspectiva dos programas de auditório, porque tentam revelar detalhes de suas intimidades encenando estas ações dentro do programa. Não somente

no relato das experiências, senão tentando compor estas experiências no ambiente doméstico que serve de cenário para o *Muvuca*. Cabe aos personagens comuns, e automaticamente ao público telespectador, o lugar do outro, a posição do estranho, do exótico, do grotesco, enquadrados pela lógica do humor na condução das entrevistas para quebrar a formalidade da conversação dentro do ambiente televisivo.

Estes momentos de rupturas são vistos na montagem do programa e nos artifícios que ele utiliza para quebrar certas convenções da televisão: a estética “limpa” e linear dos programas televisivos, principalmente da TV Globo (cf: KILPP, 2004, p. 14-15), ao naturalizar o processo de construção do programa, é tensionada com um enquadramento festivo e celebrativo que *Muvuca* tenta exhibir. O improviso nas cenas tenta reforçar o sentido de vigilância que o registro televisivo adquire com *Muvuca*, o fato de que as câmeras conseguem dar conta dos momentos que, hegemonicamente, não estamos acostumados a ver na televisão brasileira – ao menos na época, os bastidores das gravações não apareciam como matéria-prima para condução de um programa.

Os panoramas de *Muvuca* representam um olhar barroco sobre o Brasil e sobre a televisão "dos brasileiros", que dá a ver, pela ilusão, o caráter ilusionista (enquanto homológico) do clássico (do puro, do limpo) presente no país e em nossa TV. Em seu lugar, *Muvuca* coloca um território (a casa) de tensões e conflitos, de contradições, de uma grande bagunça banto (de raiz africana), que se deseja alegre (uma reunião de pessoas alegres) e atenta à vida (KILPP, 2004, p. 15)

A estratégia do *Muvuca*, com isso, se relaciona com a intenção do programa em exhibir o cotidiano residencial como uma celebração, como espaço da sociabilidade dos brasileiros. Ao “bagunçar” as lógicas da televisão brasileira, exibindo o seu fazer e tentando construir-se num “aqui e agora” quase real, *Muvuca* lida com uma referência da própria televisão dentro do ambiente doméstico dos seus telespectadores – é a televisão que se constrói e se reproduz dentro da cotidianidade do seu público e disputa tanto com as lógicas de produção do meio televisivo como com os aspectos do consumo cultural dos espectadores.

A referência ao Núcleo Guel Arraes, neste sentido, reforça um olhar que seus produtos, incluindo o *Muvuca*, tem com os aspectos da cultura brasileira e dos brasileiros, no limiar entre os elementos de uma cultura brasileira tradicional (o samba,

o churrasco, a festividade, a celebração) e os traços de uma cultura global marcada pelo crescimento da indústria cultural, através do papel estratégico que o universo da fama e das celebridades ocupam no campo mercadológico. Vemos, portanto, a recorrência nos programas do núcleo em exibir um Brasil “de verdade”, ou menos a sua tentativa bastante reduzida, ao apropriar-se dos elementos cotidianos dos brasileiros e torna-los essencialmente únicos, uma janela real de um país imaginado.

4.5 ITINERÁRIOS DE UM PROGRAMA DE AUDITÓRIO: *CENTRAL DA PERIFERIA*

Central da Periferia foi uma série de programas exibida na TV Globo uma vez ao mês aos sábados, no período de 08 de abril a 23 de dezembro de 2006. Durante o ano, foram produzidas oito edições, gravadas em diferentes estados do país. Com roteiro do antropólogo Hermano Vianna, que havia participado da concepção do *Programa Legal* (1991), o programa consolidou o trio produtivo composto, além dele, do diretor de núcleo Guel Arraes e da apresentadora Regina Casé. A vida cultura da periferia, seus mecanismos de produção de entretenimento e a relação com os aspectos sociais das comunidades passaram a ser o tema investigativo do programa. Em vez de capturar estas realidades a partir das incursões nas comunidades, como em *Programa Legal* e *Brasil Legal*, os criadores optaram por fazer um programa de auditório ao ar livre, reunindo apresentações musicais e a presença de uma plateia. As cenas do auditório eram articuladas, na edição, às reportagens feitas por Regina para apresentar as comunidades periféricas.

Considerado pelos meios de comunicação como uma evolução do *Brasil Legal*, *Central da Periferia* foi um projeto estudado pela Globo cinco anos antes como uma proposta para apresentar em rede nacional as produções regionais de todo país (CASTRO, 2002). Os diretores e criadores do programa reforçam, nas entrevistas concedidas sobre sua estreia, que o programa funciona como uma espécie de radiografia da produção cultural em periferias de grandes cidades (CASTRO, 2006a). “‘É hora de politizar, de promover a reflexão’, afirma Arraes. O primeiro programa de *Central da Periferia* não termina com música, mas com um manifesto contra a violência doméstica” (CASTRO, 2006b). A produção do programa trabalhava com a idéia de revelar os problemas e também as soluções criativas das comunidades diante das dificuldades

encontradas.

A periferia, claro, tem cidadãos do "bem" mas também é o lugar onde a criminalidade bate recordes e o tráfico, em grande parte das favelas, influencia na vida dos moradores. O que eles pensam a esse respeito? "Vimos que nem tudo era legal, mas que também havia algo bom para combater o que não era", diz Arraes. "Mudou a nossa postura política. É evidente que nunca fomos doidos ou alienados de achar que tudo estava uma maravilha. Fomos apenas afirmativos", conta Regina Casé. "Fazer televisão para a gente sempre foi Segundo Vianna, o programa mostra um país que muita gente não conhece (BARTOLOMEI, 2006).

A música é o fio condutor do programa, que se apropria do espaço urbano para criar a temática do dia. No grande palco montado na comunidade visitada pelo programa, Regina conduz uma multidão que se aglomera para assistir as apresentações musicais dos artistas locais. O *Central da Periferia* alterna, entre a presença das atrações musicais, cenas dos bastidores dos shows e reportagens sobre a vida das pessoas da comunidade. Essa estratégia inclui mostrar um pouco mais da rotina dos próprios músicos que se apresentam no palco, além das iniciativas sociais das comunidades e as formas de expressão dos membros locais. Regina acompanha as histórias de gente que faz música e que, paralelamente, exerce outras atividades criativas ou se empenha em projetos sociais.

O *Central da Periferia*, localizado na faixa horária de 16h45, concorria diretamente com o programa da TV Record, *Melhor do Brasil*, um programa de variedades com apresentação de Marcio Garcia bastante parecido com o *Domingo Legal*, na época apresentado por Gugu Liberato no SBT e exibido aos domingos. O *Central* ainda concorria, no mesmo horário, com a *Sessão Premiada*, faixa de filmes dos sábados do SBT. Na Band, concorria com o final do *Sabadaço*, programa de auditório comandado por Gilberto Barros, e uma parte das transmissões de futebol. Segundo a prévia do Ibope, divulgada pelo site *OFuxico*⁴⁴, o programa de estreia ficou com 18 pontos de média, com pico de 20, e 37% de participação para a emissora global – a Record atingiu média de 9, com *Melhor do Brasil*, e o SBT chegou a 7 pontos com a *Sessão Premiada*.

⁴⁴ “Regina Casé estréia *Central da Periferia* e conquista bons índices na audiência”. Disponível em <<http://www.ofuxico.com.br/noticias-sobre-famosos/regina-case-estreia-central-da-periferia-e-conquista-bons-indices-na-audiencia/2006/04/09-24338.html>>. Acesso em 25 mar. 2016.

A localização do *Central da Periferia* na grade no dia de sábado faz uma referência a uma matriz televisiva importante para os programas de auditório. Era nesta faixa horária que o *Cassino do Chacrinha* se consolidou na programação da TV Globo. Com *Central da Periferia*, vemos uma passagem que Regina Casé faz entre o talk show noturno e o auditório vespertino. “É uma delícia ir com ela aos morros (mesmo os que ficam nas planícies) e ver gente simples, [...] e ainda acha tempo e ânimo para fazer arte” (SILVA, 2006), explica a reportagem da Folha de São Paulo. “Dona de uma comunicabilidade incrível” (ABRAMO, 2006), Regina Casé anuncia as atrações do palco, fazendo referências à história dos artistas e à relação deles com aquele local visitado a partir de uma performance já conhecida do público, mas que agora lida diretamente com ele através da plateia, mesclando gestualidades de “um formato híbrido -reportagem-entretenimento, showmício e entrevistas” (ABRAMO, 2006). E neste sentido, a performance mais popular da apresentadora causou algumas reações na crítica televisiva:

Não sei se é pressão da Globo para tentar conquistar o público das classes C, D e E, mas achei o programa insuportável. Regina quer passar por povão. Já no Fantástico começou a apresentar programas sobre músicas regionais. E deixou de ter graça. De uma das melhores comediantes do Brasil, hoje é uma apresentadora pior que o Faustão, com humor forçado e previsível. Uma pena. Como eu gostava dessa moça. Foi um martírio agüentar as apresentações de grupos como Faces do Subúrbio, com seus raps hip-hops, se é que isso existe. Nem sei se o gênero está certo. Mas não importa, pois aquilo não é música, é lixo para os ouvidos educados com boa música popular brasileira (VILLENA, 2006).

Ao mesmo tempo, algumas reportagens e críticas direcionam o olhar para a abordagem dada às produções culturais da periferia mais do que a performance popular de Regina Casé. Ressai, na imprensa, o valor positivo que a exposição das manifestações regionais do Brasil possibilita ao dar visibilidade aos diversos grupos que se apresentam no programa. De acordo com os textos, o programa “mostra que tem um monte de coisa legal, sem ser vala negra” (DAHER, 2007) e “[...] a reflexão de Hermano que sustenta o roteiro é bastante consistente e que talvez haja ali, de fato, o registro de caminhos para reconectar experiências sociais e culturais muito apartadas” (ABRAMO, 2006). A crítica reconhece, portanto, que há uma abertura, dentro do cenário televisivo brasileiro, para mostrar os fenômenos culturais da periferia que se distancia da exploração da violência e dos problemas sociais cotidianos a partir de uma

lógica psicologizante ou grotesca. *Central da Periferia* chegou a receber o prêmio da Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA) como melhor programa da televisão brasileira em 2007 e as declarações da apresentadora na imprensa convocavam o lugar de qualidade do programa:

“Eu moro numa cidade cercada de favelas e seria muita maluquice minha ignorar essa parte. Quando comecei a fazer o programa, já tinha vindo aqui diversas vezes. Dizem: “Agora você está local”. Mas é o contrário. É como o programa das árvores (“Um pé de quê?”, do Futura, que também passa na Globo): comecei a fazer porque sempre gostei disso, estudava botânica, adorava árvores. O “Programa legal” veio porque ia a lugares absurdos com o Hermano Viana, como casamento cigano em Nova Iguaçu ou baile funk em Pilares. A vida não pode andar atrás da arte. A vida não pode ser mais mixuruca do que a arte e o seu trabalho não pode ser menos legal que o seu lazer. [...] Não é porque faço coisas transgressoras e de alta qualidade que eu não vou virar uma coisa normal, um programa de linha. Tenho que descobrir que Xuxa sou eu ou que Faustão sou eu, porque atingi um patamar de popularidade equivalente, mas sempre num lugar que parece que sou um restaurante macrobiótico” — diz Regina, dando um exemplo do que quer dizer (DAHER, 2007).

As pessoas chegam em mim com muita intimidade. Elas conversam e comentam coisas que vêm no programa. É uma relação tão amorosa, diferente. Não é de fã com ídolo. Em qualquer comunidade mais pobre, as pessoas mostram que estão se sentindo representadas, como se eu fosse porta-voz. Tenho muito orgulho. (SCHOLZE, 2007).

A mobilização popular em torno da chegada da equipe de gravação nas comunidades foi descrita pelas reportagens como um evento capaz de arrastar milhares de pessoas, uma relação que acaba impulsionando não só a sociabilidade através da televisão, mas também através do contato direto do público com aquele universo. “Regina Casé levou milhares de pessoas à Esplanada da Restinga [Porto Alegre] para assistir a gravação de *Central da Periferia*. [...] Cerca de 300 pessoas da produção estiveram envolvidas no programa” (CASÉ..., 2006). A relação de reconhecimento e valorização funcionava para a crítica, ao mesmo tempo, como uma proposta muito mais de adesão das causas do que de apreciação, “ou seja, mais do que mostrar, digamos, a periferia ou de fato o que de “legal” acontece por lá, é preciso fazer muitas afirmações a respeito, elaborar quase que manifesto mesmo” (ABRAMO, 2006).

Neste trabalho, além do material discursivo composto por reportagens e críticas da época de exibição do programa, analisamos os quatro primeiros episódios dos oito exibidos no ano de 2006. O primeiro episódio foi gravado em Recife e foi ao ar no dia 8

de abril de 2006; o segundo, gravado em São Paulo, foi transmitido no dia 13 de maio. Belém foi o terceiro episódio, exibido no dia 3 de junho e, por fim, Salvador fecha a lista dos quatro primeiros episódios, o último exibido no dia 5 de agosto. Estas primeiras edições estão reunidas em um DVD lançado no final de 2006 pela Som Livre em parceria com a Globo Marcas. Depois destes episódios, *Central da Periferia* ainda passou pelo Rio de Janeiro, Porto Alegre e Fortaleza. Ao longo das oito edições, o programa tentou apresentar um pouco da cultura das periferias e o engajamento social das comunidades apartadas da sociedade brasileira.

Cada episódio de *Central da Periferia* se desenvolve de uma forma específica – a temática da edição aborda as questões específicas de cada localidade por onde o programa passa. Não só nas atrações que se apresentam no palco, mas na própria concepção final do produto televisivo, ou seja, cada episódio possui uma independência de estilo e formatação, a partir do roteiro do programa, que costura as expressões culturais da comunidade com os movimentos sociais que dão suporte aos moradores de cada região e a divulgação dos fenômenos considerados de massa nestes contextos regionais específicos. Entretanto, aspectos comuns em cada uma destas edições nos mostram que o *Central da Periferia* conforma uma identidade através da linguagem televisiva. Muito desta identidade é reforçada pelo próprio formato itinerante do programa, quando a equipe de produção ocupa um espaço urbano da periferia para servir de cenário para o palco montado. São bastante exploradas imagens que exibem os edifícios e a presença de pessoas nas residências, junto com imagens aéreas dos locais que permitem uma visão ampla da multidão que acompanhou cada episódio do programa.



Figura 17 - Posicionamento do palco nas 4 edições de *Central da Periferia* - Reprodução/DVD

Sem abrir mãos de recursos de corte de imagem, montagem e recursos gráficos, *Central da Periferia* constrói-se por uma montagem visivelmente desordenada – os cortes das imagens parecem emendar diversos fragmentos das gravações, dando a impressão de que as ações registradas pelo programa extrapolaram o seu tempo de exibição na grade televisiva. Há um reforço, neste sentido, para a construção de um material selecionado para transmissão na tv, uma hierarquização do conteúdo a partir da seleção da equipe de produção. A edição do programa enfatiza as marcas do imprevisto e um tom de bastidores em algumas cenas. Estas escolhas estéticas evidenciam uma opção do programa em naturalizar o processo de gravação na imagem, criando condições estéticas para que o programa naturalize seus discursos acerca das periferias do país. A ideia de um grande espetáculo musical improvisado, com interferências de Regina Casé nas apresentações, parece extrapolar o tempo do programa, e a impressão que temos, com a montagem, é que há ali uma seleção do “melhor da festa”. Da mesma maneira como no *Esquenta!*, posteriormente, vemos constituir estratégias a partir do tempo expandido da gravação, que conforma o produto televisivo no seu tempo de produção pelos cortes e pela montagem.

Neste sentido, vemos que a condução das imagens e os enquadramentos de câmera, em *Central da Periferia*, possuem um papel importante para garantir uma forma mais popular. As imagens, em sua grande maioria, estão em movimento e incitam esse estado de animação do programa. A exploração de planos abertos, sejam planos

gerais que mostrem toda a dimensão espacial do lugar, sejam planos médios dos artistas no palco, procuram reforçar o sentido de multidão que o programa agrega. Os *zoom outs*, por exemplo, são utilizados para registrar uma certa abertura do nosso campo de visão de um objeto específico para uma perspectiva mais geral do espetáculo. Durante as apresentações musicais, o jogo de câmeras tenta acompanhar as atrações que performatizam no palco, mesclando imagens do público – as reações diante das músicas, acompanhando as letras, ou imagens que registram o cotidiano das comunidades. A sequência de cortes, que acompanha as ações do palco, nos lembram do esquema visual de programas musicais como *Som Brasil*, da TV Globo, mas construído de uma forma mais caótica.



Figura 18 - Sequências de *Som Brasil* e *Central da Periferia*

A diversidade de imagens e performances musicais, no *Central da Periferia*, quando analisados na sua unidade enquanto programa televisivo, demonstram a importância do roteiro para a construção de cada episódio. Entender o roteiro, neste programa específico, significa olhar não só para os enunciados da apresentadora, improvisados no palco a partir de um texto produzido. A cadência rítmica do *Central* exhibe os conteúdos a partir de uma lógica que nos dá a impressão de que o programa é um único texto. Seus diversos textos colados na montagem final variam entre informações lidas por Casé, reportagens, interações com público, tudo isso indexado às apresentações musicais. São elas que vão conduzir, ao longo do programa, o telespectador para o seu tempo construído.

No episódio gravado no Morro da Conceição, em Recife, *Central* nos apresenta a história do grupo Faces do Subúrbio, comandado pelo rapper Zé Brown, depois que eles se apresentam no palco. As apresentações musicais substituem a conversação informal mais aprofundada, vista nos programas anteriores de Casé como estratégia central. O investimento, agora, é no espetáculo popular. Os intervalos entre uma música e outra são os momentos que a conversa possibilita as abordagens dos contextos culturais e temas específicos das periferias e dos grupos musicais. “É bonito de olhar, ao mesmo tempo é triste de ver, que uma coisa tão bonita não tá sendo olhada como deveria”, relata o músico Zé Brown, que, em seguida, é questionado por Regina Casé – “Tanta coisa existe na periferia, tantos ritmos, porque você acha que o hip hop virou o portavoiz?”. Neste momento, o programa deixa o palco e vai para imagens de Alto do Pinho, localidade onde surgiu o Faces do Subúrbio. Somos apresentados à comunidade a partir da condução de Regina, que nestas incursões faz poucas intervenções, e coloca-se na cena em busca do conhecimento local. As relações cotidianas e familiares, as formas específicas de viver nas periferias, são apresentadas muitas vezes próprio personagem (“Muitas coisas estão se resolvendo aqui dentro e deveriam vir de fora”, diz Zé Brown). Voltamos para o palco, com Regina Casé:

Regina Casé

Agora, eu vou chamar um cara que vocês vão ficar chapados. Quem não é de Pernambuco não vai entender como esse cara é tão popular aqui. Dedesso da banda Vicio Louco! Não é incrível? Ele é adorado nas periferias de Recife. Agora eu lanço um desafio pra você aí de casa. Com esse boné, esse cordão, essa medalha de São Jorge, esse style todo aqui de rapper, que tipo de música você acha que esse cara canta?

O programa parece jogar com uma relação de proximidade e distanciamento. Proximidade ao fazer referências a popularidade dos artistas nas comunidades, ou seja, o popular como um valor quantitativo; ao mesmo tempo, brinca com o possível desconhecimento do público telespectador que, provavelmente, está conhecendo pela primeira vez aquelas expressões musicais. Regina pergunta “Alguém sabe aqui qual a favela do Dedesso?”, e um coro uníssono grita “Campo Grande”. Somos conduzidos na sequência de imagens do palco para a favela onde Dedesso mora. Regina Casé está trajando outra roupa, uma espécie de fraque camuflado, com parte do sutiã à mostra, e o chapéu na cabeça, e está acompanhada do cantor e de diversas crianças curiosas pelo movimento dos dois pelas ruas do bairro. Após exibir a localidade onde mora

rapidamente, um novo corte nos conduz de volta para o palco, onde Regina se dirige para a plateia:

Regina Casé *Dedesso e Zé Brown, eles são da periferia. Eles são da periferia e fazem música para periferia. Mas vocês já repararam como a música dos dois é completamente diferente? As vezes eu acho que elas são contraditórias. As músicas do Faces do Subúrbio são músicas que querem conscientizar, denunciar os problemas da Periferia*

[Há um corte para apresentação rápida – cerca de 40 segundos – do grupo de Hip hop, interrompida por um novo corte. Voltamos para o enquadramento de Regina Casé dirigindo-se ora para a plateia, ora para as câmeras]

Regina Casé *Já o Vício Louco faz música pra periferia se divertir, como por exemplo, seu novo sucesso, Pica Pau*

[Banda Vicio Louco apresenta, em cerca de 1 minuto, seu novo sucesso anunciado pela apresentadora]

O Dedesso e o Zé Brown nasceram em dois lugares muito parecidos. E como é que eles foram parar em lugares tão diferentes?

O trânsito construído pelo programa, que nos leva para dentro do palco e para fora, variando entre ações no palco e os mergulhos nas comunidades, aparece mais uma vez na sequencia desta cena. Fragmentando o mesmo texto em aparições diferentes – na passagem, alguns segundos, Regina está na comunidade de Campo Grande, em outros, na comunidade de Alto do Pinho – a ideia de simultaneidade criada na montagem do programa cria uma dinâmica para as histórias contadas (“então, eu vim no bairro onde cada um dos dois nasceu e se criou”). A impressão é a de que todas as cenas no palco e nas periferias estão atravessadas pelas diferentes fórmulas textuais - os momentos mais informativos, que convocam uma performance mais contida da apresentadora para garimpar as realidades das periferias; os momentos de interação com os artistas e com a plateia, que convocam uma performance da apresentadora mais debochada, eschachada e, ao mesmo tempo, uma posição de porta-voz da periferia.

Nas reportagens, Regina Casé sempre está andando ao lado do convidado entrevistado. Suas falas, nas imagens, são casadas por um gestual bastante característico da apresentadora na televisão, um jeito de romper com um distanciamento entre o entrevistador e o entrevistado, característico do meio televisivo. A atriz, nas incursões às comunidades, parece sempre curiosa pelos detalhes, cumprimenta as pessoas que observam as gravações, ou que são apresentadas a ela pelos convidados. *Em Central da Periferia*, Casé explora mais uma vez um certo tom de desbravadora que construíam em


Brasil Legal, por exemplo. Entretanto, em *Brasil Legal*, a impressão, a partir da performance da atriz e da montagem final do programa, era de que as manifestações apresentadas eram enquadradas em uma moldura antropológica, o ato de manter contato – pelo menos televisivo – pela primeira vez com certas realidades do país. Em *Central da Periferia*, a curiosidade vista na performance da apresentadora reveste-se de um sentido social e político, uma busca pelo conhecimento em defesa das manifestações da periferia.

Neste sentido, a performance da atriz, no palco, ganha contornos mais extravagantes, sempre falando muito alto para ser escutada pela multidão, apelando para brincadeiras e piadas com os convidados sobre suas roupas, os estilos e as identidades de cada atração que aparece no palco. Diante desses representantes da cultura da periferia, Casé posiciona-se com respeito e reconhecimento, sempre ressaltando as qualidades e as dificuldades encontradas nas trajetórias musicais. A apresentadora se coloca como mediadora entre o público e as atrações, que servem de exemplo a ser seguido na periferia. Há uma relação direta de Casé com a plateia, direcionando-lhe perguntas que são respondidas em coro, como uma voz da povo. A performance como uma “mestre de cerimônias” convoca as reações da plateia para o que está sendo mostrado no palco, e os corpos presentes na multidão reverberam suas experiências nas imagens sempre por uma moldura da coletividade. Aqui vemos como *Central* lida, por exemplo, com matrizes importantes da televisão presentes nos programas de auditório como *Discoteca do Chacrinha* e *Programa do Silvio Santos*, ao posicionar os sujeitos como um bloco massivo, sem identidade, automatizado nas respostas uníssonas.

Quando Regina se dirige para o telespectador em casa, ela se posiciona bem próxima as câmeras, de maneira que boa parte da sua figura ocupe a imagem, reforçando uma proximidade e a sensação de que está direcionando-se a este sujeito que se materializa no programa. Regina convoca o sujeito telespectador como alguém que não conhece aquela realidade, como no episódio gravado em Belém do Pará. Nesta edição especificamente, a construção se dá intercalando os momentos das reportagens com as apresentações no palco, mas, desta vez, vemos uma forma direta de lidar com o telespectador, assumindo os diferentes tempos de construção do programa. Ao mostrar os diversos ritmos paraenses que surgiram a partir das festas de aparelhagem, Regina convida ao palco a Banda Calypso, que se apresenta para o público que ocupa o

mercado do Ver-o-Peso, em Belém. A cantora Joelma fala sobre as referências da música local que influenciaram a formação da banda Calypso:

ÁUDIO	VÍDEO
<p>Regina Casé – <i>Muita gente não sabe que vocês são fruto de uma linda cena musical fortíssima que existe na Amazônia há décadas, né verdade Chimbinha? Isso aí não saiu do nada, isso tem muita raiz. Bom, também a gente começou o programa mostrando a banda no auge, já estourada, sem explicar nada... Mas agora a gente vai fazer uma mágica.</i></p>	
<p>Regina Casé [em off] – <i>Voltar a fita, começar o programa de novo pra mostrar a origem de tudo</i></p> <p>[Efeito sonoro reproduz um vinil girando em rotação contrário]</p> <p>[Sobe som – ouve-se os gritos e aplausos da multidão]</p> <p>Regina Casé – <i>Boa tarde, Belém! Boa tarde, Amazonia! Bom, pra mostrar da onde vem o som da banda Calypso, eu vou chamar aqui no palco os precursores do estilo do Chimbinha de tocar guitarra. Eu vou chamar aqui os mestres do Chimbinha: Mestre Vieira, Aldo e Curica!</i></p>	<p>[Um efeito de vídeo reproduz a função review dos aparelhos de videocassete]</p>  
<p>Regina Casé – <i>Os mestres da guitarrada, que vão tocar com o Chimbinha!</i></p>	

<p>Chimbinha e os mestres da guitarrada tocam a música Solo do Ribeirinho.</p>	
<p>Regina Casé – <i>Que música mais linda! Cê viu que ninguém nasce sabendo. Todo mundo tem um mestre, esses são os mestres do Chimbinha.</i></p> <p>Chimbinha - <i>Quando eu comecei a tocar, eu ouvia muito os guitarristas americanos, brasileiros, e quando eu ouvi o som do Vieira, eu me apaixonei pelo som diferente, pelo suingue que ele tinha na guitarra</i></p>	 
<p>Regina Casé – <i>Então pra você entender o que tá acontecendo lá no palco, eu tô aqui com os mestres da guitarrada.</i></p>	

O programa se constrói no lugar de difusor destas manifestações e seus elementos expressivos tentam dar conta desta estratégia. Tanto pela montagem, que articula as apresentações com as reportagens incursivas pelas periferias, como pela performance e trajetória de Regina materializadas no palco. Conhecedora destes universos, Regina exhibe a intimidade com as atrações que já apareceram em outros programas como *Programa Legal* e *Brasil Legal* – por exemplo, o Ilê Aiyê e o cantor Gerônimo, no episódio de Salvador, a festa de aparelhagem em Belém, o movimento do *manguebeat* em Recife. Em vez de abordar pela lógica do exótico, como fazia nos programas anteriores, uma expectativa de se aproximar de um mergulho documental, em *Central*

da Periferia, a abordagem se constrói a partir da reivindicação por visibilidade destas manifestações. O discurso político transforma a celebração dos modos de consumo das massas periféricas em um discurso social em defesa da diversidade cultural do país, como vemos no episódio cuja temática são as periferias de São Paulo:

Regina Casé

Quando eu penso em periferia em São Paulo, eu penso nos cohabs, os conjuntos habitacionais, aquele monte de prédios todos iguaizinhos, as roupas penduradas nas grades das janelas, as crianças brincando naquele pátio com um campo de futebol do lado. Por isso, a gente escolheu um conjunto habitacional que fica na maior favela de São Paulo, Heliópolis. Até pouco tempo, a periferia paulistana nem existia no mapa da cultura nacional porque a mídia dava a impressão que aqui era um deserto, que não tinha ninguém aqui, mas aí o punk meteu o pé na porta, o pagode e o hip hop entraram com tudo. Às vezes, a gente nem percebe que esses ritmos todos tem o mesmo poder de retratar a vida dessas comunidades.

Após emitir esse texto, Regina convida para o palco o rapper Rappin' Hood e o grupo de pagode Exaltasamba que, juntos, cantam um samba misturado com rap, com uma letra que retrata o cotidiano das favelas. As construções estéticas e discursivas do programa, ao apresentar as diversas manifestações periféricas, tenta autenticar as atrações como representantes da cultura popular periférica, apropriando-se das condições específicas destas produções musicais dentro do universo das suas comunidades. Esta autenticação tem um sentido político a partir dos discursos emitidos no programa sobre a pouca visibilidade que estas expressões culturais têm nos grandes veículos de comunicação de massa. Ao legitimar estes grupos como vozes excluídas das comunidades, *Central da Periferia* tenta construir-se como espaço de amplitude para as minorias apartadas da sociedade brasileira. O programa operacionaliza a resistência destas expressões, colocando-se como porta-voz destes discursos sociais, ao exibir as sociabilidades destes sujeitos e posicionar-se neste lugar de difusor da cultura popular.

No episódio gravado em Belém, a relação com as sociabilidades aparece de maneira muito forte por conta do próprio contexto musical da região. As apropriações que os grupos musicais da periferia do Pará fazem da tecnologia revelam a inventividade mestiça da cultura popular no contexto da América Latina. Diante do tecnobrega, vemos como os grupos musicais se apropriam das facilidades oferecidas pela digitalização dos equipamentos sonoros para criar os espaços de consumo da música local. A difusão do material produzido nas periferias, tanto em Belém como em outros locais do país, tiveram que construir uma rota alternativa sem depender da

indústria fonográfica, inserida numa lógica de circulação de bens de consumo multinacional.

Os mecanismos populares de difusão da música paraense, através de rádios comunitárias, carros de publicidade, e a própria pirataria, revelam as alternativas encontradas pela periferia de Belém na configuração do gênero tecnobrega, por exemplo. Os artistas locais, para se tornarem conhecidos, dependem muito mais deste consumo cotidiano através do espaço urbano do que do mercado fonográfico e das rádios comerciais. Há um reforço do valor local destas manifestações para a própria manutenção da vida social nestas comunidades. A abordagem destas formas de resistência das classes populares, para *o Central da Periferia*, tenta des-marginalizar, através do programa de rede nacional, as alternativas encontradas pelas classes populares diante das condições de desigualdade social.

Central da Periferia constrói o seu lugar como programa televisivo de ruptura, ao colocar as manifestações culturais da periferia no “centro” – e o centro, para o programa, é a própria TV Globo e a grande mídia, que não dava visibilidade a estas expressões. Este posicionamento surge dentro da TV Globo como uma tentativa de trazer as favelas para televisão a partir de uma nova abordagem discursiva (MOREIRA, 2010, p. 36). A estratégia da emissora em compor sua grade horário do sábado com *o Central da Periferia* encontra um cenário bastante específico a níveis políticos, econômicos e sociais. Em 2006, o presidente Luís Inácio Lula da Silva (PT), que chegou à presidência em 2002, iniciava seu segundo mandato, o que nos exige recorrer a ele para entender o panorama da época, e conseqüentemente ter uma visão historicizada dos programas comandados por Regina Casé.

O momento político que atravessa o lançamento de *Central da Periferia* coincidia com um período em que os números do Brasil o colocavam como o país mais desigual do mundo. Por razões que operam historicamente desde o seu passado colonial, o Brasil possuía, segundo Singer (2009), uma “sobrepopulação trabalhadora superempobrecida permanente”, que estaria abaixo da condição proletária – seria um subproletariado⁴⁵

⁴⁵ Segundo o autor, falar em subproletariado significava dizer que, dos 29,5 milhões de proletários existentes no Brasil, em 2002, 18,6 milhões faziam parte da fração subproletária da classe. Dos outros participantes da População Economicamente Ativa (PEA), 8 milhões seriam pequeno-burgueses e 1,3

(SINGER, 2009, p. 98). Responsável pela derrota de Lula em 1989, o subproletariado, conforme Singer (2009), teria se convertido em base para aquilo que o autor chama de lulismo⁴⁶. Ao mesmo tempo e pelos mesmos motivos, a classe média se afastaria do PT.

Na história da televisão no Brasil, desde o governo Collor foram barradas novas concessões públicas para as comunicações, e, desde então, o debate sobre a televisão e a sociedade parecia se encontrar somente na academia e nos fóruns de discussão sobre os conteúdos televisivos. Discutia-se bastante sobre a queda do monopólio dos grandes veículos de massa e a relação com o mercado publicitário, resultando em campanhas como “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”. O movimento iniciado em 1997 era uma articulação da vereadora, na época do PT, Marta Suplicy com pesquisadores acadêmicos. A campanha pública teve adesão da Câmara dos Deputados e, semestralmente, divulgava um ranking com os programas que mais recebiam reclamações por parte dos telespectadores, e pressionava os anunciantes que divulgavam seus produtos nesses programas⁴⁷ (ROCHA, 2008, p.126).

Com a vitória de Lula, em 2006, havia uma expectativa para mudanças significativas na regulamentação de concessões por parte dos movimentos sociais que reivindicavam a democratização dos veículos. Entretanto, para alguns pesquisadores (MOREIRA, 2010; LIMA, 2006), não se avançou muito no quesito das concessões, ao contrário, as decisões na área das comunicações continuavam inertes. Neste sentido, Lima (2006) acredita que a Globo, através do “jornalismo historicamente oficial, embora contraditório”, mantém o protagonismo na política brasileira, através de iniciativas como:

milhão, burgueses. Portanto, o subproletariado constituía 48% da PEA (cf: SINGER, 2009, p. 98).

⁴⁶ Singer (2009) considera como lulismo a expressão que caracteriza as eleições presidenciais de 2006, com o movimento “de uma camada social específica, e o descolamento entre eleitores de baixa renda e de “classe média baixa”, que apareceu nos debates pós-eleitorais sob a forma de “questionamento do real papel dos chamados ‘formadores de opinião’” (SINGER, 2009, p. 86).

⁴⁷ Em 2004, a Comissão de Direitos Humanos e Minorias publicou um relatório com o ranking das reclamações e tornando públicos os mecanismos para os cidadãos engajarem-se na causa e denunciar aquilo que considera como baixa qualidade. No relatório, descreve-se uma cartilha com as formas mais comuns de desrespeito aos direitos humanos na mídia como Apologia e incitação ao crime, Discriminação racial, de gênero, por religião e orientação sexual, “Exposição abusiva de crianças e adolescentes, incluindo entrevistas sobre dificuldades no interior da família e sobre temas que estão além da capacidade de compreensão das crianças” (BRASIL, 2004, p. 10). Consta no documento como conquistas do movimento iniciativas como do “Domingo Legal” do SBT, que deixou de apresentar entrevistas falsas e pegadinhas que humilhavam os participantes, e do “Domingão do Faustão”, da TV Globo, evitando imagens em closes dos bumbuns femininos.

[...] a oposição ferrenha ao projeto de criação do Conselho Federal de Jornalismo e ao pré-projeto de criação da Agência Nacional de Cinema e Áudio-Visual (Ancinav), em 2004; e a posição pública a favor da implantação do modelo japonês de TV digital em 2005/2006 são apenas alguns exemplos de que permanece o protagonismo de sempre (LIMA, 2006, p. 87).

Acima de um debate que enxerga na relação dos produtos populares da televisão brasileira uma baixa qualidade, há no contexto da vitória de Lula uma luta pela quebra dos monopólios da fala (MOREIRA, 2010, p. 38) – sejam as produções que dão conta das diversas identidades culturais do país, construindo o lugar desses espaços de reconhecimento na mídia; sejam aquelas que optam pela estigmatização da população de baixa renda. Central da Periferia, neste sentido, propõe-se como espaço de oportunidade para os grupos periféricos do país. Segundo declaração do roteirista Hermano Viana, na época do lançamento do programa, um movimento que surgia de fora, da periferia, para as grandes mídias: “[...] indústrias de entretenimento popular que produzem os maiores sucessos musicais das ruas de todo o país sem depender de grandes gravadoras [...] para fazer sua difusão nacional (VIANNA, 2006, informação eletrônica).

Estes novos circuitos culturais referem-se a um movimento do próprio desenvolvimento do capitalismo global que, para Canclini (2009) dá conta de um processo de reterritorialização – mecanismo da cultura popular capaz de, em meio aos fluxos globais, levar os cidadãos a ressignificarem seus produtos e a consumirem a partir das condições seu espaço social. O fator de resistência dessas comunidades aparece como mote do programa, apropriando-se das invenções culturais que surgem nesses espaços. Fortalece este impulso da “vez da periferia” o próprio crescimento econômico das classes populares a partir da implantação de políticas sociais no segundo mandato do governo Lula, o que representa a emergência dos moradores das classes C, D e E dos centros urbanos como consumidores e objetos de consumo (MOREIRA, 2010, p. 39).

Como levantamos anteriormente, Escosteguy (2014) mostrou como há, na TV Globo, a presença de narrativas midiáticas em torno da periferia, da favela, dos segmentos que tomaram um lugar extremamente afirmativo em produtos do horário nobre da emissora. A novela Avenida Brasil (2012) trouxe o cotidiano de um bairro

fictício do subúrbio carioca para tratar sobre a ascensão social da classe C⁴⁸. Em *Cheias de Charme* (2012), as protagonistas eram empregadas domésticas e a construção da novela se dava a partir de um viés glamourizado, num momento de reconfiguração socioeconômica. Nestas narrativas, de acordo com Escosteguy (2014), vemos como certos sentidos para o crescimento da classe média aparecem a partir da ótica de novos sujeitos consumidores.

A proposta de recorrer ao contexto do ano de 2006 tem importância, no nosso percurso investigativo, porque nos indica uma virada, diante dos programas do corpus analítico deste trabalho, para abordagem sobre a periferia, a partir do *Central da Periferia*, e que se fortalece e vai ganhando novos contornos e problematizações com o surgimento do *Esquenta!*, em 2011. Nas críticas e reportagens da época em que foi lançado o *Central*, encontramos uma dialética entre a visibilidade dos excluídos e a busca por uma alta qualidade dos produtos televisivos, um indício de que a relação da crítica com o produto transitava entre a ruptura de modos de abordar a periferia e o reforço em elementos dominantes da exploração destas periferias na televisão, a partir de referenciais dos programas populares.

4.6 *ESQUENTA!*: BRASILEIROS JUNTOS E MISTURADOS?

O *Esquenta!* estreou em 2011 com roteiro final de Alberto Renault e Hermano Viana, direção de Estevão Ciavatta e direção de núcleo de Guel Arraes, nomes que acompanharam a carreira da apresentadora em outros produtos, uma trajetória marcada por um estilo de fazer produtos televisivos que abordam temas relacionados à periferia e às classes populares. Inicialmente criado como um especial de verão, estreando em 2 de janeiro de 2011, o *Esquenta!* surgiu com a proposta de ser um programa de auditório, na programação de domingo da Rede Globo, que funcionasse como uma espécie de programa de almoço, apropriando-se do horário para trazer música, informação, celebridades, pessoas anônimas e humor. “É um programa para levar o tipo de coisa que

⁴⁸ A BBC afirmou que Avenida Brasil refletia uma classe C que queria se ver na telenovela. “Além de altas doses de drama, brigas, vingança e reviravoltas, especialistas dizem que muito do sucesso da novela de João Emanuel Carneiro se deve ao fato de retratar a classe média brasileira e refletir mudanças na sociedade, afastando-se dos personagens e bairros ricos que geralmente estão no centro das tramas. [...] A trama centrada no subúrbio destoa de uma tradição na teledramaturgia de protagonistas ricos e donos de um padrão de vida inalcançável”. Disponível em <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/10/121019_avenidabrasil_jc.shtml>. Acesso em 14 mar. 2016.

a gente gosta, domingo na hora do almoço. É bem popular mesmo”, descreve Regina Casé em entrevista sobre a estreia do programa para o jornal Estado de São Paulo (VILLALBA, 2010).

A ideia era que, no cenário projetado em 360°, criado por Gringo Cardia, tudo acontecesse ao mesmo tempo: roda de samba, almoço entre as estrelas, conversas, etc. Para isso acontecer, *Esquentar!* precisou criar também um esquema de captação destas cenas ocorridas naqueles espaços que desse conta da informalidade vista na proposta na equipe de criação. O sentido de movimento com o cenário fazia referência a uma espécie de samba na laje, retrato bastante típico do movimento musical do Rio de Janeiro, forte inspiração para os programas comandados por Regina Casé, ainda que, em algumas entrevistas em jornais e revistas, a apresentadora ressalte que suas produções não tomam como lugar exclusivo de contexto a cidade carioca: “Carioca que só, Regina também gosta de afirmar que ela e sua trupe não contemplam apenas atrações e comunidades do Rio no show” (DAUROIZ, 2011). Em entrevista coletiva, Casé falou quais programas utilizou como referência para construir a identidade do programa: “juntei duas referências televisivas semelhantes que me marcaram muito: o *Samba de Primeira*, apresentado por Jorge Perligeiro, e o *Almoço com as Estrelas*, que fez muito sucesso nos anos 80. Também pedi a benção de Chacrinha e Silvio Santos, é claro. Mas fiz questão que tivesse duas coisas: almoço e samba. Será como uma festa na minha casa” (REGINA CASÉ, 2011).

O *Almoço com as Estrelas* (1956-1980) foi um programa importante no período de consolidação da TV no Brasil. Transmitido pela TV Tupi, apresentado por Lolita Rodrigues e Airton Rodrigues, trazia as principais celebridades do teatro, da música, do rádio, do esporte, reunidos em um estúdio onde era servido um almoço, enquanto contavam relatos das suas vidas privadas. No palco do programa, diversos cantores de sucesso apresentavam os principais sucessos musicais nas instalações da Boate Lord, em São Paulo. No ar por um longo período de 24 anos ininterruptos, *Almoço com as Estrelas* foi o primeiro programa em cores da TV e representou um recorde em termos de exibição contínua na América Latina (ALMEIDA JR, 2015). O programa construiu-se a partir das noções de grade televisiva que são adotadas pelas emissoras, lidando diretamente com a formação do hábito televisivo no ambiente doméstico.



Figura 19 - *Almoço com as Estrelas* - Reprodução

Com o *Samba de Primeira*, criado nos anos 1980 e veiculado pela TV Corcovado (futura retransmissora da CNT), a referência era a roda de samba reproduzida nas locações, com a presença de artistas conhecidos do samba carioca e nacional, acompanhados por uma banda base. Com espaço para a música e para a conversa informal, o programa popularizou-se como difusor dos sambistas locais, muitos deles hoje presentes na roda de samba do *Esquentar!*, como Arlindo Cruz. Com o título, o programa se colocava como difusor das produções artísticas e culturais do Rio de Janeiro, promovendo a divulgação no espaço televisivo do gênero musical que tinha uma forte ligação com as classes populares. Por isso, a reprodução da roda de samba caracteriza o programa na relação com as experiências da sociedade brasileira da época. Ao mesmo tempo, a presença dos artistas locais criava esse ambiente de intimidade e descontração, misturando música e bate-papo informal.



Figura 20 - *Samba de Primeira* - Reprodução/Youtube

O *TV Pirata*, um dos produtos pioneiros sob a tutela de Guel Arraes, durante o final da década de 1980, chegou a fazer uma sátira com o programa de samba. Em vez de usar a palavra ‘primeira’, que referia-se a qualidade dos convidados que se apresentavam no palco musical, o esquete reproduzia o ‘Samba de Terceira’, fazendo

uma alusão à Terceiro Mundo. Ambientado no morro, com cadeiras de ferro, muito samba e diálogos que jogavam com a vida nas comunidades, o Samba de Terceira tinha cena Regina Casé, além de outros atores do elenco.



Figura 21 - *Samba de Terceira no TV Pirata - Reprodução/Youtube*

Uma mescla de programa de auditório e de variedades, segundo o próprio site do programa, o *Esquenta!* foi dividido em temporadas até atingir seu lugar fixo semanalmente na grade da emissora a partir do ano de 2014. Na época da sua estreia, em 2011, o programa concorria com *Tudo é Possível*, da TV Record, programa de auditório comandado por Ana Hickmann, no SBT, disputava com o *Domingo Legal*, na época apresentado por Celso Portioli. Na Band, o programa *Band Kids* ocupava a grade no mesmo horário do *Esquenta!*, enquanto a Rede TV transmitia o *Campeonato Italiano*. Atualmente, ele continua a disputa por audiência com o *Domingo Legal*, do SBT. Na TV Record, concorre com o *Domingo Show*, programa de auditório apresentado por Geraldo Luis, com o *Band Esporte Clube*, na Band, apresentado por Adriana Reid, Maria Paula Limah e Larissa Erthal. No mesmo horário do *Esquenta!*, a TV Brasil exibe os infantis *Cocoricó na Cidade* e *Barney e Seus Amigos*, e a Rede TV transmite a *Missa na Catedral da Fé*.

Marca registrada da sua trajetória, a espontaneidade de Regina Casé conduz a maneira como ele se desenvolve: não há uma preocupação com a ordem de exibição dos quadros e das entrevistas, ainda que todos os comandos do programa respeitem uma ordem do roteiro. Tudo depende de como as ações rendem no contexto do programa, o que dá liberdade ao momento da gravação e também da montagem final, que opta pelas cenas que são mais espontâneas e engraçadas. Trilha sonora oficial, o samba trouxe o elenco fixo da roda de bambas: Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy. Na primeira temporada, além deles, a cada domingo, uma escola de samba do Rio de Janeiro era

convidada a apresentar a bateria da comunidade, o grupo da velha guarda, as rainhas de bateria e as assistas. Um “prato cheio” para explorar assuntos relacionados ao verão, ao carnaval e aos movimentos musicais envolvidos de diferentes formas na maior festa popular do país.

Ainda na primeira fase, O *Esquenta!* também dava espaço para gastronomia: a cada edição, um convidado fazia um prato na cozinha montada no cenário de gravação, com a ajuda do chef Anderson Lao. No programa do dia 23/01/2011, o chef Lucas, que tem um restaurante na Feira de São Cristóvão, Rio de Janeiro, fez um baião de dois que foi servido aos músicos (MEMÓRIA GLOBO, 2016). Os personagens populares também fizeram parte da primeira temporada, seguindo a linhas dos programas anteriores comandados por Regina Casé. Durante as entrevistas, a apresentadora relembra, através de um telão, programas que já tinha feito na emissora, como *TV Pirata*, *Programa Legal* e *Brasil Legal*, criando momentos em que era possível reviver sua trajetória, em uma estratégia de auto-referencialidade dos seus projetos e dos programas da emissora. Fechando a escalação do time do programa, os humoristas da Rede Globo revezavam-se a cada domingo, trazendo situações divertidas para a roda de conversas, apropriando-se de um estilo de comédia comumente visto em programas televisivos, o *stand-up comedy*, destacando-se os atores Fábio Porchat, Maria Clara Gueiros, Nelson Freitas, Leandro Hassum e Marcius Melhem.

Gravado no estúdio F da Central Globo de Produções, o Projac, complexo onde se concentram as principais atrações do entretenimento da emissora, *Esquenta!* tem uma duração de 1h30m, organizada, geralmente, em quatro blocos divididos por três intervalos comerciais. Entretanto, chama a atenção para a forma como o conteúdo é gravado: são quase seis horas no estúdio (BRITTO, 2011) para que possa captar o máximo de situações espontâneas e editá-las, de forma que o produto final exibido no ar tenha os melhores momentos da gravação. Uma duração que extravasa o próprio tempo da grade, se expande hoje só através de vídeos na página do programa na internet, e ganha notoriedade nas colunas de jornais e sites que relatam os bastidores, incluindo a divulgação da própria emissora através de portais como o GShow, os perfis da Globo e do programa nas plataformas digitais como Facebook, Twitter e Instagram.

Com um elenco fixo de sambistas, inicialmente os músicos Arlindo Cruz e

Leandro Sapucahy, mais tarde compondo também a roda de samba Xande de Pilares, Péricles e Mumuzinho, o programa se consolidou, ao longo dos cinco anos de exibição, em um clima de intimidade e descontração típicos dos programas anteriores comandados pela atriz e apresentadora. Evocando um sentido de “família *Esquenta!*”, o programa dominical reforça um contexto de diversidade e surge em uma época importante para o país. A partir da consolidação de políticas sociais por parte do Governo Lula (2002-2010), e do processo de ascensão social caracterizado pela formação de uma nova classe média brasileira, *Esquenta!* pega carona em uma série de programas que operacionalizam a construção desta nova cara do brasileiro médio, através de narrativas que abordam o universo da periferia, dando destaque as suas formas específicas de se relacionar com o mundo, só que dessa vez por uma perspectiva da cultura pop glamurizada.

A marcas do programa de auditório presentes no *Esquenta!* são bastante fortes. Temos, no cenário físico, a presença da plateia, que é convocada a participar do programa a partir da medição de Regina Casé. O programa convida estrelas da música, da televisão, figuras importantes da moda, todos reunidos no centro do palco para abordar os temas relacionados as classes populares e suas manifestações culturais. Apesar de vermos estes elementos que seriam hegemônicos dos principais programas de auditório, reconhecemos que o *Esquenta!* investe em uma linguagem própria, construindo uma identidade popular. A busca pela identificação do público aparece em estratégias que endossam ainda mais os elementos característicos dos programas feitos por Regina Casé, como a condução de entrevistas com anônimos e famosos marcada pela descontração, a apropriação que faz dos fenômenos da cultura contemporânea para exibir um certo tom de novidade aos produtos culturais que surgem no país

O *Esquenta!* possui marcas dominantes dos programas de auditório: a participação de diferentes grupos musicais de sucesso para apresentações (ao vivo ou em playback) que divulguem seus trabalhos e a presença de uma plateia em cena. Entretanto, vemos que, no *Esquenta!*, estes elementos são peculiares: o espetáculo musical é encadeado pelas entrevistas, pelas interações com o público, todo esse emaranhado se desenvolve a partir da escolha de uma temática que conduz todo o programa, garantindo assim uma identidade na maneira como lida com as marcas do programa de auditório. As informações são conduzidas a partir de debates que envolvem

diferentes participantes, anônimos e famosos; pela temática, as músicas cantadas pelos artistas se relacionam com o assunto debatido, as letras que aparecem na tela fazem referências ao tema tratado.

Na edição do dia 01 de fevereiro de 2015, o programa falava sobre o verão num sentido amplo – a relação da estação do ano com a proximidade do carnaval, as festas do período, os esportes praticados na temporada, as comidas – elementos que vemos delinear as ações do programa de maneira que resulte em uma unidade temática. Nesta edição, por exemplo, Regina abre o primeiro bloco falando sobre os relacionamentos efêmeros do verão:

Regina Casé	<i>Quando vai chegando fevereiro, tem muito casal que vai se separando por razões carnavalescas. O cara começa a falar 'não sei, eu tô achando que você tá achando que...que eu não tô achando' - risos - passa o ano todo namorando direitinho, mas quando chega o carnaval, fala 'vamo aqui combinar de um outro jeitinho'. Sorriso Maroto tem um sucesso que fala exatamente disso. Cê já teve um relacionamento desse tipo?</i>
Bruno Cardoso	<i>Na minha época... Eu hoje sou um cara mais tranquilo, eu tô mais calmo... Mas na minha época de molecagem, isso aí era fato, era mole. Tinha que ser aberto mesmo pra gente curtir tudo e todas.</i>
Regina Casé	<i>Você acha que isso pode dar certo, ter um relacionamento aberto?</i>
Bruno Cardoso	<i>Se for aberto pra um e fechado pra outro, já deu errado...</i>
Regina Casé	<i>E você Fiuck, o que acha disso?</i>
Fiuck	<i>Eu tô aqui pensando... Eu sempre fui um cara que emendou um namoro no outro. E agora, eu tô cheio de amigas... Pessoal ri, mas é verdade</i>
Xande de Pilares	<i>Com essa cara é mole, quero ver com a minha.</i>

Em seguida, Regina pergunta ao público presente se alguém já viveu uma situação parecida e ela escolhe uma garota que está na plateia para relatar sua experiência. Ela relata o romance que viveu, ao mesmo tempo, com dois garotos diferentes e o debate gira em torno do status de relacionamento aberto. O diálogo transcorre posicionando a experiência relatada pela pessoa como algo engraçado e extraordinário. Entre imagens dos convidados, que riem do relato exposto, e imagens da plateia, que parecem compartilhar do momento engraçado, o cantor Márcio Vitor intervém no diálogo para endossar a história sobre o relacionamento aberto contado pela garota cantando a música *Xenhenhem*⁴⁹, reforçando ainda mais uma conversa onde é possível trazer a

⁴⁹ Composta pelo cantor Tatau, a música *Xenhenhem*, gravada pelo grupo Psirico, traz os seguintes versos:

música, seu ritmo e sua letra para compor a cena. Regina traz a conclusão do *Esquenta!*:

Regina Casé *O importante é o seguinte: não tem regra. A regra é a que os dois combinaram. Chega de conversa que agora eu quero ouvir o Sorriso Maroto cantando pra gente uma música que fala disso. Pelo nome da música, você vai entender”.*






O exemplo descrito acima nos levar ao entendimento de como opera a lógica do programa, no jogo que mistura apresentação musical e entrevistas. A temática do programa, a partir do roteiro, convoca a música do grupo Sorriso Maroto um hit de sucesso, a partir das intervenções improvisadas tanto dos convidados quanto do público presente, que relatam suas experiências de vida. Pensemos, então, em programas como o *Alta Horas*, apresentado por Serginho Groissman na própria Globo, um formato específico que mistura programa de entrevistas e programa de auditório desde os tempos do *Programa Livre* (SBT), com a forte presença da opinião do público e de artistas em uma arena do debate. No *Esquenta!*, este jogo é criado levando-se em conta o repertório musical, pontuando as canções apresentadas e a entrada do público, para tornar as encenações mais descontraídas e espontâneas. As experiências relatadas pelos artistas são casadas com experiências populares, ou seja, uma forma de igualar ou de aproximar os personagens do universo das celebridades do povo, posicionando-os em um mesmo patamar, ainda que enquadrados por suas condições e experiências de classe.

Estes rituais que se repetem nos dizem como os elementos do contexto sócio-cultural estão presentes nas materialidades: na cotidianidade de uma certa gramática do fazer, do executar e do transmitir. O espaço físico e simbólico do programa agrupa mediadores, plateia e telespectador, e todos os corpos presentes no ambiente de significação se propõem a partilhar algo de suas vidas cotidianas com eles entre si e com o público que está em casa. Vemos que o corpo – tanto da apresentadora como dos sujeitos que aparecem nos programas – é um lugar importante para onde devemos olhar a configuração do popular na televisão. As gestualidades, a oralidade, a espontaneidade das gravações enquadram as cenas do *Esquenta* – e dos outros programas também – a partir de um sentido de real. O registro televisivo, nestes programas, tenta captar as

“A minha balada só acaba/ Quando a cachaça termina, quando o dj vai embora/ Quando eu arrasto uma mina/ E depois, xenhenhém”, em outro trecho diz: “Tem mulher boa, gente à toa coisa linda no salão/ Bota cinto e chapéu/ Essa moda é arrochaneja/ Eu vou perguntar/ Levante a mão, quem quer cerveja”

ações por uma lógica da proximidade da vida cotidiana dos telespectadores, por isso, os corpos se dispõem, na maioria das vezes, a partir de performances que abusam dos gestos, extravasam emoções. O riso, o choro, a gargalhada, a timidez são explorados como um mecanismo de aproximação do programa televisivo com os sujeitos.

Na edição do dia 04 de maio de 2014, os relatos da vida comum de Valeska Popozuda são abordados para falar de uma vida difícil pela qual a cantora passou. Enquadrada como exemplo de superação, a cantora de funk assume um lugar da mulher brasileira que precisa trabalhar e cuidar da casa, mantendo um núcleo familiar não-convencional, no papel da mãe solteira.

Regina Casé - <i>Como era teu dia de frentista?</i>	
Valeska Popozuda - <i>Pegava 6h da manhã, então levantava 5h e pouca pra creche.</i>	
Valeska Popozuda - <i>Saia 2 horas da tarde, voltava pra casa, arrumava as coisas, lavava a roupa do Pablo, passava... Depois, quando era 5 horas (sic), voltava na creche e pegava o Pablo pra voltar pra casa.</i>	 
Regina Casé - <i>Palmas pra ela que, como milhões de mulheres brasileiras, quando tem filho tem que se virar, jornada dupla, tripla, o trabalho de casa, da rua...</i>	

Neste momento, os assistentes de palco trazem para cena a reprodução de uma bomba de abastecimento de um posto de gasolina, que é disposta no centro da arena. Valeska é convidada por Regina Casé a reproduzir uma função que desempenhou na sua vida, uma maneira de marcar este lugar do artista na vida comum, uma representação do público feito pelo programa. Assim, o público de casa e ali presente pode se reconhecer, de alguma maneira, na ação da celebridade. A ação, no centro do palco, ganha ares de reconstituição, mas utilizando como ferramenta constitutiva o humor para marcar este lugar de acesso às memórias vividas. Além disso, vemos que o *Esquenta!* também convoca marcas dos talk shows, àqueles mais próximos às classes populares, ao lidar com os relatos da vida cotidiana, problematizando estes assuntos em um debate, como mostramos, na análise do *Brasil Legal*, as referências ao programa Silvia Poppovic.

Na aproximação que busca o reconhecimento do público naquelas histórias, o *Esquenta!* encontra na ascensão social e no discurso da superação ferramentas para dialogar com expectativas da audiência a partir do consumo. Da mesma forma que a superação aparece nos discursos das celebridades, como o caso descrito acima, a proximidade com o público comum tem força na figura de Luane⁵⁰, uma webcelebridade que foi ao programa como convidada e hoje faz parte da 'família'. Na edição do dia 04/05, em que Luane analisa a maquiagem e a roupa usada por uma pessoa do público, ela usa a expressão 'despojada' e revela que tem se preocupado com o vocabulário. “*Tá vendo, tô usando as palavras*”, diz Luane. Regina, em seguida, diz: “*Eu tô vendo! A Luane pegou a biblioteca do Esquenta!*”⁵¹ inteira pra ler. Eu tô adorando isso, porque eu quero que você fale assim cada vez mais e com vocabulário melhor”.

⁵⁰ Em dezembro de 2012, Luane Dias, moradora de Duque de Caxias, na Baixada Fluminense, postou um vídeo no Youtube com dicas sobre como se comportar no Facebook, como se maquiar, etc. Popularizou-se na internet com o bordão “*tá feio, tá escroto*”, e, em março de 2013, seus vídeos atingiram mais de mil visualizações. Em abril de 2013, passou a integrar a equipe do *Esquenta!* como comentarista de moda.

⁵¹ A Biblioteca do Esquenta funcionava como um quadro dentro do programa desde a sua estreia. Hoje fora do roteiro, a proposta era que cada convidado doasse um livro com uma dedicatória especial explicando porque aquela obra era importante em sua vida. “O Esquenta! está de olho na educação. E para incentivar a leitura, o programa criou a “Biblioteca do Esquenta! No fim de cada temporada, a biblioteca completa faz a alegria de leitores que têm pouco ou nenhum acesso aos livros.” Fonte: <<http://gshow.globo.com/programas/esquenta/O-Programa/noticia/2012/06/visite-o-acervo-da-biblioteca-do-esquenta.html>>. Acesso 03 set. 2014.



Figura 22 - *Aparições de Luane no Esquenta! - Reprodução*

Como representante do povo, Luane, segundo a apresentadora, parece precisar de um vocabulário mais 'televisivo', que indique algum grau de instrução, para garantir um respaldo na sua fala dentro daquele programa. Porque, na maioria das vezes, sua aparição marca o lugar do corpo das jovens das favelas, com um gestual que traz a referência deste lugar, mas, no programa, sua fala ganha sentidos de comédia, a presença do riso de si próprio como forma de refletir sobre os aspectos da vida cotidiana. Sempre de óculos escuros e cabelos armados, Luane foge do padrão das blogueiras de moda pelo jeito escrachado de falar sobre moda e ela tem garantido no programa esse lugar de fala de uma “voz especializada”, ainda que sua performance opere a partir do escracho e da ironia. Ao longa das edições, suas falas se resumem a relatos sobre a vida cotidiana do povo, como na edição de 01 de fevereiro de 2015:

Regina Casé	<i>Quando chove, carioca coloca bota de couro, casaco da Europa...</i>
Luane	<i>Lá em casa, minha mãe faz sopa... [todos riem]</i>
Regina Casé	<i>Quer dizer, Chuviscou, faz logo uma sopa, é isso Luane?</i>

O relato descrito acima não só descreve hábitos cotidianos, mas marca um lugar de distinção entre Regina e a jovem. Luane revela uma experiência que remete a memória, a cotidianidade do ambiente familiar, o discurso aparece para contrastar com a descrição de Regina para o hábito do carioca de se vestir em dias chuvosos, numa relação com o padrão europeu. Luane traz sua vivência enquanto membro da classe popular, ainda que sua figura, relacionada ao universo da moda, tenha uma forte marcação glamourizada. Ao analisar o figurino de um membro da plateia, na edição do dia 12 de abril de 2015, Luane se dirige como “colega”, “amigo”, e suas dicas se aproxima a um sentido de igualdade na relação entre plateia e público.

Ainda assim, seu lugar físico e simbólico no programa é outro, ela ocupa um lugar no sofá que fica no centro do cenário, e sua possibilidade participativa no programa é

garantida pela própria Regina. O caso de Luane, como uma webcelebridade que surgiu do povo, se constrói a partir do lugar da juventude de classe baixa dentro do programa, e a sua participação, em todo programa, parece marcar este lugar de distinção – como alguém que está se celebrizando, em processo de conquista por um espaço no programa. Há, portanto, um lugar dúbio para Luane, no *Esquenta!*, transitando entre a voz da juventude das classes populares que conquistou espaço através da internet e a webcelebridade que busca firmar-se no universo dos famosos. A dualidade, aqui, firma a ação do riso na figura de Luane, nas marcas expressivas caricatas do seu gestual e nas falas que provocam a graça, nos remete a figura do palhaço que, ele mesmo, tem a capacidade de fazer risível situações problemáticas da sociedade.

O ambiente de cidadãos brasileiros comuns, sejam eles artistas ou público presente, é criado neste jogo da familiaridade, presente na performance e trajetória de Regina Casé, e pulverizada na forma como ela se relaciona com os outros mediadores, com receptores presentificados no programa através do corpo físico, que ganham status de mediador, e com os telespectadores que encontram também no relato comum um sentido de inclusão. A ideia de família e de familiaridade está presente a todo o tempo no programa, ainda que exista uma hierarquização nesta família. Os convidados e membros do elenco fixo são a verdadeira família do programa, o público é acionado a participar desta família a partir de uma convocação discursiva. Nas ações, o público tem espaço limitado no programa. A ideia familiar, muitas vezes, recorre à memória e à conversação, fala-se de um passado íntimo de cada sujeito presente no programa. Esta estratégia cria o ambiente propício para a informalidade e para a intimidade, como vemos na edição do dia 18 de maio de 2014:

Regina Casé *O DJ Dolores faz música no computador. Todo mundo hoje em dia ouve música no computador, mas nem sempre foi assim, não. Quem lembra o que é um tape deck? (Com o objeto na mão, Regina mostra às crianças no palco) Crianças, vocês conhecem isso aqui? Esse dinossauro da tecnologia*

Com o tape deck na mão, Regina Casé agora começa a explicar o funcionamento do aparelho e, dirigindo-se para o público na plateia, relata algumas situações que aconteciam com o uso do equipamento e das fitas cassetes:

Regina Casé *As vezes 'garrava' a fita aqui. Você não tem noção do que era. (a*

	imagem mostra a fita e, no corte, exhibe o cantor Arlindo Cruz gesticulando com a cabeça, compartilhando as memórias).
Arlindo Cruz	<i>Era uma agonia...</i>
Regina Casé	<i>Eu ficava horas... aí pegava uma caneta esferográfica (imagem corta pra Pericles concordando), colocava nesse burquinho na fita.</i>
Arlindo Cruz	<i>limpava cabeçote com cotonete ...</i>
Regina Casé	<i>Uma vez o cachorro da minha amiga pegou uma fita e foi comendo, comendo, comendo... aí começou a passar mal e a fita entrava por aqui (aponta para boca) e saía por aqui (aponta para baixo, mas o enquadramento não permite ver exatamente para onde ela aponta, mas entende-se que ela descreve um momento de defecação do animal). Foi uma das cenas mais hilárias..</i>

No *Esquenta!*, as experiências pessoais aparecem como nos programas de auditório e nos *talk shows*. Entretanto, vemos uma condução mais ampliada do debate, conduzida pela performance de Regina Casé como entrevistadora, reforçada também a partir dos seus aspectos materiais. No cenário, vemos dois sofás, uma das formas do talk show, colocados em posições opostas, vemos um espaço que funciona como palco, local onde são realizadas as performances artísticas, local também onde Regina conduz o espetáculo. Ao redor deste centro, o público se localiza ali, sentado em arquibancadas dispostas em todo o contorno do círculo central, marca dos programas de auditório. O cenário permite uma dinâmica de uso das câmeras que geralmente captam aqueles que estão no centro em planos médio e primeiros planos – a plateia ao fundo desfocada, mas de maneira que seja possível ver suas reações em determinadas intervenções, por exemplo.

Há uma certa proximidade com a dimensão espacial do circo, por exemplo, com o picadeiro como o epicentro das ações e das atenções, e a plateia ao redor, circundando todo picadeiro. No *Esquenta!*, vemos uma certa preferência, no corte de câmeras, por entradas em planos gerais, ora registradas em câmeras posicionadas no nível dos entrevistados, ora utilizadas em gruas, que dão uma dimensão ampla do tamanho do estúdio – um resultado imagético que nos dá a visão do coletivo e que aparece, aqui, como uma continuidade da dimensão espacial que o Central da Periferia utilizava nas gravações.



Figura 23 - Comparativo entre enquadramentos no *Esquenta!* e *Central da Periferia*

As experiências dos sujeitos, no contexto comunicativo do programa, são relatadas a partir de opiniões bastante pessoais. Há uma clara tentativa de tematizar a vida privada através da conversação, a partir dos relatos convidados. Neste sentido, a abordagem da superação aparece para configurar as experiências relatadas pelos sujeitos. Isso é reforçado no programa sugerindo que, comumente nas nossas vidas, as conversas, ainda que em tom informal, podem trazer reflexões sobre os processos sociais, as dificuldades enfrentadas no mercado de trabalho e a luta pela ascensão social. Desta forma, o tom da superação é visto também na edição de 05 de abril de 2015, quando a apresentadora Ana Maria Braga conta sua batalha para conseguir um emprego, em um contexto ainda de bastante repressão para as mulheres que tentavam entrar no mercado de trabalho durante os anos 1960. Em um tom sereno e sem explorar muita emoção, mas pontuando sua experiência como exemplo, Ana Maria Braga relatou que trabalhava durante a madrugada como diagramadora de jornal para bancar os estudos no curso de medicina, o que aproximou a apresentadora ao universo televisivo.

Ao mesmo tempo em que Casé induz os convidados a contarem os fatos da vida privada e direciona sua enunciação para o espectador em casa, o público ali presente também partilha suas vivências, ainda que em momentos específicos e sempre mediados pela apresentadora. Mesmo que o sentido da tribuna esteja materializado no cenário e na proposta do programa, as regras das ações da tribuna são demandadas por Casé. No programa do dia 11 de maio de 2014, um dos convidados é o estilista André Lima, que dá dicas de óculos escuros. As dicas, aparentemente, parecem ser para todo o público, mas a consultoria de moda resume-se a dois dos convidados do programa. Apesar de direcionar as dicas para os convidados, a interferência de um membro da plateia indica um lugar de contestação da voz especializada do estilista:

Regina Casé	<i>Vocês acharam que esse ficou bom no Márcio Vitor?</i>
Membro da plateia	<i>Olha, eu já fui vendedor de óculos e achei que encostou na bochecha. Ele pode sorrir e o óculos (sic) levantar.</i> A imagem corta para Márcio Vitor e ele reproduz o problema descrito pelo garoto
André Lima	<i>Isso acontece comigo também, mas eu tenho uma dica. É só tirar os óculos, rir e depois colocar os óculos de volta.</i> A plateia reage com gritos que expressam uma concordância com o estilista

O público presente no espaço no programa é convocado pela apresentadora de diferentes maneiras, muitas delas, através de perguntas direcionadas para a plateia que não são respondidas, mas que constroem o sentido de inclusão dos corpos presentificados no ambiente de comunicação do programa. Em momentos como este, vemos uma espécie de silenciamento das vozes do público quando eles são acionados. Diversas vezes, não ouvimos respostas a estas convocações e, neste sentido, o *Esquentar!* apresenta o povo na televisão de maneira similar aos modos como são enquadrados nos principais programas de auditório, em que os corpos no programa são explorados a partir das expressões faciais, gestos (como as palmas) e em expressões sonoras (vaia, reações de pesar pelo fim do programa, ou animação quando aparecem atrações de destaque nos palcos dos programas). No *Esquentar!*, um destes modos de entrada do público nas cenas estão nos diversos quadros temáticos que foram pensados incluindo a participação do espectador.

Estes quadros se dividem ora pela presença dos espectadores enquanto participantes de jogos e provas, ora pelo interesse da apresentadora em ouvir as histórias do público no desenvolvimento das conversas com os convidados e elenco fixo. O quadro Calourão, um espaço específico para entrada de diferentes pessoas que realizam performances com temáticas diferentes a cada edição, faz uma clara referência aos shows de calouros que marcaram a televisão brasileira em programas como Discoteca do Chacrinha, Programa do Silvio Santos, Show de Calouros, etc. Os candidatos a ganhar um kit do *Esquentar!*, com produtos personalizados com a marca do programa, expõem suas habilidades com música, dança, imitações, e são avaliados pela própria plateia, que assume a posição de júri popular.





A conversa geralmente se situa entre o relato das informações básicas sobre sua vida (localidade de origem, profissão, etc), mas, em casos específicos, como o trecho descrito logo abaixo, há uma tentativa de expandir a participação do público para expor histórias de vida interessantes. A cena relatada a seguir foi exibida no programa do dia 04 de janeiro de 2015:

Regina Casé	<i>A nossa terceira candidata atua no ramo do camarão. Ela mexe com camarão e vem da praia de Charitas (RJ).</i>
	A candidata faz a sua performance no cenário da praia, representando como vende seus produtos
Regina Casé	<i>Laurinha como você começou a vender camarão</i>
Laurinha	<i>O pai dos meus filhos foi embora, me deixou com três filhos pequenos e meus vizinhos tudo (sic) vende camarão. Aí falou: vamo vender camarão pra nós. Aí eu falei: não, eu prefiro vender pra mim mesma. Aí catei uns cobres, uns ferro-velho, comecei com cinco quilos de camarão e hoje tô aqui no Esquenta!</i>
Regina Casé	<i>Cê catou na rua...</i>
Laurinha	<i>Cobre, ferro-velho...</i>
Regina Casé	<i>E seu primeiro investimento foram cinco quilos de camarão? E de lá pra cá...</i>
Laurinha	<i>Já são treze anos na luta.</i>
Regina Casé	<i>Isso é tão comum, quantas mulheres chefes de família no Brasil que não são só mães, são avós, que cuidam dos seus filhos e que cuidam dos netos”.</i>
Péricles	<i>Então bate palma aí gente! Muito barulho! Viva a mulher brasileira”.</i>
Regina Casé	<i>Laurinha do camarão é merecedora?</i>
	O público escolhe Laurinha como melhor candidata e elenco musical canta a música “Camarão que dorme a onda leva”. A ambulante distribui camarão para os convidados e a plateia.

A candidata Laurinha recebe destaque pelo público espectador do estúdio pela sua história de vida. A comoção pela dificuldade da participante é ressaltada pelos convidados do estúdio, pela própria apresentadora, e a cena amplia-se quando a candidata distribui o produto que vende nas areias das praias para os artistas e para o público que assiste ao programa no estúdio. O título de merecedora, ainda que apareça como uma pergunta, já induz um caminho de escolha para o “júri popular”, que opta pela vendedora ambulante. Este trecho reforça, ainda, a participação dos personagens populares, com histórias interessantes e dramas particulares, bastante comuns nos programas comandados por Regina Casé e que estão presentes no *Esquenta!* desde a sua primeira temporada.

Outro sentido de participação do público aparece pela forma como as histórias do público servem de matéria-prima, ali no centro do palco, para a conversação entre apresentadora, convidados e plateia. O programa exibido no dia 01 de fevereiro de 2015 traz o quadro ‘Amor de verão’, anunciado através de uma vinheta gráfica, que surge enquanto Regina explica como funciona a prova. Sem trilha sonora, somente efeitos gráficos, ela pretende marcar a existência do quadro sem interromper o andamento das ações no centro do quadro:

<p>Regina - <i>Amor de verão dura mais que 4 dias de folia. E o Esquenta! vem pra provar isso.</i></p>	
<p>Entra a vinheta e ela continua falando. Não há trilha sonora na vinheta.</p>	
<p>Regina - <i>Quero saber de vocês quem tem uma história pra contar...</i> (A câmera na grua vai atrás do casal)</p>	
<p>Regina - <i>Ih, o clima esquentou ali... Olha aquele beijo Vem pra cá que eu quero conversar com vocês</i></p>	

<p>Regina - <i>Como é que começou o namoro de vocês?</i></p>	
<p>Tiago - <i>A gente tava combinando o carnaval de 2012 com alguns amigos, todo mundo solteiro. E um amigo nosso, Felipe, mandou uma mensagem falando de uma amiga que tava querendo ir também. Ela vai te adicionar no Facebook aí pra conversar</i></p>	
<p>Juliana - <i>Aí eu adicionei o Tiago, aí eu vi o Tiago... cê me desculpa...</i></p> <p>Os convidados riem da fala da garota</p>	 
<p>Tiago - <i>A gente começou a namorar no carnaval mesmo. Aí eu tive que pedir em casa. No outro ano, no meio do carnaval, no meio do bloco, saí igual um doido procurando uma aliança. Achei um hippie vendendo umas de cobre</i></p>	
<p>Regina - <i>“A lá”, é do hippie do Farol da Barra. E aí cê cantou uma música pra ela?</i></p>	

<p>O rapaz canta a música acompanhado da banda do Esquenta. Marcio Vitor canta junto com ele. A música da banda Timbalada traz versos como “<i>A minha história de amor começou/ Era carnaval, era Salvador/ Amor à primeira vista, eu sei/ Ao olhar você, me apaixonei</i>”</p>	
<p>Tiago – <i>A gente cansou em abril do ano passado...</i> (Sobe som do vídeo de casamento)</p> <p>Regina – <i>Nossa, que legal! Muito barulho pra esse casal.</i></p>	
<p>Regina – <i>Marcio Vitor, por favor, faça as honras para os pombinhos.</i> (Cantor apresenta a música Lepo Lepo e o casal continua no palco, dançando ao som da música)</p>	

Percebemos que os personagens escolhidos revelam suas intimidades que tem relação com os temas abordados sobre o verão. Diante deste trecho, vemos como o *Esquenta!* constrói uma tematização da vida de maneira específica, ao abordar temas relacionados ao trabalho, às histórias de vida, sem recorrer a estratégias de abordagem da vida privada a partir de uma lógica psicologizante, dos dramas e dificuldades cotidianas que são apresentadas em programas como *Casos de Família*, o extinto *Programa Marcia*, que exploram o apresentador como um mediador-conciliador, que opera uma relação determinante na vida privada das classes populares. A chave que

parece guiar o *Esquenta!*, na interação com o público, é evidenciar suas histórias de vida como interessantes tanto quanto àquelas relatadas pelas celebridades presentes no programa.

Neste sentido, vemos também outros modos de construção da presença do povo no *Esquenta!*, que é convocado por Regina Casé diversas vezes. Se há a intenção de construir um sentido de familiaridade e proximidade, muitas destas estratégias são direcionadas para o público – tanto o público presente quanto o público telespectador – a partir do conceito de ‘família *Esquenta!*’. São os artistas que adquirem posto de membro do “clã” do programa. Na edição do dia 08 de fevereiro de 2015, Regina envia lembranças a cantora Ivete Sangalo e ressalta: ““Um beijo pra Ivete, que a gente ama. A família *Esquenta!* tá morrendo de saudade de você”. Entretanto, o sentido de família construído pelo programa é ampliado com a inclusão do público, e esta construção pode ser vista na interação entre Regina Casé e os espectadores presentes na gravação do programa, como nos exemplos abaixo:

Regina Casé	<i>Eu já amo a plateia do Esquenta!, mas quando tem escola de samba eu amo mais. Gosto de conversar com vocês.</i>
	A apresentadora conversa rapidamente com diversas pessoas, perguntando a localidade que elas moram, quando o microfone chega na mão de Sandra
Sandra	<i>Eu tenho uma ligação com o Esquenta!...</i>
Regina Casé	<i>Você já veio aqui no Esquenta!?</i>
Sandra	<i>Tive depressão e ficava todo domingo na telinha esperando. Você levava pessoas com histórias de vida e aquilo foi melhorando, melhorando e hoje pra mim estar aqui falando com você... (Sandra se emociona e o público aplaude)</i>
Regina Casé	<i>Ô, querida! Vem pra cá pra eu lhe dar um beijo... Adorei isso! A Sandra acabou de me chamar de tarja preta.</i>

Aqui, neste exemplo, vemos como *Esquenta!* se insere na vida das pessoas e essa experiência é relatada pela espectadora, que prefere não apelar para um diálogo carregado de emoção e tristeza, ao contrário, fala com bom humor do período em que esteve em depressão e coloca-se como exemplo diante de adversidades. Há uma relação, aqui, muito forte com o que Martín-Barbero (2008) chama de cotidianidade familiar, a capacidade que a televisão tem de funcionar como uma ferramenta de acesso ao mundo do espetáculo na relação com a rotina da recepção. O exemplo é apenas um de vários momentos do programa em que o *Esquenta!* interpela a família a partir de um eixo

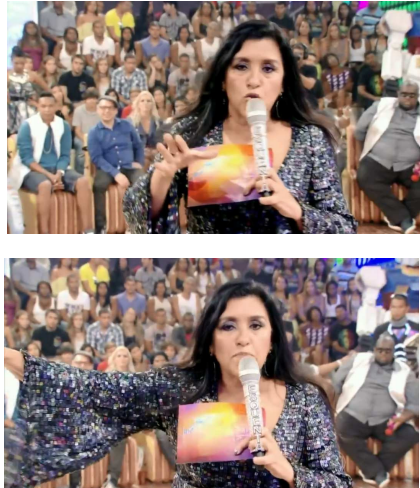



calcado na proximidade, numa relação direta que transforma o público em interlocutor do programa. A interpelação se constrói a partir de elementos do imaginário simbólico e passa por um processo de negociação dos valores ligados ao cotidiano familiar, as formas de socialização dos sujeitos no ambiente doméstico.

Isso não significa que o *Esquenta!* se destaque por interpelar seu telespectador convocando seus processos de socialização – a partir de convocações diretas a respeito da rotina e das condições de vida das classes populares. Esta lógica aparece em diversos gêneros televisivos, operada de diferentes formas – os programas policiais, por exemplo, acessam o cotidiano familiar através do discurso da violência e da segurança pública a partir de enquadramentos que implicam em valores morais, por exemplo. *Esquenta!*, neste sentido, parece subverter esta lógica ao lidar com a cotidianidade familiar no limiar entre o relato cotidiano, o humor e a celebração da vida ordinária. No exemplo descrito acima, vemos como Regina prefere não apelar para a dramaticidade e desvia a atenção da história através de uma frase engraçada, que gera o riso no público e não caia exploração dos problemas de saúde da personagem. O sofrimento condiciona a sua participação no quadro para lhe garantir divertimento. Mais uma vez, Casé reforça o seu lugar de distinção a partir do relato do público. Nesta edição, logo após o relato descrito acima, uma outra espectadora da plateia pede a palavra a Regina:

Membro da plateia	<i>Eu falei pra minha mãe que se eu conseguisse vir pro Esquenta!, ela me prometeu que o almoço de domingo ia sair antes do Esquenta! começar, porque minha mãe só começa a fazer as coisas em casa depois que acaba o programa</i>
Regina Casé	<i>Qual o nome da sua mãe?</i>
Membro da plateia	<i>Maria Aparecida...</i>
Regina Casé	<i>(se dirigindo para a câmera) Maria Aparecida, faz no sábado, deixa a comida pronta, põe na geladeira. Faz uma lasanha que é fácil, um empadão, Maria Aparecida</i>

Assim, o conceito de família é construído no *Esquenta!* no sentido de incluir famosos e anônimos – presentificados ou não no programa – e percebe-se que as estratégias textuais que convocam o reconhecimento afetivo através do produto televisivo se apropriam das rotinas cotidianas que envolvem o ato de assistir televisão. Aqui é importante ressaltar os lugares de fala distintos para esses sujeitos – mesmo que juntos, no programa, como uma família, há claramente uma hierarquização. Os membros da plateia, acionados por Casé, são interpelados a reconhecer o sentido da

família *Esquenta!* e da casa do *Esquenta!*, que engloba as residências espalhadas pelo Brasil. Na edição do dia 18 de maio de 2014, a estratégia é a mesma, quando Regina diz, olhando diretamente para câmera, como se conversasse especificamente com os telespectadores:

<p>Regina Casé - <i>Uma hora dessas no Esquenta!, você já acabou de comer, né?</i></p> <p>Regina Casé - <i>Larga essa louça pra lavar depois. Arreda os móveis, enrola o tapete, se tiver tapete</i></p>	<p>Antes de terminar a fala, Regina é interrompida pelas risadas dos convidados e do público, e logo a imagem é cortada</p>	
<p>Regina Casé - <i>Tá rindo, né?</i></p> <p>Regina Casé - <i>Tá rindo de que, Luane?</i></p>	<p>Em plano geral, Regina olha para os convidados que riem do que ela fala</p> <p>Até que ela direciona uma pergunta a Luane, ainda no mesmo plano geral</p>	
<p>Luane- <i>É porque pobre tem mania de ter cachorro e não pode ter tapete. Porque tem bronquite, tem essas coisas...</i></p>	<p>Depois de enquadrar Luane em plano médio, a garota responde a apresentadora e todos riem do seu comentário.</p>	
<p>Regina Casé - <i>Vem cá, então chegou a hora de riscar o porcelanato. Eu quero todo mundo dançando...</i></p>		

O trecho acima, mais uma vez, marca uma distinção entre Regina Casé e o “pobre”, e posiciona o sujeito telespectador em uma moldura social, como se o programa idealizasse o seu telespectador como aquele que lava os pratos no domingo. Estamos lidando, portanto, com referências que convocam os modos específicos das classes populares, os hábitos cotidianos dos telespectadores materializados na gramática televisiva, na forma que a televisão tem de construir um contexto onde estas referências enunciativas façam sentido. Seja através de enunciação mais indireta sobre a vida das classes populares, seja por enunciados que convocam os “pobres”, o programa cria o tom discursivo, posicionando o seu sujeito como pertencente às classes populares. No *Esquenta!*, se as atividades domésticas são acionadas para construir um sentido do popular a partir da experiência das classes populares e dos valores de familiaridade, coletividade.

Esta relação identitária cria um campo produtivo para a publicidade de produtos e bens duráveis, como celulares smartphones, geladeiras e televisões, que surgem como uma estratégia comercial importante dentro do programa para reforçar as formas de consumo da sociedade brasileira e posicionar o *Esquenta!* como lugar desta cotidianidade. O hábito de consumo das telenovelas da TV Globo é abordado constantemente no programa. Na edição de 04 de janeiro de 2015, o ator Marcello Melo Jr, que viveu o professor de educação física Ivan na novela Babilônia vai ao programa para, além de participar da “festa”, falar sobre seu personagem gay. Neste episódio, a novela Babilônia ainda não tinha estreado.

Em outra edição, a novela pautou o tema da edição, como vemos no dia 18 de maio de 2014. Na ocasião, o tema tecnologia percorreu todo o programa por conta do lançamento da novela Geração Brasil (2014), que abordava o universo das tecnologias móveis.

Regina Casé

Pode parecer que o programa de hoje é sobre o futuro, mas não! O Esquenta hoje é sobre o presente. Quem ia imaginar alguns anos atrás que geral ia ter celular. Brasileiro já gosta de tecnologia. Vocês sabiam que o Brasil é o quarto país do mundo em número de celulares? Não é impressionante? Tudo bem, vocês todos têm e usam bastante, inclusive na hora do programa.

Durante a edição, Regina conversa com os atores Humberto Carrão e Chandelly Braz, que fazem um par romântico na novela, e relatam sobre as gravações. A novela,, que aborda a tecnologia em seu enredo, foi usada como mote para construir o tema da edição do *Esquenta!*. O episódio em questão foi exibido uma semana após o lançamento da novela, percebe-se claramente a estratégia de auto-referencialidade da emissora no programa, divulgando, em outro produto da emissora, a mais nova novela da grade. Entretanto, não é qualquer tipo de auto-referência da Globo, como vemos no Vídeo Show. Há uma tentativa de aproximar o contexto da novela para o cotidiano dos telespectadores: o bate-papo com os atores segue com uma entrevista com crianças que desenvolveram aplicativos de celular. Regina vai até a plateia falando “eu vou dar um exemplo incrível, querem ver”.

Este lugar dos brasileiros e dos Brasis construídos no programa, a partir da relação do programa com os sujeitos presentificados, é reforçado por sentidos da coletividade, e muito disso aparece desde a primeira temporada, em 2011. Os laços comunitários das escolas de sambas são enquadrados a partir da relação dos grupos com comunidades e periferias do Rio de Janeiro e de São Paulo. A coletividade aparece apropriada pelo *Esquenta!* por um reconhecimento identitário, através da força entre o local e o cotidiano nas expressões e fenômenos da cultura popular. Com a ideia de que alguns elementos da cultura popular são tradicionais, *Esquenta!* funciona como local institucionalizado pela televisão para reforçar esses valores da ordem da tradição, por exemplo. O samba, os desfiles das escolas de samba, as festas populares, o almoço de domingo, são referências trazidas no programa como elementos que são passados geração a geração.

Há uma tentativa, ao mesmo tempo, de resgatar o que seria da ordem da tradição, atualizando também estes elementos ao exibir as apropriações contemporâneas da cultura popular. Este sentido da coletividade aparece nas convocações que a apresentadora faz de ali é o ponto de encontro onde convergem estes diversos elementos: “Como eu sempre digo, o *Esquenta!* é uma praça, uma praça de encontros, de troca. Hoje, aqui nessa praça, a gente vai encontrar muita gente diferente e bacana”. Na edição de 01 de fevereiro de 2015, a apresentadora explica um pouco das homenagens que as religiões de matriz africana fazem no dia 02 de fevereiro, saudando Yemanjá, divindade conhecida como rainha do mar:

- Regina Casé *Hoje é dia primeiro de fevereiro, amanhã é dia 2. Amanhã a Bahia está em festa, né painho?*
- Márcio Vitor *Isso, dois de fevereiro, dia de Yemanjá. O Rio Vermelho lotado de gente, a cidade cheia de perfume. É uma festa muito linda.*
- Regina Casé *Amanhã é dia de Yemanjá, a rainha do mar. Mesmo que você tenha outra religião, qualquer religião que você tenha, se você tiver na Bahia, não pode vacilar. Porque é um momento tão importante da cultura, da cultura africana que nós herdamos, tudo isso que deu de maravilha pra gente, o samba... Há dois anos eu não posso ir, mas amanhã, se deus quiser, eu vou. E uma pessoa que eu nunca combinei de encontrar, eu sempre encontrei com essa pessoa. Como eu não vou há dois anos, eu tô com medo de não encontrar com ela, porque não tenho o telefone, não tenho nada. Então vou aproveitar o Esquentá! pra dizer. Tem uma mulher maravilhosa, negra, alta, com a cabeça branca, se chama Regina de Omolu. Quero te ver, tô com saudade, tem dois anos que não te vejo, e há mais de 10 anos que a gente se encontra, você é uma rainha da Bahia. Adoro conversar com você e aprender com você. Então amanhã, bem cedinho, eu tô lá Regina de Omolu. E pra essa minha amiga da fila do presente, eu vou dedicar essa música tão linda*
- Elenco musical e convidados cantam 'Dois de Fevereiro' e 'Suíte do Pescador', composições de Dorival Caymmi

O programa consolida um lugar de fala apropriando-se também de temas relevantes da sociedade brasileira são apropriados pela linguagem do programa, e esta fórmula específica de lidar com temas do interesse público são acionadas nas estratégias do programa como espaço da informação. Há, aqui, uma característica autoral na trajetória dos programas de Regina Casé, um modo específico de lidar com a informação através da conversação leve e descontraída e/ou assumindo o papel defensivo de causas minoritárias que, principalmente, revelam relações de preconceito e desigualdade social. Na edição do dia 04 de janeiro de 2015, a presença do ator Marcello Melo Jr. traz à tona a visibilidade dos atores negros na televisão. Reproduzimos, aqui, o discurso da apresentadora, após situar o público sobre a trajetória de ascensão do ator, ao conquistar papéis na televisão que não exclusivamente marginalizados:

- Regina Casé *Sabe o que acontece? A gente no Brasil finge que isso não acontece, mas no Brasil você chega no lugar normalmente, pode ser festa, o que for... Mesmo em escola de samba. É um lugar de preto que tem alguns brancos simpatizantes, ou o contrário, é um ambiente... por exemplo, meu genro é preto, meu filho é preto, eu entro num restaurante, e tá o restaurante inteiro branco, e o João é grande e você vê aquele João sozinho, preto, ali no meio do restaurante” (risos)*

Durante a exposição da atriz, o jogo de imagens ora se posiciona mostrando a

Casé, que fala com veemência para a câmera, expondo o seu discurso para os telespectadores, intercaladas com cortes que exibem o público atento ao que ela fala. Os inserts do público parecem reforçar a presença do negro também na plateia do *Esquenta!*, já que vemos na sequência diversos espectadores negros enquadrados nas imagens. Neste momento, Luane interrompe a apresentadora para dar a sua opinião:

- Regina Casé *Fala, Luane!*
- Luane Dias *É engraçado assim.. Hoje eu vou em festas mais da Zona Sul, as meninas são todas iguais, todo mundo loirinha... Ai eu tô, tá muito cheio, aí as minhas amigas sempre me acham. Aí eu pergunto “como é que vocês me acharam”. Aí elas “pelo cabelo, só você tem esse cabelo”, só eu sou dessa cor. Eu sou a única preta. No começo eu ficava meio com vergonha assim, ficava todo mundo olhando, parecendo que tu não tem dinheiro pra tá naquele lugar, não tem grana pra pagar a conta*
- Regina Casé *Ninguém aguenta mais falar disso, que é uma bobeira, mas quando entra nesse assunto, as pessoas falam assim: ‘pô, Regina fala de favela, fortalece a favela, ela mora na Zona Sul... Se be que quem mora no Vidigal mora na Zona Sul (risos). Se uma pessoa da Zona Sul não pode fortalecer, respeitar e admirar alguém que mora na favela é como... se pra eu não ser homofóbica, eu tenho que ser gay. Pra eu não ser anti-semita, e não ir contra ela porque ela é judia, eu tenho que ser judia? (num plano fechado) Vamo pensar um pouco sobre isso, é ou não é? Todo mundo não quer vala negra, todo mundo quer educação, quer ter os filhos, quer segurança, quer ver tia ir pro trabalho e voltar em segurança, os meninos estudando... Ninguém acha bom isso. Quem vai dizer que é bom? (aplausos) Uma coisa é respeitar e admirar a cultura que é produzida lá, e a dignidade e o respeito que as pessoas conseguem ter apesar duma vida indigna, onde a sociedade não tem respeito por elas, elas se darem ao respeito... Isso pra mim é um ponto de amor, de respeito, de admiração. É o que o Esquenta! faz e vai continuar fazendo.*

Na sequência, vemos, então, como o discurso apresentado é legitimado não só pela voz de Regina, mas por Ronaldo Lemos, advogado, professor e pesquisador, que participa de diversas edições do programa. O lugar de fala dele, ali, posiciona o discurso do conhecimento, da informação, e reforça o debate levantado pela atriz. Ou seja, não se trata apenas de uma opinião personalista concentrada na figura de Regina Casé, que se tornou conhecida pela divulgação dos fenômenos das culturas populares e do debate sobre as desigualdades sociais no país, mas o especialista que ocupa, dentro do programa, o lugar da seriedade jornalística, trazendo para o centro do programa uma apropriação de um debate público reposicionado pela lógica específica de um programa de entretenimento:

- Ronaldo Lemos *De vez em quando, eu ouço isso, e as pessoas estão completamente erradas, elas estão completamente equivocadas. Até me assusta ter essa percepção, porque na verdade o Esquenta! é sobre a mistura e é isso que*

eu acho importante. Pra mim, é tão claro isso, desde que eu vi o Esquentar! nascer, virar um programa e ver ele se tornar o que ele é hoje, pra mim ficou absolutamente claro que o Esquentar! é sobre cruzar as barreiras, misturar as pessoas, estabelecer pontes e diálogos. Quem é que pode ser contra isso? Quem tá vivendo esse discurso da exclusão, tá vivendo em outro país

Regina Casé

E o meu sonho pro Esquentar! e pro Brasil, pro mundo, é que seja que nem aqui, que você não consiga encontrar nem na mesa do restaurante (entra insert da plateia, ideia de diversidade) duas pessoas iguais e da mesma cor. Porque o que a gente tem ed melhor pra fazer na vida é celebrar a diferença, é festejar a diferença! Não tô guentando, eu vou ter que chamar o Péricles, chamar o Leandro e o Arlindo pra cantar uma música do Arlindo (Arlindo diz “demorô!”) que é muito linda, que não preciso nem dizer qual é, uma música que eu amo”

Arlindo Cruz canta música de sua autoria, “Favela”.

Na edição do dia 22 de março de 2015, as questões relacionadas aos gêneros sexuais são reforçadas pelo programa com a presença de Mc Xuxu, cantora de funk que começou no rap, em Minas Gerais, e enveredou pelo ritmo musical carioca, assumindo seu papel como travesti. Posicionando o discurso do programa na defesa dos direitos LGBT, um tema em voga no Brasil nos últimos anos, e relacionando com a aparição cada vez mais frequente de casais gays na teledramaturgia brasileira, vemos como o assunto é tratado com naturalidade e posiciona o programa no combate ao preconceito de gênero. Mc Xuxu é convocada para o palco do *Esquentar!* a partir das referências de Regina:

Ronaldo Lemos

Ela é uma travesti que está arrasando no funk. Já alcançou mais de um milhão de visualizações na internet. É muita coisa, gente! Ainda mais se a gente levar em conta que no Brasil tem muito preconceito. Se ela conseguiu um milhão só de gente que não tem preconceito, já é muita coisa... A gente tá aqui brincando e rindo, mas no dia-a-dia isso é muito puxado. Você ser zuado desde pequenininho o tempo todo, né mole não gente... é difícil pra caramba. E qual o lema do Esquentar!?! Xô preconceito (o público fala junto). O que o fato da Mc Xuxu ser assim muda na sua vida? Quem fica muito nervoso com isso é porque tem algum problema. Agora chega de mimimi, vamos ouvir o Bonde das Travestis.

Neste sentido, pensar as possibilidades históricas que constroem hoje o *Esquentar!* nos leva a determinados elementos que aparecem ao longo dos programas analisados, situados no Núcleo Guel Arraes. Apesar do sentido de diversidade cultural que o *Esquentar!* tenta dar conta, há uma força majoritária do eixo Rio-São Paulo e das suas representações culturais, o que aponta para a centralidade do que produzido no país. Essa é uma relação de força que configura o hegemônico, por exemplo, e, seguindo este pensamento, ainda que o *Esquentar!* tente ampliar a visibilidade das manifestações

populares, a maneira com que lida com popular centralizado nestes pólos da produção cultural reforçam um processo de desigualdade regional na televisão.

Mesmo quando são apresentadas atrações de outras localidades, ou os temas abordados falam de tendências e elementos culturais de outras regiões do país, o espaço dado a essas atrações – se comparado com o todo do programa – é menor. A cultura popular da Bahia, por exemplo, tem maior presença nos episódios exibidos durante o verão exatamente porque o programa se apropria dos elementos hegemônicos da cultura baiana – tanto das tradições populares como a indústria da *axé music*. Ao lidar com a amplitude de artistas do país, o programa dá aos músicos renomados a função de representantes daquela localidade, como é o caso de Gaby Amarantos, Psirico, Aviões do Forró.

A noção de identidade nacional representada no programa reforça um certo padrão do gosto dos brasileiros, como se o consumo de uma ampla maioria se limitasse aos produtos e fenômenos culturais que se apresentam ali. Há uma construção do sujeito telespectador claramente vinculado às classes populares, o que possibilita a construção de um discurso que se apropria das condições específicas do cotidiano das classes populares. Entretanto, em certos momentos, a proposta da diversidade cultural é homogeneizada por artifícios do mercado da publicidade, da indústria televisiva que opera ali na divulgação dos seus produtos, do universo das celebridades e a relação que se constrói com a vida privada.

Por este caminho, vemos em Regina Casé uma espécie corporificação do popular na televisão, com trejeitos e uma maneira de falar que pretende uma aproximação com o público. Por mais que pareça ser próxima ou que assuma a defesa das desigualdades sociais, não são as realidades vividas pela atriz que estão em jogo, é a do outro. Sua performance se constrói como uma representação do popular, as marcas da cultura popular inscrevem o seu modo de se comunicar e permite a manutenção do vínculo da apresentadora com as classes populares. Ainda assim, é possível ver como esta performance aponta para um processo de disputa, dentro do campo televisivo, sobre as convenções do corpo, dos discursos políticos, as convenções que colocam o povo como uma massa amorfa vulnerável apenas as reações.

Esquenta! não é um programa que se revela inovador por romper com convenções, ele as ressignifica e reconstrói novos modos de operação dos elementos da cultura popular. Por exemplo, quando Casé pergunta: “Alguém sabe o que faz um filósofo? Quem sabe pra que serve um antropólogo?”, há, sim, uma intenção educativa de trazer aquele conteúdo para as discussões, mas se configuram a partir da estratégia da informalidade, do humor, do deboche, do distanciamento em relação ao seu interlocutor. Como vimos, é um elemento histórico em seus programas.

Esse elemento aparece como um “interesse no popular-periférico”, a partir da redução da desigualdade social no país e à ampliação da chamada “classe C”, ou seja sujeitos dos “setores de assalariados [...] com maior capacidade de consumo e uma certa estabilidade financeira, contingentes expressivos da população urbana do país passou nos últimos anos a gastar consideravelmente mais” (TROTТА, 2013, p. 32). Ao mesmo tempo, é preciso levar em conta que o popular não é homogêneo. Os conjuntos de valores nos elementos da cultura popular-massiva “apresentam diferenças conceituais profundas, relacionados a modelos de vida, pensamentos sobre o mundo e códigos sociais radicalmente distintos” (TROTТА, 2013, p. 34). Neste sentido, analisar o popular significa levar em conta os processos de clivagem – as maneiras contraditórias como os produtos da cultura de massa foram se apropriando da cultura popular e a forma como a própria cultura popular foi dando sentido aos fenômenos da cultura de massa.

4. PERCURSO FINAL: QUE POPULAR É ESSE NOS PROGRAMAS DE REGINA CASÉ?

Este capítulo conclusivo se propõe a responder aos objetivos do nosso trabalho, o de investigar a relação entre matrizes populares e televisão, no âmbito dos cinco programas de Regina Casé, percebendo como, em cada um destes produtos, diversos elementos configuram o popular de uma maneira específica, acionando, assim, diversas experiências vividas pelo sujeito telespectador. Buscando, com isso, articular as diversas temporalidades para entender as transformações históricas do popular na TV Globo.

Podemos observar, diante das contribuições de autores como Martín-Barbero, que o popular se constrói numa lógica de representações socioculturais. Os recursos simbólicos da televisão, para Martín-Barbero, são filtrados pelas classes populares, elas “reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica” (MARTIN-BARBERO, 2008, p. 112). Os gêneros televisivos, para o autor, operam no horizonte das promessas implicadas nas escolhas técnicas e nas formas estéticas dos programas, e no horizonte de expectativas e reconhecimento no seu consumo cultural enquanto prática social.

Em *Programa Legal* (1991), os discursos da produção lidavam com representações das realidades brasileiras, a partir de uma tentativa de se aproximar de uma linguagem documental. Entretanto, a mera entrada do programa nos enquadramentos “programa de índio” revelou uma operação do popular que lida com o humor para subverter uma seriedade encontrada nos produtos televisivos que pretendiam abordar as realidades brasileiras. Uma época marcada, ao mesmo tempo, pelo desejo de consolidar uma linguagem mais pop para os produtos televisivos, pelo qual a busca pela informação leve e descontraída aparece com um traço de um processo de ruptura que começa ainda com *Armação Ilimitada* e *TV Pirata*, por exemplo.

O enquadramento dado ao “programa de índio”, principal referência em *Programa Legal*, mostra uma hierarquização das experiências cotidianas, o “índio” como lugar do outro, alheio e distante, subalterno. Esta hierarquização aparece na forma como o programa tenta construir um humor distinto dos outros humorísticos, sustentado

pela proposta de explorar a performance dos apresentadores no ambiente do registro. A ideia de se aproximar do documentário tenta firmar essa distinção, mas a operação mostra como a matriz cultural do humor na televisão domina a construção do programa.

Por conta do humor, a maneira como as classes subalternas são convocadas no programa reforçam um resíduo visto em experiências como *Chico Anysio Show*, *Os Trapalhões*, que lidam com estereótipos regionais e com estratégias do rir de si mesmo. Entretanto, o registro *in loco*, com a presença dos atores-apresentadores, exibe um momento de ruptura, ao olhar para a entrada do povo comum no programa. As experiências do vídeo independente, com a presença de repórteres-personagens, referências encontradas em produtos como *Netos do Amaral* e a produção da *TV Viva* para o trabalho de Guel Arraes no *Programa Legal* (FECHINE, 2007), tentam disputar um espaço para a voz do povo comum na televisão, de maneira distinta às entradas do povo nos programas policiais da década de 1990. É o humor quem vai operacionalizar este traço de ruptura, ao optar por registrar os “programas de índio” pelo risível e pelo embaralhamento com a matriz ficcional, afastando-se de sentidos que explorem a violência social vivida pelo o povo.

Quanto à forma, *Programa Legal* caracteriza-se por uma linguagem que se pretendia inovadora, relacionada ao contexto da década de 1990, em que a modernização dos equipamentos de gravação e edição possibilitaram uma experimentação maior no âmbito da televisão aberta brasileira. Há um traço da cultura pop na construção do programa que se configura como um elemento de distinção do produto e também de qualidade da emissora. O *Programa Legal* recorria, na construção dos seus quadros, diferentes efeitos proporcionados pela edição não-linear, como *letterings* em movimento, “janelas”, tela dividida, “cortinas”, “deformação” e duplicação de imagens, entre outros (FECHINE, 2003, p. 7). A linguagem mais jovem do *Programa Legal*, vista na sua forma, ressignificava um elemento que marca o documentário na televisão, a entrada do sujeito *in loco* para tratar de temas de natureza mais antropológica, transformando a incursão em um registro bem-humorado. Esta estratégia que distingue o programa mostra como as experiências do vídeo independente, enquanto ruptura dentro do cenário do audiovisual brasileiro, possibilitaram a entrada destes mecanismos na televisão aberta, num período político marcado pelo fim da censura e pelo período de redemocratização do país.

Na época do *Programa Legal*, a performance trabalhada em cima do humor no limiar entre o real e a ficção pode ser vista num processo mais amplo de ruptura com as convenções do uso do corpo da televisão, por exemplo. Um processo que tensiona a relação do registro televisual com o sujeito filmado, e que convoca formas diversas de consumo por parte dos telespectadores aos conteúdos audiovisuais. As convenções que posicionam o corpo no programa informativo e o corpo num produto teledramatúrgico são disputadas no *Programa Legal* a partir dos repórteres/personagens que experienciam o cotidiano das classes populares pelo enquadramento cômico.

Aqui, reconhecemos a tentativa de construção identitária da TV Globo através do *Programa Legal*, e que, dentro da trajetória da emissora, pode ser visto como um elemento dominante. A remissão a identidade nacional, que perdura desde os anos 1970, nos remete a Martín-Barbero (2002), sobre encontrarmos, na televisão, histórias do mundo em equivalência com imagens sígnicas. “É essa equivalência que o telespectador consome. Sobre o pano de fundo da publicidade, sobre esse permanente ritual em que as tensões e os conflitos se afinam e desaparecem, [...] das vicissitudes do nosso mundo”. (MARTÍN BARBERO, 2002, p. 98). Dessa forma, a televisão opera a partir de um processo de intenso reconhecimento, é na sua linguagem que as identidades se processam.

Neste sentido, *Brasil Legal* aprofunda a experiência do *Programa Legal*, e a experiência com a linguagem documental aparece como residual neste produto. Vemos que o indício de continuidade, com o registro *in loco*, constrói a proposta de problematizar, no programa, o lugar do cidadão comum. A visibilidade do homem ordinário se inscreve através da oralidade – da conversação que revela histórias e dramas cotidianos, que remete à luta diária marcada pela desigualdade social. Entretanto, esta construção se dá a partir de uma lógica do privado, relacionando-se com experiências televisivas marcadas pelo acesso à vida privada, como os programas de variedades e os programas femininos que surgem a partir da década de 1970. A entrada nos dramas privados dos personagens de *Brasil Legal* reforça uma tentativa do programa de construir um lugar de destaque para o cidadão comum, num sentido de que suas formas de trabalho, família, consumo cultural aproximem o programa do telespectador das classes populares.

O programa mostrou ser um primeiro movimento, dentro da trajetória de Regina Casé, que aborda as histórias privadas dos personagens, reforçando os sentidos de superação, de conquistas, personagens construídos como verdadeiros heróis do povo. Os feitos dos entrevistados de Casé evidenciavam, para a televisão, as desigualdades sociais e as especificidades das classes populares diante deste contexto. O tratamento aos assuntos relacionados às periferias, comunidades locais e expressões das classes populares se consolidaram como uma espécie de tônica da trajetória de Regina Casé. Ou seja, o horizonte de expectativas vai se alimentando das experiências televisivas da atriz e, ao longo dos programas, vemos como essa “marca popular” de Casé se consolida.

As histórias de superação e os dilemas dos sujeitos comuns são enquadrados pelo programa por uma lógica da celebração do ordinário. A partir das análises, percebemos que esse processo celebrativo em torno da vida privada se relaciona com a matriz do *talk show*, enquanto gênero calcado na conversação. Referimo-nos a programas como Hebe Camargo e Silvia Poppovic, que lidam com a conversação a partir de aspectos triviais do cotidiano, diferente dos talk shows que traziam o humor político requintado, como Jô Soares. Mas a forma como o talk show é ressignificado em *Brasil Legal*, transpondo o espaço da conversa para as ruas, tenta romper com a celebração a partir do requinte dos estúdios de televisão e explorar os sujeitos na sua relação com o espaço urbano. Ao mesmo tempo em que a vida privada aparece, no programa, a partir da lógica dominante da exploração da emoção e dos dramas cotidianos, reconhece-se a consolidação de uma performance descontraída e espontânea de Regina Casé para reforçar um sentido carismático.

O programa tenta dar visibilidade as histórias relatadas de maneira essencialmente melodramática e heroica, como vimos no exemplo do Tom do Cajueiro. As histórias relatadas pelos personagens evidenciam suas próprias formas de resistência, mas o *Brasil Legal* parece convertê-las a serviço de um enquadramento que posiciona estes personagens no lugar do *outro* alheio ao universo cultural do Brasil. Se nas reportagens e críticas, o programa era posicionado como um produto inovador pela proposta como abordava os cidadãos comuns, o cenário televisivo desta época revela algumas estratégias comuns de acesso as classes populares por parte de programas como *Programa de Silvia Poppovic*, *Programa da Marcia*, *Casos de Família*.

A cumplicidade que a apresentadora cria com seus entrevistados, nos diversos programas, favorece uma adesão e estabelece uma recorrência do que se pode esperar destes produtos. *Muvuca*, por exemplo, não ressignifica os outros programas, porque tenta recriar um ambiente familiar para a conversação informal, caseira, cotidiana. Entretanto, aciona nos espaços do castelinho do Humaitá referências ao consumo da indústria cultural que convocam os telespectadores a visitarem o mundo de um programa de televisão e os bastidores das vidas privadas das celebridades. Não que a ideia mitológica presente nos famosos seja uma novidade com o *Muvuca*, mas ele nos mostra como o popular-massivo lida não só com os elementos que configuram uma certa tradicionalidade ou uma inventividade típica das classes populares. Revela, portanto, como o hegemônico opera na conformação de um produto que se pretende mediar a relação entre o mundo vivido e o mundo imaginado pelas classes populares.

O trato com a celebridades do *Muvuca* lida com uma indistinção entre o ator e o personagem, e o registro da vida privada do programa que se constrói no improviso tenta criar um dispositivo específico de aproximação e fascínio pelas celebridades. Vemos como eles comem, dançam, se divertem, como eles conversam no banheiro e a maneira como lidam com assuntos triviais como fazer compras e ter uma festa de aniversário-surpresa. A forma vigilante como *Muvuca* aborda a vida das celebridades não se prolonga nos programas posteriores a ele, mas a maneira íntima, que indica uma relação de amizade entre Regina Casé e seus convidados, revela os critérios de escolha pessoal de Casé com a presença deles nos programas, e, portanto, marca o personalismo que seus produtos adquirem a partir do *Muvuca*.

Muvuca pode ser visto, em boa parte, como descontinuidade, tomando as experiências de *Programa Legal* e *Brasil Legal*, por conta da supressão do registro *in loco*. Em boa parte, porque, ainda que a concentração das ações dentro do ambiente doméstico possa ser vista como um traço de ruptura, a forma como essa entrada nos momentos privados opera, a partir de uma relação com as celebridades, revela uma diferença diante dos programas anteriores, que vai ser cristalizada com *Central da Periferia* e, principalmente, com o *Esquentar!*. Neste sentido, vemos que a humanização da celebridade, a partir das entrevistas dos convidados e da performance da apresentadora, reforça o próprio lugar de celebridade de Casé. Todos os célebres se

mostram, no espaço da intimidade, porque estão num lugar familiar para eles. Não é qualquer casa, é a casa de Regina Casé.

Neste sentido, a presença das celebridades elimina o sentido de celebração do homem comum que tentava consolidar-se desde *Programa Legal* e *Brasil Legal*. O espaço doméstico aberto aos célebres limita a entrada das classes subalternas apenas pelas condições dos sujeitos enquanto trabalhadores, na relação com as atividades da casa. A empregada doméstica, o carteiro, o vendedor, as operadoras do *sex phone*, tanto outros personagens que aparecem para marcar o lugar distinto das celebridades. Os relatos das entrevistas operacionalizam a trivialidade e reforçam os sentidos inusitados de certas situações do cotidiano brasileiro, como a bússola comprada para o presente de Malu Mader, ou os dilemas das operadores do telesexo ao lidar com o desejo através do telefone. Se, em *Brasil Legal*, as classes subalternas eram celebrizadas pelo viés ordinário, um processo de continuidade a partir de *Programa Legal*, em *Muvuca*, vemos que a hierarquização do povo como “outro”, fora do universo celebrizado da televisão, reforça o popular a partir das lógicas dominantes da indústria cultural.

Vemos a marca dos talk shows ainda presente na forma que o *Muvuca* se constrói, a partir da relação íntima e carismática entre apresentadora e convidados. O carisma e a descontração operam, no *Muvuca*, através das marcas do humor, elemento residual que tem papel importante na consolidação do estilo dos programas de Casé na TV Globo. Além do papel de amiga e conselheira, Casé explora a tematização da vida privada pelo humor debochado e escrachado, característica que vemos se consolidar desde os programas anteriores. No que tange a sua forma, *Muvuca* põe em prática uma experimentação em torno da ideia de confinamento e acompanhamento da vida privada, uma marca de ruptura que vai se consolidar com o surgimento dos realities shows no Brasil, a partir dos anos 2000.

Essa maneira íntima de se relacionar com os membros do universo artístico ganha outro sentido em *Central da Periferia*, ao assumir um foco nas periferias brasileiras, aproveitando um contexto específico de crescimento das classes C e D. A intimidade, na performance de Regina Casé, se amplia para uma construção como defensora e difusora das classes periféricas, das expressões culturais específicas destas localidades, possibilitando uma visibilidade a bandas e grupos populares que dá ao programa um

caráter de singularidade, diante da produção televisiva brasileira, no que diz respeito à abordagem das periferias.

Este movimento na televisão tem um fator político envolvido com o seu valor estético, o que significa que as expressões das classes populares operam ao exibir suas formas de resistência. Ou seja, como a construção de uma vulgaridade de uma estética popular ao mesmo tempo que posiciona politicamente uma relação de classes sociais na operação da lógica dominante, revela o valor de resistência que estas experiências carregam (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 203). Ao mesmo tempo, o dominante atravessa o discurso sobre as classes populares a todo tempo, principalmente com a presença de artistas já consagrados na indústria cultural funcionando, ali no programa, como exemplos de superação e de ascensão social.

A experiência dos sujeitos, que a televisão convoca, opera a partir das lógicas da desigualdade social, são as classes populares que se reconhecem nos produtos culturais da cultura de massa, através das estratégias que retomam algumas formas delas mesmas verem o mundo, de senti-lo e de expressá-lo. Por isso, reconhecemos, nos programas de Regina Casé na Rede Globo, como eles se constroem pelo funcionamento do popular no massivo, um processo de intensa hibridização e reelaboração das formas e linguagens dos produtos de massa, que configuram a junção de elementos locais, nacionais e estrangeiros, costurados pelos elementos da ordem do folclore e da cultura popular. Esta dimensão de reconhecimento das classes nas materialidades do programa constrói esta relação imbricada que os gêneros televisivos acionam, uma retro-alimentação entre as esferas da produção e da recepção. Isso porque, se o telespectador se reconhece, reconhece suas práticas sociais e suas sociabilidades no programa, os produtos televisivos também constroem o telespectador, posicionam este sujeito em um universo de expectativas.

Reconhecemos como elemento dominante, em *Central da Periferia*, a forma como as marcas do gênero programa de auditório são acionadas pelo programa. A presença de uma plateia que configura a multidão, que reage de maneira uníssona aos comandos da “mestra de cerimônia” nos indica um traço contínuo, ainda em atividade, de como os diversos programas de auditório, ao longo da história, trazem o povo para televisão. Outro ponto que aparece com bastante força em *Central da Periferia* é a

performance de Regina Casé: neste programa específico, há um reforço ainda maior numa gestualidade extravagante, aberrante, que é reforçada também com o uso das roupas brilhantes e decotadas, exibindo as formas do corpo de apresentadora. O corpo de Casé é explorado como parte constitutiva da cena, e os elementos que compõem sua performance “popular” reforçam o sentido de proximidade com o cotidiano das periferias.

Os programas analisados parecem convocar estas formas de reconhecimento do povo a partir de matrizes populares dos sujeitos: a comicidade, a emoção, o drama, o consumo musical e cultural dos produtos de massa, a conversação informal. A presença dos grupos musicais, originários das comunidades retratadas, revelam o processo histórico com que a televisão se apropriou da música enquanto consumo cultural, a partir do programa de auditório. O consumo musical na televisão aparece, ainda nos anos 1960, com os primeiros festivais e tinham uma ligação com a juventude, prezavam por uma construção identitária através da música. *Em Central da Periferia*, essa operação é ressignificada para dar visibilidade aos produtos musicais das periferias e mostram uma certa ruptura do programa ao divulgar os artistas e grupos periféricos.

O programa sustenta-se na estratégia de construir-se como único, no cenário televisivo. Entretanto, reconhecemos que a forma como *Central da Periferia* enquadra a presença desses grupos populares se dá a partir dos dramas cotidianos, das condições específicas das classes subalternas em reinventar mecanismos de difusão musical dentro das comunidades, uma forma dominante de constituir o popular na televisão. A trajetória de Regina Casé reconhecida pelo trato com as periferias se fortalece com o produto a partir da lógica do espetáculo popular. Ainda que as reportagens, dentro do programa, mostrem uma tentativa de explorar os cotidianos das localidades, o espetáculo musical faz referência a uma matriz importante na cultura brasileira, o divertimento, o entretenimento popular.

Este elemento matricial se destaca por uma capacidade que esses produtos têm de lidar com as especificidades das classes populares. A celebração, a festa, a animação constroem um sentido de que é possível o brasileiro se divertir e falar sério, ou falar sério se divertindo. Aqui, a perspectiva bakhtiniana (BAKHTIN, 1987) nos ajuda a enxergar como a celebração festiva, um mecanismo de extravasamento, funciona como

meio de expressão para atingir uma ampla maioria a partir de performances menos sérias. O espontâneo e o risível configuram esse jeito descontraído de ver o mundo, diminuindo e despolitizando diferenças sociais e culturais importantes da sociedade brasileira.

Esse sentido festivo se fortalece com a consolidação do *Esquentá!* e as construções feitas pelo programa no acesso as experiências populares se dá pelo tom carnavalesco, mas tenta trazer para este contexto comunicativo da festa enunciados da opinião pública, como se os assuntos sérios fizessem parte da vida cotidiana e devessem ser encarados por uma espécie de carnavalização da consciência. As violências recorrentes aos membros das classes populares são retratadas pelo programa, mas enquadradas pela maneira como estes grupos populares subvertem as lógicas dominantes da sociedade capitalista, a desigualdade social e o imperialismo cultural predominantes, a partir das expressões culturais. O samba, que tem um papel importante de acesso a memória histórica do público, funciona como subterfúgio para os problemas sociais.

A maneira como os elementos da cultura popular são acionados dentro do *Esquentá!* parecem remeter a todos os programas, nas suas especificidades, convocando a ideia de que este é o produto que engloba as diversas experimentações do Núcleo Guel Arraes em parceria com Regina Casé. A ideia de tribuna popular tenta construir um sentido de que o programa une todas as camadas da sociedade brasileira. Entretanto, pudemos perceber que há uma hierarquização dos sujeitos presentificados no programa, que aparece desde o *Programa Legal*, com a ideia do ‘programa de índio’. O *outro*, no *Esquentá!*, refere-se ao público da plateia, que não tem o mesmo espaço no programa que os convidados que se sentam no sofá. Os relatos da plateia funcionam como uma estratégia dupla de, ao mesmo tempo, legitimar as experiências do povo num programa que tenta se dirigir as classes subalternas, e também roteirizar as ações de acordo com os temas propostos em cada edição.

O valor distintivo das celebridades, que é visto com bastante destaque no *Muvuca*, é construído no *Esquentá!* para reforçar um sentido de família – reforçamos aqui, a partir das análises, que a família *Esquentá!* é formada pelos convidados de Regina Casé, e ela mesma ocupa lugar diferenciado dentro desta família. A ideia de proximidade com o

ambiente familiar é trabalhada no *Esquenta!* desde a primeira temporada, com a reprodução de uma roda de samba e, por este caminho, vemos que a proposta de realizar entrevistas numa roda de samba aparece também em *Programa Legal*, em *Brasil Legal* e no *Muvuca*. Os hábitos cotidianos do brasileiro são materializados no *Esquenta!* não só com a roda de samba, mas também com quadros que trazem gastronomia, que falam dos pratos típicos das diferentes regiões do Brasil, ou mesmo com a reprodução de atividades profissionais, como o caso que descrevemos no capítulo analítico em que a cantora Valesca Popozuda mostra o trabalho de frentista. A reprodução dos hábitos cotidianos, por exemplo, foi uma marca bastante explorada no *Muvuca*, que enquadrava essas ações pela lógica do confinamento.

A tematização da vida cotidiana pode ser vista no *Esquenta!* como um elemento de construção da conversação, que reforça a temática de cada edição, e pontua a presença tanto dos convidados-celebridades como do público da plateia. A partir do *Esquenta!*, tomando como referência os programas anteriores, percebemos como o programa consolidou convenções na maneira como lida com a vida privada e, principalmente, com o cotidiano das classes populares. Considerar, atualmente, o *Esquenta!* como um programa pacificado na grade da TV Globo significa reconhecer como a abordagem específica dos programas de Casé desde *Programa Legal* em relação as classes populares se configura com as estratégias de um núcleo de direção que se pretende experimental e inovador.

Muito do valor popular construído nos programas se deve a performance de Regina Casé, a maneira como introduz em sua figura nos programas os mais diversos elementos e signos da cultura popular-massiva, na forma de falar e nos gestos que criam a proximidade com o telespectador. É esta performance que parece acionar a interação com telespectador, construídos como membros das classes populares. Esta convocação aparece nos relatos expostos pelo auditório e o próprio sentido de coletividade que aparece no *Esquenta!*. Neste sentido, podemos dizer que a performance popular de Regina opera no trato com as identidades, em criar esta relação de reconhecimento e de alteridade.

A localização destes programas no Núcleo Guel Arraes, da Rede Globo, atribui um sentido de qualidade diante das outras formas de expressão dos gêneros televisivos,

a partir de uma lógica que posiciona o popular nestes programas como “diferenciado”. O aspecto valorativo é empregado pelo tratamento específico dado ao popular a partir da tematização da vida privada. São elementos que, no Núcleo Guel Arraes, conformam um estilo, ou uma gramática específica de lidar com as classes populares – e de acionar elementos da cultura nacional a partir de outros produtos produzidos sob esta “marca” – desde adaptações da literatura brasileira, criação de programas de humor, filmes que foram adaptados para a televisão, etc..

Em cada programa, essa operacionalização da vida ordinária das classes populares se deu de uma maneira específica, mas há uma tentativa, a partir dos materialidades do programa, de posicioná-los como espaços de resistência. Entretanto, a perspectiva histórica aplicada nesta pesquisa, preocupada em entender a maneira como o popular se constrói em cada programa, permitiu visualizarmos como os procedimentos culturais que envolvem os gêneros televisivos estão imbricados nas lógicas mercadológicas e, portanto, evidenciam os pontos de tensão, de clivagem.

A abordagem historicizada para pensar a possibilidade de construção do *Esquenta!*, a partir das experiências anteriores de Regina Casé na TV Globo, possibilitou encontrarmos nas diferentes temporalidades a maneira como o popular, na emissora, foi transformado. Configura-se como dominante, a partir da análise dos programas, uma representação do popular como sendo um elemento configurador de uma “brasilidade”: as formas expressivas da cultura brasileira, que nos fazem reconhecer-nos enquanto brasileiros, enquadradas pelo tom da novidade, por enquadramento do *exótico* revelado pelo programa, ao mesmo tempo revelando um sentido comunitário. Vemos que os programas de Regina Casé operam marcas constitutivas do que poderíamos chamar de gênero programa popular, a partir da construção simbólica do seu telespectador enquanto membro das classes subalternas. Entretanto, esta construção acontece a partir de uma linguagem que se pretende, a cada programa, inovadora e experimental, e muitos desses aspectos distintivos vistos no Núcleo Guel Arraes são construídos a partir de marcas dos diferentes gêneros televisivos, acionados pelos programas.

Como relatamos na introdução deste trabalho, optamos por um capítulo conclusivo que funcionasse, ao mesmo tempo, como espaço para pensar historicamente

as transformações do popular nestes programas, e como momento reflexivo sobre as propostas teóricas, apostas metodológicas e dificuldades encontradas durante o percurso. No nosso segundo capítulo, tomamos os estudos culturais como lugar de ancoragem e este caminho teórico se mostrou profícuo para a problematização do conceito de popular para análise de produtos televisivos. Vista como uma arena de consentimento e resistência, a cultura popular nos atravessa. Ela constrói nossas memórias, conforma nossas identidades e nossas práticas sociais. Por isso, as transformações na cultura popular indicam processos de disputas de subjetividades, e, portanto, as experiências e os produtos da cultura popular se redefinem.

A ideia do popular-massivo na cultura contemporânea, convocada pelos estudos culturais, nos ajudou a entender a relação de tensão eterna e de disputa por hegemonia, que configura o consumo televisivo e nos coloca diante dos momentos de cristalização e as tentativas de ruptura nos materiais da cultura de massa. Esta possibilidade analítica através da construção do popular como lugar da tensão nos mostrou uma relação dos corpos/sujeitos com as sociabilidades. Dentro deste primeiro movimento teórico, o conceito de gênero televisivo como categorial cultural (MARTÍN-BARBERO, 2008; GOMES, 2011a) funcionou como um guia metodológico para a construção de ângulos de análise. Este recurso possibilitou que, em vez de problematizarmos o gênero de cada programa, as questões de gêneros nos levassem para a forma como os produtos constroem o popular de maneira específica.

As articulações do conceito de gênero com os operadores analíticos *contexto comunicativo* e *performance* surgiram por uma própria demanda do trabalho de análise. Estes operadores lidam diretamente com a maneira como os sujeitos se inscrevem simbolicamente nas formas materiais do programa, relacionando marcas expressivas e discursivas com o contexto dos produtos. Acreditamos que os dois conceitos, aliados a perspectiva de gênero como categoria cultural, sustentam nosso percurso analítico na tentativa de mostrar as transformações do popular nos programas do corpus empírico. Eles funcionaram, de maneira bastante proveitosa, para olhar a construção do espaço comunicativo do programa, a maneira como os corpos dos sujeitos são performatizados dentro dele, além de indicar como o contexto dos programas se inserem na relação com o popular em cada um deles.

No capítulo *Historicidades do popular na televisão brasileira*, recorremos ao conceito de estrutura de sentimento como suporte, a partir das diversas temporalidades que configuram os produtos situados em um modo de vida específico, para percorrer os elementos históricos constitutivos do popular na televisão brasileira. Para além de uma mera contextualização *a priori*, deslocada da análise dos textos, a ideia de uma perspectiva historicizada encontrou, com estrutura de sentimento, um aporte para observar como os elementos dominantes, residuais e emergentes configuram o popular nos produtos brasileiros. Nossa tentativa, com este capítulo, foi mostrar como podemos enxergar o processo de construção de convenções e rupturas, continuidades e descontinuidades do popular na televisão brasileira para, então, ver como os diversos tempos históricos são acionados nos programas do nosso corpus. Acreditamos que houve um esforço bem-sucedido quanto a este mapeamento, entretanto, reconhecemos que diversos momentos da história da televisão e da brasileira não foram contemplados, por conta da dimensão do nosso trabalho.

A opção, no nosso capítulo analítico, ao fazer um processo investigativo a partir da cronologia dos programas, era evidenciar a totalidade do processo comunicativo, dando conta dos elementos históricos e das suas transitoriedades. Mais uma vez, o conceito de estrutura de sentimento é profícuo, neste caso, porque a ideia das diversas temporalidades percorre todo o trabalho. A análise em ordem cronológica possibilitou, também, reconhecer as transformações levando em conta as experiências televisivas anteriores como configuradoras do programa *Esquenta!*. Nossa principal dificuldade, no capítulo analítico, foi com a composição do corpus empírico, diante da dificuldade de acesso aos materiais exibidos pela emissora, o que dificultou analisar mais a fundo como algumas estratégias de cada programa são repetidas, testadas ou suprimidas.

Acreditamos que esta dissertação colabora no sentido de reforçar o popular a partir dos estudos culturais, além de tentar mostrar de que forma os tensionamentos e disputas entre dos programas televisivos, na sua relação com as práticas sociais e com as classes populares, são importantes para que entender como o popular se transforma na televisão brasileira. A partir das problematizações, corroboramos com Martín-Barbero (2008), ao tomar os gêneros televisivos como espaço-chave para olhar porque as classes populares “investem desejos e extraem prazer” de uma cultura que nega o povo enquanto sujeito, ao mesmo tempo em que demanda cultural da classe popular é

transformada em demanda de consumo de massa.

Esta perspectiva nos direciona, portanto, para os momentos de afirmação e de negação do popular no massivo, “isto é, indagar os mecanismos, as operações através das quais a memória popular entre em cumplicidade com o imaginário de massa” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 120), possibilitando entender como o massivo recupera e se apoia sobre a cultura popular. Ao mesmo tempo, é importante considerar que o massivo pode ser visto também como uma mediação histórica do popular, o que significa não só olhar para os seus conteúdos e as maneiras pelas quais os programas se apropriam das expressões populares, como também as expectativas e os sistemas que conformam o gosto popular, a maneira como o massivo estrategicamente molda esses esquemas de valoração.

É preciso considerar que, no popular massivo, vemos claramente como essa ambiguidade é marcada pelas disputas em torno da hegemonia. As transformações do popular nos programas de Regina Casé mostram uma ideia de Brasil democrático e um estilo de vida essencialmente brasileiro, na maneira como abordam os temas das classes populares. Temos a impressão de que todas as experiências expressas das classes subalternas possuem um traço de igualdade com nossas vidas, impressão criada pela própria linguagem dos programas. Há uma tentativa de construir essa ambiência comum a todos os brasileiros a partir de uma perspectiva do comum que também é heterogêneo. É perspectiva do popular que nos indica os enquadramentos do popular através do hegemônico, que o entende pela lógica de um “outro” distante, hierarquizado, subalterno, muitas vezes despolitizando suas formas de resistência diante da dominação cultural. Acreditamos que o trabalho contribui, em certa medida, para a maneira como percebemos a hegemonia em disputa na televisão brasileira e como as classes subalternas são convocadas nesta relação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMO, Bia. Um Brasil Legal demais em "Central da Periferia". *Folha de São Paulo*, São Paulo, 16 abr. 2006.
- ABREU, Gilberto. Brasil Legal reestreia em nova fase. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 15 abr. 1996.
- ALBUQUERQUE, João Luiz de. A arte de fazer amizades instantâneas. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 23 set. 1995.
- ALEXANDRE, Ricardo. **Dias de luta: o rock e o Brasil dos anos 80**. 2 ed. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.
- ALMEIDA, Cynthia de. A realidade supera a piada. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 18 abr. 1991.
- ALMEIDA JR, Ataíde. Programa "Almoço com as estrelas" durou 23 anos e trouxe convidados especiais. **Divirta-se mais**, 05 jul. 2015. Disponível em <http://df.divirtasemais.com.br/app/noticia/tv/2015/07/05/noticia_tv,154606/programa-almoco-com-as-estrelas-durou-23-anos-e-trouxe-convidados-especiais.shtml>. Acesso em 14 abr. 2015.
- ALPENDRE, Sérgio. Panfletário e acrítico, 'Que Horas Ela Volta?' é caricatura mediana do país. Ilustrada, **Folha de São Paulo**, 23 set. 2015. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/09/1685179-panfletario-e-acritico-que-horas-ela-volta-e-caricatura-mediana-do-pais.shtml>>.
- AMADO, Jorge. **Tenda dos Milagres**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- ANG, Ien. Dallas and the ideology of mass culture [1985]. In: DURING, Simon (Ed.). **The Cultural Studies Reader**, London/New York, Routledge, 1997, p. 403-420.
- APOLINÁRIO, Sônia. Regina Casé e ex-piratas voltam ao ar na Globo em 'Programa Legal'. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 08 abr. 1991.
- ARAÚJO, Carlos Alberto. Dramas do cotidiano na programação popular da TV brasileira. In: FRANÇA, Vera (Org.). **Narrativas televisivas: programas populares na TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- ARAÚJO, Carolina G. **Telejornalismo e a temática policial no Brasil: análise cultural de gênero dos programas Brasil Urgente e Cidade Alerta**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2014.
- ARRUDA, Lilian. Iluminadora de vidas anônimas. **O Globo**, Rio de Janeiro, 19 dez. 1994.
- AZEVEDO, Eliane. A dupla do riso: em Programa Legal, Regina Casé e Luís Fernando Guimarães fazer o melhor humor do vídeo. **Revista Veja**, São Paulo, 2 out. 1991.
- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**. São Paulo; Brasília: Editora UNB, 1987.
- BARRETO, Marcelo. Culto ao corpo e ao bom humor: Programa Legal no universo da beleza. **O Globo**, Rio de Janeiro, 13 ago. 1991.
- BARROS E SILVA, Fernando de. Regina Casé fez o Brasil de 96 mais legal. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 05 jan. 1997.

- BARTOLOMEI, Marcelo. Programa de Regina Casé mostra "ações legais" da periferia. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 02 abr. 2006.
- BECKER, Beatriz. O sucesso da telenovela “Pantanal” e as novas formas de ficção televisiva. In: GOULART, A. P., SACRAMENTO, I. & ROXO, M. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.
- BERGAMO, Alexandre. A reconfiguração do público. In: GOULART, A. P., SACRAMENTO, I. & ROXO, M. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.
- BOERE, Natália. Ernesto Varela, personagem de Marcelo Tas que desconcertava políticos, será lembrado em DVD. O Globo, Rio de Janeiro, 30 set. 2013. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/ernesto-varela-personagem-de-marcelo-tas-que-desconcertava-politicos-sera-lembrado-em-dvd-10182134#ixzz47UzAtNw2>>. Acesso em 8 out. 2015.
- BRAGA, José Luiz. ‘Lugar de fala’ como conceito metodológico no estudo de produtos culturais e outras falas. In: FAUSTO NETO, Antonio & PINTO, Milton (Orgs.). **Mídia e Cultura**, Rio de Janeiro, Diadorim/Compós, 1997.
- BRANDÃO, Cristina. As primeiras produções teleficcionais. In: GOULART, A. P., SACRAMENTO, I. & ROXO, M. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.
- BRASIL, André. A performance: entre o vivido e o imaginado. In: **ANAIS DA XX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS**. Porto Alegre, UFRGS, 2011.
- Brasil. Câmara dos Deputados. Comissão de Direitos Humanos e Minorias. **Quem financia a baixaria é contra a cidadania: uma campanha pela valorização dos direitos humanos na televisão**. Relatório. Brasília, 2004.
- BRITTO, Thaís. Regina Casé bota para esquentar. **O Globo**, Rio de Janeiro, 02 jan. 2011.
- BRITTOS, Valério & SIMÕES, Denis. A reconfiguração do mercado de televisão pré-digitalização. In: GOULART, A. P., SACRAMENTO, I. & ROXO, M. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.
- BORELLI, Silvia H. Simões; PRIOLLI, Gabriel (coords.). **A Deusa Ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência**. São Paulo: Summus, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. A Economia dos bens simbólicos. In: BORDIEU, P. **Razões Práticas: Sobre a teoria da ação**. SP: Papirus, 1996.
- BUARQUE DE HOLLANDA, Heloisa. Asdrúbal trouxe o trombone. 1 ed. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2004.
- CAMARGO, Zeca. Regina Casé inventa fórmula genial. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 22 out. 1995.
- CANCLINI, Néstor Garcia. As identidades como um espetáculo multimídia. In: CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**. 8 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas híbridas: entrar y salir de la modernidad**. 3 ed. Buenos Aires: Editorial Paidós, 2001.

- CANCLINI, Néstor Garcia. **Cultura popular**: de la épica al simulacro. Quaderns Portàtils. Barcelona: Museu d'Art Contemporani de Barcelona, 2007.
- CASÉ agita a restinga. **Jornal Zero Hora**, Porto Alegre, 21 ago. 2006.
- CASTRO, Daniel. 'Brasil Legal' deve voltar à Globo em 2003. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 13 nov. 2002.
- CASTRO, Daniel. Cabeça. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 27 fev. 2006a.
- CASTRO, Daniel. Regina Casé 'revela' velhos talentos de SP. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 29 mar. 2006.
- CAVALCANTI, Moema. A adolescência imaginária. **Revista Veja**, São Paulo, 27 ago. 1997.
- CAVERSAN, Luiz. Programa Legal esbanja talento e dá de 10 em todos os concorrentes. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 03 out. 1991.
- CHAVES, Sarah. **“Tenho cara de pobre”**: Regina Casé e a periferia na TV. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2007.
- COSTA, Marília H. G. **O modo de endereçamento do Globo Repórter**: uma análise a partir de três períodos historicamente distintos. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2009.
- CROCOMO, Fernando. **O uso da edição não-linear digital**: as novas rotinas no telejornalismo e a democratização de acesso à produção de vídeo. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.
- DAHER, Valquíria. “A vida não pode ser mais mixuruca do que a arte”. **O Globo**, Rio de Janeiro, 06 mai. 2007.
- DAUROIZ, Alline. No calor da hora: Regina Casé estréia 2º ano do Esquentá! E nega privilégio à classe C. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 11 dez. 2011.
- D'OLIVEIRA, Gêisa & VERGUEIRO, Waldomiro. Humor na televisão brasileira: o interessante e inusitado caso do programa Os Trapalhões. **Revista USP**, n. 88. São Paulo dezembro/fevereiro 2010-2011.
- DURST, Rogério. Regina Casé descobre o Brasil e se supera. **O Globo**, Rio de Janeiro, 19 mai. 1995.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. De gastadores a econômicos: uma narrativa midiática de transformação do estilo de vida dos segmentos populares em ascensão. In: **XXIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação/Compós**, Belém do Pará, maio de 2014 (Trabalho apresentado no GT de Estudos de Televisão).
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Introdução aos Estudos Culturais. In: **Revista FAMECOS**, n. 9, Porto Alegre, dezembro 1998.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Uma releitura de um clássico dos estudos culturais: As Utilizações da Cultura ([1957] 1973). In: GOMES, I. M. M. & JANOTTI JR, J (Orgs.). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: Edufba, 2011.
- ESQUENAZI, Rose. Uma no ar, outra nos bastidores. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro,

18 mai. 1995.

- EU, TU, ELES ou uma mulher com três maridos num país machista. Cinema. Portal Terra, 16 mai. 2000. Disponível em <<http://www.terra.com.br/cinema/noticias/2000/05/16/011.htm>>. Acesso em 21 jul. 2015.
- FECHINE, Ivana. O Núcleo Guel Arraes e sua “pedagogia dos meios”. **E-Compós** - Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, ed. 8., abril, 2007^a.
- FECHINE, Yvana. O vídeo como um projeto utópico de televisão. In: MACHADO, Arlindo (Org.). **Made in Brasil: três décadas do vídeo brasileiro**. São Paulo: Iluminuras – Itaú Cultural, 2007b.
- FECHINE, Yvana. Televisão e experimentalismo: o núcleo Guel Arraes como paradigma. In: **ANAIS DO XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação**, Belo Horizonte, setembro de 2003.
- FECHINE, Yvana & FIGUERÔA, Alexandre. Guel Arraes: do *Cinéma Verité* à Dramaturgia na TV. In: **XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Salvador, set. 2002a.
- FECHINE, Yvana & FIGUERÔA, Alexandre. Subvertendo as fórmulas, reiventando os formatos: entrevista com Guel Arraes. **Galáxia**, n. 4, 2002b.
- FERNANDES, Lilian. Um jeito legal de fazer entrevistas. **O Globo**, Rio de Janeiro, 8 nov. 1998.
- FERNANDES, Lilian. Vida colorida, mas com tons cinzentos. **O Globo**, Rio de Janeiro, 30 abr. 2006.
- FRANÇA, Renné O. A construção do herói: a glamourização do popular no *Domingão do Faustão*. In: FRANÇA, Vera (Org.). **Narrativas televisivas: programas populares na TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- FRANÇA, Vera. A TV, a janela e a rua. In: FRANÇA, Vera (Org.). **Narrativas televisivas: programas populares na TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.
- FREIRE FILHO, João. A celebração do ordinário na TV: democracia radical ou neopopulismo midiático? In: FREIRE FILHO, J. & HERSCHMANN, M (Orgs.). **Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos, audiências**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- FREIRE FILHO, João & HERSCHMANN, Micael. Funk carioca: entre a condenação e a aclamação da mídia. **Revista Eco-pós**, v. 6, n. 2, ago/dez. 2003.
- FUCUTA, Brenda. 'Programa Legal' acerta o tom no ritmo country. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 18 jul. 1991.
- FINOTTI, Ivan. Guel Arraes quer comédia tradicional. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 30 abr. 1995.
- GARCIA, Lauro Lisboa. Povo do Brasil Legal é bonito e divertido: Regina Casé acerta ao deixar seus entrevistados em primeiro plano. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 24 set. 1995.
- GIRÓN, Luís Antônio. Globo faz plágio da MTV em 'Programa Legal'. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 14 abr. 1991.

- GLOBO investe no popular em 99. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 21 mar. 1999.
- GOMES, I. M. M. & JANOTTI JR, J. Apresentação. In: GOMES, I. M. M. & JANOTTI JR, J (Orgs.). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: Edufba, 2011.
- GOMES, Itania Maria Mota. Articulações entre música e tecnocultura no Led Zeppelin. In: **XXIV Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação/Compós**, Brasília, julho de 2015 (Trabalho apresentado no GT de Estudos de Som e Música).
- GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e Recepção**: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro: E- Papers, 2004.
- GOMES, Itania Maria Mota. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. **Revista Famecos**, v. 18, n. 1. Porto Alegre, janeiro/abril de 2011a.
- GOMES, Itania Maria Mota. O *infotainment* na televisão. In: **XVIII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação/Compós**, Belo Horizonte, junho de 2009 (Trabalho apresentado no GT de Mídia e Entretenimento).
- GOMES, Itania Maria Mota. O Jornal Nacional e as estratégias de sobrevivência econômica e política da Globo no contexto da ditadura militar. In: **Revista FAMECOS**, v. 17, n. 2, Porto Alegre: maio/agosto 2010.
- GOMES, Itania Maria Mota. O que é o popular no jornalismo popular. In: FREIRE FILHO, João; GRANJA COUTINHO, Eduardo; & PAIVA, Raquel (Orgs.). **Mídia e Poder: ideologia, discurso e subjetividade**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2008.
- GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós**. n. 8, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/126/126>>. Acesso em: 16 abr. 2015.
- GOMES, Itania Maria Mota. Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento in JANOTTI JR., Jeder & GOMES, Itania Maria Mota (Orgs.). **Comunicação e Estudos Culturais**, Salvador, Edufba, 2011b, pg. 29-48.
- GOULART, A. P. & SACRAMENTO, I. A renovação estética da TV. In: GOULART, A. P., SACRAMENTO, I. & ROXO, M. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2011.
- GOULART, A. P., SACRAMENTO, I. & ROXO, M. Introdução: televisão e história. In: GOULART, A. P., SACRAMENTO, I. & ROXO, M. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2011.
- GRAMSCI, A. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.
- GRAMSCI, A. **Cuadernos de la cárcel - tomo 5**. México D.F: Ediciones Era, 1999a.
- GRAMSCI, A. **Cuadernos de la cárcel - tomo 6**. México D.F: Ediciones Era, 1999b.
- GUTMANN, J. F. Contexto comunicativo: pensando um operador para análise de estratégias comunicativas no telejornalismo. In: **Rumores**, São Paulo, v. 7, n. 14, jul./dez. 2013a.

- GUTMANN, J. F. Entre tecnicidades e ritualidades: formas contemporâneas de performatização da notícia na televisão . In: **ANAIS DA XXII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS**, Salvador, UFBA, 2013b.
- GUTMANN, Juliana F. **Formas do telejornal**: linguagem televisiva, jornalismo e mediações culturais. Salvador: Edufba, 2014.
- GUTMANN, J. F. Quando a ruptura é convenção: a MTV Brasil como espaço de experiência do talk show. In: **ANAIS DA XXIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS**, Belém do Pará, UFPA, 2014.
- GUTMANN, Juliana F. **Jornal da MTV em três versões**: gênero e modo de endereçamento como estratégias de mediação musical. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Universidade Federal da Bahia.
- HALL, Stuart. Estudos Culturais: dois paradigmas. In: SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009, p. 123-150.
- HALL, Stuart. Notas sobre a desconstrução do “popular”. In: SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009, p. 231-247.
- HALL, Stuart. Pensando a diáspora: reflexões sobre a terra no exterior. In: SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009, p. 25-48.
- HALL, Stuart. Que “negro” é esse na cultura negra?. In: SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009, p. 317-331.
- HAMBURGER, Esther. Xuxa e Regina exploram cumplicidade. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 02 jan. 1995.
- HOGGART, Richard. **The Uses of Literacy**: aspects of working-class life, with special reference to publications and entertainments. 2 ed., New Jersey, Transaction Publishers, 2000.
- JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. 1 ed. Salvador, Edufba, 2002.
- KILPP, Suzana. Mundos imaginados do Muvuca. In: KILPP, Suzana. Sentidos identitários na TV: moldurações homológicas e tensionamentos. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2003.
- KLEINPAUL, Bianca. Regina Casé estréia como diretora na microssérie 'Cidade dos homens', que estréia nesta terça-feira. **Globonews.com**, Rio de Janeiro, 2002.
- KOGUT, Patrícia. No ar, notícias ‘positivadas’: Regina Casé comemora o sucesso de seu programa, 'Brasil legal'. **O Globo**, Rio de Janeiro, 25 jun. 1995.
- KOGUT, Patrícia. Onde está o Tom do Cajueiro. **O Globo**, Rio de Janeiro, 11 jan. 2009.
- LINS, Paulo. **Desde que o samba é samba**. São Paulo: Editora Planeta, 2012.
- MACHADO, Arlindo. A invenção da televisão brasileira. In: BORGES, Gabriela & FREIRE FILHO, João. **Estudos de televisão**: diálogos Brasil-Portugal. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.
- MAIA, Jussara P. **A parte pelo todo**: as marcas do telejornalismo no fluxo televisivo. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Cultura Contemporâneas

– Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**, São Paulo, Brasiliense, 1995, p. 39-46.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, (1987), 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo**: travesías latinoamericanas de la comunicaci3n en la cultura. Santiago: Fondo de Cultura Econ3mica, 2002.

MELLO, Victor A. **Lazer e camadas populares**: reflex3es a partir da obra de Edward Palmer Thompson. Revista Movimento, v.7, n.4. Porto Alegre: 2001.

MEM3RIA GLOBO. Rio de Janeiro: Organiza3es Globo. Dispon3vel em <<http://memoriaglobo.globo.com>>. Acesso em 12 out. 2015.

MENDONÇA, Kleber. Em “Linha Direta” com os novos padr3es para o telejornalismo. In: GOULART, A. P., SACRAMENTO, I. & ROXO, M. **Hist3ria da televis3o no Brasil**: do in3cio aos dias de hoje. S3o Paulo: Contexto, 2010.

MICELI, S3rgio. **A noite da madrinha**. 1 ed. S3o Paulo: Editora Perspectiva, 1972.

MIRA, Maria Celeste. **Circo Eletr3nico**: Silvio Santos e o SBT. 2. Ed. S3o Paulo: Edic3es Loyola, 2010.

MOREIRA, Diego. **Central da Periferia e a forma3o de um novo acontecimento discursivo na Rede Globo**. Disserta3o (Mestrado) – Programa de P3s-Gradua3o em Comunica3o – Centro de Artes e Comunica3o, Universidade Federal do Pernambuco, 2010.

MTV BRASIL nova com seriado da vida real, que estr3ia nesta quarta. **Folha de S3o Paulo**, S3o Paulo, 05 jul. 2000. Dispon3vel em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u1762.shtml>>. Acesso em 10 mar. 2016.

NAPOLITANO, Marcos. A MPB na era da TV. In: GOULART, A. P., SACRAMENTO, I. & ROXO, M. **Hist3ria da televis3o no Brasil**: do in3cio aos dias de hoje. S3o Paulo: Contexto, 2011.

NOGUEIRA, Kiko. Cr3nica de uma morte anunciada: como o dan3arino Douglas filmou sua execu3o em 2013. **Di3rio do Centro do Mundo**, informa3o eletr3nica, 23 abr. 2014. Dispon3vel em <<http://www.diariodocentrodomundo.com.br/cronica-de-uma-morte-anunciada-como-o-dancarino-douglas-filmou-sua-execucao-em-2013/>>. Acesso em 14 jan. 2016.

POLICIA indicia PM de UPP pela morte do dan3arino DG, h3 dez meses. **Globonews**, informa3o eletr3nica, 03 mar. 2015. Dispon3vel em <<http://g1.globo.com/globonews/noticia/2015/03/policia-indicia-policial-de-upp-pela-morte-do-dancarino-dg-ha-dez-meses.html>>. Acesso em 13 jan. 2016.

PROGRAMA LEGAL coloca Rio de S3o Paulo cara a cara. **O Estado de S. Paulo**, S3o Paulo, 01 out. 1991.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradi3o brasileira**: cultura brasileira e ind3stria cultural. S3o Paulo: Brasiliense, 2001.

- RADWAY, Janice. The institutional matrix of romance. In: DURING, Simon (Ed.). **The Cultural Studies Reader**, 4ª, London/New York, Routledge, 1997, p. 438-454.
- RAMOS, José Mario. Notas sobre a comicidade e a modernização audiovisual. **INTERCOM – Revista Brasileira de Comunicação**, v. 15, n. 2, São Paul, jul/dez 1992.
- REIS, Leila. Regina Casé melhora o sábado na TV. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 21 nov. 1998.
- REGINA CASÉ é mentirosa e cretina', diz mãe de dançarino morto. **Pragmatismo Político**, informação eletrônica, 24 nov. 2014. Disponível em <<http://www.pragmatismopolitico.com.br/2014/11/regina-case-e-mentirosa-e-cretina-diz-mae-de-dancarino-morto.html>>. Acesso em 07 dez. 2015.
- REGINA Casé requeenta Brasil Legal em Muvuca. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 8 nov. 1998.
- REGINA CASÉ volta à TV como programa de auditório aos domingos. Disponível em <[http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/12/regina-case-volta-tv-como-programa-de-auditorio-aos-domingos](http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/12/regina-case-volta-tv-como-programa-de-auditorio-aos-domingos.html)>.html
- REVISTA CAPRICHOS. O Legal do Programa Legal. Editora Abril: 01 fev. 1991. Disponível em <<http://www.marcelotas.com.br/imprensa-reportagens-interna.php?idConteudo=82>>. Acesso em 10 fev. 2015.
- ROSA, Renata. Humor pós-moderno: no rastro do movimento multiculturalista. **Revista Contrapontos**, v.4, n. 3. Itajaí, 2004.
- ROSS, Andrew. The popularity of pornography. In: DURING, Simon (Ed.). **The Cultural Studies Reader**, 4ª, London/New York, Routledge, 1997.
- ROCHA, Maria Eduarda. O Núcleo Guel Arraes, da Rede Globo de Televisão, e a consagração cultural da "periferia". In: **Sociologia & Antropologia**, v. 03, n. 06, novembro de 2013.
- SÁ, Nelson de. 'TV Pirata' fez 50 anos em 5. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 10 jan. 1993.
- SACRAMENTO, Igor & ROXO, Marco. Populismo e o neopopulismo no jornalismo televisivo brasileiro. Salvador, **XXII COMPÓS**, 2013. (Trabalho apresentado no GT de Televisão)
- SANTOS, Walmir. Tenho cara e mão de pobre", diz Regina Casé. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 18 ago. 2000.
- SINGER, André. Razões sociais e ideológicas do lulismo. **Novos Estudos**, n. 85, novembro de 2009.
- SCHECHNER, Richard. What is performance?. In: SCHECHNER, R., **Performance Studies: an introduction**. 2nd. Edition. New York/London: Routledge, 2006, p. 28-51
- SCHOLZE, Marianne. A periferia dela é o mundo. **Jornal Zero Hora**, Porto Alegre, 09 set. 2007.
- SILVA, Beatriz. Central da Periferia reformulado. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 15 dez. 2006.

- SILVA, Fernanda M. **Marcos históricos do talk show no Brasil**: uma análise dos programas Globo Gente e Jô Soares Onze e Meia. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 25, p. 123-134, jun. 2013.
- SILVA, F. M. & GUTMANN, J. F. Sobre textos e paratextos: construções metodológicas para análise da história cultural da TV no Brasil. Seminário Internacional Estudos de Televisão Brasil-França. Apresentação oral. **Não publicado**.
- SODRÉ, Muniz. **A comunicação do grotesco**: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil. 12 ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: 1972.
- SOUZA, Ana Cláudia. Colagem frouxa e confusa. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 17 abr. 1997.
- SOVIK, Liv. Apresentação: Para ler Stuart Hall. In: SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009, p. 9-22.
- STRAW, Will. Characterizing rock music culture. In: DURING, Simon (Ed.). **The Cultural Studies Reader**, 4ª, London/New York, Routledge, 1997.
- TELÉSFORO, João. “Esquenta!”, DG e a disputa pela representação da nova classe trabalhadora. **Revista Fórum**, informação eletrônica, 29 abr. 2014a. Disponível em < <http://www.revistaforum.com.br/2014/04/29/esquenta-dg-e-disputa-pela-representacao-da-nova-classe-trabalhadora/>>. Acesso em 14 dez. 2015.
- TELÉSFORO, João. Regina Casé, a Globo e a suposta denúncia da violência policial. **Portal Viomundo**, informação eletrônica, 28 abr. 2014b. Disponível em < <http://www.viomundo.com.br/voce-escreve/regina-case-a-globo-e-o-consumitariado.html>>. Acesso em 14 dez. 2015.
- TINHORÃO, José Ramos. **Música popular**: do gramofone ao rádio e TV. São Paulo: Editora Ática, 1981.
- TIRIBA, L. & VENDRAMINI, C. **Classe, cultura e experiência na obra de E. P. Thompson**: contribuições para a pesquisa em educação. *Revista HISTEDBR On-line*, n. 55. Campinas: março de 2014.
- TIRO matou dançarino Douglas Rafael da Silva, o DG. **Veja.com**, informação eletrônica, 23 abr. 2014. Disponível em < <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/tiro-matou-dancarino-douglas-rafael-da-silva-o-dg>>. Acesso em 16 out. 2015.
- THOMPSON, Edward Palmer. **Algunas observaciones sobre clase y “falsa conciencia”**. *História Social*, n. 10, primavera-verão, 1991.
- THOMPSON, Edward Palmer. **The making of the English working class..** 2 ed. Nova Iorque: Vintage Books, 1966.
- TROTTA, Felipe. “Fugidinha”: gêneros musicais, periferias e ambiguidades. **Revista do GT de Literatura Oral e Popular da ANPOLL**, n. 16, Londrina, ago-dez. 2013.
- TROTTA, Felipe. Modernidade, mundialização e cultura internacional popular: Renato Ortiz e os estudos brasileiros. In: GOMES, I. M. M. & JANOTTI JR, J (Orgs.). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: Edufba, 2011.
- VALLADARES, Ricardo. São Paulo legal. **Revista Veja**, São Paulo, 05 mai. 1999.
- VILLALBA, Patrícia. Regina Casé põe a chapa para esquentar durante o verão. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 02 jan. 2011.
- VILLENA, Thomas. Nem luxo, nem lixo. **Jornal do Brasil**, Brasília, 12 abr. 2006.

- WERNECK, Alexandre. A periferia no centro da discussão. **Jornal do Brasil**, Brasília, 18 jun. 2006.
- WILLIAMS, Raymond. **A Política e as Letras**. 2013. São Paulo: Editora Unesp.
- WILLIAMS, Raymond. **Culture and society: 1780-1950**. Nova Iorque: Anchor Books, 1960.
- WILLIAMS, Raymond. Culture is ordinary [1958]. In: HIGHMORE, Ben (Ed.). **The Everyday Life Reader**. Londres: Routledge, 2002.
- WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura** (Trad. de Waltensir Dutra), Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1971] 1979.
- XEXÉO, Artur. Regina Casé, a nova Hebe Camargo. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 21 mai. 1995.
- ZAVALA, Rodrigo. Com Regina Casé, comédia nacional ironiza invasão comercial chinesa. **Uol Entretenimento Cinema**, informação eletrônica, 05 nov. 2014. Disponível em < <http://cinema.uol.com.br/noticias/reuters/2014/11/05/com-regina-case-comedia-nacional-ironiza-invasao-comercial-chinesa.htm>>. Acesso em 12 dez. 2015.
- ZUMTHOR, Paul. **Introdução à poesia oral**. Tradução: Jerusa Pires Ferreira, Maria Lúcia Pochat e Maria Inês de Almeida. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.