

Talk Show Agora é Tarde:

Quando a informação se transforma em piada

Adriana da Rosa¹

Raquel Marques Carriço²

RESUMO

Os talk shows brasileiros são programas televisivos que mais recentemente têm chamado às atenções de críticos e estudiosos da comunicação em função da sua boa receptividade em termos de audiência. Para sua permanência na grade da programação, tais programas precisam demonstrar certa representatividade lucrativa para as emissoras, e para tal, novos estilos e concepções estéticas são forjados para que nichos específicos de telespectadores venham a se identificar e a se tornar “audiência fidelizada” da programação. Mediante ao exposto, buscamos neste texto, de maneira exploratória em um estudo de caso, compreender a concepção estrutural do novo *talk show Agora é Tarde*, observando suas conexões de identificação estabelecidas com o telespectador. Nosso ponto de partida metodológico segue as ideias estabelecidas por Gomes (2011, p.02) quando diz que “o modo de endereçamento” é uma proposta que auxilia o pesquisador a olhar para o que é realmente próprio e peculiar ao conteúdo analisado. A partir do conceito apresentado, aplicamos nossas observações sobre quatro operadores de análise ao conteúdo estudado: mediador, contexto comunicativo, organização temática e o pacto sobre o papel do jornalismo no programa. Como resultado, percebemos quais características faz deste programa único em seu gênero e que acaba por atrair parte importante da audiência televisiva.

Palavras-chave: organizações, cultura organizacional, comunicação organizacional, teoria hipodérmica

¹ Estudante de Graduação 7º Semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe, UFS. E-mail: adriana-rosa2010@bol.com.br.

² Orientadora do trabalho. Doutora em Televisão e Cinema pela Universidade Nova de Lisboa, Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe, UFS. E-mail: raquelcarriço@gmail.com.

Introdução

Talk show é um termo de origem norte-americana que se tornou referência no Brasil em meados dos anos 60, com “*Bate Papo com Silveira Sampaio*”. De acordo com Garrido (2009, p.28), “o programa surgiu no rádio, na década de 40, e com a implantação da TV no Brasil ganhou espaço também na TV”. Sendo assim, Silveira Sampaio foi um dos precursores de uma mudança de condução dos programas em que os apresentadores, de “mestres de cerimônia”, passaram a emprestar suas caras aos periódicos, tornando-se “donos” dos mesmos: - representantes da parte pelo todo, caracterizando o estilo dos programas com base em suas opiniões e convicções, e emprestando a eles sua credibilidade como personalidade do meio artístico (GARRIDO, 2009).

Foi com o programa Jô Soares, em 1988, que a expressão *Talk show* se popularizou no Brasil. Segundo Silva, o programa *Jô Soares onze e meia* resgatava aquilo que parecia ser o elemento central do gênero a informação com humor (SILVA, 2009). O gênero televisivo talk show abrange campos distintos que vai do entretenimento ao jornalismo. Nas palavras de Silva:

O embaralhamento entre informação e entretenimento assistido hodiernamente em diversos produtos inclusive nos talk show chama atenção para o fato de que o entretenimento é um valor das sociedades contemporâneas que se organiza em forma de indústria e que cria estratégias para atrair a atenção da audiência (GOMES, 2008), e implica colocar o prazer como referencial para a sociedade e, por conseguinte, para o jornalismo. Dessa maneira as relações entre talk shows e programas de entrevistas na grade de programação televisiva permitem estender o jornalismo televisivo, de modo a inserir o entretenimento como forma de recepção igualmente legítima na sociedade contemporânea. (SILVA, 2009 p.6)

Desse modo num ambiente extremamente simples, os talk shows são construídos através da articulação e o envolvimento entre entrevistado, entrevistador e plateia. Em termos puramente televisuais, os talk shows ao vivo são programas sem muita sofisticação. O cenário geralmente consiste numa cadeira para o entrevistador e sofás ou poltronas para os convidados (YORKE, 1998, p.161). Tendo como centro da atenção o entrevistado.

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

Além disso, é importante destacar a forte presença de elementos jornalísticos nos talk show que são muitas das vezes trabalhados em conjunto com o humor. Por essa razão Silva

(2009) afirma que “o talk show é um gênero televisivo diferenciado no Brasil. A partir de um resgate histórico, é possível compreender a vinculação com os programas de entrevistas que lhes deram origem e, por conseguinte, com valores do campo jornalístico que são reivindicados como fatores de legitimação deste gênero na grade televisiva”.

Outro fator característico do talk show são as frequentes apresentações que seguem o modelo do stand-up comedy³. Silva ressalta que “baseado deste modelo o apresentador estrela conta piadas e entretém o público”. Desta maneira os programas de auditório como o talk show interage diretamente com a plateia na qual participa da cena com aplausos, risos vaias e, em alguns casos, perguntas para os integrantes no palco. (SILVA, 2009 p. 16).

Com base no conceito de “endereçamento” analisamos o novo talk show brasileiro *Agora é Tarde*, comandado por Danilo Gentili um humorista conhecido por possuir um “humor negro”. O modo de “endereçamento”, segundo Gomes (2011, p. 02), “ajuda a pensar como um determinado programa se relaciona com sua audiência, a partir da construção de um *estilo*, que o identifica e que o diferencia dos demais. É o estilo identificado em um programa que revelaria que tipo de relação e envolvimento que este proporcionaria ao seu receptor”.

Sendo uma das revelações do programa humorístico *Custe o que Custar (CQC)*, Gentili nem sempre agradava os entrevistados com suas piadas.

Em 2011 assumiu a função de apresentador de talk show, projeto que de início foi bastante criticado pela imprensa brasileira, devido ao comportamento desagradável e inconsequente como perguntas inconvenientes que fazia para os seus entrevistados e piadas às vezes com tons preconceituosos. Havia certa desconfiança por parte de muitos críticos, em relação ao comportamento do humorista a frente do programa *Agora é Tarde*. Segundo o jornalista Maurício Stycer “Resta ver se a fórmula será capaz de funcionar por muito tempo e, mais difícil, se o público reconhecerá e dará apoio ao apresentador neste terceiro papel que está encarnando.” Desse modo para entender com mais detalhes o formato, e as

³ É um espetáculo de humor realizado por um comediante, geralmente ele se apresenta em pé (daí o termo „STAND UP“ sem acessórios, cenários ou caracterização. Também denominado de humor de cara limpa. O *stand-up* tem suas raízes em variadas tradições do entretenimento popular americano do final do século XIX, incluindo o vaudeville, (teatro de revista) e monólogos humorísticos. A maioria dos comediantes era meramente vista como contadores de piadas que esquentavam a plateia com um número de abertura, ou mantinham o público entretido durante os intervalos.

práticas de recepção expressa pelo talk show utilizamos os quatro operadores de análise do modo de endereçamento: mediador, contexto comunicativo, organização temática e o pacto sobre o papel do jornalismo, para observar o tom e o estilo do programa adotado pelo humorista Danilo Gentili.

Modo de endereçamento e seus operadores

O termo modo de endereçamento surge na análise fílmica, especialmente aquela vinculada à *screen theory* e tem sido, desde os anos 80, adaptado para interpretação do modo como os programas televisivos constroem sua relação com os telespectadores. Modo de endereçamento é aquilo que é característico das formas e práticas comunicativas específicas de um programa, diz respeito ao modo como um programa específico tenta estabelecer uma forma particular de relação com sua audiência. (MORLEY; BRUNSDON, 1978).

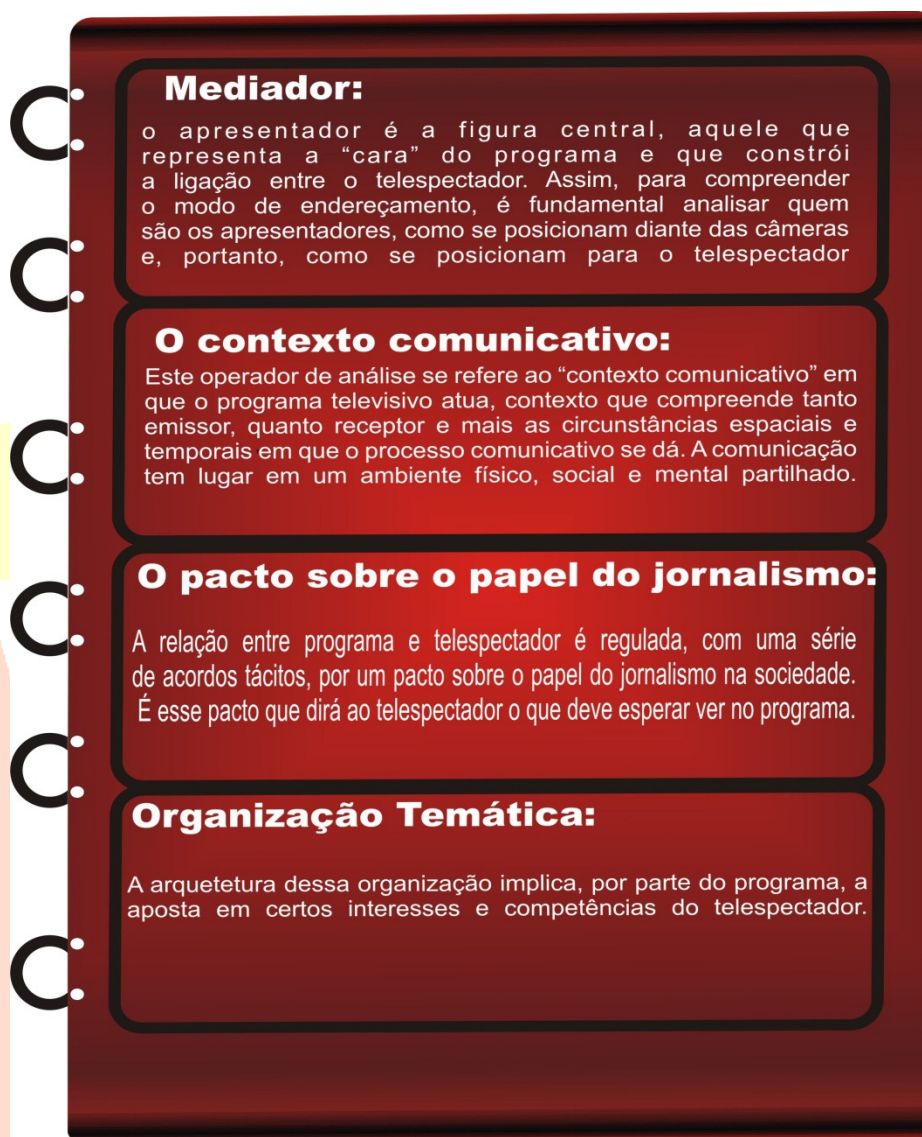
Pensando sobre os modos de endereçamento no cinema, Elizabeth Ellsworth resume o conceito na seguinte questão: “quem esse filme pensa que você é?” (Ellsworth, 2001, pg.11). O modo de endereçamento é um conceito que se refere a algo que está no *texto* - ou no programa, (...) que age, de alguma forma, sobre seus espectadores imaginados ou reais. Há certa distinção, entretanto, no modo como o conceito é compreendido pela teoria do cinema e pelos estudiosos da recepção televisiva. Num caso, ele se refere a *subject positions* construídas pelo filme: e, então, os autores preferem falar dele no plural, na perspectiva de que podem ser várias as posições de sujeito que os espectadores são convocados a ocupar. Noutro, ele é entendido como o *estilo* do programa. (Gomes, 2005, p.2)

Nessa perspectiva o conceito vem sendo utilizado em estudos de recepção que se dedicam a uma análise comparativa dos discursos dos produtos televisivos e dos discursos de seus receptores, a exemplo David Morley (1978, 1999), John Hartley (1997, 2000, 2001) e Daniel Chandler (2003). Esses autores articulam os modos de endereçamento para compreender a relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido do texto televisivo.

Sobre este aspecto Morley afirma ainda que “O conceito de ‘modo de endereçamento’ designa as específicas formas e práticas comunicativas que constituem o programa, o que teria referência dentro da crítica literária como o seu ‘tom’ ou o seu ‘estilo’” (Morley & Brunson, 1999, pg.262).

Gomes explica ainda que modo de endereçamento se refere ao modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais. (GOMES, 2011, p. 36).

Em relação aos operadores Gomes ressalta que eles articulam entre si, não devem ser observados nem interpretados isoladamente. Ao mesmo tempo, é importante tomar em conta que o objetivo de análise não deve ser descrever ou interpretar cada um dos operadores isoladamente, mas, através dos operadores, acessar o modo de endereçamento de um programa específico: os operadores são os “lugares” para onde o analista deve olhar não o fim último do esforço analítico (GOMES, 2011, p.39). Nesse sentido destacaremos quatro principais operadores⁴:



Assim iremos analisar o modo de endereçamento do *Agora é tarde* e identificar a estrutura do gênero *talk show* proposta pelo programa.

⁴ Conceito trabalhado por Itania Maria Mota Gomes

O Agora é Tarde

Agora é Tarde é um talk show brasileiro transmitido pela Rede Bandeirantes de televisão (Band) de terças às sextas à meia-noite, tendo como mediador e idealizador do projeto o humorista Danilo Gentili⁵. Nas palavras do humorista “Eu sempre me identifiquei com o formato porque durmo tarde e acho que a nossa TV estava carente deste tipo de entretenimento”.

Estreado em 2011, o programa teve como inspiração os principais Late Night norte-americano. De acordo o site do *Agora é tarde* tem como objetivo abordar as notícias que estão em alta no Brasil e no mundo, promovendo um mini-stand up com recursos de fotos e vídeos, que ilustram os comentários. Sendo assim durante o programa Danilo Gentili ironiza e faz piadas com as notícias que se tornaram destaque durante a semana na TV e em outros órgãos como revistas, sites e jornais, além de trazer ao palco entrevistados que vão desde escritores, músicos, craques do esporte até pessoas comuns da sociedade.

Talk show combina algumas das principais qualidades de outros gêneros dramáticos de sucesso: intimidade emocional e um pouco de bom humor. Sua versatilidade permite passar do musical para o jornalismo, da política para o esporte. (ARONCHI, 2004, p. 137).

Silva (2009) afirma que esses intercâmbios entre informação e entretenimento se expressam no modo de endereçamento: mediador e pacto sobre o papel do jornalista que se articulam numa tentativa do programa de se legitimar no campo televisivo.

O talk show da Band também conta com a participação dos humoristas Marcelo Mansfield - seria um tipo de mestre de cerimônia - Murilo Couto e Leo Lins – os repórteres - além da banda de rock Ultraje a Rigor que dá o suporte musical durante as piadas. Juntos Danilo e a trupe funcionam como uma espécie de “escada”⁶ um do outro dentro da atração. Para quem assiste ao programa percebe-se o ambiente de entrosamento entre o elenco. Fato que pode ser nitidamente observado em alguns momentos do programa quando os integrantes se tornam alvo das próprias piadas e brincadeiras.

⁵ Um dos precursores do Stand Up comedy no Brasil. E em 2008 estreou na TV como repórter no programa Custe o que custa (CQC) da rede Bandeirante onde Danilo Gentili ganhou destaque sendo o repórter inexperiente. Um repórter que tinha como função constranger os entrevistados.

⁶ Expressão utilizada nos palcos quando um ator precisa do auxílio de outro para ficar em evidência, ou seja, “subir no outro” sendo este deixado num segundo plano. Evidência esta que pode aplicada através de textos ou gestos.

O modo de endereçamento diz respeito também aos vínculos que cada um dos mediadores estabelece com o telespectador no interior do programa e ao longo da sua história dentro do campo, à familiaridade que constrói através da veiculação diária/semanal do programa, à credibilidade que constrói no interior do campo midiático e que “carrega” para o programa, ao modo como os programas constroem a credibilidade dos seus profissionais e legitimam os papéis por eles desempenhados. (GOMES, 2011, p. 39).

Como um mestre de cerimônia, o humorista Marcelo Mansfield faz as honras da casa é assim que descreve o próprio mediador do programa em relação à função de Mansfield na atração. Sempre com um texto cômico o humorista anuncia a chegada do apresentador: *“Diretamente dos estúdios da Band com ele que desafia as leis da gramática, Danilo Gentili, Agora é Tarde”*. Em seguida Gentili inicia o programa com um *monólogo* em que ele transforma em piada aquilo que foi destaque durante o dia na mídia nacional e internacional. Nessa maneira Gomes explica que a arquitetura temática dessa organização implica, por parte do programa, a aposta em certos interesses e competências do telespectador (GOMES, 2011, pág. 41).

Em sequência o *Agora é tarde* exibe o quadro *passou na TV* nele o telespectador ver o resumo das notícias comentada de maneira inusitada por outros programas. Entre as notícias estão à falsa morte de comediante Amir Krader que foi anunciada por diversos programas, a construção do Itaquerão e a queda dos ministros do governo Dilma. Além disso, o quadro relata ainda os acontecimentos mais bizarros que passaram durante o dia na programação da TV.

Uma marca frequente do jornalismo exibido pelo talk show são as reportagens feitas pelos humoristas Murilo Couto e Leo Lins. O quadro intitulado “Murilo e Leo em ação”, demonstra pautas semelhantes à de alguns órgãos da imprensa, mas a diferença esta no toque de humor colocado pelos humoristas nas matérias.

Nos estudos do jornalismo, o infotainment é algo danoso e prejudicial para a racionalidade e seriedade que o jornalismo reivindica, uma vez que o entretenimento é tido como algo ligado ao prazer, promovendo a distração das coisas realmente sérias. Os recursos para construção do infotainment são inúmeros, tanto do ponto de vista de seu conteúdo quanto das estratégias semiótico-discursivas: no primeiro caso, áreas da vida prioritariamente voltadas ao prazer (esporte, cultura, moda, música), ênfase na vida privada, no comportamento, no bem-estar e cuidado com o corpo; no segundo, incluir-se-iam os recursos sonoros, grafismos, vinhetas, narrativa leve e agradável, bate-papo de apresentadores de telejornais entre si e com repórteres, entre outros (Gomes, 2008, p. 7-8).

De acordo Ekström (2000 apud GOMES, 2011: p.174), o modo de comunicação de informação, a intenção da produção é oferecer informação que seja não só relevante, mas interessante para chamar a atenção da audiência. Para isso, eles utilizam o modo de comunicação storytelling, que bebe na fonte dos recursos de obras de ficção, buscando contar uma história que seja excitante ou dramática para apreender os possíveis telespectadores (TARAPANOFF, 2012, p. 02). Diante disso um fator reverente ao jornalismo dentro do *Agora é tarde* seria a criação fictícia do *Jornal do Futuro*. Ao um som totalmente futurista criado pelo vocalista do Utraje a Rigor e com um enquadramento de câmera focado de cabeça para baixo, inicia assim o *Jornal do Futuro*. Nele de modo fictício e bastante irônico os comediantes Murilo Couto e Leo Lins transmitem notícias do futuro. E entre as manchetes vinculadas pelo jornal estão: ***“Greve dos professores completam 30 anos com direito a festa e presença de famosos”⁷***, ***“Palmeiras é o novo campeão da série F”⁸***, ***Apenas 2 brasileiros são aprovados no ENEM⁹***, ***Julgamento do mensalão é adiado por mais 5 anos.***



Foto: Clarissa Mirzeian/band.com.br

Assim os primeiros, acadêmicos vinculados à teoria crítica e à tradição que estuda as relações existentes entre a comunicação e a política, veem com apreensão a relação do jornalismo com outras áreas, como o entretenimento. Os outros, alguns vinculados aos estudos culturais, propõem que esta articulação

⁷ Em relação às greves dos professores federais em 2012 intitulada a mais longa história

⁸ Sátira sobre o rebaixamento do time do Palmeiras para a série B em 2012.

⁹ Crítica às dificuldades expostas pelo Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM).

entre informação e entretenimento não seja vista necessariamente como um problema ou distorção para nenhuma das duas áreas. (GOMES, 2011, pág.174). Neste sentido Gomes afirma que é possível a articulação entre a informação e o entretenimento em programas televisivos, sem acarretar em um problema nem na sua função de informar, nem na de entreter (GOMES, 2011, pág.173).

As *entrevistas* -momento bastante esperado pelo público- Danilo Gentili trazem ao palco celebridades, atletas, músicos, escritores e até pessoas comuns como foi o caso do mendigo Marcio Pereira dos Santos, - o morador de rua que ganhou destaque na mídia após fazer críticas construtivas sobre as más condições dos abrigos no Rio de Janeiro-.

Tanto o gênero *Talk show* quanto o gênero entrevista¹⁰ representam o triunfo da personalidade do apresentador, que tem a tarefa de manter o clima do programa em alta, qualquer que seja o assunto ou o entrevistado. Além disso, deve contar sempre com uma equipe de produção primorosa, que acompanhe todos os momentos da entrevista e passe para o apresentador as informações e dicas necessárias para manter a conversa interessante. (ARONCHI, 2004, pág. 137).

Segundo o colunista Fábio Maksymczuk o *Agora é tarde* “consegue trazer para o telespectador boas entrevistas”. Entre as entrevistas citadas pelo colunista esta de Estela Renner e do Marcos Nisti, idealizadores do documentário “Criança, a alma do negócio” que relata a obesidade infantil. Segundo Maksymczuk Danilo Gentili “fez uma comparação instigante dos produtos consumidos pela garotada. Um pacote de biscoito recheado, por exemplo, equivale a sete pãezinhos franceses, uma porção de óleo e açúcar. Assustador! A obesidade infantil, atualmente, é um problema social igual à fome no Brasil.” Deste modo colunista conclui que o *Agora é tarde* “vivi um bom momento” e consegue prender o telespectador diante da TV com entrevistas interessantes.

Para Ekström (2000 apud SILVA, 2009: p.5), o jornalismo de atração põe em relevo três atores: o jornalista que esta no controle e organiza o programa, o convidado e a plateia. No caso do *Agora é tarde* na questão de controle do programa percebe-se certa harmonia e divisão de tarefas entre o apresentador Danilo Gentili e o “mestre de cerimônia” Marcelo Mansfield. De acordo com Gomes o mediador dos produtos jornalísticos televisivos

¹⁰ Aronchi coloca duas diferenças relativas para distinguir o programa de entrevista do *Talk show*. Entre elas estão: uma composição cenográfica que ao apresentador andar pelo cenário e entrevistar os convidados de pé é utilizada pelos programas de *talk show*. Nesse, caso, o apresentador percorre o cenário em busca das atrações do programa: apresentações musicais, entrevistas etc. Já os cenários dos programas do gênero entrevista permitem ao convidado e ao apresentador ficar sentados durante todo o tempo. Isso presume uma entrevista de duração mais longa do que aquelas realizadas em programas do gênero *talk show*.

fornece a cara do programa e estabelece uma relação com os telespectadores e os demais integrantes da atração (Gomes, 2007.pág. 18). Mansfield funciona com uma espécie de braço direito do apresentador, sentado em outra mesa ao lado de Gentili, o “mestre de cerimônia” tem uma total liberdade de exercer opinião, fazer perguntas aos entrevistados além de anunciar alguns quadros do programa.

Outro quadro que chamava atenção do telespectador é a *Mesa vermelha*. Exibido todas as quintas-feiras, a *Mesa vermelha* traz semanalmente um convidado – na grande maioria humoristas- para discutir junto ao elenco do *Agora é tarde* fatos e acontecimentos da semana que se tornaram destaque em revistas, jornais e sites.



Foto: Site: uol.com

Agora é tarde e as redes sociais

A interação entre TV e Web tem crescido bastante, o fato é que aquele telespectador que só recebia a mensagem agora tem a possibilidade através das novas mídias de interagir com o conteúdo assistido na TV. Segundo o jornal *Estadão* “em uma pesquisa realizada pela Ericsson Consumer Lab demonstra que 62% das pessoas usam redes sociais enquanto assistem à TV. No Brasil esse percentual é ainda mais alto: 73%, um crescimento de 25% em relação a 2011. Entre os que ficam ligados nas duas telinhas ao mesmo tempo, 25% usa a rede social para comentar o programa a que assiste”, ressalta o jornal. Segundo Garrido

Com o advento da internet e o surgimento de novas mídias, esse cenário no qual o emissor e receptor foram imersos traduziu ainda melhor a teoria de autores como Cossete Castro, Dominique Volton, que colocavam o indivíduo não como receptor fiel das mensagens, mas como senhor de suas próprias interpretações pessoais – haja vista que o processo de recepção é, cada vez com maior intensidade, composto por mediações definidas pelo próprio receptor, que entende e percebe o significado da mensagem de maneira única individual. Sobre isso, Lorenço Vilches (2003, p. 29) também acredita que a “nova ordem social e cultural que tem início no século XXI tornará obrigatório revisar as teorias da

recepção e da mediação, que ressaltam conceitos como identidade cultural, resistência dos espectadores, hibridação cultural etc”. (GARRIDO, 2009, p. 94)

Diante disto o *Agora é tarde* em busca desses “novos” telespectadores criou o quadro MMresponde. Nele o telespectador através do twitter manda questões e tiram dúvidas sobre qualquer tema. Com isso o programa estimula o internauta- um novo público a interagir com eles. Além disso, no final do programa o apresentador convida a quem esta assistindo para entrar no site e segui-los no twitter com o intuito de informar que o programa não termina ali, mas que continua em outra mídia, no caso a web.

Considerações finais

Com base nos quatros operadores de análise do modo de endereçamento – mediador, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e a organização temática- que foram trabalhadas na análise do talk show *Agora é tarde* pode ser observado certo equilíbrio entre duas linhas distintas, que são o humor e a informação.

Na função de mediador do programa, Danilo Gentili deixa transparecer para o telespectador que ele não é o centro da atração, mas sim a uma troca de destaque entre ele, os três humoristas e a banda o Ultraje a Rigor. Do ponto de vista do contexto comunicativo percebe-se a todo estante a transformação de um texto informativo vinculada num formato de piada, este sendo o contexto principal do programa. Em relação ao pacto sobre o papel do jornalismo e a organização temática o *Agora é tarde* traz como carro chefe as entrevistas que são diversificadas e abordam temas variados, sempre em consonância com os assuntos que foram destaque na imprensa.

Desta maneira o *Agora é Tarde* proporciona ao telespectador um conteúdo informativo de qualidade – como pode ser encontrado tanto no monólogo quanto nas entrevistas- sempre engajado no humor. Apesar de possuir como principal função o entretenimento, nota-se que a proposta do novo talk show da Band além trazer diversão para o final da noite, traz também um resumo das principais notícias que foram destaque durante o dia, diante disso o *Agora é tarde* possibilita para quem assiste certo teor reflexão sobre estes conteúdos exibidos, tendo como principal elemento o humor crítico.

O fato é que essas duas modalidades jornalismo e entretenimento embora sejam diferentes cresce constantemente na programação das emissoras brasileiras com programas como Custe o que custa (CQC), Programa Pânico, Legendários e entre outros. No gênero

de talk show além do *Agora é tarde*, podemos citar também o veterano no formato *o programa do Jô*, que de modo sofisticado consegue colocar informação e entretenimento num mesmo parâmetro sem perder a qualidade de ambos.

Referencias Bibliográficas

ADORNO, Theodor. **A indústria cultural**. In: COHN, Gabriel (Org.) *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Edusp, 1971. p. 287-295

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnlismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

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

AURELIO. **O mini dicionário da língua portuguesa**. 4ª edição revista e ampliada do mini dicionário Aurélio. Rio de Janeiro, 2002.

BATESON, Gregory. **Uma teoria sobre brincadeira e fantasia**. In: RIBEIRO, Branca Telles e GARCEZ, Pedro m. (org.) *Sociolinguística Internacional*. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997

BONACCIO, Alex; POLLAKE, Carla. **Programa Pânico: a transposição da Linguagem do Rádio para a Tv**. In: Intercom- XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vitória ES- 13 a 15 de maio, 2010.

EKSTRÖM, Mats. Information, storytelling and attractions: TVjournalism in three modes of communication. **Media, Culture & Society**, vol.22, p. 465-492, 2000.

ELLSWORTH, Elizabeth. **“Modos de Endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também.”** In Silva, Tomaz Tadeu da (Org.). **Nunca fomos humanos – nos rastros do sujeito**, Belo Horizonte, Autêntica, 2001;

ENNE, Ana Lúcia. **O jornalismo está morto! Viva o jornalismo**, In *Contra campo*, VOL. 16, Niterói: UFF, 2007.

ESTADÃO. **TV e redes sociais, tudo ao mesmo tempo.** Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/tv-e-redes-sociais-tudo-ao-mesmo-tempo/>> Acessado no dia 12 de novembro de 2012.

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

GILDER, George. *A vida após a televisão: vencendo na revolução digital.* Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.

GOMES, Itania Maria. **Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo** organizadora. - Salvador : EDUFBA, 2011.

————— **Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modos de endereçamento no telejornalismo show.** *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 25, p. 85-98, dezembro 2004.

————— **Modo de endereçamento no telejornalismo do horário nobre brasileiro: o jornal nacional, da Rede Globo de Televisão.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 28, 2005, Rio de Janeiro. *Congresso...* Rio de Janeiro: [s.n.], 2005. Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual.

————— **A noção de gênero televisivo como estratégia de interação: o diálogo entre os cultural studies e os estudos da linguagem.** *Revista Fronteiras*, São Leopoldo, v. 4, n. 2, dez. 2002.

————— **Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise.** *E-Compos - Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, v. 8, abr. 2007.

GUTMANN, Juliana Freire; SANTOS, Tiago E.F.; GOMES, Itania Maria Mota. **Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás. Jornalismo e entretenimento no Custe o que Custar.** Revista de Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em comunicação, E-compós, Brasília, v.11, n. 2, maio/ago 2008.

GOMES, Wilson. Jornalismo e esfera civil: o interesse público como princípio moral do jornalismo. In: PERRUZO, Cicília (org). **Comunicação para a Cidadania.** Salvador: UNEB; São Paulo: INTERCOM, 2003. Pág. 28-51.

GOMES, Luana. **Fantástico, o show da vida: gênero e modos de endereçamento em programas televisivos.** 2006. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

JESPERS, Jean-Jacques. **Jornalismo Televisivo.** Coimbra: Minerva, 1998.

LEVY, Pierre. **Cibercultura.** Editora 34, 1999.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Senac São Paulo, 2003

MUNDIM, Pedro Santos. **As consequências políticas do jornalismo de entretenimento: a eleição municipal de São Paulo em 2008 e a cobertura do CQC.** Líbero, São Paulo, v.13, n.25, p. 131-142, jun.de 2010.

PARA que pesquisar? **Comunicação: uma ciência social aplicada.** In: **Epistemologia da Comunicação.** São Paulo: Loyola, 2003.

PINTO, Ziraldo A. **Ninguém endente de humor.** *Revista de cultura Vozes.* Petrópolis, ano 64, n 3, abr. 1970.

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

SANTOS, Jair Fernandes de Melo. **Modos de endereçamento em dois programas de entrevista brasileiros: um estudo do Roda Viva e do Gordo a Go-Go.** 2005. 101 f. Monografia (Trabalho de conclusão de curso para obtenção de grau de bacharel em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal da Bahia, Salvador.

SILVA, Fernanda Maurício. **Talk show: um gênero televisivo entre o jornalismo e o entretenimento.** Revista da Associação Nacional dos programas de Pós-Graduação em comunicação/E-compós, Brasília, v.12, n.1, jan/abr.2009.

SITE Agora é Tarde. Disponível em < <http://agoraetarde.band.uol.com.br/>>. Acesso em: 05 de novembro 2012

SOUZA, Maria Julieta Nunes de. **Televisão e computador**: repensando a sociabilidade mediada da contemporaneidade. Trabalho apresentado ao NP 8 de Tecnologias da Informação e da Comunicação, no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador, BA. Setembro de 2002.

TARAPANOFF, Fabiola: **Infoinment: hibridismo de gêneros**. In: Intercom- XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Ouro Preto- MG 28 a 30 de junho de 2012.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional-. Florianópolis: Insular, 2005.