

JORNALISMO E NARRATIVA NA MÍDIA TELEVISIVA: ESTUDO DE CASO SOBRE O PROGRAMA “ENCONTRO COM FÁTIMA BERNARDES”

Bruno Machado Roque (IC) e Isabel Orestes Silveira (Orientadora)

Apoio: PIBIC Mackpesquisa

RESUMO

O objeto desta pesquisa foi o programa televisivo “Encontro com Fátima Bernardes”, da Rede Globo de Televisão. O objetivo foi investigar os assuntos relacionados as temáticas sociais, o formato do programa de auditório e a participação dos especialistas e pessoas comuns durante a programação. A problemática proposta versa em torno da seguinte questão: será que o público do “Encontro com Fátima Bernardes”, se identifica com as questões sociais que são discutidas ao ponto de despertar a sensibilidade, gerar reações reflexivas e manter-se fidelizado ao programa? Partiu-se da hipótese de os temas sociais são relevantes, por isso, optou-se por uma metodologia de análise baseada no Estudo de Caso com a amostra de 03 episódios que foram selecionados, a fim de, verificar como os assuntos sociais são abordados, para assim entender como a atração atinge seu público. A Fundamentação teórica baseou-se em autores como Marshall McLuhan (1964), Maxwell McCombs (1972), Donald Shaw (1972), Umberto Eco (1964), Michel Foucault (1978). Também por meio de pesquisa exploratória com os espectadores, foi possível entender como o programa é percebido pela audiência e se as abordagens afetam ou não a opinião pública contribuindo para a ampliação dos debates sociais. Esta pesquisa se justifica pela relevância do assunto para a área de Jornalismo, visto que analisa a influência de um produto midiático no cotidiano da audiência, e demonstra a aplicação contemporânea do que foi teorizado por estudiosos da Comunicação ao longo dos últimos séculos.

Palavras-chave: Comunicação. Encontro com Fátima Bernardes. Temáticas sociais.

ABSTRACT

The object of this research was the TV show “Encontro com Fátima Bernardes”, produced and broadcast by Globo TV Network Brazil. The purpose hereof was to investigate the subjects related to the social topics, the talk show format and the participation of the specialists and common people in the show. The proposed problematics discusses the following questions: Does the audience of “Encontro com Fátima Bernardes” relate to the social issues debated in the talk show to the point that their sensitivity is raised? Does the talk show generate reflexive reactions and keep the audience loyal to the show? The research started off from the hypothesis that the social topics covered are relevant; therefore came the choice of an analysis methodology based on the Case Study with the sampling of 03 episodes that were selected

with the purpose of verifying how the social matters are approached, in order to understand how it reaches its audience. The theoretical framework was based on authors such as Marshall McLuhan (1964), Maxwell Mccombs (1972), Donald Shaw (1972), Umberto Eco (1964) and Michel Foucault (1978). Also, through an exploratory survey with the audience, it was possible to understand how the audience perceives the TV show in reference and if the approaches affect or not the public opinion, thus contributing to the extension of the social debates. This research is justified by the relevant of its subject-matter for the Journalism area, since it analyses the influence of a mediatic product in the audience's daily lives, as well as it demonstrates the contemporary application of what was theorized by Communication scholars in the last centuries.

Keywords: Communication. Encontro com Fátima Bernardes. Social themes.

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa pretende investigar a atração televisiva intitulada “Encontro com Fátima Bernardes”. Trata-se de um programa de auditório matinal de entretenimento que aborda assuntos que podem ser relevantes para a formação da opinião pública.

O “Encontro” consiste em uma atração promovida pela Rede Globo de Televisão (RGT), com duração média de uma hora e dez minutos. A apresentadora, Fátima Bernardes, entrevista personalidades que discutem diferentes assuntos, como por exemplo questões de psicologia e saúde (depressão, stress, transtornos alimentares, etc.). Outros temas também são tratados, como os de relevância social por exemplo, que abordam o racismo, preconceito e ainda assuntos do cotidiano como padronização da beleza e cultura musical. Comumente apresenta os casos reais de pessoas que estão no auditório e que se enquadram na temática do dia, sendo chamadas a interagir com a apresentadora.

É interessante observar que existe um público alvo específico para o qual é destinado o programa, sendo no geral, para as donas de casa, que no período da manhã estão disponíveis para assistirem à atração. Assim, são informadas sobre as discussões atuais da esfera pública, tendo um primeiro contato com diferentes assuntos na tela da TV. Dentre tantas variedades de assuntos, o objeto de interesse desta pesquisa, destaca as discussões instrutivas na esfera social, comportamental e do bem-estar que são abordadas no programa.

O **problema de pesquisa** procura responder a seguinte pergunta: será que o público do “Encontro com Fátima Bernardes”, se identifica com as questões sociais que são discutidas ao ponto de despertar a sensibilidade, gerar reações reflexivas e manter-se fidelizado ao programa?

As **hipóteses** que sustentam esta investigação partem do pressuposto de que a sociedade sente a necessidade e busca por conteúdos mais aprofundados e menos fúteis no que se refere a programas televisivos. Por isso, buscam atrações de conteúdo social e educativo.

Outra hipótese é que há um interesse da emissora para que os assuntos sociais estejam na pauta do programa para que sua visão ideológica seja transmitida, muitas vezes de maneira unilateral, pouco profunda e utiliza-se, para isso, dos especialistas que trazem para a programação. Também vêm admitindo cada vez mais o papel educacional do veículo e assumindo sua função como difusores e influenciadores da opinião pública.

Esta pesquisa se **justifica** pelo fato de o programa utilizar seu Ibope massivo para difundir os assuntos presentes na sociedade, por meio de análises, discussões e apresentações de especialistas. Os temas podem ser relevantes para a sociedade e devem

ser estudados, a fim de, proporcionar maior entendimento sobre as manifestações comunicacionais e seus efeitos.

Outro aspecto que é importante destacar é o fato de que esta pesquisa poderá ser útil para a área de Jornalismo, visto que analisa a influência de um produto midiático no cotidiano da audiência, e demonstra a aplicação contemporânea do que foi teorizado por estudiosos da Comunicação ao longo dos últimos séculos. Para o aluno de jornalismo, as discussões podem propiciar um aprofundamento enriquecedor no que se refere ao conhecimento do conteúdo televisivo.

O **objetivo geral** da pesquisa pretende investigar o roteiro que envolve questões sociais do programa “Encontro com Fátima Bernardes”.

O **objetivo específico** intenta abordar brevemente o histórico do programa; selecionar amostras e investigar o conteúdo informativo das mesmas, a fim de identificar quais são as narrativas sociais e comunicacionais envolvidas. Pretende ainda, conhecer a percepção dos que assistem, a fim de identificar se os assuntos de caráter social, são ou não significativos para esse público.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Breves considerações sobre programas de auditório na televisão brasileira

O programa de auditório é um formato de atração televisiva que se popularizou no Brasil desde a era de ouro do rádio (década de 30), fato que inspirou a televisão brasileira a copiar o mesmo modelo. “Como McLuhan previra, o conteúdo de um meio consiste nos meios anteriores. Assim, o rádio incorporou o jornal; a televisão incorporou o rádio e o cinema, e a internet incorporou todos os meios anteriores”. (BRAGA, 2012 p.53).

Nas últimas décadas diversos programas nesse formato vêm fazendo sucesso no país. O mais popular deles é o “Programa Silvio Santos” que surge em meados dos anos 1960, sendo transmitido até hoje na emissora televisiva SBT e apresentado pelo comunicador e empresário Silvio Santos. O modelo de atração se consolidou por sua linguagem popular e simplificada, dialogando diretamente com o grande público e assim garantindo maior audiência.

Na televisão brasileira, ainda que os programas de auditório tenham passado e ainda passem por modificações em seu formato, eles não perderam algumas características básicas: linguagem acessível e alegre, plateia participativa, roteiro ágil e redundante, abordagem de assuntos atuais, estilo marcante (do brega ao cult, inclusive misturados), apresentador (geralmente do sexo masculino) carismático, presença de atrações artísticas diversificadas, uso de jargões diversos, disposição física bem definida com palco e arquibancada. (PESSOA et al. 2013)

O modelo, que passou e ainda passa por adaptações ao decorrer dos anos, se difundiu por muitas emissoras de televisão. Dentre os formatos reserva-se a linguagem destinada ao público feminino, com temática variada e principalmente propondo entrevistas com celebridades em forma de conversa informal. Um exemplo foi a produção “O Mundo é das mulheres”, apresentado por Hebe Camargo e transmitido na TV Paulista, em 1955, uma das pioneiras nesse formato.

Os programas de variedades destinados ao público feminino tiveram grande importância na formulação do comportamento das mulheres no decorrer das décadas seguintes aos anos 50, principalmente ao abordar questões relacionadas à vida doméstica, matrimônio, participação no mercado de trabalho, gastronomia e universo das celebridades, ora firmando um discurso patriarcal, ora conscientizando a importância do papel feminino frente a participação da mulher na sociedade brasileira. Nesse cenário apresenta-se o programa “Encontro com Fátima Bernardes”, da Rede Globo, que embora ainda trate desse universo feminino construído dentro de uma lógica patriarcal, busca somar-se discussões de temas mais atrelados ao pensamento social e analítico.

2.2. Sobre televisão e audiência

Para atender à expectativa da emissora, os programas de televisão se dispõem a propagar as ideias defendidas, discussões e assuntos que de alguma forma coadunam com o pensamento ideológico da empresa de comunicação que estejam vinculados.

Mccombs e Shaw (1972) explicam a partir de análises empíricas, a teoria do *Agenda-Sitting*, em que são compreendidos motivos e métodos utilizados no *mass media*, para influenciar as opiniões públicas, em campanhas políticas e, sobre isso dizem: “Embora não seja conclusiva a evidência de que os *mass media* alterem profundamente as atitudes em uma campanha, é muito mais forte a evidência de que os eleitores aprendem pela imensa quantidade de informação disponível durante cada campanha.” (MCCOMBS; SHAW, 1972, p. 2).

A partir da análise desses teóricos, entende-se que a mídia pode influenciar seu público através da informação fazendo-o acreditar de que está interessada em seu bem-estar. Por isso, assume o papel de integradora e o coloca a par das discussões que permeiam a vida social, com objetivo de impor sua visão e torna-la opinião pública. Esse convencimento baseia-se na proliferação de assuntos dentro de uma determinada agenda, ou seja, existe uma repetição de pautas e repercussão de assuntos que de alguma maneira já estão no imaginário do público.

Em uma análise mais funcional, McLuhan (1964) classifica a televisão como uma extensão do homem, permitindo sua integração às ideias presentes na discussão pública. O autor define assim seu pensamento: “Contemplar, utilizar ou perceber uma extensão de nós mesmos sob forma tecnológica implica necessariamente em adotá-la. Ouvir rádio ou ler uma página impressa é aceitar essas extensões de nós mesmos e sofrer o “fechamento” ou deslocamento da percepção, que automaticamente segue”. (MCLUHAN, 1964, p. 64).

Nesse sentido a televisão é “objeto-extensão-de-nós-mesmos” e “[...] na imagem da TV, temos a supremacia dos delineamentos imprecisos, incentivo máximo ao crescimento e a uma contemplação ou “fechamento”, especialmente para uma cultura de consumo há muito ligada a nítidos valores visuais separados dos de outros sentidos” (MCLUHAN, 1964, p. 361).

Se aplicado essas análises ao formato do programa “Encontro com Fátima Bernardes”, é possível perceber que seu conteúdo, são particularmente interessantes não só porque se tornam “extensão”, isto é, ocupam um volume de horas na programação extremamente significativo, mas também porque o texto televisivo é produzido para que a audiência/telespectador, tenha contato com estéticas comunicativas que resultam identificação com experiências de vivência vinculadas ao gênero produzido.

Umberto Eco (1964) apresenta a comunicação de massa como um mecanismo presente na sociedade e afirma:

O universo das comunicações de massa é – reconheçamo-lo ou não – o nosso universo; e se quisermos falar de valores, as condições objetivas das comunicações são aquelas fornecidas pela existência dos jornais, do rádio, da televisão, da música reproduzida e reproduzível, das novas formas da comunicação visual e auditiva. Ninguém foge a essas condições, nem mesmo o virtuoso, que, indignado com a natureza inumana desse universo da informação, transmite o seu protesto através dos canais de comunicação de massa, pelas colunas do grande diário, ou nas páginas do volume em *paperback*, impresso em linotipo e difundido nos quiosques das estações. (ECO, 2006, p.11).

Eco percebe na cultura de massa o alargamento da cultura e nesse sentido ele é mais otimista com relação aos *mass media*, pois argumenta que no passado era restrito o acesso da maioria, às inúmeras informações e de certa forma, a televisão, por exemplo, passa a exercer um caráter mais democrático no que se refere a promoção de conteúdos culturais.

O programa está na faixa matinal da RGT, emissora de maior audiência no país. Esse fato dá a ela um grande poder de influência e seus comentários podem interferir na percepção social e cultural de setores da sociedade brasileira, principalmente sobre seu público alvo. Por isso é relevante destacar que o programa, mesmo sendo uma nova proposta de formato, mais engajado, ainda se submete aos limites dos objetivos da mídia tradicional.

Nesse sentido, o conteúdo acaba por manter-se em um patamar superficial ou unilateral, para não desencadear um pensamento crítico que venha incitar seus espectadores e por consequência gerar um descontentamento por parte do veículo, RGT.

Porém, não podemos descartar o avanço da comunicação via internet que aconteceu nos últimos anos. Fez aumentar a participação do telespectador, frente a ampliação de informações que esse público passou a ter com a possibilidade de checar outras fontes caso tenha interesse. Também é evidente que o consumo do conteúdo televisivo se tornou apenas mais uma opção para o público, visto serem inúmeras os conteúdos de entretenimento disponíveis e que rapidamente surgem e disputam a atenção do telespectador que questiona, escolhe, julga, compara e se apresenta cada vez mais crítico.

Em suma, os atuais estudos sobre recepção ou audiência substituíram as clássicas concepções dos meios de comunicação como todo-poderosos, que atribui os efeitos da comunicação via mídia exclusivamente à ação do emissor sobre o receptor, pela ênfase na capacidade interpretativa do receptor, que pode modificar o significado das mensagens de acordo com suas próprias contingências. Ademais, afirmar que uma pessoa absorve passivamente o conteúdo midiático é negligenciar o próprio processo evolutivo que, ao longo de milhões de anos, dotou o ser humano de um cérebro que lhe propiciou uma postura reflexiva frente à existência.” (LADEIRA, 2015)

A inesgotável discussão sobre as narrativas midiáticas perpassa discussões que contemplam a cultura, os conteúdos produzidos pelos meios de comunicação, e assim diversifica e amplia as possibilidades de pesquisas e questionamentos. Muitos conceitos e abordagens sobre a influência no comportamento social do público receptor poderiam ainda ser exploradas, todavia nesse curto espaço pretende-se lançar luz para o Estudo de Caso, sabedores de que a contribuição, ainda que modesta, poderá completar os objetivos propostos nesta abordagem.

3. METODOLOGIA

Por meio de uma abordagem qualitativa que busca aprofundar a investigação sobre as narrativas do programa, sua estrutura e conteúdo, foi utilizando o método de Estudo de Caso, no qual foram selecionados três episódios do programa (dezembro de 2018) como uma forma de entender seu formato e observar o modo como os conteúdos sociais foram abordados.

Outra abordagem metodológica foi a bibliográfica fundamentada em autores da área de Comunicação como por exemplo Marshall McLuhan (1964), Maxwell McCombs (1972), Donald Shaw (1972), Umberto Eco (1964), Michel Foucault (1978) e demais teóricos da comunicação, poderão ser úteis para fundamentar o argumento sobre os fenômenos da Comunicação e Mídia televisiva.

A fim de responder o problema de pesquisa, foi necessário entender os efeitos do programa em seu público, por isso, foi feito um questionário semiestruturado disponível em plataforma online (Google Forms). As perguntas foram exploratórias e destinadas ao público do programa.

A amostra qualitativa foi aleatória e participaram 57 pessoas, sendo 48 mulheres e 9 homens. A intenção foi compreender a relevância das abordagens com temáticas sociais, se estas de fato provocaram ou não o interesse nesses espectadores e se o contato com a informação apresentadas durante a atração foi aproveitada ou de alguma forma, integrada no dia-a-dia dos participantes. Buscou entender também por meio dos questionários se o público se interessa pelas abordagens sociais em forma de *infotainment*.¹

Para que o leitor compreenda a organização dessa pesquisa, foi necessário em um primeiro momento, apresentar assuntos como o funcionamento da televisão e sua audiência, para em seguida realizar o Estudo de Caso, conhecer um pouco sobre os aspectos profissional da apresentadora e responder ao questionamento proposto através dos procedimentos metodológicos e observar os três episódios do programa para uma posterior análise dos resultados obtidos.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

4.1 Considerações sobre a Apresentadora Fátima

Fátima Bernardes é jornalista formada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Iniciou sua atuação na profissão escrevendo esporadicamente para o jornal *O Globo*. Sua carreira na televisão começa em 1987 estagiando no *Fantástico*. Em seguida, 1989, assumiu a bancada do *Jornal da Globo* até 1993, quando retorna ao *Fantástico*, torna-se apresentadora. Em 1996, assume a editoria do *Jornal Hoje* e dois anos depois, o posto que lhe deu mais destaque, como âncora do *Jornal Nacional*, em que atuou ao lado de William Bonner, com quem foi casada entre os anos de 1990 até 2016.

Em junho de 2012 inicia o programa “Encontro com Fátima Bernardes” em que atua até hoje. Com abordagem mais descontraída, a apresentadora inicia um processo de mudança de imagem, passando a tomar um caráter de “autora-marca”, mais próximo ao de celebridade, inclusive por suas participações em publicidades. Considera-se que essa

¹ O conceito de infotainment é um neologismo das palavras informação e entretenimento que ganhou força no fim dos anos 1990. “O jornalismo de INFOtenimento é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, o público. Esse termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos que atende às necessidades de informação do receptor de hoje.” (Dejavite A Notícia *light* e o jornalismo de infotainment, 2007, p. 2)

construção produz um ruído na profissão de jornalista, visto que dissimula a informação do profissional do jornalismo.

Focalizou-se a identificação propaganda com a imagem de Fátima Bernardes, que aos poucos veio estimulando o público a querer maior aproximação, a desejar preferências de moda manifestadas pela pessoa Fátima, seus cortes de cabelo ou até mesmo sua personalidade e vida particular. Posteriormente, lança-se um universo de produtos. Vê-se a figura profissional que deixa de ser instrumento informativo para compor imagem em parceria com a Globo e o programa EFB. (LAURINDO, 2015, p. 78).

Ter seu nome no título do programa também é algo a se destacar, já que isso explicita a construção de uma autora-marca. Ou seja, busca-se o programa pela presença dessa personalidade, algo que a distância da dinâmica jornalística, que deve visar à informação frente ao comunicador.

Figura 1 – Logos do programa ao decorrer dos anos.



Fonte: https://logos.fandom.com/wiki/Encontro_com_F%C3%A1tima_Bernardes acesso em: 20 de julho de 2019

Por ser um programa de auditório, o “Encontro com Fátima Bernardes” enquadra-se num formato que em certo ponto exige essa aclamação do apresentador. Elizabeth Bastos Duarte, faz o seguinte apontamento:

Mas a figura central dos programas de auditório é, sem dúvida, a do apresentador, com funções diversas de condutor, animador, anfitrião, mediador e, por vezes, juiz. É ele quem articula o programa tanto pelo discurso que constrói frente às câmeras, como por sua personalidade e carisma. São atribuídas a ele diversas tarefas, cabendo convocar os participantes, interpelá-los pelo nome; reforçar pela repetição o efeito de diálogo; fazer piadas, brincadeiras; explicar as regras do jogo; divulgar produtos; exibir ancoragens espaciais diversificadas; criar efeitos de participação dos telespectadores, pois o condutor, ao se dirigir diretamente à plateia que assiste ao programa ao vivo, ao se posicionar frente à câmera, interpela diretamente os telespectadores. (Duarte, 2015, p. 37)

Porém, tendo em vista que sua origem é o jornalismo, observa-se a busca frequente de inserir debates sociais nas pautas do programa, de maneira simplificada e pouco profunda, a fim de repercutir assuntos que estão presentes nas discussões públicas, seja no universo das redes sociais ou na imprensa.

4.2 Análise dos episódios

Para análise foram assistidos três episódios do programa, nos dias: 3, 10 e 14 de dezembro de 2018.

Como elementos comuns aos dias analisados estão: a presença de uma atração musical e o quadro que se chama: “G1 em 1 minuto”. O roteiro de todos os programas possui dois blocos que são divididos por intervalos comerciais. O primeiro bloco busca ter um assunto de relevância e repercussão, o segundo bloco traz um tema mais descontraído e frio. Dentre esses temas, o mais frio gera brincadeiras e jogos dos convidados e algumas vezes da plateia.

Esses elementos são apontados por Duarte como essenciais para a definição de um programa de auditório:

A dinâmica dos quadros, a estrutura cenográfica do programa, as dançarinas de palco, a participação da plateia, cantando, dançando, tomando parte das brincadeiras, votando, a interação com os telespectadores/internautas, por meio de comentários, votos –, são todos movimentos que auxiliam na composição e êxito dos programas de auditório. (Duarte, 2015, p. 38)

Vale ressaltar que no “Encontro com Fátima Bernardes” há uma disposição proposital no que se refere ao cenário. O palco traz como elemento principal o sofá, em que os convidados estarão dispostos para realizar as discussões levantadas pelo programa. A apresentadora e os personagens do tema destacam-se em poltronas separadas. Há um telão que normalmente exhibe obras de arte. A plateia fica disposta em meia arena e entre duas sessões de plateia há um palco para as apresentações musicais. As cores do ambiente são em tons de laranja e madeira, a fim de imitar o aconchego de casa.

O formato é comum para o gênero do programa, classificado pela RGT como “Auditório de Variedades”. No dizer de Cardoso (2009) “[...] em programas femininos, como Hebe (TV SBT), apesar das diversas atrações – entre elas, os musicais -, destacam-se as entrevistas. Diante disso, o sofá costuma ser o ponto principal da composição cenográfica.” (CARDOSO, 2009, p. 112)

No geral os programas sempre são abertos com a presença de Fátima Bernardes anunciando os assuntos a serem tratados, apresentando os convidados e chamando a atração musical, que toca apenas trechos de uma canção para dar início ao roteiro do dia.

Para que o leitor compreenda a programação, segue abaixo uma tabela que contém as temáticas e convidados nos três episódios estudados:

Tabela 1. Três episódios do Programa

Análise de episódios do programa “Encontro com Fátima Bernardes”			
Data	Assuntos/Convidados	Elementos Informativos de caráter social	Elementos de entretenimento
03.12.2018	Assuntos: - Casos de AIDS no Brasil; - Palavras que gostaria de se livrar em 2019; - Relacionamentos Tóxicos. Convidados: - Patricya Travassos; - Sérgio Malheiros; - Jairo Bouer; - Felipe Araújo;	AIDS - Gráficos do boletim do Ministério da Saúde sobre os casos de AIDS no Brasil. - Caso de casal (Thais e Rodrigo) Soro discordante para ilustrar o tema. - Dificuldade de encontrar dados sobre heterossexuais. - Como funciona o tratamento e diagnóstico da doença. - Explicações da diferença entre HIV e AIDS. - Acompanhamento Pré-Natal. - Aconselhamento para fazer testes. - Importância da educação sexual. - Informações sobre o PrEP (Profilaxia pré-exposição). - Uso da camisinha. - Funcionamento do Autoteste. - PEP (Profilaxia Pós-exposição). - Tratamento no SUS. A Palavra do Ano - Masculinidade tóxica. - Relacionamentos tóxicos. - Explicações do conceito. G1 em 1 minuto	- Apresentação musical de Felipe Araújo; - Mostrar a arvore de natal do programa; - Publicidade Natura + Povo Fala sobre compra de presentes de Natal; - Apresentação musical de Bacu Exu do Blues; AIDS - Povo fala, sobre jovens e o uso da camisinha. - Sobre o livro escrito por Thais. - Quadro: Tô querendo saber, com Jairo Bouer. A Palavra do Ano - Povo Fala - Qual a palavra que você gostaria de se livrar em 2019? e relacionamentos tóxicos. - Brincadeira com os convidados sobre as palavras que eles querem se livrar.

10.12.2018	Assuntos: - Denúncias de abuso sexual contra João de Deus; - Castigos, quais os limites para punir as crianças. Convidados: - Inês Peixoto; - Paulinho Serra; - Jairo Bouer; - Máira Azevedo (Tia Má); - Rashid;	Caso João de Deus - Informações sobre o caso; - Reportagem sobre o caso; - A culpabilização da vítima; - Explicações sobre a demora para acontecer denúncias; - A perversidade de usar a fé para o abuso; - Caso da escritora Dawn Watson, que viveu na seita Meninos de Deus onde havia uma aproximação da sexualização com a espiritualidade e futuramente passou por outro momento de abuso; - Quebrar o silêncio; - Se reconstruir; - Casos da plateia; - Como informar e conscientizar crianças; - Declarações do advogado de João de Deus; Castigos - Há exageros, quando existe violência física e humilhação; - Existem atitudes que são muito autoritárias; - Casos da Plateia; G1 em 1 Minuto	- Apresentação musical de Rashid; - Conversa sobre a personagem de Inês Peixoto na novela e seu trabalho no teatro; - Convite para o espetáculo de Paulinho Serra; Castigos - Convidados contam de seus castigos na infância; - Vídeo de pai que puniu a filha nos EUA por praticar bullying; - Povo Fala: sobre os castigos mais comuns;
14.12.2018	Assuntos: - Conflitos entre crianças e envolvimento dos pais; - Hábito de escrever cartões de Natal. Convidados: - Isabela Garcia; - Gui Santana; - Bráulio Bessa; - Rossandro Klinjey; - Quino; - Banda Afrodizia;	Conflito entre crianças - Influenciar crianças a serem violentas; - A marca da violência nas crianças; - Imaturidade dos pais; - Pais que não tem tempo para os filhos; - Não há paciência dos pais com os filhos; - As crianças devem tentar resolver entre eles esses problemas; - Falta da gentileza; - Analisar os conflitos; - Medo da represália dos pais; Cartão de Natal - Algumas pessoas não enviam cartão de natal por não saber escrever, ter dificuldade ou por vergonha; - Reportagem sobre projeto	- Sobre a parceria de Quino e Afrodizia; - Publicidade Natura + Grandes amigas, reencontro de amigas; - Quadro: Poesia com Rapadura, com Bráulio Bessa, sobre a importância da leitura e educação; - O Cenário do programa continha obras de artistas que participaram do festival concreto; - Gui Santana faz imitações, fala sobre como fazer imitações e sua participação na escolinha do professor Raimundo; - Isabela Garcia fala de sua personagem na novela; Conflito entre crianças - Quadro: Tô querendo

		que ajuda e incentiva as pessoas a escreverem cartões de natal; - Caso de Vitória e Ana Paula, projeto que ajuda crianças com dificuldades com leitura e escrita; - Achar a melhor maneira de inibição; - Dados sobre analfabetismo e educação no Brasil; G1 em 1 minuto	saber, com Jairo Bouer. Cartões de Natal - Convidados contam o que pretendiam escrever e para quem mandariam cartões de natal; - Cartões da plateia; - Comentários sobre a obra: Absorvido pela Luz; - As importâncias do sentimento natalino; - Ajudar independentemente de religião; - Os cartões são de artistas sem as mãos; - Colocar seus sentimentos amostra é uma forma de ser poeta; - O fato de dedicar o tempo de escrever à mão;
--	--	---	--

No primeiro bloco dos três episódios analisados, foram discutidos os assuntos com maior valor para o debate social, como: casos de abuso sexual; AIDS; e violência entre crianças; os temas eram pautados em fatos recentes, de destaque no noticiário ou em redes sociais, ou seja, que ainda estavam presentes no debate público.

O caso dos pais que haviam estimulado seu filho a agredir um colega por causa de desavença, repercutiu em redes sociais e, em publicação de vídeos. Gerou discussões no programa sobre Educação de filhos com ênfase no fato de como existe aspectos passionais na educação, ou seja, os pais ao mediar os atritos dos filhos com seus colegas, podem agir de forma violenta, sendo, portanto, um péssimo exemplo. Para tratar da educação e comportamento de crianças frente a conflitos estava o escritor e psicólogo Rossandro Klinjey, conhecido por palestras, livros e vídeos nas redes sociais. Klinjey respondeu dúvidas da plateia no quadro “Tô querendo saber”, no qual anônimos fizeram perguntas, relacionadas com o tema, e o especialista respondia, além de participar do bate-papo com a apresentadora e as celebridades. “Tô querendo saber” é um quadro que havia aparecido no episódio que se tratava do assunto da AIDS.

As discussões acerca de abuso sexual restringiram-se a casos que ocorreram em seitas espirituais, tendo em vista uma notícia que estava sendo muito manifestada naquela semana, a de que o médium João de Deus havia violado sexualmente mulheres que procuravam seus serviços. Para tal conversa foi chamada ao palco a escritora Dawn Watson, que tinha passado por situação semelhante em uma seita religiosa americana. A análise social ficou por conta da Jornalista Máira Azevedo, conhecida por seu papel militante de causas

feministas, de raça e pelas religiões de origem africana. Tia Má, como a jornalista é conhecida, pautou sua análise em como a vítima é recebida na sociedade e no abuso de poder que o líder religioso cometeu no caso de João de Deus, visto que o foco da discussão era em situações de abuso sexual em seitas religiosas.

O tema da AIDS surgiu frente à recente publicação de boletins do ministério da saúde sobre a doença, porém o foco da conversa foi no convívio de casais soro discordantes, ilustrada por personagens com essa característica. O médico psiquiatra Jairo Bouer, que participou da conversa sobre AIDS. Bouer não é especialista em AIDS, porém é formado em medicina e há muito tempo atua como consultor da área de saúde para veículos de comunicação. Jairo também participou do programa que tratava das questões de abuso sexual, porém apresentou uma análise mais voltada ao fato social, não se atendo a sua especialidade clínica. Os argumentos voltavam-se mais para sequelas psicológicas das vítimas.

Em todas as discussões estavam presentes os convidados celebridades, que no geral não tinham nenhum conhecimento específico sobre o assunto, mas que participam do debate com opiniões.

O segundo bloco do programa costuma focar-se em assuntos mais descontraídos como: lembranças da infância e os castigos aplicados, as palavras para se livrar em 2019 e como fazer cartões de natal.

Normalmente são propostas brincadeiras com os convidados, por exemplo ao tratar das palavras que gostariam de se livrar ao trocar de ano, os convidados iam até um livro cenográfico, abriam a página com a palavra, a liam. Depois, explicavam o motivo de querer se livrar dela. Embora o bloco busque ser mais descontraído, neste dia gerou outra discussão de relevância social, acerca da “masculinidade tóxica”, motivando debate sobre a maneira que o comportamento de alguns homens é prejudicial para seus relacionamentos.

Por ser em dezembro também foi levantada a temática do Natal. Em um dos episódios Fátima e os convidados conversaram, de maneira descontraída, sobre a tradição de enviar cartões para comemorar a data. Os convidados contaram o que escreveriam em seus cartões e para quem enviariam. Foram utilizados cartões nos quais a arte da capa havia sido feita por crianças com capacidade motora limitada, especialmente quanto ao uso das mãos. A arte era confeccionada com o uso dos pinces na boca.

4.3 Resultados de pesquisa com público

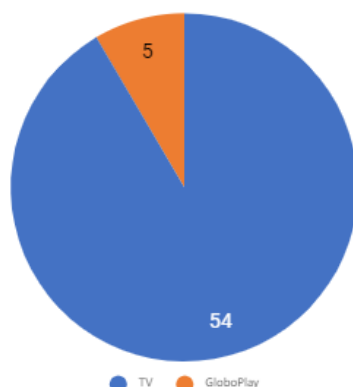
A fim de responder a problemática que versa sobre o interesse do público em se manter fiel ao programa por causa das abordagens sociais que são feitas, optou-se por realizar um questionário semiestruturado disponível em plataforma online para 57 pessoas,

sendo 48 mulheres e 9 homens. Buscou entender também por meio dos questionários se o público se interessa pelas abordagens sociais em forma de *infotainment*.

A primeira constatação foi quanto ao perfil desses espectadores, mulheres com idades que variam dos 18 aos 77 anos em sua maioria de São Paulo capital.

Um dos pontos de constatação foi a maneira que o público entrevistado assiste ao “Encontro”, tendo em vista que a RGT dispõe de serviço de Streaming, o *GloboPlay*, foi perguntada qual a preferência para conferir o programa, obtive o seguinte resultado:

Gráfico 1 – Plataforma em que se assiste ao programa



Ou seja, mesmo com a possibilidade de assistir o programa pelo serviço de streaming a maioria do público entrevistado, ainda opta pela televisão.

A frequência que esse público assiste ao programa também foi perguntada, do total 29,82% (17) assistem o programa todos os dias e 43,86% (25) apenas de vez em quando, os demais variam entre duas e quatro vezes por semana. Quanto a percepção do formato do programa, fora obtida os seguintes dados: apenas informativo 1,8%; apenas entretenimento 9,1%; combinação de informação e entretenimento 89,1%;

A pesquisa tornou-se mais exploratória na medida que pretendia entender a percepção do público quanto aos temas apresentados no programa. Em um primeiro momento os entrevistados classificaram o grau de importância que determinados assuntos tinham para serem abordados em um programa de auditório matinal. Essa escala variava de 1 a 5, onde 1 classificava o tema como nada importante e 5 como muito importante. No geral temas como: causas sociais; comportamento; meio ambiente; saúde; bem-estar; jornalismo; e cultura; obtiveram uma média aritmética de 29 votos na opção 5, ou seja, muito importantes.

Outros temas como: assuntos domésticos; atração musical; política; culinária; e moda; também obtiveram maioria de votos em 5, porém menos expressivas, chegando a uma média de 18 votos.

Apenas um assunto teve votação expressiva em 1, ou seja, nada importante, as fofocas que atingiram 25 votos em 1.

Gráfico 2 – Importância do tema (Saúde)

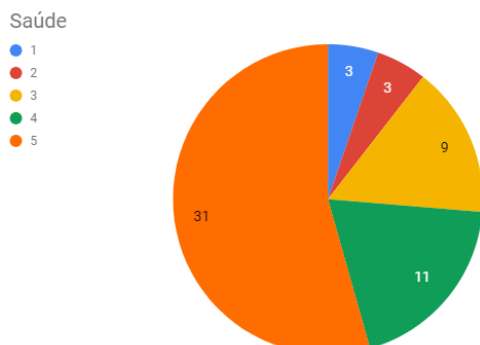
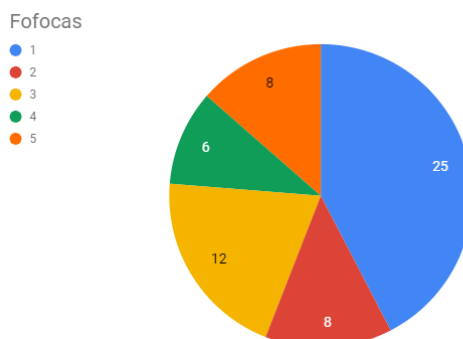


Gráfico 3 – Importância do tema (Fofocas)



Um ponto importante para entender a percepção do público quanto as abordagens do programa eram os convidados que Fatima Bernardes leva para participar das discussões. Para isso, os entrevistados classificaram quatro categorias (anônimos, celebridades, especialistas e plateia) com a mesma escala utilizada para os temas, definindo seu grau de importância na participação dos debates levantados. O seguinte resultado foi obtido:

Gráfico 4 – Importância do convidado (Anônimo)

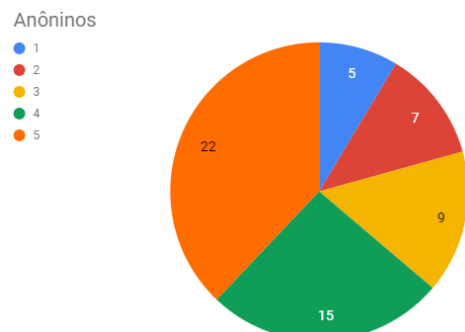


Gráfico 5 – Importância do convidado (Celebridade)

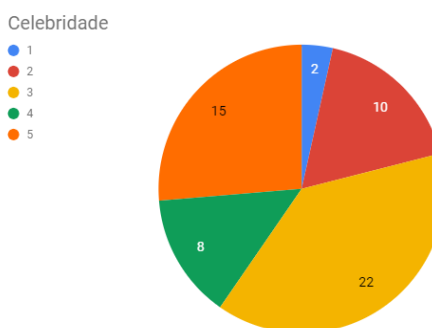


Gráfico 6 – Importância do convidado (Especialista)

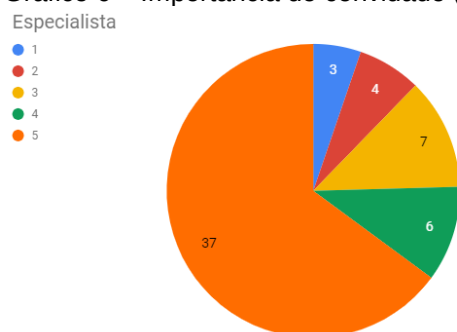
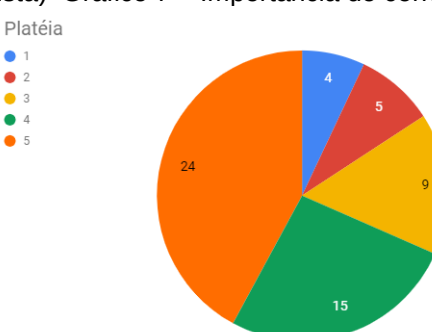


Gráfico 7 – Importância do convidado (Plateia)



Ou seja, para o público entrevistado a categoria de convidado menos relevante durante os debates é a das celebridades, que obteve 22 votos na opção 3, algo que o coloca no grau de indiferença. Já os especialistas são apontados como muito importantes para tratar dos assuntos em pauta, obtendo 37 votos na opção 5.

Na entrevista foi perguntado quais assuntos os entrevistados se recordavam de ter visto no programa, e saúde e bem-estar eram as respostas mais comuns. Causas sociais e comportamento também tiveram destaque.

Dessa forma enfatiza-se o fato de que as hipóteses que iniciaram esse Estudo de Caso foram de fatos possíveis de serem averiguadas e testadas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista os episódios assistidos, observa-se que há intenção da emissora em levantar debates acerca de temáticas sociais, como abuso sexual, violência e relacionamento com pessoas soropositivas. Porém, tais assuntos não são profundos, tendo em vista que se realiza de maneira muito opinativa, geralmente com o ponto de vista da apresentadora Fatima Bernardes. Comumente os participantes e as celebridades não dominam o assunto e profissionais que são convidados como os médicos, psicólogos e jornalistas, por mais próximos que estejam da temática, não são necessariamente especialistas no tema abordado. Outro ponto que merece destaque é a falta de pluralidade durante as discussões, que geralmente focam-se em uma análise unilateral.

A partir dessas constatações é possível entender que essa tática garante que o as pautas levantadas pelo programa atendam a agenda de informações propostas pela emissora na qual é exibido o programa, isso torna o programa um dispositivo ou um jogo de poder. Essa expressão pode ser embasada no pensamento de Foucault que diz: “[...] o dispositivo, portanto, está sempre inscrito em um jogo de poder, estando sempre, no entanto, ligado a uma ou a configurações de saber que dele nascem, mas que igualmente o condicionam.” (FOUCAULT, 2010, p. 246).

Giorgio Agamben (2009) aponta em suas interpretações a respeito do dispositivo foucaultiano que “Na raiz de cada dispositivo está, deste modo, um desejo demasiadamente humano de felicidade, e a captura e a subjetivação deste desejo em uma esfera separada constitui a potência específica do dispositivo.” (AGAMBEN, 2009, p. 6). Sob esta ótica, a ideia de oferecer informação dentro de uma atração de entretenimento, proposta pelo “Encontro”, é um mecanismo utilizado pela RGT a fim de aproveitar-se da natureza humana, que busca prazer e felicidade, incluindo no programa discursos que se ordenam dentro de um determinado sentido.

Ou seja, embora o “Encontro com Fatima Bernardes” ofereça para o público a chance de entender assuntos que estão presentes nos debates sociais, por serem fatos ocorridos e amplamente divulgados na imprensa, não há a intenção de expandir as análises além da ótica objetivada pelo veículo RGT.

O programa é categorizado pela RGT como entretenimento, por isso utiliza de abordagens menos formais para tratar os temas propostos, como o uso de brincadeiras e quadros descontraídos, “Tô querendo saber”, para citar um dispositivo como exemplo.

Ainda tendo em vista que o formato proposto é o de entretenimento, é possível entendê-lo numa visão mais otimista, na qual suas abordagens no contato com auxilia o debate. Um tema sério, por exemplo, as acusações de abuso sexual do médium João de Deus no programa realizado no dia 10 de dezembro de 2018, amplia e aproxima a visão da notícia jornalística, para um outro formato mais próximo do público, ao dialogar com as pessoas da plateia.

As informações obtidas com a pesquisa de dados realizada com a amostra de público apresentada neste artigo, ajudam a justificar essa visão, principalmente a partir do resultado do questionamento sobre a importância dos tipos de convidados que participam das conversas no programa, no qual dos quatro agentes apresentados (anônimos, celebridades, especialistas e plateia), apenas as celebridades apresentaram menor importância. Assim, entende-se que para essa amostra do público do “Encontro”, ouvir as posições dessas personalidades é um modo de ampliar e interiorizar os assuntos presentes no debate público.

Assim, ainda que dentro de parâmetros discursivos condizentes com a estrutura de poder (algo de extrema relevância para o entendimento de como a sociedade brasileira vem se desenvolvendo e que é indispensável ser estudado), na figura da emissora RGT, percebe-se que as temáticas sociais, inseridas em debates apresentados pelo programa “Encontro” confirmam as hipóteses de que são relevantes para seu público, pois a amostra apontou ser o aspecto social do programa, um dos assuntos mais relevantes. No entanto, isso não garante a fidelização de seu público.

Umberto Eco (1964) destaca que todos, desde o público comum ao intelectual, estão inseridos no universo da comunicação massiva e que querendo ou não, o modo que essa informação é percebida, interfere no desenvolvimento do debate público. O autor considera ainda que tal simplificação democratiza a participação popular nessas discussões. Porém, é indispensável destacar que hoje o uso da internet também tem contribuído para a aproximação popular com as temáticas sociais e outras tantas.

Dentre tantas fontes de informação e de entretenimento que existem atualmente, pode-se concluir que o Programa “Encontro”, assim como outros da mídia televisiva, pode perder a fidelização de seu público. Por isso, precisam constantemente se esforçar para manter seu protagonismo e despertar a sensibilidade do espectador.

6. REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? **Outra Travessia**, Florianópolis, n. 5, p.9-16, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/view/12576/11743>. Acesso em: 25 jul. 2019.
- BRAGA, Adriana. **McLuhan entre conceitos e aforismos**. ALCEU - v. 12 - n.24 - p. 48 a 55 - jan./jun. 2012 Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/270809/mod_resource/content/1/BRAGA%20McLuh%20Entre%20conceitos%20e%20aforismos.pdf Acesso em: 10 jul. 2019
- CARDOSO, João Batista Freitas. **Cenário televisivo: linguagens múltiplas fragmentadas** 1. Ed. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2009
- DEJAVITE, Fábila Angélica. **A Notícia light e o jornalismo de infotainment**. Trabalho apresentado no VI Encontro de Núcleo de Pesquisa – NP – Jornalismo – Universidade Presbiteriana Mackenzie e Universidade Anhembí Morumbi, Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf> Acesso em: 25 abr. 2019
- DUARTE, Elizabeth Bastos. **Reflexões: os sentidos sociais da programação**. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 33, p. 28-45, maio/ago. 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/286238473_Reflexoes_os_sentidos_sociais_da_programacao/fulltext/56933dfc08aee91f69a7397d/286238473_Reflexoes_os_sentidos_sociais_da_programacao.pdf Acesso em: 25 abr. 2019
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 1. Ed. Rio de Janeiro: Graal, 2010.
- LADEIRA, Francisco Fernandes. **A mídia realmente tem o poder de manipular as pessoas?** Observatório da Imprensa, Barbacena, 14 de abril. 2015. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-midia-realmente-tem-o-poder-de-manipular-as-pessoas/> Acesso em: 10 jul. 2019
- LAURINDO, Roseméri. **Encontro com Fátima Bernardes. O Jornalismo Diversional de Fátima Bernardes**. 1. Ed. São Paulo: Primavera Editorial, 2015
- MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **Teoria da Agenda – A Mídia e a Opinião Pública**, 1. Ed. São Paulo: Editora Vozes, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. 1. Ed. São Paulo: Cultrix, 1964

PESSOA, Sônia Caldas; MELLO VIANNA, Graziela; SANTOS, Elias - **Programas de auditório no rádio: um percurso histórico do dispositivo à vivência contemporânea de escuta**. Trabalho apresentado no GT de História da Mídia Sonora, integrante do 9º Encontro Nacional de História da Mídia – UFOP, Ouro Preto, 2013 Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-sonora/programas-de-auditorio-no-radio-um-percurso-historico-do-dispositivo-a-vivencia-contemporanea-de-escuta>. Acesso em: 06 jun. 2018.